

QUI

FIGURE DANS LES
NOUVELLES?



Belgique (francophone)

Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) 2015

Rapport national



GMMP
Projet Mondial de
Monitoring des Médias
WACC

Remerciements



Le projet mondial de monitoring des médias (GMMP) 2015 est placé sous licence Creative Commons (Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification).

Le projet GMMP 2015 est coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), une ONG internationale qui encourage la communication pour favoriser le progrès social, en collaboration avec Media Monitoring Africa (MMA), une organisation basée en Afrique du Sud chargée de l'analyse des données.

Les données du GMMP 2015 ont été recueillies grâce aux efforts bénévoles et collectifs de centaines d'organisations regroupant notamment des militants pour la parité dans les médias, des groupes de citoyens, des professeurs et des étudiants en communication, des professionnels des médias, des associations de journalistes, des réseaux de médias alternatifs et des groupes paroissiaux.

L'Association des journalistes professionnels remercie l'équipe ayant collaboré à la réalisation de ce rapport :

- Amandine DEGAND (Association des Journalistes Professionnels)
- Laurence MUNDSCHAU (Université Catholique de Louvain)
- Olivier STANDAERT (Université Catholique de Louvain)
- Vinciane VOTRON (Université Catholique de Louvain)
- Lara VAN DIEVOET (Université Catholique de Louvain)
- Sarah SEPULCHRE (Observatoire du récit médiatique)
- Muriel HANOT (Conseil Supérieur des l'Audiovisuel)
- Sabri DERINÖZ (Conseil Supérieur des l'Audiovisuel)
- Sophie PEREIRA (Université Libre de Bruxelles)
- Claudine LIENARD (Université des femmes)
- Soumia KHARBOUCH (Université des femmes)
- Aurore VAN OPSTAEL (Université des femmes)
- David DOMINGO (Université Libre de Bruxelles)
- Florence LE CAM (Université Libre de Bruxelles)
- Valérie LOOTVOET (Université Libre de Bruxelles)
- Martin GILLARD (Université Libre de Bruxelles)
- Cédric TANT (Université Libre de Bruxelles)

L'Association des journalistes professionnels (Martine SIMONIS – Secrétaire général, Halima EL HADDADI – Coordinatrice diversité) coordonne le *GMMP* en Fédération Wallonie-Bruxelles, soutenue par la Direction de l'égalité des chances de la Fédération Wallonie-Bruxelles.



Pas d'utilisation commerciale. Vous n'avez pas le droit d'utiliser cette création à des fins commerciales.

Pas de modification. Vous n'avez pas le droit de modifier, de transformer ou d'adapter cette création.

À chaque réutilisation ou distribution de cette création, vous devez faire apparaître clairement au public les conditions contractuelles de sa mise à disposition.

Rien dans ce contrat ne diminue le droit moral de l'auteur ou des auteurs.



Avec le soutien de:

Préface

Contexte international

- Le 25 mars 2015 fut une journée de travail ordinaire pour le personnel des salles de presse à travers le monde. Par contre, ce fut une date très particulière pour les groupes qui sont réunis dans plus de 100 pays pour participer au projet de monitoring de leurs médias nationaux. Après des mois de planification, de préparation et de formation, le quatrième Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) a pu voir le jour grâce à eux.
- Le GMMP est le plus vaste et le plus long projet de recherche international existant sur le thème de la parité des sexes dans les médias. Il a démarré en 1995, lorsque des bénévoles issus de 71 pays ont décidé d'évaluer la présence des femmes à la radio, à la télévision et dans la presse de leur pays respectif. Les recherches ont démontré que 17 % seulement des sujets présentés dans l'actualité (personnes interviewés ou dont parlent les nouvelles) étaient des femmes et que la parité des sexes était loin d'être acquise dans la plupart des régions du monde. Les nouvelles [sont] plus souvent présentées par les femmes mais [parlent] encore rarement d'elles.¹
- En 2000, soixante-dix pays ont participé au deuxième GMMP. Cette deuxième édition du GMMP et les suivantes ont été coordonnées par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC). Les recherches ont démontré que la situation était assez similaire: 18 % seulement des sujets représentés étaient des femmes, un changement non significatif sur le plan statistique sur une période de 5 ans.²
- En 2005, soixante-seize pays ont participé au troisième GMMP. On a constaté une progression évidente de la présence des femmes au sein de l'actualité: 21 % des sujets présentés étaient des femmes.³ Cette augmentation de 3 % en cinq ans est significative sur le plan statistique. Cependant, ce GMMP a essentiellement mis en évidence le fait que les femmes continuaient d'être quasi-invisibles dans l'actualité. Très peu de reportages (un peu moins de 10 %) portaient spécifiquement sur les femmes. Les femmes étaient rarement au centre des reportages qui composaient l'essentiel de l'actualité. Dans les principaux thèmes de l'actualité, il y avait davantage d'hommes que de femmes qui étaient mis en vedette. Les experts sollicités pour donner leur opinion étaient essentiellement des hommes avec seulement 17 % de femmes apparaissant dans les reportages pour donner leur avis. Les femmes étaient sous-représentées dans les catégories professionnelles apparaissant dans l'actualité. D'après le troisième GMMP, le sexe du journaliste influencerait sur la présence ou non des femmes dans l'actualité: il y avait davantage de femmes dans les reportages présentés par des journalistes de sexe féminin (25 %) que dans les reportages de leurs collègues de sexe masculin (20 %).
- Le quatrième GMMP en 2010 a attiré la participation de 108 pays. Des progrès dans la présence des femmes dans les médias étaient évidents.⁴ Les femmes représentaient 24 % des personnes

¹ *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news*. National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

² Spears, George et Kasia Seydegart, Erin Research. Complété par l'analyse de Margaret Gallagher. *Qui figure dans les nouvelles? Projet mondial de monitoring des médias, 2000*

³ Gallagher, Margaret. *Qui figure dans les nouvelles? Projet mondial de monitoring des médias, 2005*. Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC).

⁴ Macharia, Sarah, Dermot O'Connor et Lilian Ndangam, *Qui figure dans les nouvelles? Projet mondial de monitoring des médias, 2010*. Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC).

dans les nouvelles. Bien que cette augmentation de 3% au cours des cinq années précédentes était statistiquement significative, les résultats accablants montraient l'invisibilité continue des femmes dans les nouvelles. Seulement 13% des reportages – portaient spécifiquement sur les femmes. Les femmes étaient rarement centrales dans les reportages qui constituaient la majeure partie des nouvelles telles que la politique, le gouvernement et l'économie. Les femmes étaient dépassées en nombre par les hommes comme sujets de l'actualité dans tous les thèmes principaux de nouvelles. 44 % des personnes fournissant l'opinion populaire dans les nouvelles étaient des femmes – une augmentation de 10 % depuis 2005. Comme sujets de l'actualité, les femmes étaient sous-représentées dans les catégories professionnelles. Le quatrième GMMP a conclu que le sexe du journaliste avait un impact si oui ou non les femmes figuraient dans les nouvelles: il y avait plus de femmes sujets dans les nouvelles dans les reportages rapportés par des journalistes femmes (28%) que dans les reportages rapportés par des journalistes hommes (22 %). Dans un pilote de surveillance de nouvelles en ligne, 76 sites Web de nouvelles dans 16 pays et 8 sites Web de nouvelles internationales avaient été également surveillés dans le cadre du GMMP en 2010. Les résultats ont montré que seulement 23 % des sujets des nouvelles étaient des femmes – ce qui a indiqué que l'invisibilité des femmes dans les médias traditionnels se reflétait dans les nouvelles présentées en ligne.

- Le premier GMMP et, comme nous le verrons, le cinquième GMMP révèle que le monde rapporté dans les nouvelles est principalement masculin. Vingt ans après le premier GMMP, les défis du sexisme des médias, des stéréotypes et préjugés sexistes s'avèrent comme étant insolubles dans le temps, l'espace et les plateformes de distribution de contenu. Par ailleurs, il existe quelques exemples de succès envers des médias justes et équitables entre les sexes.

Contexte national : le GMMP en Belgique

Pour la plupart des gens à travers le monde, les médias d'information occupent une place prépondérante et sont la principale source d'information, d'idées et d'opinions. Ce sont des éléments essentiels de l'espace public et privé dans lequel les citoyens, les nations et les sociétés évoluent. Une nation ou une société qui ne se connaît pas complètement ne peut pas répondre aux aspirations de ses citoyens.

Le contenu et les sujets apparaissant dans l'actualité et la façon dont les gens et les événements sont présentés ont une grande importance. Ce qui n'est pas montré ou relaté est également très révélateur. Dans le monde entier, les médias renforcent les fondements culturels qui entraînent l'inégalité des sexes et la discrimination à l'encontre des femmes.

À partir de 2010 : un investissement du côté francophone

Avant 2010, les seuls résultats qui existaient pour la Belgique étaient relatifs aux médias néerlandophones et étaient collectés par l'Université de Gand. En 2010, et pour la première fois, l'enquête a été réalisée en Fédération Wallonie-Bruxelles. L'Association des journalistes professionnels (AJP) a pris l'initiative de réunir un groupe de travail avec des membres issus de divers organismes et intéressés par les questions de genre et de médias.

En 2010 : petit rappel

De façon générale, les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles sous-représentent les femmes :

≥ 28% des personnes y étant interrogées, vues ou lues sont des femmes. C'est peu, même si c'est 5% de plus que la moyenne néerlandophone et 4% de plus que la moyenne mondiale 2010, et 11% de plus que la moyenne mondiale de 1995.

La plupart des constats posés pour la Belgique francophone s'inscrivent dans les tendances mondiales observées :

≥ Dans les médias analysés en FW-B, 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%).

≥ En Belgique francophone comme dans le monde, les femmes sont rarement présentes dans l'actualité en tant que « personne faisant autorité en la matière ». On les cantonne au rôle vox populi (de 57 à 70%), quand les hommes sont porte-paroles (82%) ou experts (73%).

≥ Dans les médias étudiés en Communauté française de Belgique, les femmes ont deux fois plus de « chance » 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, mère. Cette pratique n'a cours que pour 8% des hommes.

Les médias belges francophones sont largement en deçà de leurs confrères du monde dans la proportion d'informations transmises par les femmes journalistes :

≥ 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%).

En 2015 : la seconde édition belge en Fédération Wallonie-Bruxelles

Lors de la réalisation du GMMP 2010, 108 pays avaient collaboré. Pour l'édition 2015, ce sont 124 pays qui se sont investis dans ce projet mondial. Le groupe de travail en Fédération Wallonie-Bruxelles s'est également enrichie en collaborateurs : de 12 membres, le comité est passé à 19 membres actifs qui se sont investis dans les différentes analyses. Ils proviennent de divers organismes :

- l'Association des journalistes professionnels (AJP),
- le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA),
- l'Observatoire du récit médiatique de l'Université de Louvain (ORM),
- l'Université des femmes (UF),
- l'Université libre de Bruxelles (ULB).

Résumé des principaux résultats

L'analyse repose sur 211 items au total monitorés le 25 mars 2015. Il s'agit d'une journée d'informations quelque peu atypique au vu de l'évènement exceptionnel que constitue le crash d'un avion A320 de la compagnie Germanwings dans les Alpes françaises.

Le corpus compte des données issues de la télévision, de la radio, de la presse, et des médias en ligne (Internet et Twitter).

En quelques ligne : les grandes tendances...

Les médias traditionnels :

- Les femmes représentent **21% des personnes identifiées** dans les médias belges francophones. C'est moins qu'en 2010 où les femmes étaient 28%. La moyenne pour l'ensemble de la Belgique est stable : **24% en 2015**, contre 25% en 2010.

Au niveau de la Belgique francophone **c'est la télévision qui médiatise le plus les femmes**, et la presse qui arrivent dernière avec seulement 16% de femmes présentes dans l'information.
- Le rôle de « **porte-parole** » est principalement occupé par des hommes. Par rapport au *GMMP 2010*, les femmes sont encore moins nombreuses à occuper ce rôle médiatique : 19%, contre 25% en 2010. Le rôle d'« **expert** » présente la plus grande baisse : on y passe de 26% à 9% de femmes.
- C'est dans l'**information locale** qui donne le plus de visibilité aux intervenantes de sexe féminin (38% de femmes, contre 62% d'hommes).
- Les **femmes journalistes** sont 42% en Belgique francophone. On passe, pour l'ensemble de la Belgique, de 29% (2010) à 39% (2015). Les chiffres collent à la réalité car la part de femmes journalistes professionnelles est passée de 30% (2010) à 33% (2015).
- Elles traitent surtout les sujets en lien avec « le sociale et le droit » (57%).
- Les journalistes de sexe féminin médiatisent plus souvent des sources de sexe féminin (24%) dans l'actualité que les journalistes de sexe masculin (20%).

Les médias en ligne :

- Du côté francophone, il y a 20% de femmes dans les médias en ligne (Internet et Twitter). Ce résultat francophone colle à la moyenne des résultats récoltés sur les autres supports d'informations (télévision, radio, presse écrite). La moyenne pour l'ensemble de la Belgique est de 22% de femmes et 88% d'hommes.

1. Le corpus de recherche

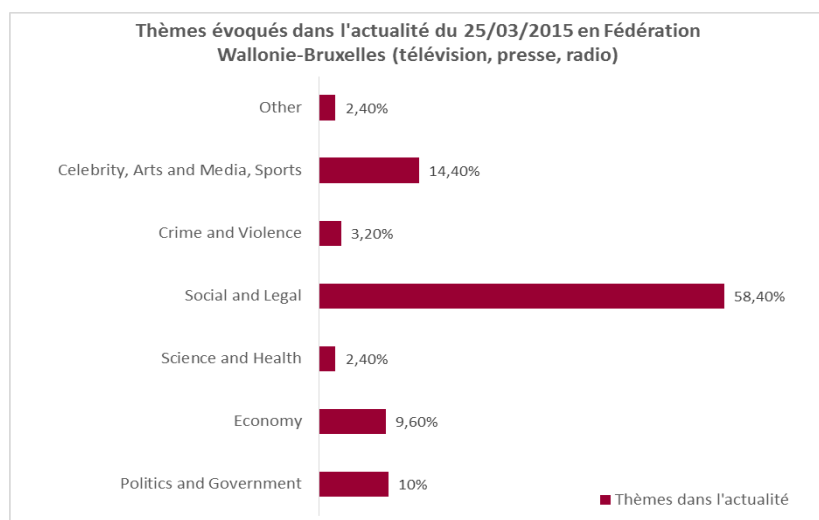
1.1 Un jour « témoin » : le 25 mars 2015

Le jour « témoin » de monitoring est identique pour tous les pays participants, en l'occurrence le mercredi 25 mars 2015. La lecture des résultats doit prendre en compte les divers éléments d'actualité ainsi que le contexte médiatique propre à la Belgique (francophone) ce jour-là.

Une information a particulièrement dominé l'actualité lors de l'analyse : le crash d'un avion qui a eu lieu en France. Un très grand nombre d'articles et de reportages étaient liés à cet événement (recherche des boîtes noires, présence des chefs d'État sur les lieux de l'accident, hommages, etc.). Cela a laissé peu place au reste de l'actualité dans tous les médias pour la date du 25 mars 2015 en Belgique francophone.

L'actualité des médias généralistes (*RTL TVI*, *La Première* et *Radio contact*) a été dominée par le crash de l'airbus et, en deuxième plan, la polémique de Bart de Wever (ministre nv-a) suite à ses propos concernant les personnes berbères. L'actualité des médias locaux (*Télésambre*) n'était pas affectée par le crash. On y trouve en exergue le premier discours sur l'état de la Wallonie du ministre-président du gouvernement wallon.

Les thèmes les plus évoqués le 25 mars 2015 composant le corpus d'analyse concernent majoritairement « le social et le droit » (58,40%) et, dans une moindre mesure, « les célébrités, les médias et le sport » (14,40%), la « politique » (10%) ou encore l'« économie » (9,60%).



1.2 Un échantillon belge francophone de 211 items

L'échantillon belge francophone est composé au total de 211 items répartis comme il suit : 125 pour la télévision la radio et la presse, 86 pour Internet et Twitter.

Par support, le nombre de médias à coder dépend du nombre de médias diffusé par l'ensemble de la Belgique, tant francophone que néerlandophone.

Pour la télévision

Pour la télévision, selon un tableau prédéterminé par le GMMP, la Belgique est classée « type 3 » (sur une échelle de 5), elle doit donc analyser de 3 à 5 chaînes télévisées.

Nous avons choisi 3 catégories de chaînes afin de travailler de la manière la plus diversifiée et la plus complète possible : une télévision **publique** (RTBF), une télévision **privée** (RTL TVI) et une télévision **locale** (Télesambre). Nos collègues néerlandophones analyse de leur côté deux télévisions.

Au total, ce sont donc **5 chaînes de télévision** qui ont été analysées pour la Belgique.

Pour la radio

Pour la radio, la Belgique est également classée « type 3 » (sur une échelle de 5), elle doit donc analyser de 3 à 5 stations.

Nous avons également opté pour 3 stations de radio : un média public (*La Première*) et un média privé (*Bel RTL*). La troisième station est une radio visant un publique jeune (*Radio Contact*). *Fun Radio* a été « abandonnée » car nous avons constaté en 2010 que l'information exploitable était très pauvre. Elle a donc été remplacée par *Radio Contact*. Du côté néerlandophone, 2 stations de radio ont été analysées.

5 stations de radio au total ont été analysées pour la Belgique.

Pour la presse

En presse, la Belgique est classée « type 5 » (sur une échelle de 0 à 6), elle doit donc analyser de 7 à 10 titres. Le choix s'est porté, comme en 2010 sur *Le Soir*, *La Dernière Heure* (DH) et *L'Avenir Namur* (issus de groupes de presse différents). Du côté néerlandophone, 4 titres de presse ont été analysés.

Ce sont **7 titres de presse** qui ont été analysés au total pour la Belgique.

De manière générale, pour la télévision, la radio et la presse, il a été décidé de d'analyser les mêmes médias que lors du GMMP 2010 (à l'exception de l'un des médias radio) afin de permettre de faire des parallèles entre les chiffres de 2010 et ceux de 2015.

Pour Internet et Twitter

Cette année, il a été possible d'ajouter Twitter et les sites web d'information à la liste des supports médiatiques analysés. Cela n'avait pas été possible en 2010 en raison d'un manque de temps, de ressources humaines et d'outils techniques.

Pour Internet, la Belgique est classée « type 2 » (sur une échelle de 0 à 6), elle doit donc analyser de 2 à 4 sites web d'information. Nous avons opté pour *7sur7.be* en raison de son caractère « pure player », et *levif.be*. Tous deux respectent les impératifs d'audience et de contenu pour le codage. Nos collègues néerlandophones ont également analysé 2 sites web. Au total, **4 sites web d'information** ont été analysés.

Enfin, pour le choix des fils d'actualités Twitter à monitorer, nous avons opté pour *RTBFinfo*, *LeSoir*, *SudPresse* et *TéléBruxelles*. Ces quatre compte Twitter possèdent une grande communauté de

followers et publient régulièrement du contenu. Nos collègues néerlandophones ont analysé 3 fils d'actualités Twitter. Au total, **7 comptes Twitter** ont été analysés.

La composition du corpus belge s'est faite de la manière suivante :

Composition du corpus belge francophone (tableau)

Support	Français			Néerlandais
Télévision	1. RTBF (1 ^{ère} chaîne publique francophone) : 1 JT	19h30	16 sujets	1. Eén
	2. RTL TVI (chaîne privée francophone) : 1 JT	19h00	23 sujets	2. VTM
	3. Télésambre (chaîne locale) : 1 JT	18h00	11 sujets	
Radios	1. La Première (station de radio publique RTBF) : 1 JP	8h	11 sujets	1. Q music 2. Radio 1
	2. Bel RTL (station de radio privée RTL) : 1 JT	8h	18 sujets	
	3. Radio Contact (radio « jeune » musicale)	7h	4 sujets	
Presse	1. Le Soir (quotidien francophone de référence)		18 sujets	1. de Morgen 2. De Standaard 3. Het Laatste Nieuws 4. ?
	2. La Dernière Heure (DH) (quotidienne francophone populaire)		12 sujets	
	3. L'Avenir Namur (quotidien régional)		12 sujets	
	Les trois titres appartiennent à des groupes de presse différents.			
Internet	1. 7sur7.be		15 sujets	1. deredactie.be (VRT) 2. hln.be
	2. levif.be		14 sujets	
Twitter	1. RTBFinfo		16 sujets	1. Le plus commenté du jour 2. Idem 3. Idem
	2. LeSoir		16 sujets	
	3. SudPresse		11 sujets	
	4. TéléBruxelles		14 sujets	

Pour son édition 2015, le GMMP en Fédération Wallonie-Bruxelles a pu compter sur l'expertise d'un large groupe de chercheurs et de collaborateurs. Au total, dix-neuf personnes portent le projet *GMMP* en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Le groupe de recherche est composé à la fois de spécialistes des médias et de chercheurs et chercheuses aux profils différents possédant une réelle connaissance du secteur médiatique.

3. Présentation de l'équipe de recherche et d'accompagnement

- ❖ **Martine SIMONIS** est juriste de formation. Elle est secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels (AJP) et secrétaire nationale de l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB) depuis 1992. Elle a été membre du *Gender Council* de la Fédération internationale des journalistes (FIJ).
- ❖ **Halima EL HADDADI** est *coordinatrice diversité* pour l'Association des journalistes professionnels (AJP) depuis 2014. Elle a réalisé une étude sur la diversité dans la presse quotidienne belge francophone, ainsi qu'une étude sur l'image et la représentation des jeunes dans la presse. Auparavant, elle a réalisé ces mêmes études pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) belge. Elle coordonne actuellement le GMMP 2015 pour la Belgique francophone, ainsi que le reste des projets de l'AJP liés à la diversité dans la presse.
- ❖ **Amandine DEGAND** est enseignante en journalisme à l'IHECS depuis 2014. Elle y exerce notamment la fonction de rédactrice en chef adjointe du *bxl bondyblog*. Au sein de l'AJP, elle a mis sur pied et géré le projet *AJPro*, formations permanentes en journalisme. De 2008 à 2012, Amandine Degand a travaillé comme chercheuse au sein de l'Observatoire de recherche sur le journalisme et les médias (UCL) où elle a réalisé sa thèse sur le journalisme en ligne en Belgique francophone. Historienne de l'art et journaliste de formation, elle a également travaillé dans la presse locale, culturelle et web.
- ❖ **Laurence MUNDSCHAU** enseigne la communication à l'UCL à Mons et à la haute école ISFSC à Bruxelles. Licenciée en philologie romane et docteure en sciences sociales (information et communication), elle est également directrice administrative de l'Institut Langage et Communication à l'UCL. Sa formation et son expérience d'ex-journaliste de presse écrite continuent à servir ses activités d'enseignement et de gestion de la recherche.
- ❖ **Olivier STANDAERT** a étudié l'histoire et le journalisme à l'UCL. Docteur en Information et communication à l'Observatoire de recherches sur les médias et le journalisme (ORM-UCL), il a combiné le métier de journaliste et celui d'assistant/docteur à l'Ecole de journalisme de Louvain (EJL).
- ❖ **Vinciane VOTRON** est assistante à l'EJL (Ecole de Journalisme de Louvain), à l'UCL, où elle encadre les cours pratiques de journalisme télévisé. Elle réalise également une thèse de doctorat qui porte sur les émissions radio interactives. Enfin, elle est journaliste pour une chaîne régionale belge. Je suis aussi historienne de formation et le sujet de mon mémoire portait sur l'image de la femme dans les caricatures politiques.
- ❖ **Lara VAN DIEVOET** est doctorante à l'Ecole de Communication de l'UCL. Elle mène une recherche sur le passage de journalistes en politique. Sa recherche porte notamment sur des questions de déontologie et la notion d'identité journalistique. Elle est également assistante à l'Ecole de journalisme de Louvain (EJL) et donne des séances de travaux pratiques. Journaliste freelance, Lara van Dievoet collabore régulièrement avec le magazine économique Trends-Tendances.

- ❖ **Sarah SEPULCHRE** est docteure en sciences sociales (information et communication) et professeure au département de Communication de l'UCL. Ses recherches portent principalement sur la télévision et les récits de fiction. Sa thèse portait sur la construction des personnages sériels.
- ❖ **Muriel HANOT** est directrice des études et des recherches au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) où elle a la charge des études relatives à l'évolution culturelle, sociologique, économique et technologique des questions de production, de programmation et de consommation audiovisuelles. Elle a notamment coordonné le « Plan égalité et diversité dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles ». Elle a auparavant travaillé comme chercheuse FNRS au Département de communication de l'UCL, dans le domaine de l'histoire, de la réception, des usages et des appropriations de la télévision. Muriel Hanot est également chargée de cours invitée à l'UCLMons où elle dispense le cours de Structures socio-économiques des médias.
- ❖ **Sabri DERINÖZ** exerce, actuellement, une fonction de conseiller auprès du Conseil supérieur de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Il traite notamment des questions de discriminations dans les médias audiovisuels. Il a participé à la production de différentes études : diversité à la télévision, personnes LGBT, etc. au sein de l'audiovisuel belge francophone. Auparavant, il a été en charge de la première étude de la diversité et de l'égalité portant sur la presse écrite belge francophone au sein de l'AJP. Il y a également contribué à une étude sur la diversité au sein des effectifs journalistiques.
- ❖ **Sophie PEREIRA** est historienne de formation (ULB) et travaille comme chargée de projets à l'Université des Femmes depuis 2006. Elle y assure entre autres la coordination du périodique Chronique féministe, et, plus occasionnellement, elle y anime des formations relatives aux stéréotypes de genre. Ses thèmes de recherche et de publication privilégiés sont relatifs aux droits sexuels et reproductifs des femmes.
- ❖ **Claudine LIENARD** est titulaire d'un master en politique économique et sociale (FOPES – UCL) et diplômée en architecture paysagiste. Animatrice, formatrice (enfants, adultes), elle travaille comme chercheuse et coordinatrice de projets à l'association Université des Femmes. Elle s'intéresse particulièrement à l'éducation non sexiste, à l'éco-féminisme, aux questions de genre et citoyenneté, à la mobilité dont l'accès des femmes aux espaces publics.
- ❖ **Soumia KHARBOUCH** est membre du comité scientifique de l'Université des Femmes. Formée en psychologie et en psychopédagogie, elle est actuellement enseignante et doctorante en sciences psychologiques et de l'éducation. Militante dans le domaine associatif, Soumia Kharbouch est particulièrement sensible à la question du genre en éducation et en milieux scolaires.
- ❖ **Aurore VAN OPSTAEL**
- ❖ **David DOMINGO** est actuellement professeur à l'Université Libre de Bruxelles (ULB). Il a auparavant travaillé à l'Universitat Rovira i Virgili (Tarragona), à l'Université de l'Iowa et à l'Université de Tampere. Il a travaillé sur le développement du journalisme en ligne, la convergence et la participation active des utilisateurs en ligne dans la production de nouvelles. David Domingo a également coordonné un ouvrage sur l'évolution du journalisme internet.
- ❖ **Florence LE CAM** dispense les cours de socio-économie des médias et de théorie de l'information journalistique à l'ULB. Elle est également responsable des stages et du cours de Pratiques du journalisme imprimé et en ligne. Après une formation en école de journalisme à Paris, elle travaille pour le journal Ouest-France. Elle part ensuite au Québec où elle réalise un Master en

communication publique et un mémoire sur le journalisme en ligne. Elle a travaillé pendant cinq ans comme enseignante-chercheuse en journalisme à l'Université de Rennes 1 avant d'arriver à l'ULB.

- ❖ **Valérie LOOTVOET** est licenciée en journalisme et communication de l'Université libre de Bruxelles et titulaire d'un DEA interuniversitaire en sociologie (ULB/UCL/Saint-Louis). Depuis 2008, elle est directrice de l'Université des femmes, association qui a pour objectif de développer et de diffuser la recherche féministe. Auparavant, elle a été responsable de la cellule « Égalité des chances » au cabinet de la ministre de l'Égalité des chances (2008) et attachée au bureau d'étude de Vie Féminine (2002-2008). Elle a également travaillé comme journaliste et attachée de presse.
- ❖ **Martin GILLARD** est étudiant en seconde année de Master en Information et Communication à finalité recherche, à l'Université Libre de Bruxelles (ULB).
- ❖ **Cédric TANT** est titulaire d'une maîtrise en journalisme de l'Université libre de Bruxelles obtenue en 2013. Accès aux sources, traitement et couverture médiatiques des catastrophes ont enrichi ses recherches lors des années d'études passées à l'ULB. Depuis 2015, Cédric Tant est assistant-chercheur au sein du département d'Information et Communication (ReSIC) de l'université. Ses domaines de recherche sont le journalisme international, l'accès aux sources ou encore l'identité des journalistes détenteurs de la carte de presse en Belgique.

Par ailleurs, le groupe de recherche est en contact régulier avec Sofie Van Bauwel, professeure au département Communication Studies de l'Université de Gand et qui coordonne la recherche pour la partie néerlandophone du pays.

L'Association des journalistes professionnels (AJP), qui publie cette brochure, a reçu le soutien de la Direction de l'égalité des chances de la Fédération Wallonie-Bruxelles pour la réalisation et la diffusion des résultats du GMMP 2015.

1. Résultats en Fédération Wallonie-Bruxelles

Comme lors du précédent *GMMP*, l'analyse est développée selon les mêmes axes. Le premier axe qui vise à déterminer qui figure dans les nouvelles (présence hommes-femmes, rôles, etc.). Le second axe s'intéresse aux présentateurs et journalistes qui rédigent et transmettent les nouvelles. Le troisième axe développe la dimension « sexospécifiques » des nouvelles, c'est-à-dire qui centrées sur la question du genre ou sur les femmes.

Pour cette édition 2015, un quatrième axe vient enrichir l'analyse en permettant de dégager les tendances du genre dans les nouvelles sur Internet et Twitter. Il ne sera cependant pas possible d'établir de comparatif avec des données antérieures étant donné que c'est la première fois que ces supports sont analysés.

1.1 Qui figure dans les nouvelles ?

Au total, **21% des personnes identifiées** (interrogées, entendues, vues ou lues) dans les médias belges francophones sont des femmes. Cela représente une régression par rapport aux chiffres de 2010 où les femmes étaient 28% dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les résultats pour la partie francophone du pays étaient alors supérieurs à la moyenne belge et à la moyenne mondiale.

Pourcentage général de femmes médiatisées dans les médias

Femmes médiatisées	GMMP Belgique 2015			GMMP Belgique 2010			GMMP Monde 2010	GMMP Monde 2005	GMMP Monde 2000	GMMP Monde 95
	Total	FR	NL	Total	FR	NL				
	24%	21%	27%	25%	28%	23%	24%	21%	18%	17%
Presse écrite	25%	16%	34%	23%	25%	23%				
Radio	25%	24%	27%	23%	22%	24%				
TV	23%	27%	20%	29%	34%	24%				

La moyenne pour l'ensemble de la Belgique reste relativement stable : **24% en 2015**, contre 25% en 2010. C'est en partie grâce à la progression enregistrée dans les médias néerlandophones (on y passe de 23% de femmes en 2010 à 27% en 2015). Ces chiffres restent tout de même loin de la réalité de la société belge où les femmes représentent plus de la moitié de la population, à savoir 51%⁵.

En découpant les résultats par catégorie de support médiatique, on constate qu'au niveau de la Belgique francophone **c'est la télévision qui médiatise le plus les femmes** (27%, contre 34% en 2010). En 2010, la radio était le support qui médiatisait le moins les personnes de sexe féminin (22%, contre 24% en 2015). En 2015, c'est la presse qui arrive dernière avec seulement 16% de femmes présentes dans l'information.

Du côté néerlandophone, en revanche, c'est dans la **presse écrite** que les femmes sont les plus présentes : 34% en 2015, contre 23% en 2010. Elles sont 27% en radio et seulement 20% en télévision.

⁵ Pourcentages calculés à partir des chiffres de population de l'INS (Institut National de Statistique) pour 2014 : <http://statbel.fgov.be/fr/statistiques/chiffres/population/structure/agesexe/popbel>.

Globalement, pour l'ensemble de la Belgique, **ce n'est plus la télévision qui est le support qui médiatise le plus les femmes**. Il s'agit d'abord de la presse écrite (25%) et de la radio (25%). La télévision est, quant à elle, en dessous de la moyenne nationale de 24% (23%).

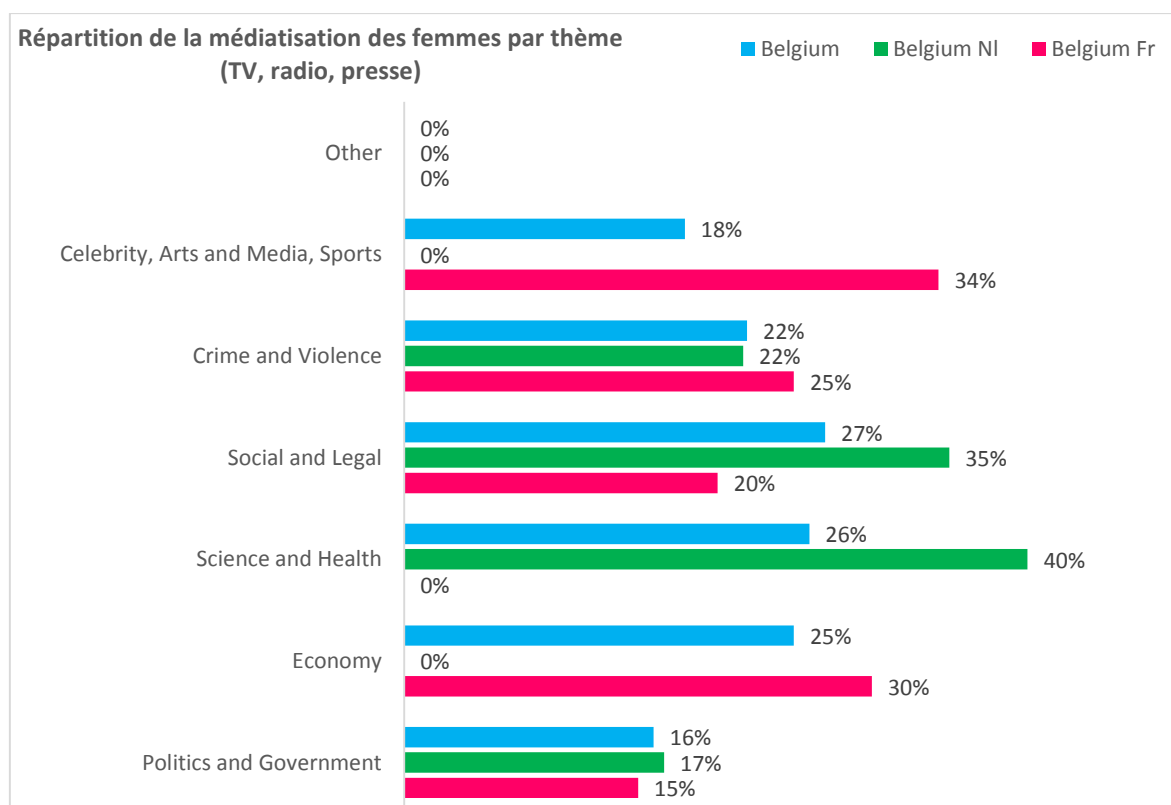
Répartition de la médiatisation des femmes par thème

Les thèmes où les femmes sont les plus présentes, dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, sont les médias (34%), l'économie (30%) et les faits divers (25%). Au niveau francophone, on note l'absence des femmes dans l'information de type santé.

Si elles sont peu présentes dans la thématique politique (15%), les femmes sont en revanche plus présentes dans l'autre catégorie de *hard news* qu'est l'économie.

Les *soft news* (culturelles et sportives) accordent également une plus grande place aux femmes (34%) par rapport à 2010 (15%).

Au niveau néerlandophone, c'est dans les thématiques de santé (40%) et sociales (35%) que les femmes sont les plus présentes. Elles sont en revanche très peu médiatisées dans les *hards news* (17% dans la thématique politique et 0% dans la thématique économique). Les femmes sont également absentes de l'information à caractère culturel.



La place et la représentation de la femme dans les médias

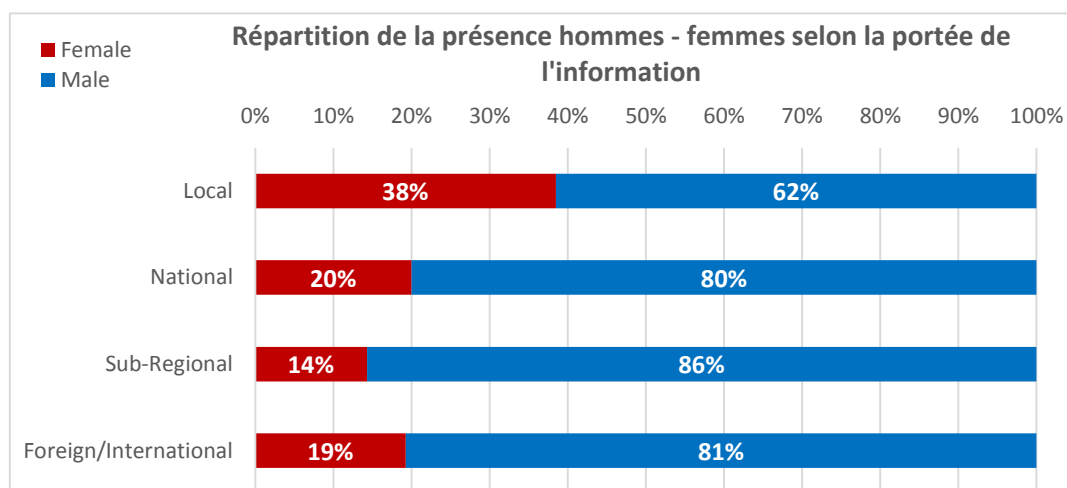
Les professions

Les résultats de l'édition 2010 avaient montré que lorsqu'une femme figurait dans l'information, c'était le plus souvent comme personne « sans occupation spécifiée », comme étudiante ou encore comme femme au foyer. Dans les résultats 2015, on constate que la catégorie socioprofessionnelle

« sans emploi » ne compte que des femmes (100%). On trouve une part importante de femmes par rapport aux hommes chez les étudiants et élèves (40%) et dans les métiers « de divertissement » de type célébrité, acteur, chanteur (43%).

Portée de l'information

L'analyse de la répartition de la présence entre hommes et femmes selon la portée de l'information selon (locale, nationale, sub-régionale ou internationale) montre que c'est dans l'**information locale** qui donne le plus de visibilité aux intervenantes de sexe féminin (38% de femmes, contre 62% d'hommes), tous médias compris. C'est dans l'information « sub-régional » (c'est-à-dire européen, comme défini par le GMMP) que la part de femmes est la plus importante.



Ces résultats dépendent évidemment du type d'actualités qui sont traités dans les médias le jour témoin et regroupent les résultats tous médias compris. L'étude de la diversité dans la presse publiée en 2015 par l'AJP6 montre que c'est dans l'information locale des journaux que les femmes sont le plus visibles.

Statut : fille de ..., épouse de ..., mère de ...

Dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, en 2010, il avait été constaté que les femmes (19% d'entre elles) présentes dans l'actualité étaient plus susceptibles que les hommes (seulement 8% d'entre eux) d'être identifiées selon leur situation familiale de mère, de fille, d'épouse de, etc. En 2015, le constat reste le même et apparaît de manière encore plus marquée : 22% des femmes sont identifiées par un rattachement à la sphère familiale, contre 5% seulement des hommes.

Ce constat s'accorde avec les résultats de l'étude de la diversité en presse quotidienne⁷ qui montre que les femmes dans les journaux, sont rattachées à la sphère familiale alors que les hommes sont le plus souvent rattachés à la sphère du travail.

Fonction : où sont les expertes ?

Il est essentiel de mesurer la part de femmes dans les médias, mais il est tout aussi important de voir quelle place elles occupent dans l'actualité et quels rôles leurs sont attribués de manière la plus

⁶ <http://www.ajp.be/telechargements/diversite/diversite2015.pdf>

⁷ <http://www.ajp.be/telechargements/diversite/diversite2015.pdf> (p. 21)

récurrente. Dans les résultats du GMMP 2010⁸, on remarquait un déséquilibre important entre hommes et femmes dans la fonction médiatique qui leur est attribuée dans l'actualité.

Dans la position de « porte-parole », on constate qu'il y a encore moins de femmes en 2015 (19%, contre 25% en 2010). C'est dans le rôle d'« expert » que l'on constate la plus grande baisse : on passe de 26% à 9% de femmes dans ce rôle médiatique. Comme mentionné précédemment, le crash de l'avion dans les Alpes françaises a monopolisé une bonne partie de l'actualité. Les experts de l'aéronautique, domaine considéré comme principalement « masculin », étaient systématiquement des hommes.

C'est le rôle médiatique de « vox populi » (ou *popular opinion citizen*) qui présente la plus grande part de femmes (58%) et qui reste stable par rapport à 2010 (où elles étaient 57%). Dans le rôle de témoin, qui était en 2010 principalement occupé par des femmes (70%), on constate qu'elles ne sont plus que 25%.

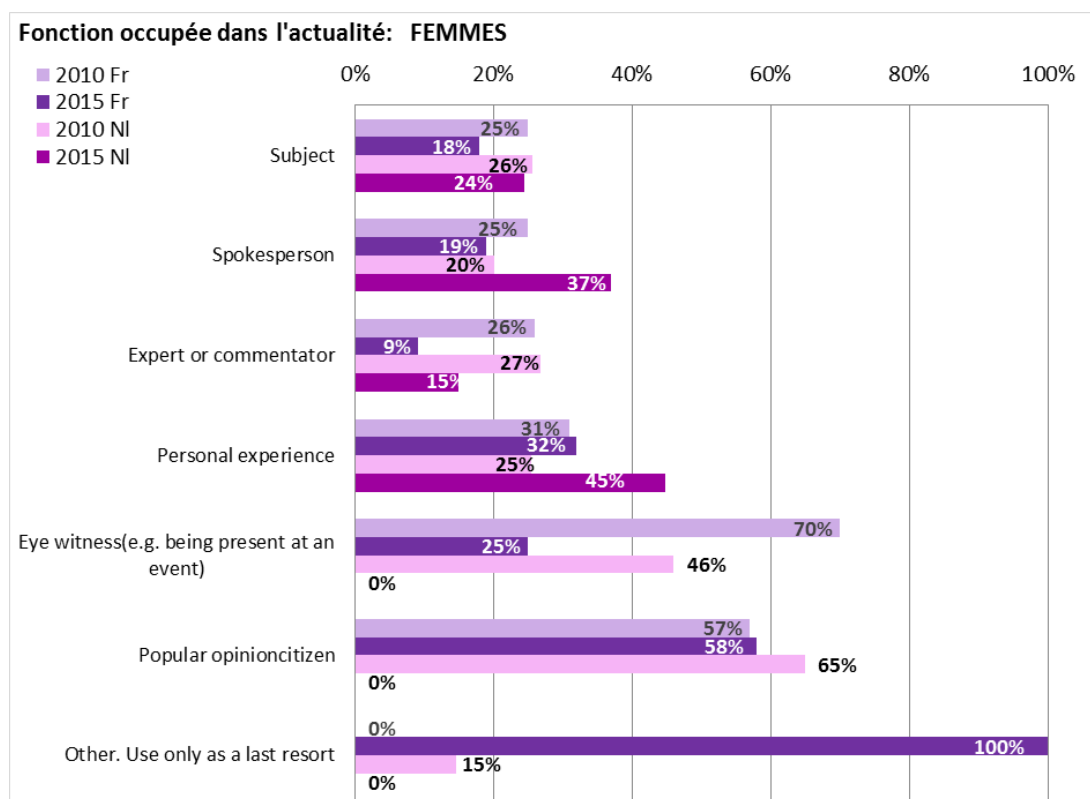
De manière générale, la femme est moins présente dans l'actualité en cette journée du 25 mars 2015, ce qui semble se répercuter sur l'ensemble des chiffres de leur représentation dans les différentes catégories d'intervenant.

Fonction dans l'actualité, par sexe, en Fédération Wallonie-Bruxelles

2015	Télévision, presse, radio		Internet	
	Female	Male	Female	Male
Do not know	22%	78%	0%	100%
Subject: the story is about this person, or about something the person has done, said, etc.	18%	82%	62%	38%
Spokesperson: the person represents, or speaks on behalf of another person, a group or an organisation	19%	81%	17%	83%
Expert or commentator: the person provides additional information, opinion or comment, based on specialist knowledge or expertise	9%	91%	18%	82%
Personal Experience: the person provides opinion or comment, based on individual personal experience; the opinion is not necessarily meant to reflect the views of a wider group	32%	68%	2%	98%
Eye Witness: the person gives testimony or comment, based on direct observation (e.g. being present at an event)	25%	75%	0%	100%
Popular Opinion: the person's opinion is assumed to reflect that of the 'ordinary citizen' (e.g., in a street interview, vox populi etc.); it is implied that the person's point of view is shared by a wider group of people	58%	42%	0%	100%
Other	100%	0%	0%	100%

⁸ <http://www.aip.be/le-rapport-gmmp-2010-en-communaute-francaise-de-belgique>

Du côté des médias néerlandophones, on constate une hausse de la part de femmes « porte-parole » dans les intervenants de sexe féminin : on passe de 20% en 2010 à 37% en 2015. La part de femmes « expertes » tombe en revanche à 15% (contre 27% en 2010). C'est dans le rôle de *vox populi* racontant une expérience personnelle que les femmes sont le plus présentes dans les médias néerlandophones.



Il est également intéressant de noter que les femmes sont moins souvent citées que les hommes : 54% de femmes, contre 72% chez les hommes⁹.

Victimisation

16 items sur 211 (soit un article sur 13) dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles identifient les protagonistes de l'actualité en tant que « victime ». Dans la majorité des cas, il s'agit d'hommes (contre une parité de 51% d'hommes et de 41% de femmes en 2010). Cela tient notamment à l'actualité du jour (Jihadistes, victimes du crash aérien, etc.) qui compte une grande part d'intervenants de sexe masculin.

La « victimisation » des intervenants de sexe féminin ne concerne que deux personnes. Il n'est donc pas possible de dégager d'interprétation sur ce point.

1.2 Qui présente et rédige les nouvelles ?

La visibilité des femmes journalistes en 2015

Dans les médias analysés en Fédération Wallonie-Bruxelles, le pourcentage de femmes journalistes et de femmes présentatrices est de 42% (et 58% d'hommes). Leur part dans l'actualité pour l'ensemble de la Belgique passe de 29% (2010) à 39% (2015).

⁹ Breakdown of news subjects quoted, by sex: Female (54% Yes – 46% No) – Male (72% Yes – 28% No).

Ces chiffres collent à la réalité puisque la part de femmes journalistes professionnelles a également augmentée (33%¹⁰ de femmes, contre 30% en 2010).

Au niveau francophone, on constate même une surreprésentation des femmes journalistes (42% alors qu'elles sont 33% reconnues en Fédération Wallonie-Bruxelles). Si l'on analyse les chiffres par support médiatique, on constate qu'en presse écrite les chiffres collent parfaitement à la réalité (26% de femmes¹¹). La moyenne du GMMP 2015 pour l'audiovisuel (télévision et radio) est de 40%, ce qui représente aussi une surreprésentation par rapport à la réalité (34% selon le chiffre de l'AGJPB au 6/2/2015).

Du côté néerlandophone, on constate une légère surreprésentation des femmes journalistes dans les médias (36%, contre 32% dans la réalité de la profession).

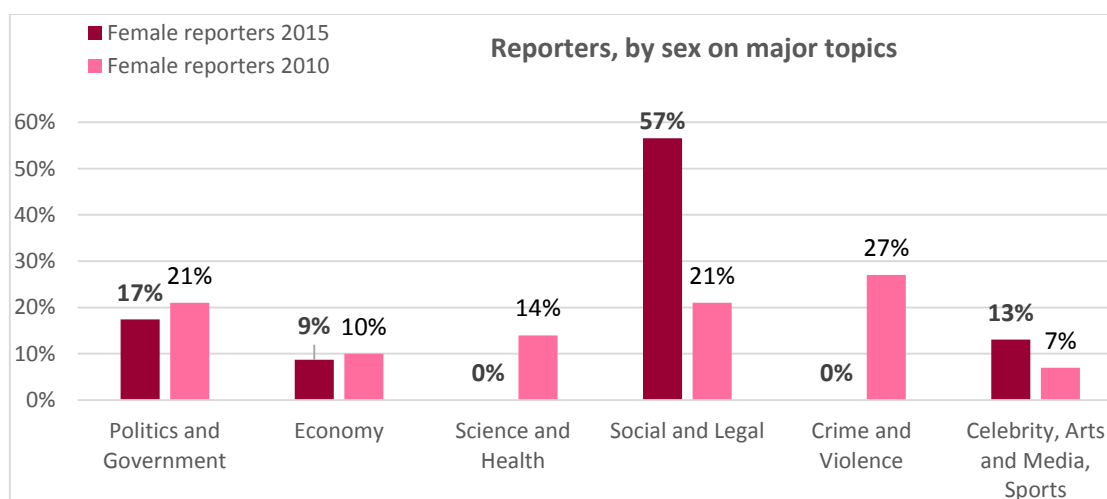
Les résultats pour l'ensemble de la Belgique sont supérieurs à la moyenne mondiale du précédent GMMP (2010). C'est la forte présence de femmes journalistes en télévision (51% en Belgique, contre 29% en moyenne dans le monde) qui relève la moyenne nationale.

Pourcentage de femmes journalistes et présentatrices en Fédération Wallonie-Bruxelles 2015

Femmes journalistes et présentatrices	GMMP Belgique 2015			GMMP Monde 2010	GMMP Monde 2005	GMMP Monde 2000	GMMP Monde 95
	Total	FR	NL				
	39%	42%	36%	37%	37%	31%	28%
Presse écrite	26%	26%	27%	35%	42%	36%	-
Radio	29%	26%	38%	27%	45%	28%	-
TV	51%	68%	38%	44%	29%	26%	-

Les principaux thèmes médiatisés par les femmes journalistes

Quelles catégories d'informations ces femmes journalistes transmettent-elles ? Si en 2010, les femmes journalistes se trouvaient principalement dans les actualités de type « crime et violence » (27%), on les retrouve pour cette journée de 2015 surtout dans l'information traitant « le sociale et le droit » (57%) et, dans une moindre mesure, dans l'actualité « politique » (17%), et l'actualité ayant attrait « aux célébrités et au sport » (13%).



¹⁰ Chiffres AGJPB au 12/11/2015 des journalistes professionnels et stagiaires.

¹¹ Chiffres AGJPB au 6/02/2015.

1.3 Dimensions sexospécifiques des nouvelles

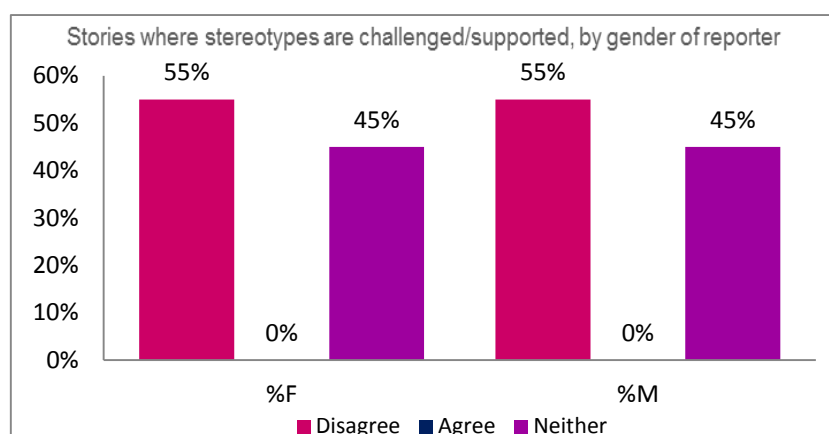
Le troisième axe d'analyse de l'étude GMMP concerne les articles de presse et reportages audiovisuels où les femmes occupent une place centrale ou, plus spécifiquement, des productions médiatiques dans lesquelles la question du genre est au centre de l'information.

Les femmes tiennent-elles un rôle principal dans les contenus médiatiques?

C'est le cas dans seulement 5% de tous les articles de presse et reportages audiovisuels analysés, contre 18% lors du *GMMP 2010*. Parmi les thèmes dans lesquels les femmes (ou la question du genre) tiennent le plus souvent un rôle central, les plus récurrents sont les « faits divers » (50%), « sciences et santé » (33%) et « célébrités, médias » (17%). Dans les thématiques « politique », « économie » et « social », les femmes ne sont jamais au centre de l'information.

Les stéréotypes

Quelle part d'histoires véhiculent ou remettent en question des stéréotypes liés au genre ? Dans un premier temps, lors de l'analyse purement quantitative, aucun stéréotype n'a été pointé par l'équipe de codeurs dans le corpus belge francophone.



Cependant, après une analyse plus approfondie des contenus en préparation du travail qualitatif, il s'est avéré qu'un certain nombre de productions véhiculaient un stéréotype, soit flagrant (2), soit plus subtil (8). La nature de ces stéréotypes sont soit liés au traitement du crash d'avion, soit à des sujets d'un

autre ordre tels que par exemple le changement d'heure, ou encore une séquence cinéma. À noter également qu'aucun contenu n'a été identifié comme renversant les stéréotypes de genre. Cette partie sera développée dans la partie qualitative de cette analyse.

Sources d'information et sexe du journaliste

Contrairement à 2010, on constate dans ce corpus que les journalistes de sexe féminin médiatisent plus souvent des sources de sexe féminin (24%) dans l'actualité que les journalistes de sexe masculin (20%). Mais il ne convient pas pour autant de dire qu'il y a une volonté de la part de ces journalistes de mettre en avant des intervenants en fonction de leur sexe.

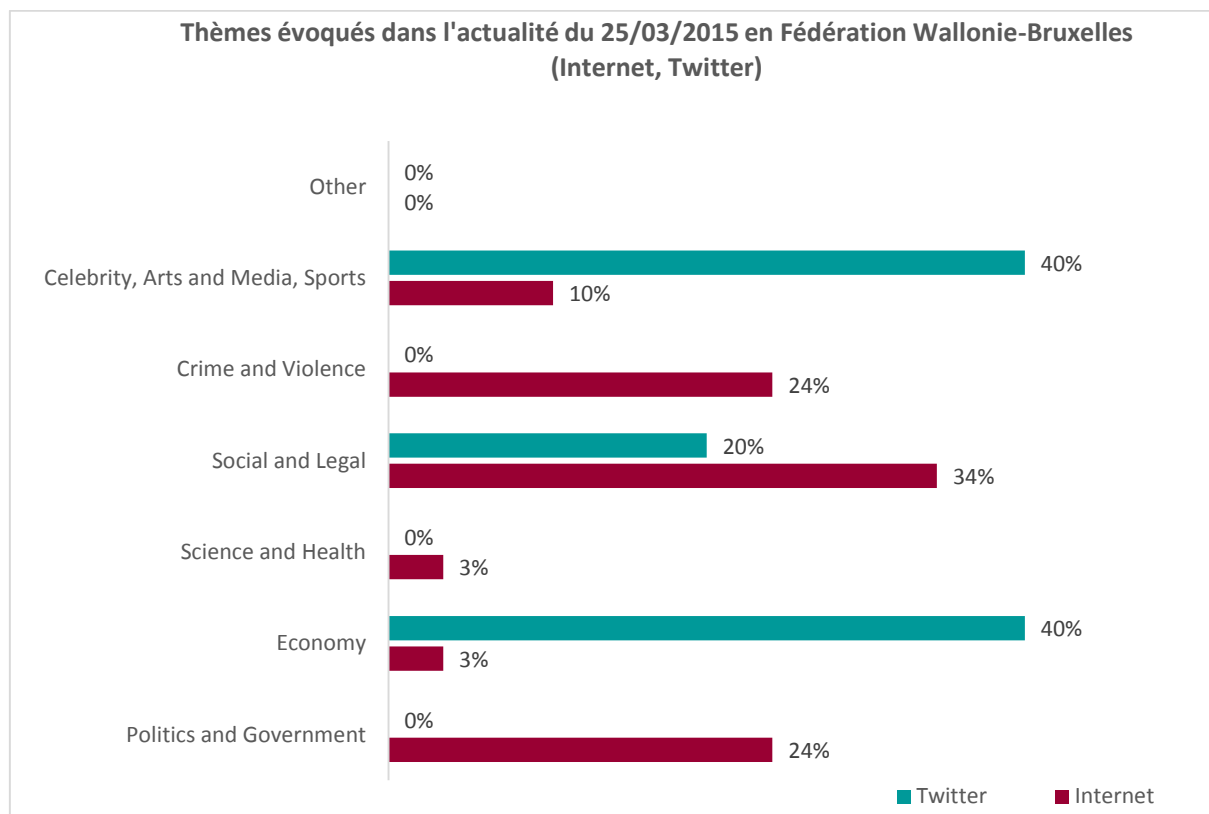
Par ailleurs, on observe que si en 2010 les questions de genre ou les actualités plaçant la femme comme élément central étaient présentes, c'est moins le cas dans ce corpus dont seul 5% des productions sont concernées.

1.4 Tendances du genre dans les nouvelles sur Internet et Twitter

Comme explicité précédemment, cette édition 2015 du Global Monitoring Project analyse pour la première fois la question du genre sur les médias en ligne, et plus précisément sur Internet et sur Twitter. La Belgique fait partie des pays qui ayant participé au monitoring de ces supports d'information.

Aperçu: Le monde des nouvelles numériques

Les thèmes les plus récurrents sur Twitter se concentrent sur la catégorie « célébrités, médias, sports » (40% des informations analysées), l'économie (40%) et le « social » (20%). Pour les sites Internet d'information, l'actualité se répartie entre la catégorie « social » (34%), la « politique » (24%), les « faits divers » (24%), « célébrités, médias, sports » (10%), « science et santé » (3%) et la « politique » (3%).



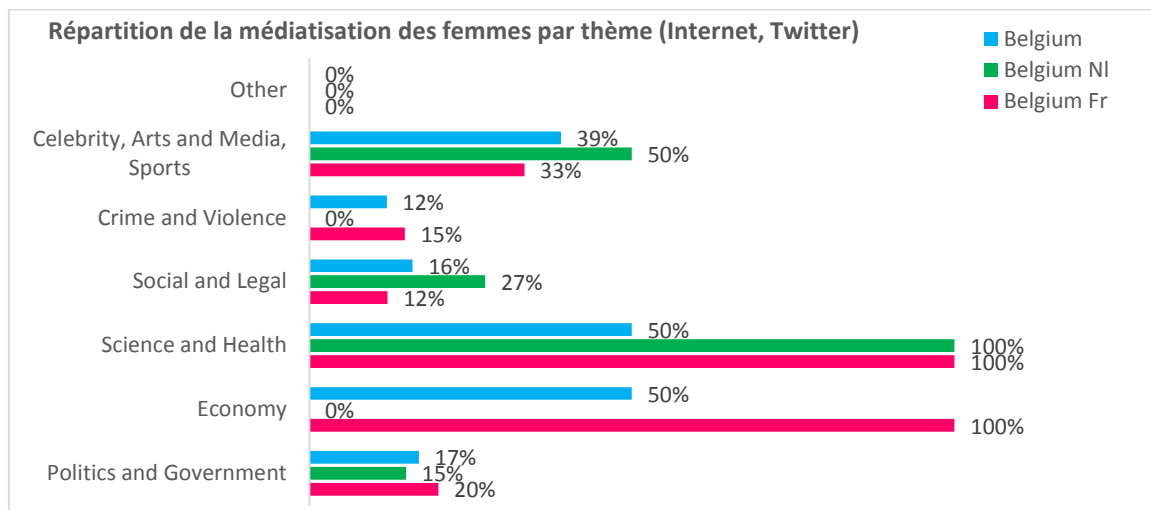
Les sujets de nouvelles dans le monde numérique

En ce qui concerne la présence des femmes médiatisées dans les médias en ligne, on note une meilleure représentation sur Internet et Twitter du côté néerlandophone (24%) que du côté francophone (20%). Ce résultat francophone colle à la moyenne des résultats récoltés sur les autres supports d'informations (télévision, radio, presse écrite). La moyenne pour l'ensemble de la Belgique est de 22% de femmes et 88% d'hommes. La moyenne mondiale n'est, à ce jour, pas connue.

Femmes médiatisées	GMMP Belgique 2015		
	Total	FR	NL
Internet et Twitter	22%	20%	24%

En ce qui concerne la répartition des hommes et des femmes par catégorie de thématique d'information, on constate que sur Internet et Twitter, pour la Belgique francophone, la présence des femmes dans la catégorie de *hard news* « économie » est particulièrement importante : 100%. En revanche, peu de femmes sont présentes dans l'information politique : 20%.

Du côté néerlandophone du pays, on note également l'absence totale de femmes dans l'information sur Internet et Twitter dans l'économie (0%) et leur faible présence dans la politique (15%).



Fonction dans l'actualité du web

Sur Internet et Twitter, le constat est similaire à celui établi pour les autres supports. Peu de femmes sont présentes dans un rôle médiatique « actif » d'importance. On ne compte que 17% de femmes porte-paroles et 18% de femmes intervenant en qualité d'expertes. La plupart du temps, elles sont présentes en tant que sujet muet de l'information (62%). Dans le contenu des médias d'information en ligne notamment, on constate que les femmes sont des sujets beaucoup moins souvent cités (17%) que les hommes (79%)¹².

¹² Les 4% restants correspondent au critère « ne sais pas ».

2. Conclusion

Vingt ans après le premier Global Monitoring Project, on constate que la question de la femme dans les médias, en termes de représentation, de rôle, stéréotypes et de préjugés reste un défi.

S'agissant de la seconde édition du GMMP en Fédération Wallonie-Bruxelles, il est possible d'établir un certain nombre de comparaison entre les résultats de 2015 et ceux obtenus en 2010. Peut-on alors affirmer que la situation ait évolué ?

- Concernant la représentation des femmes, les résultats 2015 sont inférieurs à ceux rencontrés en 2010. On passe, en effet, de 28% (2010) à 21% (2015) de personnes interrogées, vues ou lues, de sexe féminin. Les résultats obtenus dans les médias néerlandophones permettent à la Belgique de stabiliser sa moyenne nationale avec 24% (contre 25% en 2010).

Il ressort également que c'est la presse qui médiatise le moins les femmes (16%). Un constat qui s'inscrit dans la lignée des conclusions tirées de l'édition 2015 de l'« *étude de l'égalité et de la diversité dans la presse quotidienne belge francophone*¹³ ». S'appuyant sur un échantillon de trois jours, cette dernière a montré une faible présence des femmes dans les principaux quotidiens francophones : 17%.

On ne fait pas mieux du côté des médias en ligne (Internet et Twitter) qui ne comptent que 20% de femmes (la moyenne pour l'ensemble de la Belgique monte à 22%).

- Il apparaît donc clairement que la présence des femmes dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles est faible. Mais qu'en est-il de la qualité des rôles médiatiques qu'elles occupent ? Le rôle de « porte-parole » compte 19% de femmes (contre 25% en 2010). Celui d'expert seulement 9% (contre 26% en 2010) ! Les femmes restent surtout présentes dans des rôles de *vox populi* (58% dans le rôle de quidam, 25% de témoin et 32% relatant une expérience personnelle). Bien que l'actualité du crash ait laissé peu de place à l'intervention de femmes expertes, cela n'est pas suffisant pour expliquer ce manque de représentation dans des rôles médiatiques valorisants.
- Dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les femmes tiennent très rarement une place centrale : seulement 5%, soit un article ou reportage sur vingt (contre un item sur cinq en 2010) ! De plus, lorsqu'elle tient une place centrale dans l'information, c'est le plus souvent comme les **faits divers** (50%). Ce n'est, en revanche, jamais le cas dans les thématiques politiques, économiques ou (plus surprenant) dans le domaine social (0%).
- Par ailleurs, il est intéressant de constater que, bien que les femmes soient peu représentées, la plupart des articles et reportages audiovisuels traités sont au moins « neutres », c'est-à-dire exempts de tout stéréotypage.
- Dans les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles, les femmes sont plus susceptibles que les hommes d'être identifiées selon leur situation familiale de mère, de fille, d'épouse de : 22% des femmes sont identifiées par un rattachement à la sphère familiale, contre 5% seulement des hommes.
- C'est dans l'**information locale** que les intervenantes de sexe féminin sont les plus présentes (38% de femmes). Dans l'information étrangère, elles sont beaucoup moins présentes (entre 14% et 19%).

¹³ <http://www.ajp.be/telechargements/diversite/diversite2015.pdf>

- Les **femmes journalistes** sont 42% en Belgique francophone. On passe, pour l'ensemble de la Belgique, de 29% (2010) à 39% (2015). Non seulement cela représente une progression, mais ces collent à la réalité de la profession : la part de femmes journalistes professionnelles est passée de 30% (2010) à 33% (2015).
- Les femmes médiatisées comme sources d'information le sont plus souvent par des journalistes de sexe féminin (24%) que par des journalistes de sexe masculin (20%). Cependant, cette constatation ne suffit pas à établir un lien de cause à effet.

Du côté des médias en ligne, les résultats sont très similaires à ceux obtenus dans les médias traditionnels.

- Du côté francophone, il y a 20% de femmes dans les médias en ligne (Internet et Twitter). Ce résultat francophone colle à la moyenne des résultats récoltés sur les autres supports d'informations (télévision, radio, presse écrite). La moyenne pour l'ensemble de la Belgique est de 22% de femmes et 88% d'hommes.

Enfin, bien que l'analyse réalisée dans le cadre de ce monitoring mondial ne concerne qu'une seule journée d'information, on ne peut nier que plusieurs des résultats dégagés s'inscrivent dans la lignée des conclusions faites par d'autres études au corpus plus étendu (*Etude de la diversité et de l'égalité en presse quotidienne de l'AJP*, *Etude de la diversité dans la profession de journalisme de l'AJP*, *Baromètre diversité en télévision du CSA*, etc.).

L'analyse qualitative

1. Méthodologie

1.1 Le corpus qualitatif

Lors de l'analyse quantitative, aucun article ou reportage audiovisuel n'avait été pointé comme porteur d'un stéréotype lié au genre. Cependant, après un examen plus minutieux lors de la préparation du travail qualitatif, il s'avère que certains items méritent une analyse plus approfondie.

Au total, après sélection, l'analyse qualitative réalisée sur les médias de la Fédération Wallonie-Bruxelles porte sur 19 sujets sur les 211 items codés quantitativement¹⁴. Ces actualités se répartissent selon les critères du GMMP de la manière qu'il suit :

1. Stéréotypes flagrants		
Sujets	Média	
« Cendrillon, version cinéma »	RTL TVI	1
« Je n'ai pas entendu de bruit de réacteurs »	Le Soir	2
2. Stéréotypes subtils		
Sujets	Média	
« Un belge parmi les victimes de la catastrophe »	Le Soir	3
« Angelina Jolie choisit l'ablation des ovaires »	Le Soir	4
« Une touriste a filmé la panique dans le musée du Bardo »	7sur7.be	5
« Les enfants et les travailleurs du matin, premières victimes du changement d'heure »	LaLibre.be	6
« La reine Mathilde présidente d'honneur de la Fondation Roi Baudouin »	LaLibre.be	7
«Yémen: Après le raid aérien contre le palais présidentiel à Aden, les rebelles s'emparent de l'aéroport »	LaLibre.be	8
« L'appel au jihad secoue les musulmans des Balkans »	LaLibre.be	9
« Affaire Kubla-Duferco : Le dossier secret de Stephan De Witte »	LaLibre.be	10
3. Occasion manquée / sans référence au genre		
Sujets	Média	
« Crash de l'airbus : hommage aux lycéens »	RTL TVI	11
« L'avion, mode de transport le plus contrôlé »	Le Soir	12
« Les propos de De Wever embarrassent et enflamment »	Le Soir	13
« L'avenir est incertain pour les abeilles sauvages »	Le Soir	14
« Inde : les minorités chrétienne et musulmane ont peur »	Le Soir	15
« Les altermondialistes défilent vent debout contre la terreur »	Le Soir	16
« La Wallonie a raccroché le peloton européen »	7sur7.be	17
« Soit les pilotes ont décidé de mourir, soit on les a obligés à mourir »	7sur7.be	18
4. Avec référence au genre		
Sujet	Média	
« Castorettes »	TéléSambre	19

¹⁴ Dans l'édition 2010 du GMMP, l'analyse qualitative portait sur 25 sujets sur les 142 items codés.

1.2 Les critères de répartition

L'analyse qualitative tourne autour de quatre types de reportage définis par le *GMMP* comme il suit :

Classification Genre et Médias (GEM)¹⁵

1. Stéréotype flagrant Articles ou images où les femmes sont représentées dans des rôles stéréotypés, tels qu'en tant que victimes ou objets sexuels. Articles ou images où les hommes sont représentés jouant des rôles stéréotypés tels que ceux de leaders éclairés ou d'hommes d'affaires clairvoyants.	2. Stéréotype subtil Articles ou images encourageant la perception traditionnelle des rôles familiaux des femmes et publics des hommes, les faisant paraître « normaux », comme dans le cas de l'angoisse maternelle, et non de celles des deux parents, par rapport au sort ou au comportement d'un enfant. Articles faisant allusion aux femmes sur la base de relations personnelles étrangères au sujet de l'intrigue ; comme par exemple, lorsqu'il est fait allusion à une femme ministre du culte comme étant l'épouse de quelqu'un.
3. Occasions manquées/ Sans référence au genre (GB – [Gender-blind]) Articles où l'on observe un manque d'équilibre (donc, de diversité) quand aux sources de référence, et où l'on ne fait connaître qu'une seule perspective sur un sujet. Articles dépourvus d'une perspective de genre dans le cadre d'affaires quotidiennes telles que les élections ou le budget, dépouillant les récits de perspectives nouvelles et intéressantes, comme par exemple, l'impact négatif des coupures de subventions pour les femmes pauvres.	4. Avec référence au genre 4A. Articles et images où <u>sont mis en cause des stéréotypes</u> , et où est encouragé le débat sur des questions liées au genre dans la perspective des droits de l'homme, tel que dans le cas des femmes pilotes ou des hommes dispensateurs de soins. 4B. Articles montrant <u>un équilibre de genres quant à leurs sources de référence</u> ; où il est fait état de différentes perspectives et différents impacts sur femmes et hommes, y compris par le biais de données dispersées sur le genre ; par exemple, combien de femmes et combien de d'hommes bénéficient de certains genres de subventions ; quels usages sont faits de ces subventions, et les différentes conséquences d'éventuelles coupures de ces dernières. 4C. <u>Avec référence directe au genre</u> : Articles concernant l'inégalité entre hommes et femmes; structures, processus; campagnes visant à promouvoir l'égalité des genres, comme les barrières (glass ceilings) dans certaines professions.

¹⁵ Adaptation à partir du système de classification Gender Links GEM, développé pour l'étude de ligne de base réalisée par le réseau Southern African Gender and Media.

1.3 Retour sur la méthodologie : les limites et les forces du cadre méthodologique

Le retour méthodologique

A la lecture du guide de monitoring du GMMP pour cette édition ne semblent pas refléter les remarques méthodologiques effectuées lors de l'édition précédente. La grille d'analyse reste, dans l'ensemble, inchangée.

Un seul et unique jour

Le travail de codage porte sur une journée d'actualités. Suite à une actualité phare qui a monopolisé une bonne partie de la couverture médiatique, une constatation s'est imposée cette année : que faire lorsqu'un événement de type « catastrophe » investit la quasi-totalité de l'espace médiatique ? En effet, il a été difficile de trouver du contenu exploitable afin de mener à bien cette analyse qualitative. Il est important de pointer les difficultés que peut engendrer un événement marquant qui remplit à lui seul les colonnes et les reportages des médias. Cela peut empêcher une analyse plus en finesse de l'égalité femmes-hommes dans une diversité des contenus médiatiques.

L'aspect « technique » des médias

Il serait utile d'intégrer dans la grille GMMP la composition des équipes techniques, dans les reportages audio-visuels, de manière à pouvoir effectuer des constats sur la présence de femmes dans celles-ci.

2. À la recherche des représentations stéréotypées

Les pages qui suivent présentent l'analyse des 19 articles et reportages audiovisuels tirés du corpus de départ.

2.1. Stéréotypage et supports

Les 19 items (articles et reportages) retenus pour l'analyse qualitative ont été répartis selon le traitement (du plus stéréotypé au moins stéréotypé) qui leur a été accordé.

Dans le *GMMP* publié en 2010, les médias belges francophones analysés penchaient légèrement pour un traitement d'articles et de reportages peu stéréotypés (14, contre 11 plus stéréotypés). On constate dans le tableau ci-dessous que le léger déséquilibre s'inverse cette année : 10 items plus stéréotypés contre 9 moins stéréotypés.

Médias/ catégories	← Plus stéréotypé ————— Moins stéréotypé →			
	Stéréotype flagrant	Stéréotype subtil	Occasion manquée	Attentif aux questions de genre
Radio	0	0	0	0
Télévision	1	0	1	1
Presse écrite	1	2	5	0
Sites Internet	0	6	2	0
Twitter	0	0	0	0
TOTAL	2	8	8	1
= 10		= 9		

Cependant, l'écart n'est pas très important. Les catégories de traitement comptant le plus de reportages sont celle des **stéréotypes subtils** (8) et celle des **occasions manquées** (9).

Si l'on compare les types de supports médiatiques entre eux, on voit que les **stéréotypes flagrants** se répartissent entre la presse écrite (1) et la télévision (1). La presse écrite (2), mais surtout sur les sites Internet d'information (6) sont **subtilement stéréotypés**. La presse et Internet sont donc les médias les plus stéréotypés.

Dans cet échantillon, la télévision est le seul média ayant été attentif aux questions de genre (la seule actualité identifiée).

Les occasions manquée de faire référence au genre se retrouvent le plus en presse écrite (5).

On constate que pour Twitter et les médias radios, aucun item n'a été attribué. Le contenu des divers reportages et actualités ne nécessitait pas d'approfondissement et ne correspondant pas aux critères de sélection qui puisse les relier à l'une des quatre catégories de classification.

2.2. Stéréotypage et thématiques

Les principales thématiques analysées

Les articles et reportages ont été classés selon les thématiques définies par le *GMMP*. On constate que les actualités « **social et juridique** » constituent la thématique la plus représentée¹⁶. Cette catégorique thématique compte 7 articles (6 catastrophes et 1 manifestation), dont 5 traitent du crash d'avion ayant monopolisé les médias ce jour-là.

La catégorie « **criminalité et violence** » est la seconde comptant le plus d'items. Trois sujets traitent de la guerre/du terrorisme, et un autre relève de la catégorie « corruption/crime non-violent ».

La troisième catégorie est « **sciences et santé** » (3 items). Le premier article parle de l'actrice Angelina Jolie et de son ablation des ovaires, un second article concerne l'impact du changement d'heure sur les enfants, et le troisième traite de l'avenir des abeilles sauvages.

La catégorie thématique « personnes célèbres, arts, médias » compte également 3 items. Le premier parle de la sortie du film *Cendrillon* au cinéma, le second de la reine Mathilde et le dernier d'une équipe sportive féminine locale.

Social et juridique	Criminalité et violence	Sciences et Santé	Personnes célèbres, arts, médias	Politique et gouvernement
Catastrophes, accidents : 6	Guerre, terrorisme : 3	Changement climatique : 1	Arts, loisirs et divertissements, cinéma : 1	Autres politiques : 2
Émeutes, manifestations : 1	Crimes non-violents, corruption : 1	Médecine, santé (sauf EBOLA ou VIH/SIDA) : 1	Sports : 1	
		Autres sujets science ou santé : 1	Naissances, mariages, royauté : 1	
7	4	3	3	2

¹⁶ En 2010, il s'agissait des faits divers avec 11 articles sur 25.

C'est donc sur l'ensemble de ces thématiques d'information¹⁷ que se concentrent les articles et reportages « stéréotypés » ou, à l'inverse, « cassant les stéréotypes ».

Stéréotypage et thématiques

Les articles « **criminalité et violence** » sont les plus stéréotypés (voir tableau ci-dessous). En 2010, il avait déjà été établi que les actualités relevant des **faits divers**, principalement les événements criminels, sont souvent les plus stéréotypées.

Comme cela avait déjà été observé en 2010, les articles d'information sociale sont les moins stéréotypés. On les retrouve principalement dans la catégorie « occasion manquée » qui regroupe les articles présentant une occasion manquée d'amener une perspective plus diversifiée (angle genre) et équilibrée, notamment dans les sources de référence qui y sont présentées.

Stéréotype flagrant	Stéréotype subtil	Occasion manquée	Attentif aux questions de genre
		Politique et gouvernement : 2 (2 autres politiques)	
	Sciences et Santé : 2 (1 Médecine, santé et 1 Autre)	Sciences et Santé : 1 (Changement climatique)	
Social et juridique : 1 (catastrophe)	Social et juridique : 1 (catastrophe)	Social et juridique : 5 (1 manifestation, 4 catastrophes)	
	Criminalité et violence: 4 (3 Guerre-terrorisme, 1 Crimes non-violents-corruption)		
Personnes célèbres, arts, médias : 1 (arts, divertissement)	Personnes célèbres, arts, médias : 1 (naissances mariages royauté)		Personnes célèbres, arts, médias : 1 (Sports)

2.4. Conclusions

Les thèmes présentant le plus de stéréotypes sont le « social/juridique » (plus spécifiquement les actualités liées aux catastrophes et accidents) et « crimes et violences » (qui correspond aux faits divers). C'est sans doute l'un des éléments les plus parlants. Un lien avait déjà été établi en 2010 entre le stéréotype et les actualités criminelles.

À l'inverse, ce sont les articles et reportages audiovisuels de la thématique « politique » qui regroupent les moins d'informations véhiculant un stéréotype.

On constate que les médias radiophoniques et Twitter ne comportent aucun item. Il s'agit donc, dans cette analyse, des supports médiatiques les moins stéréotypés. Comme le montre le tableau ci-après, le reste des médias se répartissent entre les différentes catégories d'analyse établies par le GMMP.

¹⁷ En 2010, les thématiques étaient : faits divers, social, arts et médias, politique, autres.

Médias/ catégories	Stéréotype flagrant	Stéréotype subtil	Occasion manquée	Attentif aux questions de genre
Radio				
Tv	<u>RTL TVI :</u> - Personnes célèbres, arts, médias (<i>Arts, loisirs et divertissements</i>) [50]		<u>RTL TVI :</u> - Social et juridique (<i>Catastrophes, accidents, crash aérien, etc.</i>) [39]	<u>Télésambre :</u> - Personnes célèbres, arts, médias (<i>Sports</i>) [53]
Presse écrite	<u>Le Soir :</u> - Social et juridique (<i>Catastrophes, accidents, crash aérien, etc.</i>) [39]	<u>Le Soir :</u> - Sciences et Santé (<i>Médecine, santé</i>) [20] - Social et juridique (<i>Catastrophes, accidents, crash aérien, etc.</i>) [39]	<u>Le Soir :</u> - Politique et gouvernement (<i>Autres politiques nationales, gouvernement</i>) [3] - Social et juridique (<i>Émeutes, manifestations, troubles publics</i>) [40] - Sciences et Santé (<i>Changement climatique, réchauffement global</i>) [25] - Social et juridique (<i>Catastrophes, accidents, crash aérien, etc.</i>) [39] - Social et juridique (<i>Catastrophes, accidents, crash aérien, etc.</i>) [39]	
Sites Internet		<u>7sur7.be :</u> - Criminalité et violence (<i>Guerre, terrorisme, violence</i>) [47] <u>Lalibre.be :</u> - Criminalité et violence (<i>Crimes non-violents, vol, corruption</i>) [42] - Sciences et Santé (<i>Autres sujets concernant la science ou la santé</i>) [27] - Personnes célèbres, arts, médias (<i>Nouvelles, naissances, mariages, décès de célébrités, la royauté</i>) [49] - Criminalité et violence (<i>Guerre, terrorisme, violence</i>) [47] - Criminalité et violence (<i>Guerre, terrorisme, violence</i>) [47]	<u>7sur7.be :</u> - Politique et gouvernement (<i>Autres politiques nationales, gouvernement</i>) [3] - Social et juridique (<i>Catastrophes, accidents, crash aérien, etc.</i>) [39]	
Twitter				

3. Analyse qualitative des productions médiatiques

Comme indiqué précédemment, l'information de la journée du 25 mars 2015 a été largement marquée par un événement particulier : le crash d'un avion Airbus de la compagnie Germanwings dans les Alpes-de-Haute-Provence.

L'ampleur de l'événement a monopolisé une bonne partie de l'actualité du jour. Étant donné le nombre important d'articles et de reportages liés à cet événement, il semblait plus intéressant de séparer l'analyse du contenu qualitatif lié à ce thème de l'analyse qualitative des autres actualités.

3.1. Le traitement d'un événement commun: le crash d'avion en France

A. Stéréotype flagrant

► Le Soir (page 3)

Titre de l'article : « *Je n'ai pas entendu de bruit de réacteurs.* »

Cet article fait partie d'un reportage plus vaste consacré au crash aérien. Le texte décrit plus particulièrement les impressions des équipes de secours et de divers témoins de l'accident.

La première chose à souligner, du point de vue des stéréotypes sexués, est le rôle de l'image. Celle-ci, bien mise en évidence au centre de la page, saute aux yeux du lecteur. Il s'agit d'une photo qui montre, en gros plan, un homme aux larges épaules, au téléphone, pris de dos et portant un insigne bien visible de la gendarmerie française. A l'arrière-plan, on distingue un hélicoptère et des silhouettes de sauveteurs sur fond de montagne. L'impression générale qui se dégage de ce visuel peut être résumé ainsi : « *Les secours, c'est une affaire d'hommes !* »



Par contraste, nous relevons à la page suivante du reportage (page 5 du journal), la photographie d'une femme (parente d'une des victimes) effondrée entre deux proches, qui étouffe tant bien que mal ses sanglots derrière ses mains jointes à hauteur du visage. Le chagrin est-il plutôt une affaire de femmes ? On retrouve une fois de plus le rattachement des femmes dans les médias à la sphère familiale, comme pointé précédemment dans la partie quantitative de cette étude.

Rien dans le texte ne vient tempérer le message selon lequel les hommes sont des sauveurs, et les femmes victimes de leurs émotions et, avant tout, définies par leurs attaches familiales. Tous les membres des équipes de secours interrogés sont masculins, alors que l'unique femme interpellée, (en qualité de **témoin** et non d'experte), est « *cette veuve qui vient de perdre son mari voici quelques semaines* ».

Pour ces raisons, il nous a paru justifié de classer cet article (et ce reportage), dans la catégorie des reportages manifestement stéréotypés.

B. Stéréotype subtil

► Le Soir (pages 2 et 3)

Titre de l'article : « *Un belge parmi les victimes de la catastrophe* »

Cet article évoque, entre autres, la venue de personnalités politiques sur les lieux où des secours et des experts interviennent suite au crash aérien.

C'est l'extrait suivant, qui présente ces personnalités, qui intéresse notre analyse: « *Le ministre de l'Intérieur Bernard Cazeneuve a débarqué en début d'après-midi, puis plus tard sa collègue Ségolène Royal, surgissant d'un hélico visage fermé, traits tirés, pour s'entretenir avec les autorités.* »

Ségolène Royal est citée non pas par l'intitulé de sa profession, comme c'est le cas de de l'autre Ministre, mais comme « collègue » de Bernard Cazeneuve. Ségolène Royal remplit pourtant elle aussi également un mandat de Ministre. Sa fonction et, par la même occasion, ses compétences sont omises. On décrit également la femme et son aspect physique, plus qu'une politicienne. Ce passage illustre et renforce un stéréotype de genre à travers un traitement clairement différencié. On y décrit les compétences de l'homme et le physique de la femme.

C. Occasion manquée (sans référence au genre)

► RTL TVI

Titre de la séquence : « *Crash de l'airbus : hommage aux lycéens* »

La couverture de la catastrophe par RTL TVI se déroule en plusieurs étapes logiques ; récapitulatif des événements, hypothèses explicatives, hommage aux victimes. Ce point du récit va laisser place à un compte rendu dichotomique de la peine des habitants de Haltern, qui pleurent les 16 lycéens et leurs deux professeurs ayant perdu la vie dans la catastrophe.

Le reporter (de sexe masculin) dépêché sur place va sérier l'expression masculine et féminine du deuil. Ainsi, les interviews réalisées par ce reporter sont exclusivement masculines : un premier micro-trottoir avec un homme d'une cinquantaine d'année venu rendre hommage aux victimes, avec ses « *enfants pour montrer tout son soutien* ». Ensuite, une déclaration du bourgmestre de la ville de Haltern. Puis, deux témoignages de camarades de classe qui donnent leur sentiment.

Si les interviews sont exclusivement masculines, les images, par contre, montrent beaucoup de jeunes filles devant le lycée touché par la catastrophe. Ces jeunes filles, beaucoup plus nombreuses (dans les plans rapprochés) que les garçons, pleurent, se recueillent, se consolent l'une l'autre. Le commentaire qui accompagne ces images évoque cette peine « *incommensurable* » qui touche les « *élèves* », les « *adolescents* », la « *ville* », les « *camarades de classe* ».

Ainsi, les images du début du reportage montrent un groupe d'adolescentes, avant d'en suivre deux en particulier, visiblement en pleurs. Le commentaire sur ces images associe la peine des élèves à celle de ces deux jeunes filles.

« (...) l'émotion est grande, les élèves arrivent par dizaines.



Les mines cernées, les yeux rouges.



Souvent les larmes coulent encore sur les joues des adolescents »

Un peu plus loin, le commentaire redit la peine de la ville en se centrant sur un groupe de jeunes filles réconfortées par un « officiel » (homme) :

« (...) C'est la ville tout entière qui pleure ses disparus »

La peine se traduit de deux manières, par les pleurs des femmes et par le témoignage des hommes.



► Le Soir (page 6)

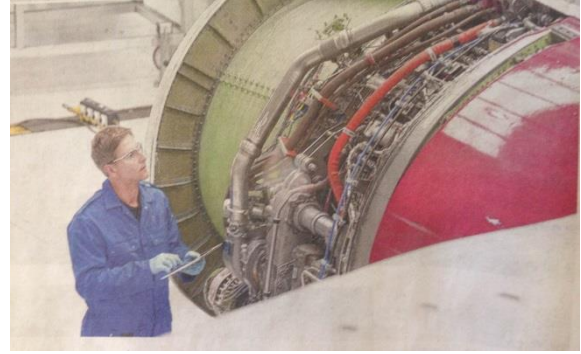
Titre de l'article : « L'avion, mode de transport le plus contrôlé »

L'article présente les coulisses du monde de l'aviation et les contrôles réalisés en amont. Ce qui en fait le mode de transport le plus contrôlé.

L'analyse concerne les images proposées dans l'article. Elles sont au nombre de trois. On y voit des professionnels de l'aviation en fonction.

La première montre un homme et une femme dans une cabine de pilotage en train de vérifier les commandes. L'homme actionne les commandes et la femme tient un document où elle semble remplir une check-list. Les deux autres images présentent des professionnels qui s'affairent sur une tête d'avion et dans la vérification d'appareil. Les deux dernières images ne représentent que des hommes.





Ces trois images donnent l'impression d'avoir affaire à un monde d'hommes, que la technique est une affaire d'hommes. La seule femme présente donne l'impression de jouer au rôle de secrétaire.

Il s'agit d'une occasion manquée de faire référence au genre en montrant des femmes techniciennes ou pilotes. L'article pourrait nourrir le stéréotype que les femmes n'ont pas leur place dans un univers technique et que le « contrôle » (cfr. titre de l'article) est une compétence masculine.

3.2 Dans le reste de l'actualité : les représentations et le genre dans le traitement médiatique

A. Stéréotype flagrant

► RTL TVI

Titre de la séquence : « Cendrillon »

La fin du journal de RTL-TV i évoque la sortie d'un film, « *un classique revisité* ». Il s'agit de *Cendrillon*, version cinéma "avec de véritables acteurs". Si la présentatrice soulignera en conclusion qu'il s'agit d'un film toutes générations, insistant ainsi sur la dimension âge des spectateurs, l'angle de la séquence va plutôt prendre le parti d'un point de vue « rêve de petite fille ».

De manière générale, la séquence repose sur des images extraites du film. Elles renvoient à l'histoire idéalisée du prince charmant qui transforme la jeune souillon en princesse (avec une image en fond d'écran de la princesse sur une balancelle et du prince qui la couve du regard en amorce ; rencontre du prince ; images du bal...).

Les propos de l'actrice qui incarne Cendrillon à l'écran soulignent que le rêve de devenir princesse est celui de toutes les filles. Le sien également, qu'elle a accompli en réalisant le film : « *Toutes les filles rêvent de devenir une princesse, et encore plus une princesse Disney, comme Cendrillon. Là je vous en parle et j'ai l'impression que rien n'est arrivé pour de vrai, que je rêve encore et que je vais me réveiller bientôt. Donc, devenir une princesse pour moi, ce fut magique* ».

L'actrice, seule source sollicitée dans la séquence, fait allusion à des éléments qui ne font pas de cette histoire une blquette, mais ils ne sont pas développés : « *Le plus important c'est que tout n'est pas rose dans cette histoire, bon, joyeux ou doux* ».

Au terme de la séquence, la voix-off de la journaliste souligne que « *sans réelle surprise, cette version devrait surtout plaire aux petites filles qui ne connaissent pas encore par cœur le dessin animé* ». La dimension "mythique" du récit est perpétuée, confinant les filles et les garçons dans des rôles stéréotypés.

B. Stéréotype subtil

► Le Soir (page 12)

Titre de l'article : « *Angelina Jolie choisit l'ablation des ovaires* »

Ce reportage (une page pleine) rend donc compte de la décision de l'actrice américaine Angelina Jolie de subir une ablation préventive des ovaires et des trompes de Fallope par crainte de développer un cancer des ovaires. En effet, « *sa mère, sa tante et sa grand-mère sont mortes du cancer* ». Un tiers environ de la page est occupé par une photo sans rapport avec la maladie, un portrait « professionnel » de l'actrice, radieuse et souriante.

Bien que cela soit sans incidence sur son état de santé, il est rappelé qu'elle est « *mère de trois enfants et qu'elle en a adopté trois autres avec son mari Brad Pitt* ». Par ailleurs, dans un extrait d'interview, Angelina Jolie affirme : « *Je me sens féminine et ferme dans les choix que je fais pour moi-même et ma famille* ». Voilà qui est rassurant et, surtout, voilà qui conforte le stéréotype de genre selon lequel toute femme reste avant tout préoccupée par sa famille, même lorsqu'il est question de son état de santé.

Fort heureusement, cette décision d'ablation, bien que « *difficile* », est « *saluée par les spécialistes* » - bien que d'autres privilégient une surveillance intensive. Les spécialistes interrogés dans la rubrique en bas de page (« *Les femmes belges doivent-elles suivre l'exemple d'Angelina Jolie ?* »), sont des hommes. Sont-ils les seuls à pouvoir dispenser un avis scientifique valable sur la question ?

Il nous semble donc que ce reportage est subtilement stéréotypé, car il perpétue implicitement une répartition très conventionnelle des rôles respectifs des femmes et des hommes. Les femmes y sont représentées comme des patientes préoccupées avant tout de leur famille jusque dans la maladie, et les hommes comme les seuls scientifiques compétents dont les avis éclairés sont sollicités.

► 7sur7.be

Titre de l'article : « *Une touriste a filmé la panique dans le musée du Bardo* »

L'article propose un texte court accompagné d'une vidéo amateur prise par une femme lors de l'attentat du musée du Bardo en Tunisie.

Alors que dans la vidéo la femme semble relativement sereine (compte tenu de l'expérience qu'elle venait de subir), le texte met en avant le fait que « *la femme explique notamment avoir pleuré toute la nuit après le drame* ». Or, dans cette même vidéo, elle ne dit pas « j'ai pleuré » mais bien « *on a pleuré* », incluant son mari, présent avec elle lors de l'attentat. L'article semble affecter l'émotivité uniquement à la femme.

► LaLibre.be

Titre de l'article : « *Les enfants et les travailleurs du matin, premières victimes du changement d'heure* »

Cet article, qualifié dans cette analyse de « subtilement stéréotypé », est essentiellement composé des réponses à une interview à l'occasion du passage à l'heure d'été.

Dans un premier temps, on constate que l'expert médical interrogé est une experte (« *chef de service de la clinique du sommeil du CHU de Charleroi* »). Cela répond d'ailleurs à l'une des recommandations de la précédente enquête GMMP qui encourageait les journalistes à rechercher et à interroger davantage de spécialistes féminines. Passons sur le fait que la féminisation de la fonction de « chef

de service » n'est pas conforme aux recommandations du Service de la langue française de la Communauté française de Belgique¹⁸, à savoir « cheffe ».

L'interview de l'experte appartient à un domaine d'information souvent qualifié de léger (rubrique « lifestyle »), par opposition aux « hard news ». Et la spécialité concernée (la psychologie, la santé, le sommeil des enfants) est une spécialité où les femmes sont davantage présentes que dans d'autres domaines plus traditionnellement réservés aux experts masculins (la politique, le droit, l'économie).

Il est par contre plus difficile d'accepter qu'un texte dont le titre cible « *Les enfants et les travailleurs*



du matin » soit illustré par une image de femme qui symbolise l'effroi que génère l'oubli de se lever. L'image provient manifestement d'une vaste banque de données (gratuites ?) aux mots-clés classés thématiquement. Quelle interprétation peut générer la combinaison de ce titre et de cette image auprès des lecteurs ? Avant

lecture de l'article, le lien ne saute pas aux yeux. Ou alors, cela peut induire que c'est aux femmes de se lever à l'heure pour éveiller et s'occuper du lever des enfants et des travailleurs ?

Cette association est d'autant plus incompréhensible a priori que l'interview ne permet en aucun cas d'inférer ce type d'interprétation. La spécialiste interviewée parle en effet de « personnes » à risques et conseille « aux parents » de préparer les enfants aux changements d'heure.

Cet article génère des représentations « genrées » à la fois par le domaine d'expertise, mais aussi et surtout par l'image et son association à l'élément fort qu'est le titre. Titre dont il faut souligner qu'il sera modifié quelque jour plus tard en « *Attention : n'oubliez pas le changement d'heure cette nuit !* ».

► LaLibre.be

Titre de l'article : « *La reine Mathilde présidente d'honneur de la Fondation Roi Baudouin* »

Cet article est essentiellement composé de citations deux communiqués de presse émis respectivement par la Fondation Roi Baudouin et le Palais Royal suite à l'accession de la reine Mathilde de Belgique à la présidence d'honneur de la Fondation.

Dans un premier temps, l'on peut se réjouir que le média choisisse de mettre en exergue une figure publique féminine d'importance et éminemment « vendeuse » en tant qu'image people.

Cet élément est cependant à mettre en balance avec une série de points qui entraînent le classement de cet article, avec d'autres et pour les mêmes raisons notamment iconographiques, dans la rubrique des articles subtilement stéréotypés.

En effet, la douzaine de lignes que compte l'article servent d'abord et surtout à rappeler que la Fondation Roi Baudouin est l'œuvre... du roi Baudouin, et à souligner la tradition qui veut que ce soit la reine (Fabiola d'abord, Mathilde ensuite) qui la préside à titre honorifique. La dernière phrase précise même que la présidence d'honneur « n'implique aucune responsabilité opérationnelle ». En

¹⁸ <http://www.languefrancaise.cfwb.be/index.php?id=10813>

résumé, la reine incarne la tradition, le symbolique, la représentation mais surtout pas l'action. On se plait, ici, à souligner le cantonnement honorifique de la fonction.



Comme dans d'autres articles analysés, l'illustration choisie par l'éditeur web est l'élément qui contribue le plus à accentuer les velléités de stéréotypie de l'article. On y voit la reine Mathilde assise en compagnie d'enfants dans ce qui semble être une classe. Cette illustration est sans doute à relier avec l'une des phrases du court texte où il est précisé

qu'au sein de la Fondation Roi Baudouin, il existe un fonds Reine Mathilde qui « *concentre son action sur la thématique de la vulnérabilité des enfants et jeunes* ».

Le genre féminin est donc, en un court texte et une image, associé au domaine de l'éducation des enfants et des êtres vulnérables, et à la seule représentation honorifique.

► LaLibre.be

Titres des articles : « *L'appel au jihad secoue les musulmans des Balkans* » et « *Yémen: Après le raid aérien contre le palais présidentiel à Aden, les rebelles s'emparent de l'aéroport* »

L'actualité traitée par le premier article relève de la thématique internationale. Il s'agit d'un reportage dans une ville des Balkans, mettant au jour le fait que de plus en plus de serbes sont endoctrinés pour partir faire la guerre (le jihad) en Syrie. Religion, politique, guerre et terrorisme se mêlent dans le récit des faits et les extraits d'interviews qui structurent ce long texte fouillé (une soixantaine de lignes). L'actualité traitée par le deuxième article relève également de la politique internationale, plus particulièrement de guerre civile, mais au Yémen cette fois.

Tous les protagonistes de ces récits de guerre sont des hommes : jihadistes présumés, hommes politiques, membres d'ONG, chefs rebelles ou journalistes locaux.

A l'image du texte, l'illustration est une affaire d'hommes. Certes, les cagoules des visages de la première illustration empêchent de déterminer si les combattants illustrés sont des hommes ou des femmes. Mais ces rangées de dizaines de combattants armés de fusils et équipés de treillis militaires, dans un paysage écrasé de soleil, renvoient inmanquablement à l'armée et à son genre masculin.



Le fait que ces deux textes soient considérés comme relevant du stéréotype subtil tient à cette seule approche médiatique de la guerre. Tant ses acteurs que ses témoins textuels et iconographiques sont masculins.

► LaLibre.be

Titre de l'article : « *Affaire Kubla-Duferco : Le dossier secret de Stephan De Witte* »

Cet article peut être éventuellement considéré comme subtilement stéréotypé en raison d'une portion de phrase, la dernière de l'avant-dernier paragraphe : « *comme l'a affirmé la semaine dernière Odile Maniema Krempin, la compagne congolaise du comptable disparu* ».

En effet, chacun des cinq protagonistes de l'affaire (le juge d'instruction Michel Claise, Serge Kubla, les dirigeants du groupe Duferco Antonio Gozzi et Massimo Croci, et l'ex-comptable de Duferco Stephan De Witte) sont cités nommément et identifiés par leur fonction. Par contre, l'identification de la seule femme citée repose sur son statut de « compagne de ».

Or, le texte affirme que la femme en question « a affirmé la semaine dernière » que Stephan De Witte avait subi des menaces, ce qui en fait un témoin important... bien plus qu'une « simple » compagne.

Certes, l'article est très court (une quinzaine de lignes) et relativement pauvre : photo prétexte, pas de signature journalistique personnalisée, citations paraphrasées d'un magazine dont l'éditeur IPM est également celui de La Libre Belgique (ce qui expliquerait la chute publicitaire de l'article « A lire dans l'édition de ce jeudi de l'hebdomadaire »). Cette brièveté justifie la nécessité d'aller à l'essentiel. Un « essentiel » où la femme est rattachée à la sphère familiale.

C. Occasion manquée (sans référence au genre)

► Le Soir (pages 10 et 11)

Titre de l'article : « *Les propos de De Wever embarrassent et enflamment* »

Le titre concerne une double page du quotidien composée de plusieurs articles rédigés à partir d'un événement politique : le discours de Bart De Wever à la fois bourgmestre d'une ville flamande importante (Antwerpen - Anvers en français) et leader de la N-VA. Dans son discours, De Wever a prononcé quelques phrases sur la communauté berbère, évoquant la notion de racisme « relatif ». Ces propos ont fait scandale et suscité des débats jusqu'au sein du Parlement fédéral belge dans lequel la N-VA siège comme parti de la majorité.

Une série d'articles détaille l'évènement. Cet ensemble d'articles autour d'un incident politique constitue une occasion manquée à plus d'un titre. Dans l'ensemble, la population « migrante » ou d'origine étrangère vivant en Belgique est présentée comme un ensemble neutre au niveau du genre alors que les femmes et les hommes vivent la réalité de l'immigration de manière fortement différenciée selon le genre, que ce soit en matière d'accès à l'emploi, aux espaces publics (y compris politiques), aux parcours éducatifs et professionnels, etc.

Plusieurs éléments donnent l'impression que les approches masculines constituent la référence « neutre » de la population issue de l'immigration : l'évocation par les experts interrogés d'éléments relatifs aux populations immigrées sans distinction de sexe ni analyse de genre, la dominance des hommes dans les personnes interrogées dans la rue, le fait que les hommes interviewés sont photographiés et présentés par leur prénom et leur nom, et les femmes seulement citées par leur prénom et ne sont pas montrées, etc.

Dans les articles centrés sur le fonctionnement politique, l'impression globale d'un univers qui ne concerne pas les femmes domine même si des nuances sont à apporter (les deux articles d'analyse sont signés par un homme et par une femme) :

- seuls des politologues hommes sont interrogés et n'intègrent pas l'analyse de genre dans leurs analyses (occasion manquée) ;
- une seule femme politique est interrogée mais en fin d'article et sans donner sa fonction précise ou son titre,
- les questions soulevées n'intègrent pas la dimension de genre alors qu'il s'agit d'une problématique politique (l'immigration, la présence de personnes d'origines étrangères...) pour laquelle les inégalités entre les femmes et les hommes sont régulièrement évoquées dans leur dimension culturelle notamment,
- la présentation des Berbères (évoqués par De Wever) n'inclut aucune allusion sur la situation et l'histoire de cette population concernant l'égalité entre les femmes et les hommes.

L'impression générale d'une « affaire » politique et d'un enjeu de société qui ne concernent pas les femmes est renforcée par les photos de la double page où une seule femme apparaît : dans un cadre publicitaire présentant une animatrice d'émission radio (jeune, jolie, souriante, présentée avec son seul prénom) dont les premières rubriques évoquées portent sur les tricots et crochets des grands-mères et les choux de Bruxelles.

C'est une occasion est manquée parce qu'il aurait été intéressant d'interroger des expertes (et pas seulement des experts), de sonder les femmes et les hommes concernés en tant que groupes sociaux, d'intégrer l'approche de genre dans les questions, commentaires, analyses. En tout cas d'équilibrer les représentations (nombre, attitudes, présentations, fonctions ou occupations évoquées) hommes/femmes (notamment dans les illustrations) afin de permettre aux lectrices de se sentir également concernées.

► Le Soir (pages 12 et 13)

Titre de l'article : « L'avenir est incertain pour les abeilles sauvages »

Le titre concerne une demi-page du quotidien composée d'un article et d'un encart organisés autour d'une photo couleur représentant un bourdon sur une fleur. L'article évoque les conséquences du réchauffement climatique sur les populations d'abeilles et de bourdons à partir d'interviews et d'études.

Cette demi-page autour d'une évolution inquiétante du patrimoine vivant constitue une occasion manquée à plus d'un titre. L'auteur et les experts interrogés sont uniquement masculins, ce qui renforce différents stéréotypes sexistes : le domaine scientifique est une affaire d'hommes, la prise en compte de problèmes graves (ici pour l'humanité) est du ressort principal des hommes.

Il aurait été intéressant pour réduire le stéréotype sexiste de la « femme non scientifique » et de montrer les femmes impliquées dans l'étude européenne dont la publication est à la base de l'article : la femme politique qui l'a commandée (Pia Bucella, Director, Directorate B: Natural Capital, European Commission) et les chercheuses qui y ont contribué (voir liste dans les documents cités : <https://portail.umons.ac.be/FR/actualites/Pages/ledeclindesabeilles.aspx>).

► **Le Soir (pages 14 et 15)**

Titre de l'article : « *Inde : les minorités chrétienne et musulmane ont peur* »

Dans cet article, il est question d'attaques que subissent les minorités chrétiennes comme des profanations d'églises. L'article évoque le viol d'une religieuse septuagénaire, comme dernière attaque de ces minorités. Le viol est évoqué plusieurs fois en soulignant son impact en termes de soulèvement social, politique.

Concernant ce point, l'article est dépourvu d'une quelconque perspective de genre. Alors, qu'il aurait été intéressant d'évoquer le viol comme arme absolue de soumission et, dans ce cas, à travers l'avilissement de la femme. Cet article a manqué une occasion de faire référence au genre, d'autant plus qu'une manifestation d'élèves et professeurs a eu lieu suite à cet événement.

► **Le Soir (pages 16)**

Titre de l'article : « *Les altermondialistes défilent vent debout contre la terreur* »

L'article évoque la mobilisation d'activistes de la société civile dans le cadre de la douzième édition du Forum social mondial à Tunis, encore meurtrie par l'attaque du Bardo la semaine précédente.

Une photo prise lors de la marche d'ouverture, accompagnée d'un « *Les peuples du monde contre le terrorisme* », illustre ce bref reportage. On y distingue des participant-e-s, et tout particulièrement une femme encadrée de deux enfants en gros plan, portant le slogan « Je suis Bardo ».

Cependant, dans le corps de l'article, si la parole (principalement militante ici) des hommes est largement mobilisée avec cinq interviewés différents, l'échantillon ne rend pas justice à la présence des femmes au sein des mouvements sociaux (70.000 activistes étaient réunis lors de cette marche). Seule l'analyse d'une bloggeuse tunisienne est évoquée en fin d'article.

Il s'agit d'une occasion manquée d'évoquer à la fois la participation des femmes au Printemps arabe, et, plus largement, leur présence massive au sein des mouvements sociaux internationaux.

► **7sur7.be**

Titre de l'article : « *La Wallonie a raccroché le peloton européen* »

L'article est un compte-rendu du discours du président de la Région wallonne, Paul Magnette qui présente aux députés régionaux la ligne que son gouvernement prendra afin de soutenir le développement économique de la Région.

L'article a donc choisi de retenir deux réactions de la part de cette opposition à travers une vidéo jointe à l'article. Or, sur les deux intervenants, seuls des hommes ont été sélectionnés alors que le parlement wallon, s'il n'est pas paritaire, comprend un nombre de femmes suffisamment conséquent pour qu'au moins une d'entre elles puisse réagir au discours du président.

Nul propos sexiste ou stéréotype flagrant dans l'article donc, mais une occasion manquée de donner la parole à une (ou plusieurs) femme(s). En effet, 45% des députés wallons sont des femmes (34/75), récolter une réaction d'une députée ne pose donc pas de réel problème. Il faut toutefois nuancer ce constat dans la mesure où tous les chefs de groupe du parlement wallon (majorité et opposition) sont des hommes. Dans notre exemple, une des personnes interviewées – Stéphane Hazée – est le chef du groupe Écolo, l'autre est un député – Jean-Luc Crucke du MR.

► 7sur7.be :

Titre de l'article : « *Soit les pilotes ont décidé de mourir, soit on les a obligés à mourir* »

L'article propose une analyse d'experts sur le crash d'un Airbus A320 en France. Sans représentante féminine parmi les experts, l'article manque l'occasion de montrer que les femmes sont tout aussi capables d'exercer un métier scientifique comme pilote d'avion ou expert technologique.

Cette constatation est d'ailleurs valable pour tous les articles relatifs au crash aérien, celui-ci ne fait donc qu'illustrer une tendance générale à omettre l'expertise de femmes dans certains domaines.

D. Référence au genre

► TéléSambre

Titre de la séquence : « *Castorettes* »

La télévision locale *TéléSambre* choisit de traiter la finale de l'Eurocoupe de basket dames sous l'angle "proximité" : non seulement le match aura lieu dans le hall sportif local, mais de surcroît, une joueuse défendra les couleurs de l'équipe belge en lice.

Le reportage fait preuve d'une approche neutre en termes de genre. Le sujet n'aurait, à bien des égards, pas été différents s'il s'était agi d'un joueur de basket masculin : on y évoque le parcours, les performances, les défis sportifs de la joueuse, qui est interviewée directement. Aucun autre intervenant n'est sollicité, ni d'autres joueuses, ni l'entraîneur (présent parfois à l'image). Aucun autre reportage ne porte sur l'événement (le match). La rédaction a visiblement choisi de traiter du sujet par le biais de la joueuse.

Une ou deux expressions semblent spécifique aux femmes : on parle ainsi de « Castorettes » ou des « filles du Castro Braine ». Les « Castorettes » sont visiblement la « marque » déposée des joueuses du club de Braine, déclinée à partir du nom de l'équipe masculine (les Castors). A noter que le journaliste comme la présentatrice utilise castors et castorettes alternativement pour parler des joueuses.

L'expression « les filles du Castor Braine » est, semble-t-il, utilisé pour éviter une redondance dans les termes. On notera que la séquence ouvre la page sportive de fin de journal.

3.3 Conclusion

Au final, l'ensemble de l'analyse et la récurrence de certains phénomènes permet de dégager des observations.

► Entre brièveté et gommage des spécificités du genre

Parmi les articles ou reportages analysés dans cette partie qualitative, un certain nombre était relativement bref. On constate dès lors que plus l'information est courte, et plus elle va à l'essentiel et gomme, de ce fait, toute référence ou expression « genrée » (positive ou négative).

► Le déni d'expertise

Les femmes sont écartées (volontairement ou non) des rôles médiatiques relevant de l'expertise. En se bornant à ne présenter que des hommes à des postes d'experts et de techniciens qualifiés, les médias manquent une occasion de montrer que les femmes sont tout aussi capables d'exercer des métiers à haute valeur ajoutée.

► L'émotion plutôt que la gestion de crise

La couverture des catastrophes pose une série de difficultés aux journalistes : rapidité de traitement, absence de recul, éléments contradictoires qui s'enchaînent, présence d'une émotivité chez les victimes (et leurs proches) ainsi que, parfois, chez les journalistes, etc.

Le temps de traitement d'un événement comme une catastrophe aérienne diffère de celui d'un sujet "classique" et sa gestion ne laisse pas toujours la place à des réflexions sur le genre (dans le choix des experts par exemple). Cependant, comme évoqué plus haut, il apparaît que la plupart (voire la totalité) des articles ou reportages consacrés au crash de l'avion par exemple montre des femmes cantonnées dans leur émotivité et des hommes dans l'expertise.

Il existe donc bel et bien un décalage entre une partie involontaire de la couverture de catastrophe (inhérente à ce type d'événement) et ce qui paraît davantage être un choix du (ou de la) journaliste : présenter les femmes comme les victimes émotives de l'accident.

► La force des images

Aux hommes la guerre, aux femmes l'éducation, la santé... ou l'accompagnement masculin. Ces deux paradigmes, classiques dans les traitements médiatiques, sont visibles dans quelques textes et illustrations issus du site lalibre.be par exemple. Leur première lecture ne permet pas aux stéréotypes, même subtils, de « sauter aux yeux ». C'est davantage la confrontation de plusieurs textes et plusieurs illustrations qui rend compte de cette vision « genrée » où l'illustration, souvent prétexte, joue un grand rôle.

En guise de recommandation, il faut inviter les journalistes à être attentifs à ces éléments iconographiques et à les assortir de légendes qui, éventuellement, pourraient « casser » les interprétations trop orientées.

► Une assimilation subtile des représentations de genre

Il apparaît globalement que c'est davantage dans les **stéréotypes subtils** ou les **occasions manquées** plutôt que dans les **stéréotypes flagrants** que l'on trouve les « problématiques » de référence aux genres. Ce qui est en réalité plus facilement et inconsciemment assimilable par la population

(femmes, hommes, filles ou garçon). Par exemple, le fait de représenter les hommes en experts ou sauveteurs et les femmes en victimes (ou de la famille d'une victime) conforte subrepticement l'idée que les femmes ne sont pas faites pour les métiers techniques ou qu'il y a des professions (et des émotions) réservées à l'un des sexes.

► **L'intérêt d'une comparaison avec d'autres pays**

Finalement, il aurait été intéressant de comparer le traitement d'un même événement comme le crash de l'avion en France par des médias allemands, espagnols, français, etc. La place des femmes dans le traitement est-elle la même ? Ces parallèles entre les différentes pratiques journalistiques ne pourraient qu'enrichir l'analyse qualitative.

Annexe 1. Méthodologie

En fonction de sa densité médiatique, chaque pays participant s'est vu attribuer un nombre précis de reportages à suivre dans la presse écrite, la radio, la télévision, l'Internet, et Twitter. Ceci a été fait afin de s'assurer que les résultats internationaux représentent la distribution des médias d'information à travers le monde, tout en respectant la nécessité d'équilibrer les résultats entre les petits et les grands pays. Le nombre et le choix des médias suivis dans chaque pays reflètent la densité et la diversité (auditoire, propriété, langue) des médias dans chaque pays.

Des efforts ont été faits afin de garantir la compréhension et l'application uniforme de la méthodologie était pratiquée partout dans le monde. Des instructions claires ont été fournies pour le codage. Certains coordonateurs régionaux et nationaux ont bénéficié d'une formation individuelle ou virtuelle, tandis que d'autres, et la grande majorité des bénévoles à travers le monde, se sont formés eux-mêmes grâce à des didacticiels fournis sur Internet. Dans une région, les coordonateurs nationaux ont été formés par le coordonateur régional via une téléconférence. Dans certains pays, les coordonateurs nationaux ont formé des groupes de volontaires.

Dans chaque pays, les moniteurs ont codé dans leur intégralité les reportages télévisuels et radiophoniques les plus importants de la journée. Pour les journaux, 12 à 14 articles apparaissant dans les principales pages d'actualité (celles qui sont consacrées aux nouvelles nationales, internationales et, dans certains cas, régionales) ont été codées. Les équipes nationales pourraient opter pour le monitoring des nouvelles en ligne et sur Twitter sur la base de l'importance que revêtent ces canaux comme source d'information pour les consommateurs locaux.

Les recherches quantitatives ont permis de recueillir des statistiques sur les thèmes des nouvelles, les femmes et les hommes dans les nouvelles, le type de reportages dans lesquels ils apparaissent et leur fonction. L'organisation Media Monitoring Africa (MMA), en Afrique du Sud, était chargée de la gestion et du traitement des données surveillées.

Dans une analyse plus approfondie et plus nuancée des reportages sélectionnés, les moyens, les thèmes et les tendances en matière de problématique hommes-femmes ont été examinés. Cette analyse qualitative a pris en compte le rôle de la langue, des présentations visuelles et de l'angle adopté pour bâtir, renforcer ou combattre les stéréotypes sexistes.

Vous trouverez une discussion détaillée sur la méthodologie, notamment des considérations sur la fiabilité, la précision et les limites, dans le rapport mondial intitulé « *Qui figure dans les nouvelles? Projet mondial de monitoring des médias* » (2015)

Annexe 2. Liste des moniteurs

- ❖ Martine SIMONIS
- ❖ Halima EL HADDADI
- ❖ Amandine DEGAND
- ❖ Laurence MUNDSCHAU
- ❖ Olivier STANDAERT
- ❖ Vinciane VOTRON
- ❖ Lara VAN DIEVOET
- ❖ Sarah SEPULCHRE
- ❖ Muriel HANOT
- ❖ Sabri DERINÖZ
- ❖ Sophie PEREIRA
- ❖ Claudine Lienard
- ❖ Soumia KHARBOUCH
- ❖ Aurore VAN OPSTAEL
- ❖ David DOMINGO
- ❖ Florence LE CAM
- ❖ Valérie LOOTVOET
- ❖ Martin GILLARD
- ❖ Cédric TANT

WACC

AJP Association
des Journalistes
Professionnels
UNION PROFESSIONNELLE

WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 (416) 691-1999
Fax: +1 (416) 691-1997
gmmp@waccglobal.org; www.whomakesthenews.org
www.waccglobal.org

Maison des journalistes (AJP)
Rue de la Senne 21
1000 Bruxelles

Tel: +32 2 777 08 60
[http://www.ajp.be/gmmp/
halima.elhaddadi@ajp.be](http://www.ajp.be/gmmp/halima.elhaddadi@ajp.be)