

journalistes

L'INFO GOMME UNE FEMME SUR DEUX



Illustration : Cécile Bertrand

Sommaire

Fonds pour le journalisme

En route vers une seconde année 2

Déontologie

Un code reformulé et réorganisé pour les médias flamands 3

Association

La PPF devient une section de l'AJP 7

Secret des sources

Les nouvelles technologies, armes fatales 8

Le dossier

Le genre et l'information ne font pas bon ménage. Moins de trois protagonistes de l'actualité sur dix sont des femmes. C'est très peu. Et malheureusement, l'information en Communauté française ne fait pas exception à la situation analysée dans 108 pays par le *Global media monitoring project* (GMMP).

Quel genre d'infos ?

Quelle est l'image que nous renvoyent de notre société nos JP, JT ou quotidiens ? Pourquoi nos « miroirs du monde » ne reflètent-ils qu'une réalité dont les acteurs sont à plus de 70% des hommes ? On sait que l'attention au genre n'est pas la première préoccupation de ceux qui font l'information : informer au quotidien, c'est rendre compte du monde tel qu'il est ! Mais c'est oublier qu'informer procède de multiples choix successifs, de la sélection au traitement, en passant par le choix des acteurs, des angles, du style narratif. Est-ce lors de ces choix – conscients ou non – qu'une femme sur deux disparaît de l'information ? Et que les femmes qui apparaissent y jouent habituellement les rôles secondaires ?

C'est aussi ce que l'étude *Global media monitoring project* (1) (GMMP) en Communauté française montre : largement sous-représentées dans l'information, les femmes n'y ont la plupart du temps qu'un rôle de « témoin », rarement d'expert ou d'acteur. Qu'elles procèdent de choix ou de contraintes, les options journalistiques relatives aux hommes et aux femmes façonnent l'information, qui à son tour modèle une représentation du monde chez les récepteurs.

Parlons-en !

Mettre la question du genre à l'agenda médiatique, initiateur des réflexions dans les rédactions, avec les professionnels, et sensibiliser au genre dès la formation initiale, voilà l'ambition du projet « Quel genre d'infos ? » (2)

développé par l'AJP au départ des résultats de l'étude GMMP. Car peut-on se satisfaire, que l'on soit homme ou femme, d'une information qui même lorsqu'elle traite de sujets où les femmes sont largement majoritaires (social, santé,...) ne leur donne même pas la parole à parité ? Peut-on accepter que les experts interrogés soient huit fois sur dix des hommes ? Qu'une femme ait deux fois plus de « chances » d'apparaître comme victime qu'un homme ? Et deux fois plus de « chances » d'être présentée en fonction de sa situation familiale (fille de, épouse de ou mère de) ? Par quels processus l'information rend-elle donc invisible une femme sur deux et cantonne-t-elle celles qu'elle donne à voir dans des rôles secondaires ?

L'AJP entamera une tournée des rédactions, pour en discuter avec les journalistes. Et elle prépare un module de sensibilisation à l'intention des étudiants en journalisme. Ces deux actions, ainsi que l'étude GMMP, sont soutenues par la direction de l'Égalité des chances de la Communauté française.

S'interroger sur les questions de genre dans l'info, les considérer comme importantes pour la qualité de la production journalistique, c'est probablement déjà faire évoluer nos schémas mentaux. Et travailler à l'émergence d'une société médiatique plus égalitaire...

Dossier pages 4 à 6

Martine Simonis

(1) www.whomakesthenews.org

(2) www.quelgenredinfos.be

Une première en Belgique francophone

Les résultats du GMMP en Communauté française constituent une première : jusque-là, nous n'avions pas participé à cette recherche mondiale. Leur collecte et analyse ont été possibles grâce à l'implication d'une dizaine de chercheuses, observatrices et analystes des questions de genre qui ont immédiatement répondu « présente ! ». C'est ici l'endroit de remercier pour leur professionnalisme et leur bonne humeur : Mathilde Alet, Amandine Degand, Françoise Goffinet, Muriel Hanot, Frédérique Herbigniaux, Aline Kockartz, Valérie Lootvoet, Claudine Lienard, Pamela

Morinière et Sarah Sepulchre. Un joli travail d'équipe, emmené par Laurence Mundschau, et qui donne lieu à une publication de 96 pages. La brochure est disponible sur simple demande à l'AJP. Elle est aussi téléchargeable sur le site de l'AJP consacré aux questions de genre dans l'information.

(M. S.)

► www.quelgenredinfos.be

Quel genre d'infos ?



Rapport final GMMP 2010
Communauté française de Belgique



En communauté française, l'info

Seulement 28% des personnes vues ou interrogées dans les médias de la Communauté française sont des femmes. Et quand elles le sont, c'est souvent dans des rôles secondaires. Les médias d'information reflètent toujours une société très majoritairement dominée par les hommes.

« **M**iss Israël est une Barbie de combat », « La policière est aussi l'épouse du chef d'enquête », le journaliste qui rencontre Mélanie Laurent « a de la chance de rencontrer une femme si belle ». Ces quelques phrases sortent tout droit des quotidiens, journaux parlés et télévisés belges francophones datés du 10 novembre 2009. Ce jour-là a en effet servi de « témoin » pour une recherche scientifique internationale soucieuse de déterminer la place et les rôles qu'occupent les hommes et les femmes dans les médias d'information.

Baptisée *Global Media Monitoring Project* ⁽¹⁾ (GMMP), la recherche conclut à un important déficit mondial dans la représentation des femmes dans les quotidiens, les journaux parlés et télévisés, quantitativement et qualitativement. Ainsi, seulement 24% des personnes qui figurent dans l'actualité mondiale sont des femmes. Or, la proportion des femmes dans la société dépasse les 50%. Le monde tel que le reflètent les médias est donc un monde où une femme sur deux est gommée.

Cette faible présence féminine ne se constate pas seulement en moyenne dans les 108 pays participants à la recherche. Elle apparaît également en Communauté française de Belgique. Là, seulement 28% des personnes vues ou interrogées dans les médias sont des femmes. Et la moyenne des informations signées ou présentées par des journalistes féminines (35%) se situe légèrement en deçà de la moyenne mondiale (37%). L'enquête GMMP existe depuis 1995. Tous les cinq ans, elle dresse un tableau mondial assez fouillé de la représentation des hommes et des femmes dans les médias d'information. Jusqu'en 2005, la Belgique était présente, mais pour la seule partie néerlandophone du pays. Cette année, pour

la première fois en Communauté française, une équipe de douze spécialistes des médias (universitaires de l'UCL et des Fucam, Association des journalistes professionnels, Fédération internationale des journalistes, Université des femmes, etc.) a décidé de participer au projet, avec le soutien de la Direction de l'égalité des chances du Ministère de la Communauté française.

Les femmes largement sous-représentées

De façon générale, les quotidiens et les journaux parlés ou télévisés de la Communauté française de Belgique ⁽²⁾ sous-représentent les femmes :

► 28% des personnes interrogées, vues ou lues dans les médias de la Communauté française de Belgique, sont des femmes, avec une petite pointe à 34% en télévision. C'est trop peu, même si c'est 5% de plus que la moyenne néerlandophone, 4% de plus que la moyenne mondiale 2010, et 11% de plus que la moyenne mondiale de 1995.

La plupart des constats belges francophones collent aux tendances observées mondialement :

► Dans les médias analysés en Communauté française, les thématiques phares (les *hard news* que sont la politique ou l'économie) sont celles où l'on donne le moins à voir les femmes (politique : 26% de femmes médiatisées ; économie, 20%). La visibilité des femmes est surtout importante dans les thématiques sociales (42%), les affaires criminelles (38%) et la santé (38%). Ainsi, même dans les matières où les femmes sont pourtant largement plus actives que les hommes (social, santé, famille), leur médiatisation est toujours inférieure à la parité.

► En Belgique francophone comme dans le monde, les femmes figurent rarement dans l'actualité en tant que « personne faisant autorité en la matière ». On les cantonne dans le rôle de la *vox populi* (de 57 à 70%), là



où les hommes sont porte-paroles (82%) ou expert (73%).
 ► Dans les médias étudiés en Communauté française de Belgique, les femmes ont deux fois plus de « chances » que les hommes d'être identifiées en fonction de leur situation familiale. En effet, 19% de femmes présentes dans les informations sont décrites en tant qu'épouse, fille ou mère. Cette pratique n'a cours que pour 8% des hommes.

► Parmi les 83 items du corpus belge francophone où des femmes apparaissent comme principales protagonistes de l'actualité, seuls 15 articles et/ou billets leur donnent une place véritablement centrale. Cela ne fait même pas un item sur cinq (18%), ce qui est à peine mieux que la moyenne mondiale (13%). Sans compter que le choix de ces « rôles principaux féminins » n'est pas anodin : *people*, victimes ou responsables de l'éducation d'enfants. Pourtant, le 10 novembre 2009, jour du codage, était la veille de la Journée nationale des femmes en Belgique. Cet événement aurait pu renforcer le contenu féminin de l'actualité ; il n'en a rien été.

Trop peu de femmes journalistes

Les médias belges francophones sont largement en deçà de leurs confrères du monde dans la proportion d'informations transmises par les femmes journalistes :
 ► Le 10 novembre 2009, la moyenne belge (29%) des signatures de journalistes et présentatrices se situe en deçà de la moyenne mondiale 2010 (37%).

En Communauté française de Belgique, les articles et billets rédigés et/ou présentés par des femmes ne dépassent pas 35%. C'est surtout vrai en presse écrite (26%) et en radio (29%) ; et si l'on gagne peu à peu la parité de « signatures » en télévision (43%), c'est surtout dû au fait qu'il y a majoritairement des femmes présentatrices de journaux télévisés (57%).

La situation est pire encore en Belgique néerlandophone où seulement 23% de nouvelles sont présentées ou rédi-

Pourcentage de femmes médiatisées dans l'actualité

(par région, par année et par support)

Femmes médiatisées	GMMP Monde 2010	GMMP Belgique 2010			GMMP Monde 2005	GMMP Monde 2000	GMMP Monde 1995
		Total	FR	NL			
	24%	25%	28%	23%	21%	18%	17%
Presse écrite		23%	25%	23%			
Radio		23%	22%	24%			
TV		29%	34%	24%			

gomme une femme sur deux

QUEL
GENRE
D'INFOS?

DANS LES MÉDIAS



bertand
base.com

gées par des journalistes féminines. Pourquoi un si faible taux de signature féminine ? En toute hypothèse, le faible niveau de féminisation de la profession de journaliste en Belgique pourrait être une des principales explications (30% de femmes dans la profession en 2010, la moyenne européenne étant de 47%).

Enfin, l'on se demande fréquemment si les femmes journalistes ont tendance à interroger davantage des femmes que des hommes. L'enquête GMMP apporte un début de réponse :

► Au niveau mondial, le GMMP souligne qu'il y a davantage de femmes « sources principales de l'information » dans les articles, billets et reportages des femmes journalistes que dans les documents produits par des hommes. Le rapport mondial fait en effet état de 28% de reportages signés par des femmes journalistes où les femmes sont la principale source d'information, pour seulement 22% de reportages signés par des hommes.

► Ce constat n'est pas valable pour la Communauté française de Belgique. Les femmes médiatisées comme sources d'information le sont même un tout petit peu

moins par les journalistes féminines que par les journalistes masculins. En effet, le rapport belge francophone fait état de 24% de reportages signés par des femmes journalistes où les femmes sont la principale source d'information, pour 25% de reportages signés par des hommes. Les femmes journalistes de Belgique francophone recherchent donc moins activement une source féminine que ne le font leurs consœurs du monde.

► Ce relatif « détachement » des journalistes belges francophones pour les sujets féminins s'observe également dans les articles et billets où les femmes jouent un rôle important, notamment en tant que principale protagoniste de l'actualité. Dans ce cas, seuls 28% des 83 items du corpus belge francophone sont rédigés par des journalistes féminines. L'analyse quantitative a donc été complétée.

Le fait divers et le people

Situer proportionnellement la place des hommes et des femmes dans les médias ne dit cependant rien sur la manière dont sont traités ces protagonistes de l'information. L'analyse quantitative a donc été complétée d'une courte analyse qualitative, afin de donner de la chair aux chiffres. Ce parcours interprétatif détermine non pas combien, mais comment les hommes et les femmes sont représentés dans les nouvelles.

Suite page 6

[1] www.whomakesthenews.org

[2] Le corpus sélectionné et analysé était composé de : 3 supports (presse écrite, radio, télévision), 9 médias (*Le Soir*, *La Dernière Heure*, *Vers l'Avenir Namur*, *La Première*, *Bel RTL*, *Fun Radio*, *La Une*, *RTL-TVi*, *Télesambre*), 148 articles ou billets audiovisuels (59 en TV, 43 en radio, 46 en presse écrite) ramenés à 142 items dans la base de données, 331 personnes évoquées ou interviewées (94 femmes et 237 hommes) par 195 journalistes et présentateurs ou présentatrices (70 femmes et 125 hommes).

Pourcentage des nouvelles transmises par des femmes journalistes et présentatrices

(par région, par année et par support)

Femmes journalistes et présentatrices	GMMP Monde 2010	GMMP Belgique 2010			GMMP Monde 2005	GMMP Monde 2000	GMMP Monde 1995
		Total	FR	NL			
	37%	29%	35%	23%	37%	31%	28%
Presse écrite	35%	24%	26%	23%	42%	36%	
Radio	27%	35%	29%	44%	45%	28%	
TV	44%	29%	43%	16%	29%	26%	

Rétablissons l'équilibre

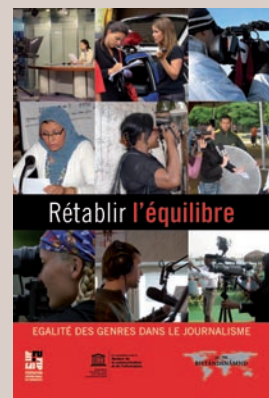
Comment renforcer l'égalité des sexes dans les rédactions, syndicats et associations de journalistes, et s'assurer que l'image des femmes dans l'info s'émancipe des poncifs sexistes ? Ambitieux défi qu'a décidé de relever la Fédération internationale des journalistes (FIJ) dans « Rétablir l'équilibre », brochure regroupant recommandations, exemples de bonnes pratiques et liste de contacts et ressources utiles sur le « genre ».

De l'organigramme des rédactions ventilé en fonction des sexes, en passant par un audit des salaires respectant l'anonymat ou de conseils pour traquer le harcèlement sur le lieu de travail, la FIJ insiste sur l'adoption de mécanismes permettant de mesurer les inégalités femmes-hommes et d'y remédier. L'adoption de clauses relatives à la dignité au travail, le respect des conventions internationales régissant le droit du travail (OIT) et la lutte contre la discrimination envers les femmes (*Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes*) sont autant de normes œuvrant pour l'égalité de traitement de tous. Les stéréotypes dans les médias sont passés au crible. Les résultats du GMMP offrent à cet égard une base solide pour dénoncer la marginalisation des femmes dans l'information. Il s'agira notamment d'éviter de tomber dans le piège des stéréotypes en décrivant de manière encore trop systématique les femmes en fonction de leur aspect physique, leur état civil ou familial. La FIJ suggère de veiller à équilibrer les sources d'information en fonction du sexe et à ne pas céder aux clichés représentant les femmes en tant qu'objet d'attention des hommes : fille sexy, femme d'affaires au visage sévère ou arriviste politique.

La féminisation de la profession se répercutant sur la vie syndicale et associative, la FIJ propose différentes alternatives visant à renforcer la présence des femmes dans les instances décisionnelles en défendant notamment une application transversale de l'égalité des sexes dans chaque activité : élections, participation, publications. Une discrimination positive, une meilleure prise en compte des obligations familiales lors de la tenue de réunions, la mise en place de campagnes concrètes sur l'égalité peuvent ainsi permettre d'intéresser davantage de femmes à la vie syndicale et, par conséquent, de sensibiliser les organisations représentatives à toutes ces questions.

Pamela Morinière

► Consultez : http://bit.ly/retablir_l_equilibre



Suite de la page 5

L'analyse qualitative a été menée sur 25 articles et billets de médias belges francophones sélectionnés parce qu'étant les plus typés du corpus : soit qu'ils renforçaient, soit qu'ils dénonçaient les stéréotypes sexués. De l'analyse de ces cas exemplaires, il ressort que deux hypothèses méritent d'être creusées à travers un corpus plus étendu et donc moins « typé » :

► L'analyse qualitative recommande d'être particulièrement attentif au traitement stéréotypé de l'information dans deux thématiques : le fait divers (surtout criminel) et la culture *people*.

► L'analyse qualitative montre qu'il est pertinent de se poser la question de l'impact du sexe du journaliste sur le discours médiatique. En Communauté française de Belgique, les journalistes féminines observent une distance prudente par rapport aux sujets féminins.

Mais ce constat ne vaut ni en Flandre ni dans le monde. Il mériterait donc d'être creusé. Par ailleurs, il serait tout aussi intéressant de travailler non seulement en amont, sur la manière dont se produisent les nouvelles et sur le contenu qu'elles véhiculent (ce qu'a fait cette recherche), mais également en aval, sur la réception des contenus médiatiques auprès des lecteurs et lectrices.

► A ce niveau, l'analyse qualitative invite à s'interroger sur la mise en exergue de femmes ou d'hommes d'exception, sortant du rôle auquel les stéréotypes les assignent traditionnellement. Cette exposition médiatique peut en effet avoir un effet positif sur les récepteurs et réceptrices, par identification (ex. : le portrait d'une femme cheffe d'entreprise convainc d'autres femmes qu'elles peuvent obtenir des postes à responsabilités).

Mais l'exposition médiatique peut également avoir pour effet contreproductif de renforcer les stéréotypes sexués, par effet de miroir (ex. : si une femme

est montée en épingle parce qu'elle devient cheffe d'entreprise, cela sous-entend qu'une femme « normale » n'en est pas capable).

Et maintenant, que fait-on ?

L'enquête *GMMP* n'est pas une fin en soi. Ce qui importe, ce ne sont pas tellement les résultats, mais bien les réflexions et les actions qu'ils vont susciter chez les journalistes, les communicateurs (porte-parole, attaché-e-s de presse), les enseignant-e-s qui les forment et les instances politiques et de régulation des médias. Autrement dit : « Voici les chiffres, voici les rôles dans lesquels sont parfois enfermés les hommes et les femmes. Qu'en pensez-vous ? En étiez-vous conscient-e-s ? Et maintenant, que fait-on ? ».

Une terrible réponse au déséquilibre constaté serait de considérer que « la société est comme ça » – inégalitaire –, que le média en est le « simple » miroir, et que donner plus de place aux femmes dans l'information serait tronquer la réalité. Certes, tout journaliste a un devoir de vérité. Inutile d'interviewer à tout prix un homme ou une femme là où il n'y en a pas. Mais tout journaliste est également acteur, actrice d'évolution sociale. Pourquoi dès lors ne pas être attentif à l'égalité entre hommes et femmes ? Cette question touche à la fois à la qualité de l'information et à l'amélioration du fonctionnement de la société...

Laurence Mundschauf

Coordinatrice de la recherche *GMMP*
en Communauté française de Belgique

Six mois en immersion

Déjà consacré par le succès de ses ventes en librairie, « Le quai de Ouistreham », interpelle dans le rapport qu'il livre au réel. Tant par le contenu, que dans sa forme et la démarche journalistique mise en œuvre.

L'enquête « en immersion » de Florence Aubenas (*photo*) met au jour le quotidien dégradé, malmené, fragmenté à l'extrême des travailleuses de sociétés de nettoyage de la région de Caen, en Normandie, qu'il s'agisse des « anciennes de Moulinex » ou de demandeuses d'emploi peu ou pas qualifiées. En partageant leur condition pendant six mois sous un profil de vie d'emprunt, mais sous sa véritable identité civile, la journaliste française extrait les formidables ressources de ces « femmes-aspirateurs » des sous-sols de la banalisation, de la précarité et de l'exploitation sociale. Où l'on se rend compte que chercher un emploi, nourrir sa famille ou tenter de joindre les deux bouts dans une région économiquement sinistrée constitue déjà un travail à part entière. La force du récit, sous forme de reportage participant ou « communiant », c'est qu'il se donne à lire comme un roman de fiction, mais qu'en même temps il sonne plus juste que n'importe quel sujet d'information (d'actualité ou même magazine) sur ce thème. La démarche de Florence Aubenas, il est vrai, invite à redécouvrir la fonction première du journalisme : rendre visible l'intolérable que les victimes n'oseraient révéler, par peur(s), dans des entretiens classiques avec des journalistes par ailleurs toujours plus ou moins pressés. En cela, le livre est aussi porteur, par procuration, d'une colère et d'une protestation sociales, mais aussi d'un engagement politique, dont l'expression s'est érodée.

Marc Sinnaeve

Chargé de cours

d'Information sociale à l'IHECS

« Le quai de Ouistreham », Florence Aubenas, L'Olivier, 276 pp., 19 €.



Photo : Belga

Préavis de grève au Soir

Le résultat du vote est exceptionnel : réunis en Assemblée générale le 12 octobre, les journalistes du *Soir* et du *Soir magazine* se sont prononcés par 80 voix contre 2 en faveur du dépôt d'un préavis de grève, pour exiger le paiement des annuités barémiques de 2009 et 2010.

En 2009, l'augmentation barémique annuelle prévue dans les conventions avait été gelée chez Rossel, mais elle restait due. En 2010, les éditeurs prirent prétexte des négociations pour une nouvelle convention sectorielle pour retarder le paiement de l'annuité. Ils finirent cependant par l'appliquer en juillet, avec effet rétroactif, sauf au *Soir* et au *Soir magazine* où la direction invoqua des difficultés techniques. Les rédactions réunies à l'initiative de l'AJP, du Setca et des sociétés de journalistes ont exigé le paiement des annuités avec leurs salaires d'octobre, faute de quoi des actions pouvant aller jusqu'à la grève seront organisées.

Au-delà des questions salariales, les 97,5 % de votes pour ce préavis témoignent du très profond malaise social au sein des rédactions vespérales.



ceilebertrand
@cartoonbase.com