Clara BAMBERGER, *Femmes et médias. Une image partielle et partielle*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Inter-National, 2012, 96 pages

Nathalie Nadaud-Albertini

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9150>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9150

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 août 2014

Pagination : 408-410

ISBN : 978-2-8143-0209-9

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Nathalie Nadaud-Albertini, « Clara BAMBERGER, *Femmes et médias. Une image partielle et partielle* », *Questions de communication* [En ligne], 25 | 2014, mis en ligne le 01 juillet 2014, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9150> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9150>

télévisuel des États-Unis et du reste du Canada au Québec ? Il est vrai que sur ce dernier point, de façon plus ou moins directe, les États-Unis demeurent en matière télévisuelle les inspireurs de la plupart des « innovations » en la matière, quel que soit le pays. Le lecteur français ne pourra s'empêcher de faire un parallèle avec le cas français. Il tirera de la comparaison de nombreux enseignements : l'articulation de phénomènes souvent identiques conduit, en fonction des contextes culturels, politiques et médiatiques différents, à des représentations médiatiques distinctes.

Pierre Leroux
CRAPE, UCO/L'UNAM, F-49000
Pierre.Leroux@uco.fr

Clara BAMBERGER, *Femmes et médias. Une image partielle et partielle.*

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Inter-National, 2012, 96 p.

Si la représentation des femmes dans les médias est un sujet souvent abordé, il l'est la plupart du temps sur le thème d'une déploration accompagnée de vœux pieux. Dans l'ouvrage, Clara Bamberger se livre à une analyse structurée autour de deux axes. Le premier : la façon dont on représente les femmes dans les médias relève d'« une image partielle et partielle » (pp. 17-58). Le second : « Pourquoi cette représentation médiatique des femmes et comment la faire changer ? » (pp. 59-80).

Dans la première partie, chiffres, rapports et graphiques à l'appui, l'auteure montre (pp. 17-34) que les contenus médiatiques continuent à faire briller les femmes par un attribut que l'on associe traditionnellement au féminin : la discrétion. En effet, elle met en évidence le fait que la presse consacre nettement moins d'articles aux femmes qu'aux hommes, que la télévision fait s'exprimer davantage les hommes que les femmes et, enfin, que, à la radio, les inégalités sont similaires.

Elle s'intéresse ensuite à la façon dont les médias d'information offrent une représentation biaisée des femmes et passent quasiment sous silence les inégalités hommes/femmes (pp. 35-48). Pour cela, elle souligne le fait que les femmes ont tendance à y apparaître comme plus anonymes, plus insérées dans des relations familiales que dans la vie professionnelle, et rarement en position d'autorité. En effet, c'est bien moins comme experts, porte-parole ou sources d'information que comme victimes, témoins oculaires ou individus relatant une expérience personnelle que les femmes sont convoquées. De même, les citations émanent essentiellement d'hommes. Par ailleurs, Clara Bamberger montre que, au-delà de l'analyse

quantitative, l'étude sémantique de la manière dont on fait apparaître les femmes est essentielle car réductrice (pp. 41-43). En effet, elles sont cantonnées à cinq stéréotypes : « muse », « madone », « mère », « égérie », « *passionaria* » (p. 42). Pour parachever de montrer l'inégalité de traitement, l'auteure s'intéresse à l'invisibilisation des inégalités hommes/femmes par les médias d'information (pp. 44-48). Ainsi, un jour de grève enseignante, une très faible proportion de journaux posera-t-elle la question de la garde des enfants et, à travers ce thème, la question plus vaste de l'articulation entre vie familiale et vie professionnelle des femmes. De même, toutes les inégalités subies dans le monde du travail (différence de salaires à poste égal, âge de cessation d'activité, durée de carrière, montant des retraites, etc.) ou dans la sphère familiale (inégaie répartition des tâches par exemple) sont très rarement traitées. Autrement dit, Clara Bamberger insiste sur l'interpellant décalage entre « la quasi-absence de traitement médiatique des inégalités hommes/femmes et l'omniprésence de ces inégalités dans la vie professionnelle mais aussi dans les ménages » (p. 46).

L'auteure considère que ces représentations partiales et partielles ont un impact fort sur l'imaginaire collectif, influençant la perception des femmes, y compris par elles-mêmes (pp. 49-58). Selon elle, on est face au pouvoir performatif du langage qui exerce la « violence symbolique » décrite par Pierre Bourdieu dans *Le sens pratique* (Paris, Éd. de Minuit, 1980), à savoir un processus de naturalisation des normes. Ainsi les représentations des femmes données à voir par les médias sont-elles considérées comme naturelles, allant de soi, de sorte qu'elles maintiennent voire renforcent l'état des rapports de force en place. Pour Clara Bamberger, il devient alors très difficile pour tout un chacun de déconstruire les mécanismes à l'œuvre dans la domination et, par conséquent, de s'en émanciper.

Très difficile, mais pas impossible, puisque la seconde partie de son livre s'intéresse à la problématique suivante : « Pourquoi cette représentation médiatique des femmes et comment la faire changer ? » (pp. 59-80).

À la question « pourquoi ? », l'auteure répond que l'urgence dans laquelle travaillent les journalistes favorise les routines plutôt que la prise de distance nécessaire à la déconstruction des stéréotypes. Les routines consistent par exemple à aller piocher dans la liste d'experts (bien souvent masculins) déjà répertoriés sur un sujet, plutôt que d'en chercher d'autres. Elles résident également dans la « circulation circulaire de l'information » (p. 64) : il existe des titres

ayant pignon sur rue, s'ils traitent un sujet, les autres vont leur emboîter le pas même si, originellement, ils n'avaient pas envisagé d'aborder le thème. La circulation circulaire se révèle un cercle vicieux au sens où les titres prescripteurs se dirigent plus volontiers vers des sujets « vendeurs », lesquels sont des « sujets légers ou non susceptibles de remettre en cause l'ordre socio-économique établi, c'est-à-dire les rapports de force existants... Autant de critères auxquels ne répondent pas des sujets comme les inégalités salariales hommes/femmes, les discriminations dues au sexe ou encore l'image des femmes diffusées par les médias » (pp. 64-65). Clara Bamberger souligne également le fait que l'écriture journalistique n'est pas libre mais faite de contraintes de trois types (pp. 61-66). Certaines sont structurelles : écrire vite, en un certain nombre de signes, ce qui est moins propice à la problématisation qu'à l'utilisation d'expressions toutes faites qui court-circuitent la réflexion. D'autres sont commerciales : un journal reste une entreprise, avec un impératif de rentabilité, ce qui demande d'adapter les codes narratifs au lectorat ciblé. D'autres encore relèvent de la différence de statut des journalistes : selon son statut, un journaliste peut plus ou moins s'autoriser certaines libertés avec les codes narratifs imposés.

Après avoir proposé un tour d'horizon des contraintes journalistiques favorisant la diffusion d'une image biaisée des femmes dans les médias d'information, l'auteure s'interroge sur un paradoxe : la profession de journaliste s'est beaucoup féminisée, et pourtant l'image médiatique des femmes ne change pas (pp. 67-74). Clara Bamberger explique ce paradoxe par trois facteurs. D'abord, elle expose que, malgré une profession féminine à 54 %, le journalisme ne met pas plus les femmes à l'honneur que les autres corps de métier. En effet, massive dans les journaux féminins, leur présence se raréfie dans les hebdomadaires d'information, la presse quotidienne nationale ou régionale, ou encore à la télévision nationale. Elles connaissent davantage la précarité que les hommes et sont également abonnées aux écarts de salaires. De même, les postes considérés comme prestigieux leur sont moins souvent attribués qu'aux hommes (grands reporters, journalistes reporters d'images, reporters photographes etc.).

Le deuxième facteur expliquant l'absence de changement de l'image des femmes véhiculée par les médias en dépit de la féminisation de la profession relève, selon l'auteure, de « la ségrégation horizontale à l'œuvre dans les rédactions » (p.68). Elle montre, en effet, qu'il existe une division du travail implicite entre les hommes et les femmes reproduisant les stéréotypes traditionnels du masculin et du féminin,

et ce, aussi bien dans les différents services qu'au sein d'une même rubrique. Autrement dit, aux hommes les sujets politiques, économiques, internationaux, le foot ou le rugby ; aux femmes, les sujets de société, le social, le culturel, les dossiers pratiques ou thématiques, le patinage artistique ou la natation synchronisée.

Le troisième facteur mis en lumière par Clara Bamberger est « l'incassable plafond de verre, ou la force de la ségrégation verticale » (p.70). Il en est des femmes dans la hiérarchie journalistique comme de l'oxygène en altitude : plus on monte, plus elles se raréfient. De plus, celles qui sont parvenues à des postes à responsabilités adoptent le même traitement de l'information que leurs homologues masculins, en grande partie pour ne pas fragiliser leur position. L'auteure l'explique : « Ayant déjà rompu une fois l'ordre établi en accédant à de hautes responsabilités, il leur est difficile de rompre une seconde fois, en revendiquant des modifications structurelles dans le contenu même de l'information » (p. 71).

Après avoir effectué ce constat, le livre se conclut par un ensemble de recommandations visant à transformer l'image des femmes dans les médias (pp. 75-80). La première consiste à « renforcer les actions de vigilance » (p. 75), notamment celles qui émanent du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). L'auteure en suggère différentes, comme faire de la représentation des genres un des critères d'évaluation des médias quand il s'agit d'attribuer une nouvelle fréquence, de façon à fournir aux médias un intérêt stratégique dans le traitement de l'image des femmes. Autre proposition judicieuse : créer un baromètre qui testerait l'image des femmes véhiculée par les médias, dont les résultats seraient rendus publics.

La seconde recommandation est de « responsabiliser les médias et les écoles de journalisme » (p. 77). Concernant les médias, il s'agit de signer une charte engageant notamment à « éviter de décrire les femmes à partir de leur aspect physique et de leur état civil et familial » ; « veiller à l'équilibre des genres dans leurs sujets » (*ibid.*) ; ne pas cantonner les femmes dans des rôles conformes aux stéréotypes traditionnels ; féminiser les noms de métier ; viser la parité experts/expertes sur les plateaux ; réaliser un décompte des résultats obtenus, lequel serait ensuite vérifié par le CSA ; attribuer au moins 10 % du temps d'antenne à des programmes centrés sur les inégalités salariales, l'articulation de la vie professionnelle et de la vie familiale, etc. ; indiquer aux pouvoirs publics le nombre de femmes aux postes de direction.

À côté de la prise de responsabilités par les médias eux-mêmes, l'auteure préconise une sensibilisation aux thématiques de genres dans les écoles de journalisme, thématiques actuellement occultées par l'idéal universaliste français.

La troisième et dernière recommandation est d'impliquer les pouvoirs publics, notamment : en nouant un partenariat avec les médias pour lutter contre les représentations biaisées des femmes dans les médias ; en sensibilisant à la question de l'image des femmes dès le plus jeune âge ; en participant aux pratiques de l'Union européenne dans le sens de la lutte contre le sexisme (comme l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes de Vilnius dont le rôle est de développer des outils méthodologiques et de faciliter le dialogue entre les acteurs européens sur le thème de la représentation des femmes) ; en soutenant aussi bien financièrement qu'en termes de visibilité les actions de la société civile proposant une image renouvelée des femmes.

Le constat est éclairant, les propositions intéressantes. Reste à en prendre acte et à apprendre à lutter aussi bien contre le sexisme que contre d'autres discriminations, et ce, en ne se limitant pas à la sphère des médias.

Nathalie Nadaud-Albertini

CEMS, École des hautes études en sciences sociales,
F-75013
nnadaud@noos.fr

Jérôme BERTHAUT, *La banlieue du « 20 heures ».*
Ethnographie d'un lieu commun journalistique.

Marseille, Éd. Agone, coll. L'Ordre des choses, 2013, 430 p.

Jérôme Berthaut est sociologue, son livre est issu de la thèse de doctorat de sociologie qu'il a soutenue en 2012 et qui s'intitule *La banlieue sur commande. Enquête sur l'intériorisation d'un sens commun journalistique*. Il analyse la production journalistique traitant de « la banlieue », principalement dans une rédaction de télévision nationale d'une grande chaîne généraliste (France 2), dans laquelle l'auteur a conduit une observation durant trois stages de deux semaines chacun, de 2003 à 2007. Cette enquête prend place dans un travail plus large qui « s'est étendu sur une durée de sept ans et a porté sur plusieurs médias dits "grands publics" » (p. 21). Dans cette étude, le terme « banlieue » et ses équivalents médiatiques (cités, quartiers sensibles...) « ne désigne[ent] donc pas tant une réalité sociale qu'un objet d'attention médiatique supposé faire sens auprès d'un "public imaginé ou anticipé" », il s'agit « d'analyser la façon

dont la fabrication d'un reportage "banlieue" favorise la mobilisation, au sein des rédactions, d'un stock de représentations, de normes et de pratiques professionnelles » (pp. 10, 11). Une telle recherche fait écho à des travaux sociologiques qui ont mis l'accent sur la dimension collective du travail de production de l'information à l'intérieur d'une rédaction, la naturalisation et l'intériorisation de cadres, de contraintes, de modèles cognitifs plus ou moins prégnants chez les membres qui la composent. On pense tout particulièrement au cadre général d'analyse du champ journalistique chez Pierre Bourdieu (*Sur la télévision*, Paris, Éd. Raisons d'agir, 1996), aux travaux de Patrick Champagne (notamment « La construction médiatique des "malaises sociaux" », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 90, déc. 1991, pp. 64-76, proche aussi par son objet). Par ailleurs, l'analyse illustre une nouvelle fois – Hervé Brusini et Francis James le notaient, dès le milieu des années 60, dans *Voir la vérité* (Paris, Presses universitaires de France, 1982) – le faible poids du reporter et du « terrain » dans le système de production journalistique télévisuel dominant. La dimension ethnographique du travail, sur laquelle se fonde l'analyse, se situe dans la continuité de travaux interrogeant les pratiques et les normes professionnelles engagées dans le travail de fabrication de l'actualité, comme celui de Jacques Siracusa (*Le JT, machine à décrire. Sociologie du travail des reporters à la télévision*, Bruxelles/Paris, De Boeck Université/Ina, 2001). Quant au travail journalistique sur les « banlieues » vues par les médias, en France, il a donné lieu à de nombreux travaux centrés essentiellement sur les contenus des reportages (évoqués par l'auteur dans deux notes, p. 13) mais aucun n'avait l'ambition, comme celui-ci, de questionner avec minutie les enjeux internes aux rédactions qui façonnent la production de ce « lieu commun journalistique ».

Dans les deux premiers chapitres (« La "banlieue" et la rédaction de France 2 (1992-2007) : un révélateur de la "privatisation" cachée de la télévision publique », pp. 29-55 ; « Un nouveau modèle de journalisme généraliste à l'assaut des services thématiques... et des quartiers populaires », pp. 57-94), l'auteur propose une analyse de l'évolution (de 1992 à 2007) du rapport de la rédaction de France 2 au sujet « banlieue ». L'analyse des rapports de force internes, de la composition des services est reliée à des phénomènes plus larges (le modèle de TF1 chaîne privée et leader de l'audience, l'affaiblissement de la distinction entre secteurs public et privé) et emprunte des schémas parfois réducteurs (l'auteur ne note pas que la « fait-diversification » s'articule avec d'autres évolutions comme la place prise par les sujets de vie quotidienne dans les JT). L'auteur semble aussi parfois implicitement céder à