

# Quel genre d'infos ?

## Introduction

Une étude a été menée pour la première fois en Belgique francophone sur la présence et la représentation des hommes et des femmes dans les médias d'information. La communauté française a ainsi participé au Global Media Monitoring Project, un processus de recherche internationale coordonné par UNIFEM<sup>1</sup> et WACC<sup>2</sup>, qui invite les pays à participer tous les 5 ans. En 2010, 108 pays ont participé. Ce projet a été initié lors de la 4<sup>e</sup> Conférence Mondiale des Nations Unies sur les femmes à Pékin en 1995.

En Communauté française, il n'existait pas de données concernant cette thématique et il y avait un souhait de la part des pouvoirs publics de se pencher un peu mieux sur la question.

L'observation des médias se déroulant sur une même journée dans tous les pays, presse écrite, radiophonique et télévisuelle ont ainsi été passés au crible par un groupe de chercheuses le 10 novembre 2009. Résultat : « l'info gomme une femme sur deux »<sup>3</sup>

## Femmes de médias

35% des signatures journalistiques sont celles de femmes. C'est moins qu'en France (%) et dans le reste de l'Europe (%) Elles sont souvent présentatrices, seulement 30% sont journalistes. Pourtant, les écoles de communication sont majoritairement fréquentées par des femmes, la filière sciences humaines étant, selon la division genrée de la société, davantage une orientation féminine. Les étudiantes sortent régulièrement avec des grades, mais ne sont pas recrutées. Une hypothèse quant à la difficulté de poursuivre une carrière journalistique est posée comme pour d'autres professions, dans des proportions différentes : la difficulté de concilier vie familiale et vie professionnelle vu l'intense flexibilité demandée au niveau des horaires.

Si le traitement de l'information semble influencé par le sexe, il est intéressant de remarquer qu'en Belgique, contrairement aux autres pays, les femmes ne traitent pas davantage des questions concernant les femmes, voire même à l'inverse : ce sont étonnamment plus souvent des journalistes masculins qui vont aborder les sujets liés aux droits des femmes. Les femmes craindraient-elles une catégorisation ou un manque de reconnaissance professionnelle ?

## Femmes dans les médias

La représentation des femmes dans les médias d'information a évolué mais pas de manière très significative. Les femmes interrogées le sont en général sur des problématiques sanitaires, sociales ou criminelles. Cependant, bien qu'il s'agisse de secteurs majoritairement féminins, moins de la moitié seront représentées.

Au niveau de la présentation, 19% sont décrites selon leur relation à quelqu'un. La plupart du temps, leur fonction n'est pas évoquée, à moins qu'elles soient étudiantes ou mères au foyer tandis que les hommes sont présentés comme ingénieurs, businessmen,

---

<sup>1</sup> United Nation Development Fund for Women

<sup>2</sup> Association mondiale pour la communication chrétienne

<sup>3</sup> Résultats complets : voir le rapport final « Quel genre d'infos ? », AJP, 2010, disponible auprès de l'AJP et téléchargeable sur le site : <http://www.quelegenredinfos.be>

personnalités d'autorité. Porte-paroles et experts sont en écrasante majorité des hommes, tandis que les témoins sont dans les mêmes proportions des femmes.

En termes de stéréotypes, le risque d'en retrouver sera plus élevé dans les faits divers et people. C'est moins le cas dans des thématiques politiques ou sociales. La journée internationale des femmes, si elle est traitée plutôt sérieusement dans l'information, sera récupérée par contre commercialement au niveau de la publicité et de la programmation de films par exemple, à la télévision, choisis selon ce qui est sensé intéresser les femmes, c'est-à-dire entre autres des comédies romantiques. Cette journée est représentée, non pas comme une journée politique, à l'égal du 1<sup>er</sup> mai ou autres commémorations de luttes sociales, mais plutôt comme la fête des mères, la Saint-Valentin, ou encore la fête des secrétaires : bref un renvoi de plus aux stéréotypes sexistes.

Si on parle des femmes ce jour-là, leur donne-t-on la parole pour autant ? En réalisant l'observation des médias et la récolte de données le 10 novembre, les chercheuses pensaient que le résultat serait biaisé du fait que le 11 novembre est la journée nationale des femmes en Belgique. Cela ne s'est pas vérifié. Nous pouvons émettre aussi l'hypothèse que cette journée manque de visibilité : elle est peu connue et les événements associatifs qui l'entourent restent plus confidentiels qu'autour du 8 mars, sans doute est-ce en partie lié à la participation de personnalités politiques et du caractère international de la journée du 8 mars. Ce 8 mars 2011, 100<sup>e</sup> anniversaire de la journée internationale des femmes, la Première radio a proposé de consacrer Questions publiques à un livre sur les femmes de dictateurs ! Un sujet pour le moins décalé, même si son intérêt n'est pas nul, mais surtout, pas du tout en prise avec les priorités des femmes aujourd'hui comme l'ont fait remarquer des responsables d'organisations et militantes dans une réaction parue sur le site de la Libre Belgique<sup>4</sup>. Pourtant, en 2010, le sujet de l'émission « Tout autre chose », de Martine Cornil, portait sur les stéréotypes dans la littérature jeunesse... Le choix des sujets traités paraît donc plutôt aléatoire.

Il y a par ailleurs une tendance à mettre en évidence des femmes remarquables, ce qui est à double tranchant : un parcours exceptionnel peut engendrer, dans le meilleur des cas, une identification et un encouragement, ou exactement l'inverse vu que c'est présenté comme exceptionnel, et donc non accessible à toute femme « normale ». Dans ce deuxième cas, les stéréotypes sont dès lors renforcés.

### **Médias de femmes**

12 titres sur 54 existants sont des publications de presse féminine, dont le plus vendu est Femmes d'Aujourd'hui, un des premiers magazines féminins sur le marché. Cela représente 20% des ventes, c'est-à-dire un créneau lucratif.

On trouve trois catégories de publications à destinations d'un public féminin. Une presse féminine généraliste (comme Femmes d'aujourd'hui), une plutôt thématique (décoration, santé, adressée à une génération, life style, cœur/people...), et une presse féministe. Cette dernière, moins connue du tout public, est soit issue de mouvements ou associations (Axelle, édité par Vie Féminine, ou Chronique Féministe, édité par l'Université des Femmes), soit de collectifs spontanés sur base bénévole (Scum Grrrls<sup>5</sup>) Les moyens de diffusion sont évidemment plus limités vu la différence de moyens budgétaires. La première (tout comme la seconde) reçoit des critiques de la part de la dernière qui se justifient plus ou moins. En effet les stéréotypes de genre y sont bel et bien présents, des

---

<sup>4</sup> <http://www.lalibre.be/debats/opinions/article/650606/quelle-journee-pour-queelles-femmes.html>

<sup>5</sup> <http://www.scumgrrrls.org>

conseils beauté aux conseils psychologiques en passant par la cuisine, sans parler des photos choisies de femmes lisses. Néanmoins, Laurence Mundschau, lors de son intervention le 16 mars pour le CEFA, évoque à leur décharge la conscience qu'ont les journalistes de magazines féminins de rentrer dans des stéréotypes par souci commercial. Et cette conscience les amène à en jouer aussi avec humour. Parfois, et pas toutes... Les investissements seraient-ils moindres si un magazine aussi populaire changeait de cap ?

Il est évident qu'une publication indépendante est également plus libre de son contenu. Prenons l'exemple le plus à l'opposé : le magazine Scum grrrls. Le choix des sujets correspond aux préoccupations de celles qui écrivent. Les dossiers thématiques traitent de questions qui intéressent les femmes dans une perspective très critique du courant dominant, de manière pour le moins originale. Pour citer quelques titres d'articles : « Voyage en patriarchie », « Les règles pour quoi faire ? », « Des All-Women bands aux Riot Grrrls », « Enfants, pourquoi en avoir ? »... mais aussi « La Flandre d'un autre œil ? ». L'analyse est généralement assez poussée et orientée vers une réelle alternative. Et le ton se rapproche des publications « do-it-yourself » anarchistes. Les illustrations sont autant de créations qui complètent le discours, et non des photographies léchées.

### **Bonnes pratiques**

La recherche menée se veut pratique et donne des pistes non seulement de réflexion, mais aussi d'action à destination des pouvoirs publics, des professionnel.le.s, et du grand public. Pour les citer : la communication plus systématique des informations relatives aux femmes, l'utilisation d'un langage épïcène, la recherche d'expertes sans a priori du style : « il n'y a pas de femmes qui », l'investigation plus systématique des implications des hommes et des femmes dans les situations, dossiers, évènements, analyses..., la déconstruction des stéréotypes sexués, le recrutement, la présence et la meilleure représentation des femmes à des postes importants dans les médias.

Certains médias optent pour une démarche différente : par exemple, le webzine français Les Nouvelles News, « l'autre genre d'info »<sup>6</sup>. Une équipe de rédaction majoritairement féminine pour un magazine d'information généraliste... qui tient compte des questions de genre. C'est un modèle de ce qui pourrait émerger au sein de la presse traditionnelle.

### **Conclusion**

Beaucoup de questions restent en suspens, mais cet état des lieux permet néanmoins d'agir déjà à partir de soi : porter un autre regard sur l'information et la manière dont celle-ci est traitée, repérer la place inégale des hommes et des femmes tant quantitativement que qualitativement dans les médias. Un travail de sensibilisation des professionnel.le.s tant au niveau scolaire qu'au niveau des entreprises et services de communication devrait se poursuivre afin d'intégrer la question du genre dans leur discours et leur pratique, ce à quoi s'attèle l'équipe qui a réalisé la recherche depuis la parution de celle-ci.

*Lara Lalman*

---

<sup>6</sup> <http://www.lesnouvellesnews.fr>