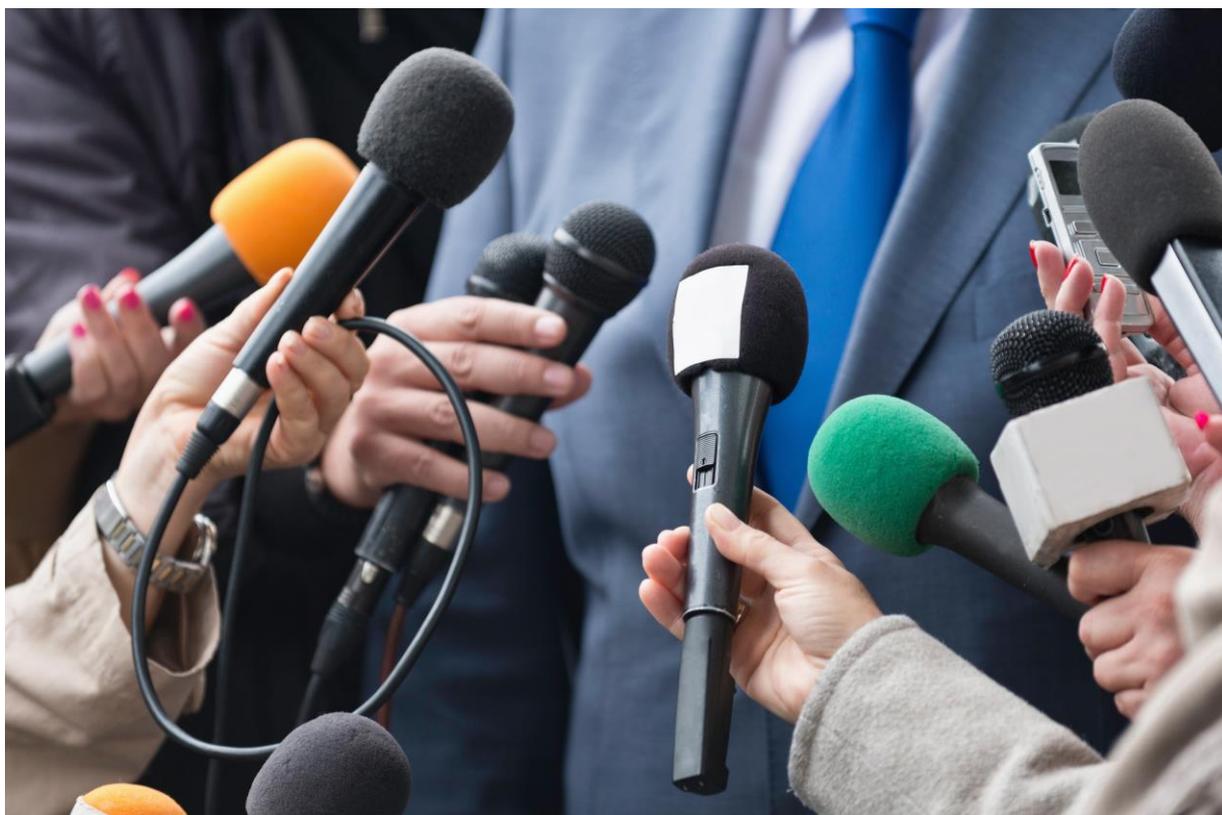


ANALYSE FPS - 2018

Femmes politiques et médias



Femmes Prévoyantes Socialistes
www.femmesprevoyantes.be



Femmes politiques et médias – FPS 2018

Marie-Anaïs Simon

Chargée de communication

Secrétariat général des FPS

marie-anais.simon@solidaris.be

Éditrice responsable : Carmen Castellano, Place St-Jean, 1-2, 1000 Bruxelles.

Tel : 02/515 04 01



Introduction

Aujourd'hui, avec la parité sur les listes électorales et quelques femmes politiques bien visibles dans les médias, on pourrait croire que les dernières inégalités de genre dans le monde politique et médiatique ont disparu... Et pourtant, nos représentants politiques restent majoritairement des hommes et dès que l'on allume la télévision, que l'on monte le son de la radio, que l'on consulte son site d'actu préféré ou que l'on ouvre les pages de son journal, ce sont principalement des experts et politiciens masculins qui ont la parole. Un plateau télé avec seulement des hommes, c'est courant, cela ne nous choque pas, nous y sommes habitué-e-s. Par contre, si ce ne sont que des femmes qui se retrouvent autour de la table, nous le remarquons immédiatement, simplement, parce que c'est un évènement rare. Il faut donc se rendre à l'évidence, aujourd'hui la représentation des politiciennes dans les médias est encore loin d'être égalitaire... Et cela peut malheureusement avoir un impact sur les votes !

Une invisibilisation générale...

Selon le rapport du GMMP (Global Media Monitoring Project)¹, en 2015 en Fédération Wallonie-Bruxelles, seuls 21 % des personnes intervenant dans les médias sont des femmes². Selon un rapport de l'AJP³ (Association des Journalistes Professionnels), elles y sont moins souvent et moins bien identifiées.

En France, en 2008, le rapport « L'image des femmes dans les médias » des chercheuses Michèle Reiser et Brigitte Gresy met ce phénomène en exergue : « à la radio le temps de parole des experts hommes est de 25 minutes contre 1 minute 35 pour les femmes, à la télévision les prises de parole sont à 63% masculines. Dans la presse, les hommes font trois fois plus l'objet de photos que les

¹ GMMP et AJP, « Quel genre d'info ? – Rapport final GMMP 2015 », Fédération Wallonie-Bruxelles, 2015, disponible sur http://www.egalite.cfwb.be/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&g=0&hash=193ee5724d109a10e02511cdca7d7bfb7d156adc&file=fileadmin/sites/sdec_III/upload/sdec_III_super_editor/sdec_III_editor/documents/Publications/GMMP2015etude_cover.pdf

² C'est moins que la moyenne mondiale (24%) et cela représente une régression par rapport aux résultats de 2010 (28%)

³ AJP, « Etude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone », Mai 2015, disponible sur <http://www.ajp.be/telechargements/diversite/diversite2015.pdf>



femmes »⁴. En Belgique, ce décalage est tout aussi préoccupant, selon le rapport du GMMP seulement 16 % des intervenant-e-s dans la presse sont des femmes, elles sont 27% à la télévision et 24 % à la radio.

Il est également important de noter que le risque d'être invisibilisé augmente pour les personnes porteuses d'un handicap ou les personnes racisées. En effet, selon l'AJP, 0,16 % de personnes présentant un handicap ont été comptabilisées, la majorité occupe alors des rôles passifs⁵. Par ailleurs, les intervenant-e-s perçu-e-s comme « non-blanc-he-s » ne sont que 8,62 %. Cela descend même à 6,32% si l'on observe uniquement les programmes d'information⁶.

Les femmes, ces grandes absentes du débat politique

Lorsque les médias traitent de questions politiques, le pourcentage de femmes diminue encore. Toujours selon le rapport du GMMP⁷, celles-ci ne représentent que 15 % d'intervenant-e-s dans ce type de reportages en Fédération Wallonie-Bruxelles. Et lorsque ce rapport se penche sur les professions exercées par les personnes présentées dans les programmes d'information, il fait le constat que parmi la catégorie « gouvernement, responsables politiques, ministres, portes paroles », seuls 18 % sont des femmes.

Lors des élections belges de mai 2014, le CSA (Centre Supérieur de l'Audiovisuel) a analysé les programmes électoraux télévisuels belges (francophones)⁸. Le constat est assez préoccupant. Alors que la population belge francophone est à 51 % féminine et que les listes étaient paritaires, seuls 30,38 %⁹ de femmes étaient présentes dans l'ensemble de ces programmes ! Lorsqu'en 2015, l'anthropologue Jean-Claude Mullens analyse l'émission politique « L'invité » sur *Matin Première*

⁴ Cité dans Luthereau, Alexandra (2015), « Médias et politiques vont mâles », *Respectmag*, consulté le 12 juillet 2018 sur <https://respectmag.com/dossiers/inegalites-homme-femme/2015/08/25/medias-et-politique-vont-males-673/>

⁵ AJP, op. cit.

⁶ Ibidem.

⁷ GMMP et AJP, op.cit.

⁸ LEVANT, Bertrand, GHARIB, Amina et HANOT, Muriel. « La représentation des femmes dans les débats pré-électoraux télévisés belges francophones », CSA, Septembre 2015, disponible sur http://www.csa.be/system/documents_files/2575/original/femmes_elections_2014_final.pdf?1452849658

⁹ 144 femmes pour 330 hommes!



(RTBF), il fait un constat encore plus symptomatique : les femmes ne représentent que 20 % de l'ensemble des invitations¹⁰.

Aujourd'hui, dans les pays européens, les politiciennes sont plus présentes politiquement que médiatiquement¹¹. En Suisse, par exemple, alors que les femmes représentaient 34,5 % des candidates aux élections du Conseil national en 2015, elles n'apparaissaient que dans 24 % des reportages à la radio et la télévision, et 23,5% des reportages dans la presse écrite et les médias en ligne¹². En Irlande, lors des élections de 2011, une étude de la chercheuse Anne O'Brien¹³ a montré que les femmes représentaient plus ou moins un tiers des intervenant-e-s dans l'émission d'actualité Prime Time (diffusée sur la télévision publique irlandaise RTE), mais qu'elles n'intervenaient que durant 10 % du temps d'antenne ! Pire, une étude¹⁴ de la chercheuse Karen Ross au Royaume-Uni a démontré que lors des campagnes électorales, les médias avaient plus tendance à donner de l'attention aux épouses des hommes politiques qu'aux femmes politiques¹⁵.

En Belgique, le CSA¹⁶ a démontré que les femmes étaient plus présentes sur les chaînes de télévisions locales (32,05 %) que sur les chaînes de la RTBF (27,82 %) ou de RTL-TVi (24,14 %). En résumé, plus l'audience de la chaîne sera large, plus les femmes politiques seront minoritaires. Un constat similaire avait été posé par la chercheuse Sheila Perry, lorsqu'elle analysait la place consacrée aux femmes politiques dans les programmes télévisuels français et qu'elle constatait que plus une émission était « prestigieuse », moins il y avait de femmes¹⁷.

¹⁰ Mullens, Robert. « Inégalités d'accès aux médias publics en Belgique francophone », observatoire des inégalités.be, 19 février 2015, consulté le 09 juillet 2018 sur <http://inegalites.be/Inegalites-d-acces-aux-medias?lang=fr>

¹¹ Conseil de l'Europe, « Etude Pour Une Meilleure Prise En Compte De l'égalité Des Genres Dans La Couverture Mediatique Des Elections », 2017, disponible sur <https://rm.coe.int/etude-pour-une-meilleure-prise-en-compte-de-l-egalite-de-genres-dans-l/168077c1db>

¹² Etude réalisée par l'Office fédéral Suisse de la communication (OFCOM), la Commission fédérale pour les questions féminines et la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SRGSSR) citée dans Conseil de l'Europe, op. cit.

¹³ O'Brien Anne. "It's a Man's World: A Qualitative Study of the (Non) Mediation of Women and Politics on Prime Time During the 2011 General Election", Irish Political Studies, Vol. 219, 2014 - <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07907184.2014.922960>

¹⁴ Ross, Karen. "Gender, Politics, News: A Game of Three Sides", Wiley Blackwell, Oxford, 2017.

¹⁵ « Pendant la campagne électorale de 1992, Norma Major et Glenys Kinnock sont apparues plus souvent dans la presse quotidienne que n'importe quel responsable politique, à l'exception des présidents de partis et de Margaret Thatcher ». (Conseil de l'Europe, op. cit.)

¹⁶ LEVANT, Bertrand, GHARIB, Amina et HANOT, Muriel. Op. cit.

¹⁷ Sheila Perry citée dans LEVANT, Bertrand, GHARIB, Amina et HANOT, Muriel. Op. cit.



Pourquoi les femmes ne réussissent-elles pas à être visibles dans les médias ?

La première raison qui explique une si faible représentation des femmes politiques dans les médias, c'est que la plupart des sources qui font aujourd'hui figure d'autorité et qui sont connues du large public sont des hommes. Pour les journalistes, il est plus facile de continuer d'interroger les mêmes intervenants et les mêmes experts, sans chercher de nouvelles personnes qui seraient pourtant tout aussi capables de répondre. Difficile, dans ces conditions, d'ouvrir le panel aux femmes, par exemple, que l'on a très longtemps laissées hors des projecteurs. La faute aux vieilles habitudes en somme ? Pas uniquement !

En effet, aujourd'hui encore, la plupart des hauts postes politiques à responsabilités - porte-paroles de partis, candidat-e-s présidentiables (en France) ou de tête de listes- sont toujours occupés par des hommes. Et ce sont vers eux que se tourneront les médias en premier recours. Comme l'indique le rapport du GMMP, « la dépendance vis-à-vis de ces sources renforce également la domination des hommes dans les reportages d'actualité, car la plupart de ces sources sont des hommes »¹⁸.

En Belgique, lors des élections 2014, 71,12 % des intervenant-e-s dans les médias occupaient la tête de liste effective ou la première suppléance. Parmi ceux-ci, 80,20 % étaient des hommes¹⁹. Selon un rapport²⁰ de l'Institut pour l'égalité des femmes et des hommes (IEFH), cette année-là, au niveau fédéral, 22,2 % des têtes de listes étaient des femmes et 19,2 % pour le parlement wallon. On peut donc y voir une corrélation.

Cela n'explique cependant pas tout. En effet, l'univers médiatique est encore aujourd'hui largement dominé par les hommes. Même si l'on ne peut nier d'importants progrès, les femmes restent souvent éloignées des postes de pouvoir²¹. De même, dans les médias traditionnels, les femmes étaient présentes en 2015 dans 31 % des reportages politiques²². Comme le soulignait la sociologue suédoise

¹⁸ GMMP et AJP, op.cit.

¹⁹ LEVANT, Bertrand, GHARIB, Amina et HANOT, Muriel. Op. cit.

²⁰ IGVM-IEFH, « La représentation politique des femmes à l'issue des élections Du 25 mai 2014 », 2015, disponible sur <https://igvm-iefh.belgium.be/sites/default/files/downloads/82%20-%20Analyse%20%C3%A9lections%202014%20FR.pdf>

²¹ Tremblay, Manon. « Femmes politiques et médias : éléments de réflexion ». Recherches Féministes, 13(2), 131–136. Disponible sur <https://www.erudit.org/fr/revues/rf/2000-v13-n2-rf1662/058101ar.pdf>

²² GMMP et AJP, op. cit.



Liudmila Voronova²³, le milieu politique peut avoir tendance à fonctionner comme un « club de gentlemen » où journalistes et responsables politiques (majoritairement masculins), fixent les règles auxquelles les femmes politiques et les femmes journalistes doivent se conformer. Le sexisme fait malheureusement partie également de la vie des femmes journalistes politiques. C'est déjà un engrenage que soulignait la sociologue Anna Safuta en expliquant le recrutement par les pairs dans le milieu politique²⁴.

Enfin, une autre cause expliquant la sous-représentation des femmes politiques est simplement leur refus de participer à certaines interviews ou émissions. L'impression de ne pas être légitime y est certainement pour beaucoup. La chercheuse Marlène Coulomb-Gully explique ainsi que les femmes auront plus facilement tendance à refuser une interview si celle-ci ne concerne pas leurs champs d'expertise spécifiques, contrairement aux hommes qui n'y verront habituellement aucun problème. Elle explique également que les interventions sur les plateaux télé peuvent être éprouvantes pour les femmes, «les hommes ne se parlent qu'entre eux, même s'il y a des femmes présentes. Tandis que les intervenantes attendent qu'on leur donne la parole, leurs homologues masculins la prennent d'office. Sans parler des phénomènes de manerrupting²⁵ et de mansplaining²⁶ Les femmes se font marcher dessus ». Le monde des médias n'est donc pas très accueillant pour les femmes politiques, mais ça se corse lorsque le sexisme de certains journalistes s'en mêle.

Quand le traitement médiatique est sexiste

Nous l'avons vu, il n'est pas toujours facile pour une femme politique de pouvoir se rendre visible dans les médias. Malheureusement, lorsqu'elle arrive tout de même à gagner en notoriété et à apparaître à l'écran, à la radio ou dans le journal, elle risque très fort de se frotter au sexisme à peine déguisé de certain-e-s journalistes.

²³ Voronova, Liudmila. « "Send pretty girls to the white house"- the role of gender in journalists-politicians' interactions », ESSACHESS. Journal for Communication Studies, vol. 7, no. 2(14) / 2014: p.p.145-172

²⁴ Safuta, Anna. « A vos postes citoyennes : pas de démocratie sans parité ». Analyse FPS. 2017 disponible sur <http://www.femmesprevoyantes.be/2017/11/23/analyse-2017-a-vos-postes-citoyennes-pas-de-democratie-sans-parite/>

²⁵ Mot anglais inventé pour dénoncer la fréquence à laquelle les hommes interrompent les femmes

²⁶ Mot anglais inventé pour dénoncer la tendance des hommes à expliquer aux femmes (avec condescendance) des sujets qui les concernent, qu'elles maîtrisent, voire même qu'elles ont conceptualisé. En français on parle de mecspliation ou, plus cocasse, de pénisplication pour les québécois.



Une étude réalisée dans 39 pays dans le monde révèle que 27,3 % des femmes parlementaires interrogées ont déjà subi, dans les médias traditionnels, des images ou des commentaires hautement irrespectueux avec une connotation sexuelle²⁷. Mais ce n'est que la partie la plus visible du problème.

Comme l'analyse en détail l'étude européenne « Pour une meilleure prise en compte de l'égalité des genres dans la couverture médiatique des élections »²⁸, la plupart du temps, lorsqu'une femme entre dans le jeu politique, les médias auront tendance à la ramener à sa « condition féminine ». Elle est une mère, elle est une épouse, voire même une muse avant d'être une politicienne. Elle sera généralement, comme le souligne cette étude, caractérisée « par la subordination et l'impuissance, y compris lorsqu'elle exerce une fonction publique de premier plan ». La politologue belge Sophie Heine dénonce ces stéréotypes qui enferment les femmes dans des valeurs de douceur, de maternité, de serviabilité et de beauté. Selon elle, ces clichés transmettent l'idée que les femmes sont forcément au service des autres, « plutôt que des sujets élaborant leurs propres projets et visions du bien »²⁹. Dans la même veine, l'étude européenne met en avant que les femmes politiques sont critiquées avec véhémence lorsqu'elles présentent des comportements ou caractéristiques considérées comme masculines.

En résumé, lorsque les journalistes parlent des politiciennes, ils et elles ont souvent tendance à faire appel à tous les stéréotypes inspirés de l'imaginaire collectif de ce que devrait être une femme, même si cela n'a absolument aucun lien avec les fonctions pour lesquelles elles se présentent. Cela est renforcé par le développement de l'*infodivertissement* et de la *peopolisation*. Ces phénomènes qui font que les programmes et valeurs politiques tendent à passer au second plan par rapport à la personnalité du politicien ou de la politicienne, qui devient pratiquement une célébrité au même titre qu'un mannequin ou qu'une chanteuse. Les politiciennes sont alors constamment ramenées à leur apparence physique. Les journalistes auront plus tendance à s'intéresser à leur vie privée, à leur âge,

²⁷ Inter-Parliamentary Union, «Sexism, Harassment and violence against women parliamentarians», October 2016), disponible sur <https://www.ipu.org/resources/publications/reports/2016-10/sexism-harassment-and-violence-against-women-parliamentarians>

²⁸ Conseil de l'Europe, op.cit.

²⁹ Brabant, François. « Sophie Heine, politologue "Les femmes restent perçues comme des objets, et non comme des sujets" », Imagine Demain le Monde, (date non précisée), consulté le 3 juillet 2018 sur <http://www.imagine-magazine.com/lire/spip.php?article2408>



leur poids, leur choix vestimentaires ou leur apparence en général qu'aux thèmes qui les préoccupent³⁰.

La famille est un autre point qui détourne l'attention des journalistes des idées politiques d'une représentante ou candidate. Selon Michèle Reiser et Brigitte Gresy, elles sont trois fois plus souvent représentées dans leurs relations familiales que les hommes³¹. Rien d'étonnant puisque selon le GMMP, dans les médias belges francophone 22% des femmes sont identifiées selon leur situation familiale (mère, fille, épouse...) contre 5% pour les hommes. On disserte régulièrement sur la difficulté pour une femme d'articuler vie politique et vie familiale, alors qu'étrangement, la question ne semble jamais se poser pour les hommes. Quand ce n'est pas pour les interroger sur le rôle de mère, l'environnement familial sert à légitimer ou justifier leur place. On cherche l'homme derrière la politicienne, comme s'il était hautement inimaginable qu'une femme puisse arriver à une place importante par elle-même.

Enfin, selon les mêmes chercheuses citées ci-dessus, les femmes sont 5 fois plus citées sans être nommées ou uniquement par leur prénom. Cela peut paraître un détail, mais le prénom est naturellement utilisé dans la sphère privée là où le nom est utilisé principalement dans la sphère publique. Ce n'est donc pas si anodin puisque l'on renvoie à nouveau les femmes vers l'espace domestique.

Des femmes politiques bien représentées à l'écran, pourquoi est-ce important?

Comme le formule très justement la politologue Manon Tremblay, « il est d'autant plus malaisé d'admettre que les médias pourraient traiter les femmes politiques de façon sexiste que, considérant qu'ils constituent la principale source d'information de la population — notamment la télévision, il serait alors justifié de s'inquiéter au sujet de la qualité de la vie démocratique »³².

³⁰ Une étude a montré que lors des élections des sénateurs et des gouverneurs de 2002 aux États-Unis, 6 % des reportages d'actualité concernant les femmes mentionnaient leur apparence physique, alors que ce taux n'était que de 1 % pour les hommes. (Gender and Campaign Communication: TV Ads, Web Sites, and Media Coverage, Dianne G. Bystrom, Mary Christine Banwart, Lynda Lee Kaid et Terry A. Robertson, 2006)

³¹ Citées dans Luthereau, Alexandra. op.cit.

³² Tremblay, Manon. op. cit.



En effet, plus de 150.000 personnes écoutent tous les dimanches midi les débats de « C'est pas tous les jours dimanche » sur RTL, l'émission « Jeudi en prime » sur La Une attire 500 000 téléspectateurs et téléspectatrices... Ces programmes, en plus de drainer une large audience contribuent à la formation des opinions que celle-ci se fait des candidats et candidates, c'est parfois même l'un des seuls canaux auxquels les électeurs et électrices ont recours pour s'informer sur les candidat-e-s. Les électeurs et les électrices n'ont pas souvent de rapport direct avec les politiciens et politiciennes qui pourraient les représenter. C'est donc au travers des médias qu'ils et elles apprennent à les connaître et prennent connaissance de leur programme.

Voilà pourquoi il est primordial que les médias consacrent autant de temps et d'espace aux candidates qu'aux candidats.

Manon Tremblay enchaîne ainsi : « Si les médias présentent les femmes politiques sous un jour défavorable, alors ils incitent peut-être l'électorat à se détourner des candidatures féminines, contribuant ainsi au déficit de représentation qui marque nos institutions dites « représentatives ». Il faut se rendre à l'évidence, en véhiculant des images stéréotypées des candidates et en leur accordant moins d'attention, les médias contribuent véritablement à limiter le nombre de politiciennes élues. C'est d'ailleurs ce que mettent en avant plusieurs travaux cités dans l'étude européenne pour une prise en compte de l'égalité des genres dans la couverture médiatique des élections : « dans le cadre des candidatures politiques, le fait que le débat public soit déterminé par les choix des médias montre qu'il existe une corrélation entre l'attention reçue par les médias et la popularité d'un candidat ». La complexité de la question reste cependant entière puisqu'il est toujours difficile de savoir si la popularité d'un-e candidat-e est la cause ou la conséquence du traitement médiatique.

En ce qui concerne l'obsession des journalistes pour l'apparence des femmes politiques, les répercussions sont là aussi bien réelles. Le projet « Name it, Change it »³³ a ainsi démontré qu'une couverture médiatique centrée sur l'apparence d'une candidate entraînait une baisse des voix qui lui étaient attribuées. Cette recherche a également pu prouver que ce type de reportages n'affectaient pas les résultats des hommes politiques de la même manière³⁴.

³³<http://www.nameitchangeit.org/>

³⁴ Name it. Change it. cité dans Conseil de l'Europe, op.cit.

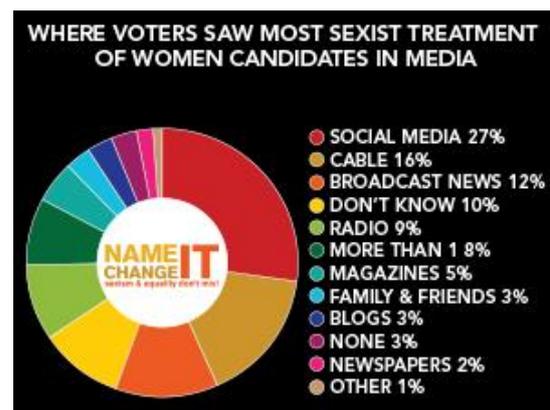
Par ailleurs, en interrogeant systématiquement les femmes sur des questions liées à l'éducation, la culture, etc. et en les excluant des sujets comme la sécurité, l'agriculture ou la politique étrangère³⁵, les médias renforcent des stéréotypes existants. Et ce n'est pas sans conséquences ! L'étude européenne constate ainsi que ces clichés ont une incidence négative sur la distribution des compétences politiques une fois les candidates élues. « En effet, il est fréquent que les femmes se voient attribuer des portefeuilles axés sur des sujets qualifiés de « légers » et que leur légitimité soit remise en cause lorsqu'elles sont chargées de portefeuilles portant sur des sujets considérés comme « lourds » »³⁶.

Plus grave encore, selon la chercheuse Karen Ross³⁷, le caractère répétitif de cette manière sexiste de présenter les femmes politiques génèrerait, dans l'esprit des journalistes, une vision normative qui les amènerait à systématiquement adopter le même modèle « tout fait » pour parler de n'importe quelle femme politique, reproduisant à nouveau le même biais. Un cercle vicieux en somme.

Mais cette spirale négative peut être brisée. Par exemple, en montrant que les femmes peuvent prendre la parole en tant qu'expertes sur des sujets généralement attribués aux hommes comme la sécurité, l'économie ou la défense et en mettant en avant des modèles féminins qui créeront dans l'esprit des journalistes et de la population de nouvelles images de ce que peut être une femme politique.

Internet et les réseaux sociaux

Penchons-nous quelques instants sur le cas particulier d'Internet. Selon certaines études, les réseaux sociaux auraient aujourd'hui plus d'influence que n'importe quel autre média dans le choix des électeurs et électrices. Une étude britannique démontre ainsi que « 34 % des électrices et électeurs du groupe le plus



³⁵ Un étude suisse de 2003 sur la couverture par la presse des élections parlementaires a montré que les femmes candidates étaient plus souvent interrogées sur des sujets liés à l'éducation, à la culture ou à l'équilibre entre hommes et femmes et moins souvent concernant l'Union européenne, la politique étrangère ou l'agriculture (Doing gender in der Wahlkampfkommunikation, Sibylle Hardmeier et Anita Klöti, 2004.)

³⁶ Conseil de l'Europe, op. cit.

³⁷ Ross, Karen. op. cit.



jeune (18-24 ans) ont estimé que ce qu'ils avaient lu sur les réseaux sociaux aurait une incidence sur leur vote »³⁸.

Aujourd'hui, selon le GMMP, les femmes constituent 26 % des personnes représentées dans les reportages d'actualité sur Internet. Mais ce qui est plus inquiétant, c'est que les plateformes en ligne sont une porte ouverte à des commentaires offensants et principalement à des discours de haine et de sexisme. Le pourcentage de femmes ayant subi des commentaires ou images offensants à caractère sexuel passe ainsi de 27,3% dans les médias traditionnels à 41,8 % sur les réseaux sociaux³⁹.

Comme l'explique Laudine Lahaye dans son analyse sur le cyber-sexisme⁴⁰, ce phénomène est renforcé par l'impression d'anonymat et l'aspect virtuel qui ne donne pas pleine mesure des conséquences des propos que l'on tient. L'éthique de la presse et des médias n'est plus de mise sur les réseaux sociaux et la modération est compliquée. L'exemple de la dernière campagne présidentielle américaine est édifiant. Hillary Clinton y a fait l'objet de centaines de messages sexistes par jour, cela allait des insultes sur son apparence aux menaces sexuelles en passant par les injonctions à retourner dans sa cuisine. En plus d'avoir un impact sur l'intégrité psychologique des candidates, ces commentaires sexistes contribuent à former l'opinion et les perceptions que les électeurs et électrices peuvent avoir des politiciennes, et donc à nouveau sur les chances pour celles-ci d'être élues.

Que faire alors ?

Face à ces constats préoccupants, il est cependant possible d'agir. Tout d'abord en informant sur ces réalités. Informer les journalistes pour qu'ils et elles aient conscience de leur influence et de l'état de la situation. Informer les citoyen-ne-s qui seront amené-e-s à voter afin qu'ils et elles affutent leur regard et prennent conscience de ce déséquilibre. Informer, enfin, les partis pour attirer leur attention sur ce phénomène dans l'optique de les encourager à rediriger plus souvent les journalistes vers les femmes de leur liste.

³⁸Name it, change it, "Where voters saw most sexist treatment of women candidates in the media",

³⁹ Inter-Parliamentary Union, op. cit.

⁴⁰ Lahaye, Laudine. « Adolescents et nouvelles technologies : un cybersexisme qui crève l'écran », analyse FPS 2017, disponible sur <http://www.femmesprevoyantes.be/wp-content/uploads/2017/06/Analyse2017-cybersexisme.pdf>



Il est également important que les journalistes diversifient leur panel. Des initiatives comme la plateforme Expertalia⁴¹ leur permettent déjà de trouver facilement des expertes femmes pour venir parler de tous types de sujets. Au niveau politique, il est également important qu'ils et elles ne choisissent pas forcément toujours la solution de facilité en appelant toujours les mêmes visages connus de tous, mais qu'ils se tournent également vers de nouvelles figures politiques (notamment féminines) qui peuvent apporter en prime une nouvelle vision des choses. Il est enfin important qu'ils et elles gardent un œil sur l'équilibre de leurs débats en termes de genre. Le nouveau règlement du CSA pour les services radiophoniques et télévisuels intègre d'ailleurs ce point en insistant sur l'importance de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la couverture des élections. « Si les éditeurs étaient jusqu'à présent tenus d'assurer une représentativité des partis dans les émissions et programmes en période électorale, y compris en matière de diversité au sens large, cette disposition intègre désormais le principe d'égalité entre les femmes et les hommes ». Malheureusement, il n'y a encore aucun indicateur clairement énoncé pour mesurer si ce principe d'égalité est bel et bien respecté. Ce serait selon nous important de l'intégrer au prochain règlement si l'on ne constate aucun changement significatif lors des prochaines élections.

La féminisation du champ politique, les quotas sur les listes et le système de la tirette (expliqué en détail dans l'analyse de Rosine Herlemont⁴²) contribuent également à améliorer la situation. Nous ne pouvons qu'encourager leur maintien et l'incitation à les faire respecter. Comme le notait l'IEFH en 2014, « la présence des femmes aux places éligibles est un bon indicateur de l'attitude des partis politiques vis-à-vis des femmes. »⁴³. En effet, plus il y aura de femmes sur les listes, dans des postes importants, plus elles auront de chance de pouvoir être correctement représentées dans les médias.

Mais à nouveau, ce n'est pas suffisant. Il faut également que les femmes puissent prendre leur place dans les médias en se sentant légitimes et en étant plus préparées à affronter les journalistes, et surtout leurs adversaires politiques masculins. La Formation Politique pour S'engager organisée par notre mouvement permet déjà, dans une démarche d'éducation permanente, de renforcer les compétences d'affirmation et de communication des femmes ainsi que leurs connaissances politiques afin d'améliorer leur confiance en elles et leur sentiment de légitimité. Le programme Expertalia cité

⁴¹ <http://expertalia.be/>

⁴² Herlemont, Rosine. « A vos postes citoyennes – Comment voter dans ma commune », Analyse FPS 2017, disponible sur <http://www.femmesprevoyantes.be/wp-content/uploads/2017/11/Analyse2017-comment-voter-dans-ma-commune.pdf>

⁴³ IGVM-IEFH, op. cit.



ci-dessus a également développé des séances de formations à l'intervention médiatique pour les expertes afin qu'elles puissent se sentir outillées... et donc plus à l'aise pour intervenir. Cette confiance et ce sentiment de légitimité se construiront également dans un cercle vertueux : plus il y aura de femmes expertes ou politiques présentées correctement dans les médias, plus d'autres femmes se sentiront à leur place en faisant de même !

Les partis ont également un rôle important à jouer en plaçant plus de femmes en tête de liste, mais aussi, comme nous l'avons déjà suggéré, en renvoyant plus souvent les journalistes vers les femmes de leurs listes. Il est également important qu'ils laissent la place aux jeunes. En effet, entre 19 et 34 ans, les candidat-e-s sont plus souvent des femmes que des hommes⁴⁴. On peut ainsi voir que le rajeunissement des personnalités politiques peut avoir un impact direct sur la représentation des femmes.

Enfin, les écoles de journalisme devraient inclure la question de l'égalité des genres dans leur cursus. La formation et les habitudes prises au début de la carrière professionnelle des journalistes aura un impact sur la suite de celle-ci, mais également sur le monde journalistique dans son ensemble. Il est temps d'instaurer de bonnes pratiques et les jeunes journalistes sont probablement les mieux placés pour faire changer les choses.

⁴⁴ LEVANT, Bertrand, GHARIB, Amina et HANOT, Muriel. Op. cit.



Bibliographie

AJP, « Etude de la diversité et de l'égalité dans la presse quotidienne belge francophone », Mai 2015, disponible sur <http://www.ajp.be/telechargements/diversite/diversite2015.pdf>

BRABANT, François. « Sophie Heine, politologue "Les femmes restent perçues comme des objets, et non comme des sujets" », Imagine Demain le Monde, (date non précisée), consulté le 3 juillet 2018 sur <http://www.imagine-magazine.com/lire/spip.php?article2408>

CONSEIL DE L'EUROPE, « Etude Pour Une Meilleure Prise En Compte De l'égalité Des Genres Dans La Couverture Mediatique Des Elections », 2017, disponible sur <https://rm.coe.int/etude-pour-une-meilleure-prise-en-compte-de-l-egalite-de-genres-dans-l/168077c1db>

GMMP et AJP, « Quel genre d'info ? – Rapport final GMMP 2015 », Fédération Wallonie-Bruxelles, 2015, disponible sur http://www.egalite.cfwb.be/index.php?eID=tx_nawsecuredl&u=0&g=0&hash=193ee5724d109a10e02511cdca7d7bfb7d156adc&file=fileadmin/sites/sdec_III/upload/sdec_III_super_editor/sdec_III_editor/documents/Publications/GMMP2015etude_cover.pdf

HERLEMONT, Rosine. « A vos postes citoyennes – Comment voter dans ma commune », Analyse FPS 2017, disponible sur <http://www.femmesprevoyantes.be/wp-content/uploads/2017/11/Analyse2017-comment-voter-dans-ma-commune.pdf>

Inter-Parliamentary Union, « Sexism, Harassment and violence against women parliamentarians », October 2016, disponible sur <https://www.ipu.org/resources/publications/reports/2016-10/sexism-harassment-and-violence-against-women-parliamentarians>

IGVM-IEFH, « La représentation politique des femmes à l'issue des élections Du 25 mai 2014 », 2015, disponible sur <https://igvm-iefh.belgium.be/sites/default/files/downloads/82%20%20Analyse%20%C3%A9lections%202014%20FR.pdf>

LAHAYE, Laudine. « Adolescents et nouvelles technologies : un cybersexisme qui crève l'écran », analyse FPS 2017, disponible sur <http://www.femmesprevoyantes.be/wp-content/uploads/2017/06/Analyse2017-cybersexisme.pdf>

LEVANT, Bertrand, GHARIB, Amina et HANOT, Muriel. « La représentation des femmes dans les débats pré-électorales télévisés belges francophones », CSA, Septembre 2015, disponible sur http://www.csa.be/system/documents_files/2575/original/femmes_elections_2014_final.pdf?1452849658

LUTHEREAU, Alexandra (2015), « Médias et politiques vont mâles », Respectmag, consulté le 12 juillet 2018 sur <https://respectmag.com/dossiers/inegalites-homme-femme/2015/08/25/medias-et-politique-vont-males-673/>



MULLENS, Robert. « Inégalités d'accès aux médias publics en Belgique francophone », observatoire des inégalités.be, 19 février 2015, consulté le 09 juillet 2018 sur <http://inegalites.be/inegalites-d-acces-aux-medias?lang=fr>

Name it, change it, “Where voters saw most sexist treatment of women candidates in the media”, 2016, consulté le 12 juillet sur <http://www.nameitchangeit.org/blog/entry/voters-say-social-media-most-sexist-in-treatment-of-women-candidates>

O'BRIEN Anne. “It's a Man's World: A Qualitative Study of the (Non) Mediation of Women and Politics on Prime Time During the 2011 General Election”, Irish Political Studies, Vol. 219, 2014 - <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07907184.2014.922960>

ROSS, Karen. “Gender, Politics, News: A Game of Three Sides”, Wiley Blackwell, Oxford, 2017.

SAFUTA, Anna. « A vos postes citoyennes : pas de démocratie sans parité ». Analyse FPS. 2017 disponible sur <http://www.femmesprevoyantes.be/2017/11/23/analyse-2017-a-vos-postes-citoyennes-pas-de-democratie-sans-parite/>

TREMBLAY, Manon. « Femmes politiques et médias : éléments de réflexion ». Recherches Féministes, 13(2), 131–136. Disponible sur <https://www.erudit.org/fr/revues/rf/2000-v13-n2-rf1662/058101ar.pdf>

VORONOVA, Liudmila. « “Send pretty girls to the white house”- the role of gender in journalists-politicians' interactions», ESSACHESS. Journal for Communication Studies, vol. 7, no. 2(14) / 2014: p.p.145-172

QUI SOMMES-NOUS ?

Nous sommes un mouvement féministe de gauche, laïque et progressiste, actif dans le domaine de la santé et de la citoyenneté. Regroupant 9 régionales et plus de 200 comités locaux, nous organisons de nombreuses activités d'éducation permanente sur l'ensemble du territoire de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

En tant que mouvement de pression et de revendications politiques, nous menons des actions et militons pour les droits des femmes : émancipation, égalité des sexes, évolution des mentalités, nouveaux rapports sociaux, parité, etc.

Nous faisons partie du réseau associatif de Solidaris. En tant que mouvement mutualiste, nous menons des actions et militons contre les inégalités de santé.

Toutes nos analyses et nos études sont disponibles sur notre site :

www.femmesprevoyantes.be



Avec le soutien de :

