



Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture

النساء و الصحافة المكتوبة في المغرب العربي

# Femmes et Presse écrite au Maghreb

Amélioration de la représentation  
des femmes dans les médias  
au Maghreb

Par **Monia Azzalini** et **Manuela Malchiodi**,  
Chercheuses de l'Osservatorio di Pavia Media Research,  
Pavia, Italie

Les observations et les opinions contenues dans cet ouvrage sont de la seule responsabilité de ses auteurs et n'impliquent pas l'expression d'une opinion de la part de l'UNESCO.

Les appellations employées et la présentation des données dans cet ouvrage n'impliquent pas l'expression d'une opinion quelconque de la part de l'UNESCO concernant le statut légal d'un pays, d'un territoire, d'un domaine ou d'une ville, de ses autorités ou concernant les limites de ses frontières.

**« FEMMES ET PRESSE ECRITE AU MAGHREB**

**Amélioration de la représentation des femmes dans les médias au Maghreb»**

Par Monia Azzalini et Manuela Malchiodi, Chercheuses de l'Osservatorio di Pavia Media Research, Pavia, Italie

Edité et publié par le Secteur de la Communication et l'information  
Bureau de l'UNESCO pour l'Algérie, le Maroc, la Mauritanie et la Tunisie  
Avenue Aïn Khalwiya km 5,3  
BP 1777 –Rabat  
Maroc

Mise en page et impression par AS2COM  
14, Rue Tinghir, Place My Ali Chérif 10010 Hassan  
Rabat Maroc  
[www.as2com.com](http://www.as2com.com)

# Femmes et Presse écrite au Maghreb

Amélioration de la représentation  
des femmes dans les médias  
au Maghreb

Par **Monia Azzalini** et **Manuela Malchiodi**,  
Chercheuses de l'Osservatorio di Pavia Media Research,  
Pavia, Italie

### *Remerciements*

*Les auteurs remercient les étudiants du cours de Langue arabe de l'Université de Pavia (Faculté des Sciences politiques) et leur enseignante, Mme Barbara Airò, pour leur précieuse collaboration dans les processus de collecte et traduction des données relatives à la presse arabophone.*

## Table des Matières

Préface .....	5
1. État des lieux de la représentation des femmes dans la presse au Maghreb.....	11
La visibilité des femmes et les stéréotypes sexistes.....	14
Un cas particulier : la visibilité des femmes politiques.....	22
La couverture des questions liées à l'égalité des genres.....	25
Le traitement du thème de la violence contre les femmes.....	30
2. Évolution du traitement des contenus du point de vue de l'égalité des genres.....	35
Le Maghreb.....	37
La Mauritanie.....	39
Le Maroc.....	41
L'Algérie.....	44
La Tunisie.....	47
3. Quelles valeurs diffuse la presse au Maghreb?.....	53
À la recherche de valeurs.....	55
Le modèle culturel sous-jacent aux représentations médiatiques des femmes.....	55
Valeurs « progressistes » et valeurs « conservatrices ».....	57
Promotion de la culture de l'égalité dans la presse écrite au Maghreb.....	60
La presse féminine et ses valeurs.....	61

4. L'égalité et la discrimination basée sur le genre dans la presse au Maghreb: études de cas.....	65
Cadre de classification des études de cas.....	67
Stéréotypes sexistes.....	70
Manque de visibilité des femmes ou absence de référence au genre.....	78
Prise en compte de l'approche genre et promotion de la culture de l'égalité.....	83
5. Recommandations.....	91
Point de départ : la Déclaration et la Plateforme d'action de Beijing.....	93
Recommandations pratiques.....	94
Femmes et violence dans l'information.....	107
Bibliographie.....	111

# Préface







L'autonomisation des femmes et la réduction des inégalités entre les sexes sont des processus entamés mais toujours inachevés. La situation socio-économique, politique et culturelle des femmes dans le monde a connu des changements concrets et significatifs depuis la deuxième moitié du XX<sup>ème</sup> siècle. En effet c'est à partir des années 50 que les femmes ont intégré massivement la sphère publique, notamment le monde du travail, en rendant visibles les premiers fruits de l'une des révolutions les plus silencieuses jamais connues<sup>1</sup>.

Au Maghreb, ces mutations ont commencé à s'opérer il y a une trentaine d'années, à exception de la Tunisie dont le code du statut personnel, largement connu à travers les pays arabes pour être le plus avant-gardiste en matière de reconnaissance de l'autonomie et des droits des femmes, établissait déjà en 1956 une certaine égalité entre les femmes et les hommes.

Aujourd'hui, cette région du monde vit pleinement la promotion de l'égalité entre les sexes à tous les niveaux. Au Maroc et en Algérie cette promotion s'est matérialisée notamment par la révision de leurs codes du statut personnel, dont le but était d'améliorer les droits des femmes et consacrer leur autonomie en tant que citoyennes à part entière. Cependant, de nombreuses études entreprises par la société civile accompagnées de témoignages de journalistes font écho que les médias diffusent des représentations des femmes qui ne sont pas en accord avec leur réalité ou qui ne reflètent pas les changements à l'œuvre dans la vie des femmes. Par exemple, selon l'étude *L'image des femmes dans la presse écrite algérienne*, publiée par l'ONG algérienne Femmes en Communication, les publications périodiques de ce pays donnent « une image globale des femmes algériennes qui est réduite à l'image de femmes victimes ». Cette étude affirme que, d'une manière générale, l'image des femmes algériennes véhiculée par la presse est négative, dans le sens où elles sont « toujours décrites dans leurs souffrances ». Ainsi, dans sa conclusion, l'étude reproche à la presse algérienne de se limiter seulement à communiquer sur ces souffrances au lieu de communiquer sur les problèmes subis par les algériennes: « On peut dire

---

1. La emancipación de la mujer : la revolución silenciosa, Revista Pensamiento Libre, 2013

qu'aujourd'hui la presse écrite, en se contentant de constater les différentes formes d'inégalités qui s'exercent sur les femmes, ne se donne pas les moyens de leur donner du sens. En se contentant de décrire ces souffrances et devant la difficulté de les expliquer, tout fonctionne comme si ces injustices étaient inscrites dans le destin inexorable des femmes algériennes<sup>2</sup> » .

Au Maroc, les études menées sur la presse arabophone et francophone entre 2001 et 2009 s'accordent à dénoncer l'invisibilité féminine dans les actualités et l'incapacité de la presse à refléter une image des femmes marocaines en phase avec la réalité<sup>3</sup>. Les femmes sont absentes dans 92% des articles de l'échantillon analysé en 2009. D'après l'enseignante-chercheuse Aïcha Barkaoui, experte en matière de représentation médiatique des femmes, « un déséquilibre de forces s'est accentué entre les dominants et le peuple, marquant un fort recul démocratique et accentuant les inégalités. [...] Les médias, malheureusement, n'ont pas su remédier à ce déséquilibre fondamental entre les hommes et les femmes causé, en partie, par les stéréotypes sexistes ».

Le Ministre de la communication, Monsieur Mustapha El Khalfi, rejoint les constats faits par la société civile et nombre de journalistes et chercheurs en la matière, en affirmant que « l'image de la femme dans les médias marocains reflète des clichés négatifs »<sup>4</sup> .

En Tunisie, selon le rapport national du Global Media Monitoring Project<sup>5</sup> , les six principaux quotidiens francophones et arabophones analysés enregistrent un taux de présence féminine en tant que sujet des actualités de l'ordre de 25% malgré une présence féminine majoritaire parmi les rédacteurs des actualités analysées. Ce qui signifie que des stéréotypes de genre s'infiltrèrent également dans les articles signés par des plumes féminines.

---

2. L'image des femmes dans la presse écrite algérienne, Femmes en communication, Alger, 2006

3. Institut Supérieur de l'Information et de la Communication (ISIC) - Fonds des Nations Unies pour la Population (FNUAP), L'image de la femme dans le discours médiatique marocain, 2001 ; Zakia Daoud, La situation de la femme marocaine au travers de la presse et des médias, dans Khadija Mohsen-Finan (dir.), L'image de la femme au Maghreb, Éd. Actes Sud/Barzakh, Paris 2008 ; Royaume du Maroc, Ministère du Développement social - FNUAP, L'image de la femme dans les médias, situation et perspectives, 2009

4. [http://www.lematin.ma/express/Femmes--et-Medias-\\_Les-cliches-de-la-Marocaine-negatifs/175524.html](http://www.lematin.ma/express/Femmes--et-Medias-_Les-cliches-de-la-Marocaine-negatifs/175524.html)

5. Hamida El Bour, Atidel Mejri, Projet mondial de monitoring des médias, Rapport Tunisie, 2010.

Quant à la Mauritanie, sa participation au Global Media Monitoring Project permet de constater que les femmes citées dans les articles de presse, qui représentent juste le quart des sujets, sont rarement protagonistes, rarement interviewées et pratiquement absentes dans les actualités traitant des affaires politiques, économiques et juridiques<sup>6</sup>.

De son côté, le Center for Arab Women Training and Research (CAWTAR), basé à Tunis, rappelle que 78% des images des femmes véhiculées par les médias arabes sont négatives et pas en accord avec la réalité<sup>7</sup>.

A la lumière de ces constats, on peut affirmer qu'au Maghreb, malgré les avancées opérées en matière d'égalité entre les sexes, il reste beaucoup à faire afin que la présence des femmes dans la presse soit en phase avec leur apport à la société et au développement de leurs pays.

C'est la raison pour laquelle l'UNESCO fait de la promotion de l'égalité entre les sexes l'une de ses priorités en mettant l'accent sur les capacités des médias à promouvoir l'égalité entre les sexes à travers les contenus qu'ils produisent et diffusent.

Dans ce contexte, les actions de l'UNESCO s'inscrivent dans une démarche globale amorcée depuis l'adoption du programme d'Action de Beijing en 1995 lors de la quatrième Conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes. En particulier, le Bureau de l'UNESCO pour l'Algérie, le Maroc, la Mauritanie et la Tunisie consacre tout un programme à l'amélioration de la représentation des femmes dans les médias au Maghreb et à la promotion de la culture de l'égalité à travers les médias.

Le principal objectif de ce programme est de faire évoluer les pratiques journalistiques en relation avec le traitement de l'image des femmes dans les discours médiatiques en encourageant les professionnels et les décideurs des organes de presse, les institutions de formation et les instances politiques concernées à réfléchir sur une représentation équilibrée des hommes et des femmes dans les médias.

---

6. Projet mondial de monitoring des médias 2010, Rapport global.

7. Arab Women Development Report: Arab Women and the Media, UNIFEM-CAWTAR, Tunis, 2006

Le présent guide invite les professionnels de la presse écrite au sein des rédactions des journaux et magazines, aussi bien traditionnels qu'électroniques, à repenser la représentation des femmes et à s'approprier une culture de l'égalité. Le guide a pour objectif d'encourager l'adoption des réflexes professionnels favorisant une représentation plus équilibrée des femmes et des hommes dans les productions journalistiques du Maghreb.

A travers un état des lieux de la représentation des femmes dans la presse écrite au Maghreb, le guide présentera des exemples de cas pratiques de promotion de la culture de l'égalité ou discrimination et proposera ensuite un certain nombre de techniques journalistiques pour une représentation équilibrée des hommes et des femmes dans la presse écrite.

Misako Ito, Conseillère pour la communication et l'information, Bureau de l'UNESCO pour l'Algérie, le Maroc, la Mauritanie et la Tunisie

**État des lieux de la  
représentation des  
femmes dans la  
presse au Maghreb**





La situation socio-économique, politique et culturelle des femmes au Maghreb a connu des changements significatifs pendant les dernières décennies<sup>8</sup>. Cependant, les médias au Maghreb n'ont pas su accompagner cette évolution de manière adéquate et les femmes restent confrontées au « plafond de verre » qui empêche leur accès à une meilleure représentation sociale.

La plupart des discours médiatiques au Maghreb pousse à la marginalisation des femmes qui restent confinées dans des rôles traditionnels. Généralement, les médias au Maghreb montrent une attitude paradoxale vis-à-vis des questions relatives à l'égalité des genres et à l'autonomisation des femmes car, bien qu'ils aient largement soutenu les mouvements pour l'amélioration du statut et de la condition des femmes, ils continuent de véhiculer des représentations féminines stéréotypées et réductrices.

Ce chapitre se sert des *Indicateurs d'égalité des genres pour les médias* développés par l'UNESCO<sup>9</sup> afin de dresser un état des lieux de la représentation des femmes dans la presse écrite au Maghreb.

Les *Indicateurs d'égalité des genres pour les médias* de l'UNESCO se divisent en deux catégories : la catégorie A s'intéresse au degré de sensibilisation à l'égalité des genres existant au sein des entreprises de presse et la catégorie B se focalise sur la représentation des femmes et des hommes dans le contenu que les médias produisent et diffusent. Ils ont pour objectif de mesurer le niveau de sensibilisation à l'égalité des genres d'un média, association ou instance de régulation donné.

A partir des indicateurs de la catégorie B, ce chapitre s'efforcera de répondre aux questions suivantes :




- 👉 Y a-t-il dans la presse écrite une présence équilibrée de femmes et d'hommes, reflétant la diversité sociale ?
- 👉 L'image des femmes que la presse écrite renvoie s'ajuste-t-elle à la réalité ? Est-elle multidimensionnelle ou, tout au contraire, biaisée par des

---

8. Carmelo Pérez Beltrán, Femmes, Changement social et identité au Maghreb, [http://www.academia.edu/239361/Femmes\\_changement\\_social\\_et\\_identite\\_au\\_Maghreb](http://www.academia.edu/239361/Femmes_changement_social_et_identite_au_Maghreb)

9. UNESCO, Gender Sensitive Indicators for Media - Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and Content, 2012

stéréotypes et appauvrie par des représentations simplifiées et réductrices ?

-  Observe-t-on une couverture adéquate des questions liées à l'égalité des genres ?
-  Remarque-t-on un effort de la part de la presse afin de mettre en évidence la perspective de genre des différents événements et problèmes ?
-  Est-ce que le thème de la violence à l'encontre des femmes reçoit une attention adéquate et un traitement approprié ?

### La visibilité des femmes et les stéréotypes sexistes

La littérature consultée suggère que, malgré les avancées, il reste beaucoup à faire afin que la présence des femmes dans la presse au Maghreb soit en accord avec leur apport à la société et au développement de leurs pays.

En Tunisie, selon le rapport national du Projet mondial de monitoring des médias de 2010<sup>10</sup> (Global Media Monitoring Project, GMMP), les six principaux quotidiens francophones et arabophones soumis à l'analyse enregistrent un taux de présence féminine, en tant que sujet des actualités, de l'ordre de 25%. malgré une présence majoritairement féminine parmi les rédacteurs des actualités analysées (67% de femmes contre 33% d'hommes). Le rapport souligne à plusieurs reprises cette particularité tunisienne qui est la féminisation de plus en plus marquée du métier, notamment dans la presse écrite, et pose une réflexion critique sur ses faibles retombées concernant la représentation des femmes. L'avancée vers un équilibre entre les genres au sein de la profession ne semble pas se traduire de manière décisive en un regard plus attentif et en une attitude plus inclusive vis-à-vis des femmes. De plus, dans 26% des cas, des stéréotypes de genre s'infiltrèrent également dans les articles signés par des plumes féminines.

---

10. Hamida El Bour, Atidel Mejri, Projet mondial de monitoring des médias, Rapport Tunisie, 2010.



La féminisation de la profession journalistique est censée améliorer l'image des femmes dans les médias. Selon une tendance constatée dans la plupart des pays participant au dernier Projet mondial de monitoring des médias publié en 2010, l'écriture féminine se montre plus inclusive vis-à-vis de l'univers féminin et inclut moins de stéréotypes sexistes. Mais il ne s'agit pas d'un acquis universel, ni d'une relation immédiate et univoque de cause à effet. La culture ambiante exerce ses effets également sur les femmes, et il arrive que les femmes journalistes, n'étant pas nécessairement immunisées vis-à-vis du regard « dominant », reproduisent parfois les stéréotypes.

Le même rapport met également en relief les limites qualitatives de cette représentation, qui témoignent de la faible importance accordée à la voix des femmes : la perméabilité insuffisante de certains domaines et thèmes spécifiques tels que la politique et l'économie à la présence féminine ; la tendance à interviewer prioritairement ou exclusivement des hommes dans les « grands thèmes » et à ne donner la parole aux femmes que lorsque l'on traite des sujets sociaux tels que l'éducation, l'enfance et la santé, de criminalité et de violence et surtout des questions de genre ; une négligence des compétences des femmes, qui sont rarement représentées en train d'exercer leur profession ou des fonctions à responsabilité; la difficulté pour les sujets féminins d'accéder à la une des journaux, exception faite du cas de Leila Trabelsi, épouse de l'ex-Président Ben Ali ; la nette prévalence des hommes dans le rôle de protagonistes des actualités ; l'inclination fréquente à parler des femmes sur la base de leurs relations familiales, en tant que mères, filles ou épouses de quelqu'un lorsque ce type d'identification n'est pas utilisé pour les hommes.

L'emplacement des articles dans les journaux a aussi été l'objet d'une analyse critique. Une étude de 2007 sur la presse tunisienne arabophone et francophone<sup>11</sup> soulignait une pratique courante de marginalisation consistant à reléguer les articles sur les femmes dans les pages et les positions hiérarchiquement secondaires.

---

11. Projet MEDI-MEDIA, L'image de la femme dans la presse écrite tunisienne, 2007.

Il est évident qu'une représentation comme celle que l'on vient de décrire peut se définir comme étant discriminatoire et stéréotypée à plus d'un titre. Souvent, en effet, les stéréotypes sexistes ne sont pas directement véhiculés à travers les discours et ne sauraient être repérés dans les textes journalistiques si ces derniers étaient considérés de manière isolée. C'est plutôt la répétition de représentations ainsi que d'absences, où les sujets féminins se retrouvent toujours dans certains contextes et jamais dans d'autres, qui est porteuse de stéréotypes, en confinant les femmes dans un espace et une expertise sociale limités. Concernant l'absence de sujets féminins dans les articles faisant partie de la rubrique « politique », qui traitent pourtant des thèmes concernant aussi bien les hommes que les femmes, les responsables du rapport national du GMMP soulignent pertinemment que « les stéréotypes ne disparaissent pas quand la femme disparaît. Ils sont renforcés : non seulement elle ne fait pas de politique, elle n'intéresse pas la politique et elle ne s'intéresse pas à la politique. La disparition ou l'absence renvoie à une image et une réalité minée de stéréotypes ».

Mais il arrive aussi que les stéréotypes soient exprimés de manière plus directe et explicite, comme en témoignent les fragments d'articles ci-après.

### Exemples de stéréotypes sexistes dans les titres des journaux

Ces exemples, rapportés par l'étude susmentionnée publiée en 2007 et tirés des quotidiens arabophones *Echourouq* et *Essahafa*, sont d'énonciations véhiculant des stéréotypes sexistes, bien que sur un ton badin. Le 15 mars 2007 *Echourouk* publiait un article titré: « La femme est capable de tout comprendre..... sauf ce qui est clair ». Pour sa part, *Essahafa* glissait ces deux titres « L'homme aime vite, la femme déteste encore plus vite » et « La femme a peur de tout ce qui est divisible par deux », le 7 avril et le 12 mai 2007, respectivement.

Pour en venir à des exemples plus récents et à un registre plus sérieux, on peut retenir le titre publié le 12 août 2011 par le quotidien arabophone *Essabah*, cité dans le premier rapport de monitoring des médias réalisé par l'Association Tunisienne des Femmes Démocrates

(ATFD) pendant la campagne électorale des élections de l'Assemblée nationale constituante (ANC)<sup>12</sup> et traduit comme suit : « Le faible taux d'inscrits parmi les femmes et les jeunes sur les listes électorales : position délibérée ou simple ignorance des affaires politiques ? ».

Dans la phase préélectorale en 2011 en Tunisie, les interrogations sur les causes de la faible affluence aux bureaux d'inscription se sont accompagnées parfois de commentaires tendancieux sur l'indifférence des femmes par rapport aux affaires politiques, alors qu'en réalité, à la clôture des délais, les statistiques officielles démontraient que 45% des inscrits étaient des femmes<sup>13</sup>.

Bien que le cadre général soit négatif, les recherches retiennent aussi quelques bons exemples.

### Exemples de titres non-stéréotypés et soucieux des questions relatives à l'égalité des genres

L'article à la une du quotidien arabophone *Echourouq* du 1er octobre 2011 titré « Ces femmes qui ont fait la révolution » a le mérite de reconnaître l'apport féminin à la révolution tunisienne et, à un moment où se déroule une campagne électorale à dominance masculine, de rendre hommage à des femmes qui ont milité longtemps pour les droits civils<sup>14</sup>.

C'est le cas également pour des articles qui ont posé le problème de la sous-médiatisation des femmes durant la campagne électorale, comme celui paru le 12 août 2011 dans le quotidien *La Presse* titré « Couverture médiatique : la femme demeure le parent pauvre » ou ceux publiés par

12. Association Tunisienne des Femmes Démocrates, Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition, Rapport préliminaire n. 1, 1-25 Août 2011.
13. Initialement, la clôture des opérations d'inscription sur les listes électorales était prévue le 2 août. En considération du faible taux d'inscrits, la commission électorale décida de prolonger l'enregistrement jusqu'au 14 août. À la première date, les femmes représentaient 37% des inscrits (Instance Supérieure Indépendante pour les élections, Rapport relatif au déroulement des élections de l'Assemblée Nationale Constituante, Février 2012).
14. Association Tunisienne des Femmes Démocrates, Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition, Rapport III, Octobre 2011 - La campagne électorale.

*Le Temps* le 13 août 2011 : « Les femmes sont-elles sous médiatisées ? » et « Touche pas à nos femmes ! Reportage de la rencontre de l'ATFD avec les journalistes<sup>15</sup> ». Il est intéressant de rappeler que ces articles se focalisaient sur le désavantage que les femmes enduraient dans la compétition électorale.

L'étude publiée en 2007 recense aussi un bon nombre d'articles véhiculant des représentations valorisantes des femmes qui se rapportent notamment à leur culture et statut juridique et à leur activité dans la vie publique. Toutefois, là aussi les auteurs glissent une note négative : « la femme ministre, artiste ou championne sportive aura bien plus de chances de figurer dans les journaux, le problème est donc la marginalisation médiatique de la masse des femmes dans les campagnes comme dans les villes ».

Par ailleurs, les articles « valorisants » côtoient parfois, dans le même journal, des représentations dépréciatives, comme c'est le cas du quotidien arabophone *Echourouq* qui, d'un côté, met en exergue l'image de la femme sublimée par des écrits poétiques alors que, d'un autre côté, véhicule, de manière excessive, des représentations de femmes victimes ou délinquantes.

La participation de la Mauritanie au GMMP<sup>16</sup> permet de constater que les caractéristiques de la représentation des femmes mauritaniennes sont similaires à celles de la représentation des tunisiennes, même si quelques données sont davantage négatives : les femmes citées dans les articles de presse sont rarement protagonistes ; rarement interviewées et absentes ou presque dans les actualités traitant des affaires politiques, économiques et juridiques pour être confinées dans les articles sur la santé et la criminalité. Par ailleurs, elles sont fréquemment identifiées à travers le rapport qui les lie à leurs conjoints et on leur accorde le rôle de victimes de manière plus récurrente que dans le contexte tunisien. Le rapport relève également une forte présence de stéréotypes dans la presse soumise au monitoring : si un tiers des articles analysés est qualifié de neutre, c'est-à-dire qu'il ne renforce ni ne questionne les stéréotypes, plus de la moitié les renforce et seulement 13% les met en question.

15. Association Tunisienne des Femmes Démocrates, Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition, Rapport II, Septembre 2011.

16. Projet mondial de monitoring des médias 2010, Rapport global.

Le taux de femmes dans les rédactions de la presse écrite mauritanienne est de 11%, chiffre qui est bien loin de celui de la Tunisie. Toutefois, il faut souligner que ces journalistes incluent davantage les sujets féminins dans leurs actualités que leurs collègues hommes, suivant une tendance que le GMMP a constaté au niveau international.

Au Maroc, les études menées sur la presse arabophone et francophone entre 2001 et 2009<sup>17</sup>, mises à part quelques différences parmi les journaux analysés, s'accordent à dénoncer l'incapacité de la presse à refléter une image des femmes marocaines en phase avec la réalité ainsi que l'invisibilité féminine dans les actualités. En effet, les femmes sont absentes dans 92% des articles de l'échantillon analysé en 2009. Malgré une évolution importante de leur rôle en tant qu'acteurs sociaux et d'une présence croissante sur le marché du travail, la presse ne cesse de les définir et de les représenter, presque exclusivement, soit dans le cadre de la sphère privée, soit en tant que victimes ayant besoin de protection et de tutelle. Les thématiques prédominantes renvoient surtout à l'amour, au sexe ou au crime. Ces mêmes sujets décident l'accès des femmes à la une des publications, tandis que rarement elles gagnent la première page suite à des succès professionnels, scientifiques ou à des performances positives dans un domaine quelconque.

Par ailleurs, selon une étude du Ministère du Développement social du Maroc<sup>18</sup> réalisée en 2009, 85% des articles de presse représentent des clichés et des stéréotypes sexistes et dressent des portraits de femmes éminemment négatifs. La femme y est décrite comme « râlreuse, bête, analphabète, mégère ou mauvaise gestionnaire ». Elle y est définie parfois en relation à l'homme et alors elle apparaît soumise et moins intelligente que lui. La photo de la femme en couverture est souvent celle d'une prostituée, celle d'une femme voilée ou celle d'une criminelle.

---

17. Institut Supérieur de l'Information et de la Communication (ISIC) - Fonds des Nations Unies pour la Population (FNUAP), L'image de la femme dans le discours médiatique marocain, 2001 ; Zakia Daoud, La situation de la femme marocaine au travers de la presse et des médias, dans Khadija Mohsen-Finan (dir.), L'image de la femme au Maghreb, Éd. Actes Sud/Barzakh, Paris 2008 ; Royaume du Maroc, Ministère du Développement social - FNUAP, L'image de la femme dans les médias, situation et perspectives, 2009.

18. Ministère du Développement social - FNUAP, Op. cit.

La publicité ne donne pas une meilleure image des femmes, en les confinant, dans la plupart des cas, dans le rôle de la ménagère ou d'objet de plaisir utilisé à des fins mercantiles pour vendre des produits.

Toutefois, une étude qui s'est intéressée à la presse marocaine francophone durant les années 2009 à 2011<sup>19</sup>, ayant analysé les cinq quotidiens francophones les plus lus au Maroc, a identifié quelques bons exemples. Deux quotidiens, à savoir *Aujourd'hui le Maroc* et *Libération* semblent s'efforcer de donner de la visibilité aux femmes et de les valoriser en montrant leur apport au développement économique et social du pays. Au lieu de les reléguer dans le cadre étroit de la tradition et de la domesticité, ils les présentent sous différentes casquettes, comme ministre, avocate, médecin, écrivain, enseignante, chercheuse, actrice, présidente d'association, etc.

La situation algérienne, tout en montrant des analogies avec les autres pays du Maghreb, présente des spécificités en relation avec l'évolution récente de sa situation sociopolitique.

L'angle prédominant dans la couverture des sujets focalisant sur les femmes a longtemps été celui des violences qu'elles subissaient: femmes victimes du terrorisme, mères de disparus, femmes victimes du code du statut personnel, etc.

Dans son livre *Les Femmes algériennes dans la presse écrite*<sup>20</sup>, la journaliste algérienne Ghania Mouffok dénonce l'instrumentalisation qu'a subie l'image des femmes, leurs souffrances servant d'arme de combat pendant la guerre civile.

Analysant un corpus d'articles et de photographies, elle saisit les principaux clichés sur les femmes. Bien que certains soient apparemment élogieux, notamment celui de *l'héroïne* qui supporte toute sorte de privation et de violence et celui de la *résistante* contre les colonialistes d'abord et ensuite contre les islamistes, la manière de défendre la femme et de la cantonner dans la sphère

---

19. L'image de la femme dans la presse marocaine francophone, 2011 ; source [http : //www.monografias.com/trabajos84/l-image-femme-dans-presse-marocaine-francophone/l-image-femme-dans-presse-marocaine-francophone.shtml](http://www.monografias.com/trabajos84/l-image-femme-dans-presse-marocaine-francophone/l-image-femme-dans-presse-marocaine-francophone.shtml).

20. Ghania Mouffok, *Les Femmes algériennes dans la presse écrite. Entre conscient et inconscient*, dans Khadija Mohsen-Finan (dir.), *L'image de la femme au Maghreb*, Éd. Actes Sud/Barzakh, Paris 2008.

protégée de la famille apparaît comme une façon de ne pas lui octroyer de droits. Les femmes photographiées ont toujours le visage masqué, comme pour mieux effacer leur existence sociale et politique et mieux les enfermer dans un modèle de vie qui est celui de l'épouse soumise, de la mère dévouée ou de la jeune fille sage.

Une autre recherche antérieure, qui essaie de cerner les images de femmes algériennes à partir d'exemples tirés de la presse, d'écrits politiques et de textes littéraires produits entre 1994 et 2000<sup>21</sup>, souligne que, à cette époque, la situation des femmes était un sujet énormément débattu sur la place publique, y compris dans les médias. Toutefois, cet intérêt, qui portait essentiellement sur les violences subies par les femmes, s'est retrouvé ensuite réduit à tel point que l'on pourrait dire que ces femmes victimes de violences ont été quasi totalement « éclipsées » par la question du voile, la question politique et la question de l'honneur, comme le démontrent les exemples suivants.

### Exemples de traitement incorrect de l'information concernant la violence à l'égard des femmes du point de vue de l'égalité

Afin d'illustrer ces dérives, deux exemples tirés de l'étude citée ci-dessus peuvent s'avérer efficaces.

Le premier relate la polémique qui, suite à l'assassinat de trois jeunes lycéennes, a envahi les médias, certains rapportant, comme l'un des faits à intérêt majeur, qu'elles ne portaient pas le voile et d'autres qu'elles le portaient. La forte connotation symbolique du voile et l'instrumentalisation politique de l'événement sont arrivés à éclipser rapidement tout intérêt humain vers les jeunes femmes.

Le deuxième se réfère aux nombreuses histoires de filles violées que les médias diffusaient en focalisant l'attention sur la réaction des pères

21. Meryam Maïzi, Image de la femme algérienne dans des documents récents : 1994-2000, Université Lumière-Lyon 2, 2001.

regrettant l'honneur perdu. L'étude cite l'exemple d'un père que, lors d'un entretien, déclarait: « Qu'est-ce qu'il me reste maintenant que l'on a touché à mon honneur ? ... J'aurais préféré qu'il la tue ». Ce qui fait dire à l'auteure que ce type d'article s'adresse, en réalité, aux hommes en appellent à leur *redjila*, vocable arabe qui peut être traduit en français par « virilité ». L'étude continue en affirmant que ces articles seraient destinés à remuer le fond de l'homme algérien qui considère que c'est dans le corps de « ses femmes » que son honneur se trouve.

### Un cas particulier : la visibilité des femmes politiques

La médiatisation des femmes politiques revêt une importance majeure car elle contribue à affirmer et normaliser l'idée du partage du pouvoir et des rôles décisionnels entre les femmes et les hommes au plus haut niveau. Elle contrecarre la représentation traditionnelle des femmes et des hommes sur l'axe *polis-oikos* en vertu duquel les premières sont reléguées dans la sphère privée tandis que les seconds demeurent maîtres incontestés de l'espace public.

Toutefois, dans la plupart des pays du monde, y compris au Maghreb, cette médiatisation se révèle déficitaire, ne reflétant pas la participation croissante des femmes à la vie politique.

Une recherche de 2009 sur la médiatisation de la participation politique des femmes en Algérie, au Maroc et en Tunisie<sup>22</sup>, fait état d'une sous représentation des femmes politiquement engagées, en l'occurrence des membres du gouvernement, des élues parlementaires et municipales, des responsables d'entreprises publiques, des membres de partis politiques et d'associations, etc. Pour chacun des trois pays, l'échantillon inclut les deux quotidiens à plus fort tirage, ainsi qu'un journal électronique.

Les quotidiens marocains analysés, un arabophone et un francophone, ont accordé si peu d'espace aux femmes participant à la vie politique, qu'il a fallu

---

22. Hamida El Bour, La médiatisation de la participation politique de la femme en Algérie, Maroc et Tunisie, UN-INSTRAW-CAWTAR, Tunis 2009.



décaler la période d'étude pour avoir un corpus d'articles suffisamment large<sup>23</sup>. Bien que l'image des femmes engagées dans l'activité politique soit globalement positive, les articles mettent de relief certains constats moins positifs : l'activité politique est principalement masculine ; la participation politique féminine est parfois évoquée à travers le discours des hommes ; certains profils de femmes engagées dans l'action politique, notamment les élues et les membres de partis politiques sont négligés.

Pour ce qui est des quotidiens algériens analysés, un arabophone et un francophone, il faudrait concentrer l'attention sur les constats qui suivent: un nombre limité et un emplacement peu favorable des articles portant sur la participation des femmes à la vie politique ; la dominance des comptes rendus sur les genres journalistiques plus valorisants, comme les interviews et les portraits; une représentation de profils de femmes loin de refléter toutes les dimensions de leur contribution politique. Le journal électronique, qui propose à son lectorat un forum de débat sur des sujets d'actualité, accorde plus d'attention au thème en question et une attitude globalement davantage positive.

Par ailleurs, des données recueillies par la Mission d'observation électorale de l'Union Européenne lors de la campagne électorale des élections législatives de 2012<sup>24</sup> concluent que malgré les mesures prises en faveur de la participation des femmes, qui ont assuré une présence de candidates de l'ordre de 31%, tant la presse publique que privée ont attribué aux femmes seulement 6% de l'espace réservé aux acteurs politiques, le taux de médiatisation des hommes étant de 88% et celui des groupes de 6%.

À l'occasion de l'élection de l'Assemblée Constituante tunisienne de 2011, l'unité de monitoring des médias de la Commission Electorale a enregistré dans la presse tunisienne, aussi bien publique que privée, un taux de présence féminine de l'ordre de 10%<sup>25</sup>. Pourtant, en vertu du principe de parité entre hommes et femmes sur les listes de candidats consacré par la loi électorale, les journalistes avaient « à disposition » un nombre égal de candidates et de candidats.

---

23. Du moment que l'intérêt accordé à ce thème par le journal électronique sélectionné était très réduit pendant la période d'analyse choisie, le corpus retenu s'est limité aux deux quotidiens, ayant également une version électronique.

24. Union Européenne, Mission d'observation électorale - Rapport final, Elections législatives Algérie 2012.

25. Instance supérieure indépendante des élections (ISIE), Rapport de l'Unité de monitoring des médias - Quatrième rapport - La campagne électorale (1-23 octobre 2011), Tunis 2011.

Par ailleurs, il faut souligner qu'une seule femme figurait dans la liste des dix personnalités politiques les plus médiatisées. Il s'agit de Madame Maya Jribi, secrétaire générale du Parti Démocrate Progressiste (PDP), classée en 10ème position. Malgré le fait qu'elle occupait le poste de secrétaire générale du PDP pendant la campagne électorale et au moment de l'élection, elle a reçu moins d'attention que l'ex secrétaire général du parti, Monsieur Nejib Chebbi, classé en 5ème position<sup>26</sup>. Également, la presse électronique, qui a fait l'objet d'une analyse qualitative, a présenté un taux très faible de couverture de l'activité politique des femmes au cours de la campagne électorale.

De son côté, le 3ème rapport de monitoring des médias de l'Association Tunisienne des Femmes Démocrates (ATFD) affirme que, à un certain moment de la campagne électorale, une autre femme a fait la une des journaux tunisiens. Il s'agit de Madame Souad Abderrahim, tête de liste du parti à tendance islamiste Ennahdha, qui a attiré l'attention en raison de son image « inattendue », celle d'une femme moderne dans son attitude et dans son apparence, non voilée, incarnant la compatibilité entre islam politique et modernité. Elle n'aurait probablement pas joui de ce « succès » médiatique en l'absence de ces traits de style qui ont fait d'elle un personnage attirant et, en quelque sorte, emblématique.

En Mauritanie, la participation politique des femmes est encouragée depuis 2006 par le système de quota de 20%. Comme il a également été constaté dans les autres pays, ce type de mesures devancent souvent les « habitudes » des médias. La particularité de la presse mauritanienne, tout comme des autres médias nationaux, réside dans le fait que les femmes sont souvent sollicitées pour s'adresser au grand public lors des campagnes électorales, car il semble que leurs messages soient mieux perçus par la population. Les médias renoncent ainsi, hors de la compétition électorale, à utiliser et à valoriser de manière constante et pour d'autres fins cette capacité de communication reconnue.

---

26. Monia Azzalini, La parità di genere tra norme innovative e vincoli sociali, dans M. Azzalini, H. El Bour, M. Malchiodi, L'espressione liberata? La difficile transizione dei media tunisini, Osservatorio di Pavia, 2012.

## La couverture des questions liées à l'égalité des genres

Il est plutôt difficile de repérer des chiffres susceptibles d'être comparés concernant la couverture par la presse des thèmes liés à l'égalité entre les femmes et les hommes et à la discrimination basée sur le genre. Selon le GMMP de 2010, qui ne concerne que la Tunisie et la Mauritanie, le pourcentage d'actualités portant sur ces questions est de 4% et 16% respectivement, mais il s'agit de données qui ne font pas de distinction entre les différents supports médiatiques. Dans une recherche précédente, publiée en 2007, et relative uniquement à la Tunisie<sup>27</sup>, la matière journalistique réservée aux questions se rapportant à l'égalité entre les femmes et les hommes dans les sept quotidiens analysés représentait en moyenne 2%.

Il est certain que, s'agissant d'un thème social crucial, il mériterait un traitement par les médias approfondi et constamment renouvelé. Parallèlement à la fréquence de publication d'articles en relation avec cette thématique et à l'espace qu'ils occupent à l'intérieur des pages des journaux et des magazines, d'autres éléments importants sont à considérer.

La presse consacre-t-elle une attention constante à ces questions ?

Les recherches sur le sujet s'accordent à affirmer que la presse focalise son attention sur ces questions de manière plutôt épisodique. Cet intérêt sporadique est tantôt lié aux célébrations des journées nationales et de la Journée internationale de la femme, tantôt impulsé par les initiatives ponctuelles des mouvements féminins, tantôt motivé par d'autres conjonctures particulières. Ensuite, le silence médiatique retombe d'habitude sur le thème. La faible initiative des rédactions des journaux et des magazines du Maghreb vis-à-vis des questions touchant à l'égalité pousse à conclure que l'information concernant ce sujet n'est pas recherchée mais plutôt reçue.

---

27. Projet MEDI-MEDIA, Op.cit.

Le cas de la Mauritanie est intéressant. Une étude récente de la Fédération internationale des journalistes (FIJ)<sup>28</sup> indique la présence accrue des femmes en tant que sujet des actualités. En plus des comptes rendus des activités des structures officielles spécialisées dans la promotion de l'autonomisation et des droits des femmes, le rôle de ces dernières dans le développement économique et social du pays est fréquemment traité et débattu.

S'agit-il d'une attention approfondie, bien documentée, riche en information et en perspectives ?

Même si les exemples positifs ne manquent pas, force est de constater que la presse du Maghreb se fixe, consciemment ou inconsciemment, des limites lorsqu'il s'agit de traiter de ces questions. C'est le cas par exemple quand elle publie des articles rhétoriques, surtout à l'occasion des journées nationales et de la Journée internationale de la femme, qui n'ajoutent rien à la compréhension des vrais enjeux ; quand elle ne recourt ni à des données ni à des références juridiques qui appuient les argumentaires ; quand elle néglige certains profils de femmes aussi bien en tant que sujets des actualités qu'en tant que sources d'information ou quand elle tient des discours formellement favorables à l'égalité des genres mais qui restent superficiels et ne se traduisent pas en mesures concrètes visant à promouvoir cette égalité dans les faits.

La presse arrive-t-elle à valoriser l'apport des femmes dans les différents secteurs de la société ?

Quand la presse s'intéresse aux femmes et notamment lorsqu'elle essaie de mettre en valeur leurs acquis et l'importance des rôles qu'elles jouent dans la société, elle montre une « préférence » pour certaines catégories de niveau socioéconomique et culturel élevé, à savoir des ministres, des artistes et des intellectuelles, alors que la masse de femmes « normales » est quasiment négligée et n'a l'occasion ni de s'exprimer ni de montrer ses apports spécifiques à la société.

---

28. Fédération internationale des journalistes (FIJ), Etude sur l'égalité des genres dans les médias en Mauritanie, Rapport final, Décembre 2010.

La presse arrive-t-elle à représenter les différents contextes et formes de discrimination envers les femmes et à faire comprendre au public ses effets négatifs?

Une conséquence majeure du manque d'intérêt et d'initiative de la presse vis-à-vis de la question de l'égalité des genres, ainsi que des dynamiques médiatiques qui déterminent la sélection des actualités, des sujets traités et des personnes interpellées est la représentation biaisée des différentes formes de discrimination que les femmes endurent. Il faut souligner à ce sujet qu'il est vraiment rare que la question soit traitée sous l'angle des préjudices que chaque forme de discrimination cause à l'ensemble de la société ; plus fréquemment, la discrimination est présentée comme quelque chose qui endommage les femmes qui la subissent, tout au plus les femmes en général.

Quels sont les « scénarios » de la question de l'égalité des genres ?

À quelques exceptions près, la rédaction d'articles sur la question de l'égalité des genres est confiée à des femmes. Dans la plupart des cas, c'est le point de vue des femmes ou des associations féminines qui est présenté. Les avis d'experts, les témoignages et les opinions collectés lors des interviews sur ce thème sont majoritairement, sinon exclusivement féminins et cela, faut-il le rappeler, à l'encontre de la « norme ». Si l'on explore les thèmes discutés avec les acteurs politiques lors des entretiens, on constate que les hommes discutent à peu près de tout mais moins des questions touchant à l'égalité des genres, alors que les femmes sont très souvent interpellées à ce sujet, mais plus rarement sur d'autres thématiques.

Les questions relatives à l'égalité risquent ainsi de devenir une sorte de ghetto où les femmes, majoritaires enfin, débattent « à huis clos » d'un problème qui les concerne exclusivement et qui reste médiatiquement et socialement marginal.

Si l'introduction de la question de l'égalité des genres dans les articles montre les limites que l'on vient de voir, de même on est bien loin d'une production journalistique prenant en compte l'égalité des genres et incluant des points de vue féminins.

En revanche, il faut se féliciter du fait que des bonnes pratiques sont exercées par certains journaux et magazines de la région, comme c'est le cas du quotidien marocain *Aujourd'hui le Maroc*.

### Exemple d'inclusion de la perspective de genre

L'une des études déjà mentionnées sur la presse marocaine <sup>29</sup> cite un article paru sur le quotidien francophone *Aujourd'hui le Maroc* qui traite de l'émigration marocaine en Espagne. Cet article rapporte les conclusions d'une étude sociologique dans laquelle est dressé le profil de la femme marocaine immigrée à Madrid. C'est le profil d'une femme jeune et dynamique, exerçant une activité économique qui lui permet d'aider sa famille, qui est restée au Maroc et qui préfère, dans 58% des cas, vivre indépendante pour être plus libre dans la recherche d'un emploi. Plusieurs éléments rendent intéressant cet article : il s'intéresse aux femmes dans le contexte des migrations qui représentent une question très importante dans les pays du Maghreb ; se base sur une source scientifique, dont il présente les données et les interprétations; présente un profil de femme qui n'est pas du tout traditionnel et figé et, en même temps, met en évidence son dynamisme individuel et son apport social en mettant en exergue le fait qu'elle aide sa famille au Maroc.

Mais, il faut dire, également, que du point de vue de l'intégration de l'approche genre, on trouve dans la presse du Maghreb un grand nombre d'« occasions manquées ».

---

29. L'image de la femme dans la presse marocaine francophone, Op. cit.

## Occasion « partiellement » manquée

Cet exemple est tiré de la presse tunisienne pendant la campagne électorale de 2011. À un moment donné, le débat sur la parité hommes-femmes dans les listes électorales et sur le principe de l'irrecevabilité des listes qui ne respectaient pas l'alternance des genres rebondissait sur la presse. En effet, certains nouveaux partis, notamment les petits partis des régions intérieures n'arrivaient pas à impliquer des femmes et, de ce fait, risquaient de voir leurs listes annulées. Le deuxième rapport de monitoring des médias de l'ATFD montre bien que, à travers de titres comme « La parité...fait barrage à nos partis et annule nos listes électorales », paru le 5 septembre 2011 dans *Al-Ossbuay*, les leaders de ces partis s'exprimaient contre la parité, qui n'est pour eux « qu'un leurre », une simple « participation décor » ou encore une « fiction ne correspondant pas aux compétences naturelles des femmes ». D'après ces leaders régionaux, la participation déficitaire des femmes s'expliquait, entre autres, par « l'incapacité des femmes à œuvrer dans le domaine politique ». D'autres journaux tunisiens intervenaient dans le débat tout en interpellant sur ce thème les différents acteurs politiques et sociaux, y compris de nombreuses femmes et des activistes en faveur des droits de celles-ci. Ce souci de pluralisme, qui permet d'introduire des arguments plus pertinents, comme le conservatisme ambiant qui pose obstacle à une pleine participation féminine, est très remarquable mais se limite, dans la plupart des cas, à opposer les différentes opinions à travers les discours des politiciens. Ce qui mène à parler d'une occasion partiellement manquée c'est la focalisation insuffisante sur ce thème. Une vraie analyse approfondie, reportages et enquêtes de terrain à l'appui, aurait permis de mettre en question les préjugés concernant la faible capacité des femmes à investir le domaine de la politique, tout en permettant d'examiner les contraintes sociales qui parfois bloquent, effectivement, leur participation active. Cela aurait aussi permis de faire basculer le débat vers les résistances d'une société patriarcale devancée par les lois.

## Le traitement du thème de la violence contre les femmes

Dans ce domaine sensible, une contradiction majeure se pose : d'un côté, les recherches en la matière font état d'une surreprésentation des femmes en tant que victimes des différents types de violence, tandis que, d'un autre côté, elles constatent une sorte d'occultation du problème, occultation que l'on pourrait associer au fait que la violence contre les femmes est toujours un sujet tabou dans les pays du Maghreb.

En effet, la récurrence d'épisodes de violence à l'encontre des femmes dans les faits divers des journaux et des magazines ne signifie nullement un questionnement ni sur les causes sociales de ces violences ni sur les mentalités qui en permettent la pérennisation ni sur les mesures juridiques, politiques et culturelles pouvant les combattre. La somme de tragédies individuelles finit par occulter le problème social dont elles sont des manifestations et qui renvoie aux héritages d'une idéologie patriarcale.

Quelques exemples tirés de la presse écrite du Maghreb, traditionnelle et électronique, permettent de mettre en évidence des pratiques journalistiques pouvant être qualifiées de peu correctes, ainsi que les pièges qui dévient parfois le discours sur la violence vers d'autres directions, en le vidant de son sens original. Par ailleurs, ils montrent aussi la capacité des médias à devenir une caisse de résonance favorisant la mobilisation de l'opinion publique contre la violence à l'égard des femmes.

### L'instrumentalisation politique de la violence contre les femmes

La recherche citée auparavant sur les représentations des femmes algériennes dans la presse, les écrits politiques et les textes littéraires produits entre 1994 et 2000 constatait une banalisation de la violence contre les femmes à force d'accumulation et de généralisation, suite à l'énorme médiatisation du calvaire des femmes enlevées par les groupes armés. Selon l'auteure, il y avait aussi une tendance



à l'instrumentalisation politique de l'image des femmes. Un cas particulièrement frappant est celui de la photo connue sous le titre de *Madone de Bentalha* ayant été publiée à la une des journaux du monde entier après le massacre de Bentalha, perpétré en 1997. Elle représente une femme qui hurle sa douleur tandis qu'une autre la soutient. L'agence de presse qui a diffusé la photo l'a présentée comme celle d'une femme pleurant ses enfants tués lors du massacre, mais, selon les autorités, qui auraient engagé des poursuites à l'encontre de l'agence de presse à la demande de l'intéressée, « cette femme n'aurait pas d'enfants, ne serait d'ailleurs pas mariée et aurait été photographiée alors qu'elle pleurait un frère qui ne serait d'ailleurs pas mort lors du massacre mais peut être des suites d'une intervention chirurgicale... »

L'auteure souligne que « cette image, et d'autres images de femmes en deuil, fleurissaient sur les sites Internet de partis politiques aux positions par ailleurs diamétralement opposées, la même image devenant ainsi indifféremment le symbole de la répression d'État ou celui de la violence islamiste ».

### Exemples de bonnes et de mauvaises pratiques dans la presse écrite : un cas qui a fait la une des journaux marocains

Description : Le 10 mars 2012, le suicide d'Amina El Filali, une jeune marocaine de 16 ans obligée d'épouser son violeur, a bouleversé la société marocaine. Selon une reconstruction des faits sur la base des sources journalistiques, Amina avait 15 ans lorsqu'elle a été violée par un homme âgé de 25 ans. Sa famille a porté plainte mais au lieu d'engager des poursuites à l'encontre de l'agresseur et suite à un arrangement entre les deux familles, le tribunal a donné au violeur la possibilité d'épouser sa victime, suivant une pratique qui n'est pas inédite dans certains milieux du pays. La plainte a été retirée, les

poursuites arrêtées et le mariage d'Amina autorisé par le juge en vertu de l'article n° 20 du nouveau code du statut personnel, qui soumet les mariages de mineurs à l'autorisation préalable d'un juge. Une fois mariée, Amina a fini par se suicider suite à des agressions perpétrées par son violeur et époux.

### Bonnes pratiques

1. Articles qui, loin de reléguer l'événement dans la page des faits divers, ont traité le drame de la jeune Amina El Filali en faisant émerger ses implications sociales et en critiquant les mentalités qui soutiennent des pratiques nuisant à la dignité des femmes.
2. Articles qui ont apporté des données et des statistiques sur le phénomène de la violence contre les femmes ainsi que sur le « règlement » des viols par le mariage, et/ou ont interviewé des experts, permettant de situer le problème dans le contexte des rapports homme-femme tels qu'ils sont structurés dans la société marocaine.
3. Articles qui ont projeté cet événement sur le plan des droits humains, en posant la question de la révision des textes législatifs qui violent les droits fondamentaux des individus au nom de l'« honneur familial » et des « bonnes mœurs ».

1. La prise de distance de certains médias par rapport à la thèse du viol a eu comme conséquence la minimisation de la gravité de ce cas particulier ainsi que du fléau de la violence à l'égard des femmes en général. Par ailleurs, elle a contribué à diluer les différences existant entre les rapports sexuels consentis et les actes criminels.
2. L'initiative prise par le quotidien marocain Al Massa d'organiser une table ronde rassemblant des personnalités institutionnelles, des chercheurs, des activistes des droits humains et des parents d'Amina El Filali, tout en comptant sur la présence du violeur lui-même, qui finalement n'a pas répondu à l'invitation, est contestable car cette sorte de manifestation ne contribue qu'à rendre la tragédie spectacle et, éventuellement, à réduire la responsabilité de l'agresseur.
3. Le manque de clarté, voire une certaine confusion sur les aspects juridiques de l'affaire, en particulier entre les articles 475 et 486 du code pénal marocain. L'article 475 s'applique aux cas d'enlèvement ou détournement d'une personne mineure sans violences, menaces ou fraudes, alors que l'article 486 est appliqué en cas de viol. Cet article prévoit des peines bien plus lourdes, surtout quand il s'agit de victimes mineures et n'envisage pas l'issue du mariage et l'impunité de l'agresseur.

Il ne s'agit pas de se perdre dans des chicanes juridiques, à la seule intention des experts et d'un public culturellement privilégié, mais de comprendre l'imbrication des facteurs et des responsabilités en jeu : les lois, leur interprétation par les juges, les mœurs, l'aval par la justice de coutumes ultraconservatrices, la primauté du concept d'honneur au détriment des droits des personnes, notamment

des femmes et des mineurs, la perception sociale des femmes et des rapports entre les sexes, etc. Il s'agit plutôt de contribuer à bien informer l'opinion publique et à alimenter des débats où les concepts, les enjeux et les arguments sont clairs.

4. Des tendances à l'instrumentalisation politique de ce drame se sont infiltrées parfois dans le traitement informatif du fait. Cette instrumentalisation ayant débouché sur des polémiques strictement politiques opposant le Parti de la justice et du développement (PJD), à tendance islamiste, et les partis progressistes. Bien entendu, il est tout à fait normal et légitime que l'agenda des partis s'intéresse à une tragédie comme celle d'Amina El Filali et que cet intérêt soit relaté par la presse. Le problème se pose lorsque, en raison des antagonismes idéologiques, l'image et l'histoire des victimes, souvent tiraillées entre le statut de victime et celui de coupable, sont utilisées comme arme politique.

**Évolution du traitement  
des contenus du point  
de vue de l'égalité des  
genres**





## Le Maghreb

Ce chapitre se propose d'analyser les caractéristiques de la presse au Maghreb ainsi que des éléments de contexte pouvant influencer, de par leur état et leur évolution, les contenus des journaux et des magazines du point de vue de l'égalité entre les femmes et les hommes. En particulier, l'attention se focalisera sur trois aspects :

1. Le taux de femmes exerçant le métier de journaliste : en général, et à quelques exceptions près, les femmes journalistes s'intéressent plus que leurs confrères hommes à la question de l'égalité et véhiculent moins de stéréotypes sexistes à travers les contenus qu'elles produisent. De ce fait, une féminisation croissante de la profession apparaîtrait comme un facteur potentiel d'amélioration de l'image féminine dans les contenus publiés.
2. Les caractéristiques des lectorats : le type de public cible influence l'attitude des publications vis-à-vis des questions concernant les femmes et l'égalité des genres.
3. L'évolution de la condition féminine et son reflet dans les contenus médiatiques : en particulier, l'activisme des associations féminines, la position des institutions par rapport au thème de l'égalité et le cadre juridique en la matière sont des facteurs pouvant influencer l'image des femmes dans les médias.

Sur tous ces plans, chaque pays du Maghreb présente des spécificités qui seront exposées de manière synthétique dans les pages suivantes. Tout d'abord, il faut souligner que le dénominateur commun aux quatre pays analysés est le faible taux de femmes occupant des postes de décision au sein des entreprises de presse. Par ailleurs, le désavantage des femmes aussi bien en termes numériques qu'en ce qui concerne les tâches qui leur sont confiées par l'entreprise est accentué en Mauritanie, évident au Maroc et visiblement moindre en Tunisie et en Algérie.

Une autre caractéristique commune aux quatre pays du Maghreb examinés concerne le lectorat de la presse écrite, qui demeure majoritairement masculin, exception faite des magazines féminins. Les journaux arabophones, qui sont les plus lus au Maghreb, s'adressent, plus que les francophones, à un public essentiellement masculin et les femmes journalistes y sont moins présentes que dans les journaux en langue française<sup>30</sup>. Cette particularité influence le traitement de l'information, notamment le choix des sujets à traiter, des protagonistes des actualités ou encore du langage, et ceci dans un sens peu favorable aux femmes, surtout dans la presse privée, qui est plus « sensible » aux attentes de son lectorat, tandis que la presse publique a plus tendance à transmettre l'écho des politiques officielles, soucieuses de promouvoir une image positive des femmes. Dans ce contexte, les publications arabophones et privées risquent alors, plus que les autres, de perpétuer les préjugés et les stéréotypes sexistes.

### Éléments de réflexion pour les journalistes

Le lectorat d'un journal, tout comme le public d'une chaîne de télévision ou de radio, est composé de segments différents : tranches d'âge, professions, catégories sociales et niveaux d'instruction multiples. Un journal généraliste essaye normalement de tenir compte de cette fragmentation. Par exemple, lorsqu'il consacre une page aux informations sur la bourse, ce n'est pas nécessairement parce que les investisseurs financiers représentent une composante majoritaire ou particulièrement consistante de son lectorat. Pourtant, le journal décide d'accorder un espace aux intérêts de ce segment vraisemblablement minoritaire de ses lecteurs.

Egalement, le journal essaye, en général, de ne vexer aucune des composantes de son lectorat par des clichés négatifs.

---

30. UNESCO, Femmes et médias au Maghreb. Guide à l'intention de la société civile pour améliorer la représentation des femmes dans les médias au Maghreb, 2011.



En somme, un journal s'applique à reconnaître, respecter et satisfaire les intérêts des différents segments de son lectorat, même s'ils sont minoritaires.

Ceci dit, comment pourrait-on expliquer le manque de considération, et parfois de respect, vis-à-vis de la composante féminine du public ?

Est-ce que la présence marginale des femmes parmi les lecteurs des journaux peut expliquer, à elle seule, le désintérêt que leur réservent les choix éditoriaux ?

Est-ce que ce désintérêt dévoile, en réalité, une dévalorisation ou une méconnaissance du segment féminin du public de la part des journaux ?

## La Mauritanie

Une étude de la FIJ sur l'égalité des genres dans les médias en Mauritanie<sup>31</sup>, conduite sur un échantillon de 70 journalistes femmes, illustre une situation critique mais en cours de changement dont on peut retenir quelques points fondamentaux :

- 👉 La presse écrite n'emploie pas un grand nombre de femmes. Sur les 70 journalistes de l'échantillon, il n'y en a que quatre qui travaillent dans la presse traditionnelle privée, trois de manière permanente et une de manière périodique, et deux dans la presse électronique.
- 👉 Les femmes accusent un retard sensible par rapport à leurs collègues hommes en ce qui concerne leur niveau de formation, les employeurs invoquant le manque de disponibilité des femmes pour assister à des séances de formation continue et ce en raison de contraintes familiales. Ce qui est démenti par la totalité des femmes interviewées, qui se disent disposées à concilier travail, formation et vie familiale.
- 👉 L'absence de femmes aux postes de décision est un problème d'actualité. Dans le secteur de la presse écrite, seulement trois femmes ont le statut de

31. FIJ 2010, Op. cit.

directrice de publication. Par ailleurs, deux sites électroniques d'information sont dirigés par des femmes. Dans le cadre d'une campagne sur l'égalité des genres dans les médias, les femmes journalistes de Mauritanie se sont fixées comme objectif premier l'accès aux postes de décision et revendiquent l'application du quota de 20%.

Ces données confirment en grande partie le cadre dessiné en 2006 par une recherche comparative sur le vécu des femmes journalistes au Maghreb<sup>32</sup> qui parlait, à propos de la Mauritanie, de femmes exclues du travail de terrain et de la rédaction des contenus purement informatifs, confinées dans la rédaction de chroniques ou d'articles d'opinion ainsi que dans le traitement de sujets jugés convenables pour les femmes, notamment ceux en relation avec la famille, la santé, l'éducation ou l'enfance. Par ailleurs, elle constatait une discrimination d'origine socioculturelle touchant davantage les femmes de la presse écrite qui ne serait pas encore considérée comme un cadre professionnel socialement admis pour une femme.

En revanche, depuis 2010, on peut constater quelques améliorations, notamment l'entrée des femmes dans le secteur de la presse électronique et une motivation croissante par rapport au fait de s'organiser pour revendiquer l'accès aux postes de décision et les conditions nécessaires à l'exercice du métier.

Si la culture ambiante et les perceptions sociales ne facilitent pas le changement, certains éléments de contexte semblent encourager une évolution positive dans ce secteur à travers un renforcement réciproque entre les mesures positives prises par les institutions et l'activisme des professionnelles des médias. Ainsi, des structures officielles spécialisées dans la promotion de l'autonomisation et des droits des femmes sont actives et leurs initiatives sont de plus en plus diffusées par les médias. Par ailleurs, les autorités sont en train d'adopter des mesures incitatives visant à accroître la participation féminine dans les différents espaces sociaux, y compris dans les médias.

---

32. Jamal Eddine Naji, Profession : Journalisme maghrébin au féminin. Vécu professionnel de la femme journaliste dans les cinq pays du Maghreb, 2006.

## Éléments d'évolution positive des contenus dans les médias mauritaniens

1. Le rapport soumis au comité CEDAW<sup>33</sup> en 2005 met en exergue que, depuis l'avènement du processus démocratique, le secteur de l'information et de la communication a constitué un puissant vecteur de promotion de l'autonomisation et des droits des femmes : « Désormais les femmes, en vue de mener à bien la politique visant à modifier les schémas de comportement socioculturel, comptent sur les différents segments du secteur médiatique pour aboutir aux changements de mentalités que requiert le contexte ».
2. Grâce aux actions entreprises par les pouvoirs publics et appuyés par les partenaires externes, notamment des agences des Nations Unies, les médias s'appliquent, de plus en plus, à la vulgarisation de textes juridiques d'importance majeure concernant l'autonomisation et la défense des droits des femmes ainsi qu'au traitement de thèmes comme la scolarisation des filles, le planning familial, les mutilations génitales féminines, l'état civil, le rôle des femmes dans le développement, etc.

### Le Maroc

Un rapport récent sur la situation des femmes journalistes au Maroc<sup>34</sup>, basé sur les statistiques du Ministère de la Communication, atteste une présence féminine dans le journalisme marocain, tous médias confondus, de l'ordre de 26%. Une comparaison avec les données de 2005 montre une évolution positive d'environ 3%. Dans le secteur de la presse écrite ce taux est de 25%.

Les données montrent aussi une féminisation progressive de l'éducation et de la formation dans le domaine des médias qui, toutefois, n'a pas une retombée proportionnelle sur le métier où les femmes restent minoritaires.

33. CEDAW, Examen des rapports présentés par les États parties en application de l'article 18 de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes. Rapport Mauritanie, 2005.

34. FIJ, La situation des femmes journalistes au Maroc, Rapport 2010 ; Royaume du Maroc, Ministère de la Communication, Etude de développement du secteur de la presse écrite, 2011.

En outre, plus on s'élève dans la pyramide organisationnelle des organismes de presse, moins les femmes sont nombreuses. Selon le même rapport, dans le secteur de la presse écrite, traditionnelle et électronique, rares sont les femmes qui occupent des postes de responsabilité dans les journaux et portails nationaux et régionaux.

Les causes de ce « plafond de verre » sont similaires à celles identifiées dans d'autres professions et dans les autres pays du Maghreb, à savoir :

- Les mécanismes de nomination des responsables. Il existe ici un manque de transparence ainsi que, dans la plupart des cas, d'appels à candidature.
- L'effet réseau : les femmes auraient une plus grande difficulté à bénéficier des réseaux informels dans un monde dirigé notamment par des hommes et qui favorise l'entre soi.
- Un modèle de manager idéal qui reste encore largement masculin et la permanence de stéréotypes qui pénalisent les femmes. Les attributs requis par les postes de responsabilité, à savoir indépendance, capacité à prendre des décisions, rationalité, capacité à innover, efficacité, attachement à la vie professionnelle, etc. coïncident avec les qualités artificiellement attribuées aux hommes et sont diamétralement opposés à celles attribuées aux femmes, en l'occurrence dépendantes, indécises, sentimentales, conservatrices, davantage intéressées à la famille qu'au travail, etc.

À cela s'ajoute un trait commun à tous les pays du Maghreb : une certaine ghettoïsation des femmes journalistes dans des thèmes, rubriques et genres réputés féminins et dans le travail de bureau, sans possibilités d'aller sur le terrain pour les reportages, l'investigation ou d'autres tâches professionnellement plus valorisantes. Les grands événements tout comme les entretiens avec les protagonistes de l'actualité sont réservés aux journalistes hommes.

Une faible disposition à s'intégrer dans des organisations syndicales spécifiques aux femmes pour défendre leurs droits et leurs aspirations professionnelles est un autre facteur qui semble pénaliser les femmes journalistes marocaines.

Par ailleurs, on pourrait lister un bon nombre de facteurs favorables, en principe, à l'insertion des femmes dans le secteur des médias sur un pied d'égalité avec leurs confrères hommes, ainsi qu'à l'amélioration de la représentation des femmes dans les moyens de communication :

- L'image positive dont semblent jouir de plus en plus les femmes journalistes au sein de la société marocaine et qui les encourage dans leur métier.
- Le processus d'ouverture et de développement que les médias connaissent.
- L'amélioration du statut des femmes suite à la réforme du code du statut personnel en 2004.
- La signature par les institutions et les organismes de presse, en 2005, de la *Charte nationale pour l'amélioration de l'image de la femme dans les médias*.

Dès lors que, selon un bon nombre d'experts et d'associations féministes, malgré ces éléments favorables, une image négative des femmes continue à être diffusée à travers les médias, le Ministère de la Communication a annoncé, en mars 2012, la création d'un Observatoire pour l'amélioration de l'image de la femme dans les médias. Il s'agit d'une autorité référentielle investie de la fonction de régulation et de vigilance dans ce domaine qui assurera la rédaction de rapports périodiques, des campagnes de sensibilisation et des sessions de formation pour les journalistes.

### Signes d'évolution positive dans les magazines féminins marocains

Une étude examinant les magazines féminins au Maroc<sup>35</sup> soutient une thèse affirmant que la réforme du code du statut personnel de 2004 est en train d'influencer positivement la représentation des femmes. L'étude montre d'abord les images que ces magazines diffusaient de

35. Al Quzahy Khaled Ali, El Filali Zineb, Women Representation in Women Moroccan magazines : the Impact of Moudawna In Portraying Women in Moroccan magazines, Femmes du Maroc, Lalla Fatima and Citadine.

manière récurrente avant la réforme : des femmes photographiées dans les espaces domestiques, comme si elles en étaient un prolongement, en train de réaliser les tâches ménagères d'un air heureux, ainsi que des femmes habillées en tenues traditionnelles et révélant une relation avec leur corps trempée de pudeur et de honte. L'étude compare ces images à celles que ces magazines utilisent, suite à la réforme de 2004, pour illustrer leurs articles ou faire la promotion de produits: les femmes y sont représentées aussi bien dans des espaces professionnels, tout à fait à l'aise dans leur rôle, faisant preuve d'engagement, d'habileté et aussi de pouvoir, que dans des espaces privés. Les images en relation avec la sphère privée, représentant, souvent, un rapport homme-femme équilibré, non-hiérarchisé. Il faut aussi souligner qu'elles apparaissent habillées d'une manière plus moderne, fait qui rompt avec la notion de « houdud », c'est à dire la conceptualisation du corps comme source d'embarras et de honte.

Ces images, selon les auteurs, vont dans le sens d'un renforcement du statut des femmes marocaines, d'une reformulation des relations de pouvoir homme - femme et d'une éradication des concepts traditionnels masculin - féminin.

## L'Algérie

Le champ médiatique en Algérie a connu depuis longtemps la présence de journalistes femmes, plus nombreuses dans la presse quotidienne que dans le reste des publications périodiques. Dans la presse publique, qui s'avère un secteur moins favorable à l'accès des femmes, que ce soit en termes généraux ou d'accès aux postes de décision, le taux de femmes journalistes occupant des postes permanents est proche de 30%, alors qu'il atteint 60% dans les 10 principaux quotidiens privés, la moyenne se situant autour de 55%<sup>36</sup>. Ces journalistes sont côtoyées par bon nombre de collaboratrices et pigistes.

---

36. FIJ, Femmes dans les médias algériens, 2005.

Selon l'étude comparative de Naji, les femmes journalistes algériennes semblent bien intégrées dans leur milieu professionnel, ne souffrant pas d'une marginalisation systématique au plan professionnel par rapport à leurs confrères hommes. La plupart des femmes journalistes interviewées déclarent travailler sur le terrain, être bien équipées par leur entreprise et bénéficier fréquemment de sessions de formation. Si leur progression de carrière est lente, elles ne l'imputent pas à une marginalisation basée sur le genre, mais plutôt aux logiques de clientélisme et de régionalisme propres au contexte algérien et qui affectent également leurs collègues hommes.

Ce cadre, globalement favorable où la féminisation du métier avance, cache toutefois des éléments discriminatoires :

- Une faible présence de femmes exerçant en tant que correspondantes de presse dans les régions de l'intérieur où la mentalité dominante dresse des obstacles difficiles à surmonter.
- Une discrimination au plan salarial qui est plus évidente dans les médias privés.
- Une tendance à confier les sujets dits « doux » à des femmes et les sujets plus techniques ou importants aux hommes <sup>37</sup>.

Le contexte médiatique a évolué favorablement au cours des dernières années. Les conditions de travail pour les professionnels du secteur, femmes et hommes, se sont améliorées grâce notamment à la sortie de la crise générée suite à une longue période de violence qui avait durement frappé les journalistes et déstabilisé les médias. De même, une réforme du secteur a commencé son chemin avec l'adoption, en janvier 2012, d'une loi organique relative à l'information<sup>38</sup>, qui est censée constituer une première étape vers un paysage médiatique pluriel et indépendant.

Toutefois, les médias algériens évoluent dans une société qui demeure, selon beaucoup d'observateurs, imprégnée de conservatisme et de conformisme.

---

37. FIJ, Le leadership au féminin dans les syndicats de journalistes en Algérie, 2008.

38. Loi organique n. 12-05 du 18 Safar 1433, correspondant au 12 janvier 2012, relative à l'information ; source : <http://www.ministerecommunication.gov.dz/textes/loiorginfofr.pdf>.

Dans une analyse récente du quotidien algérien *Echourouq*, rapportée dans le manuel de l'UNESCO *Femmes et médias au Maghreb - Guide à l'intention de la société civile pour améliorer la représentation des femmes dans les médias au Maghreb*, un article à contenu religieux portant sur la responsabilité des hommes et des femmes dans le vol et dans l'adultère respectivement permet d'illustrer une hostilité vis-à-vis des femmes qui se manifeste dans certains journaux. Si l'homme y est présenté comme le premier responsable du vol devant Allah ; il vole pour subvenir aux besoins de sa famille, la femme y est désignée comme responsable de l'adultère car l'homme ne fait que céder à ses avances et à sa séduction. Le danger de ce type d'article ne se limite pas à la pérennisation de stéréotypes négatifs et dégradants sur les femmes mais réside aussi dans le risque de justifier les abus sexuels que les femmes subissent et dont elles seraient, en quelque sorte, responsables.

### Boom de la presse arabophone en Algérie : le choix de l'agenda

Depuis quelques années les chiffres du tirage des quotidiens en Algérie montrent une forte progression des titres en arabe. Selon les responsables des journaux arabophones les plus lus, *Echourouq* et *El-Khabar*, interviewés par *Jeune Afrique*<sup>39</sup>, la stratégie de conquête du lectorat repose sur le filon des faits divers, ainsi que sur le traitement récurrent de trois thèmes majeurs : le terrorisme, la religion, abordée notamment par des imams, des oulémas et des muftis algériens et orientaux et les affaires, en particulier les scandales financiers et les affaires de corruption. Cet agenda se prête à un discours tendant soit à marginaliser les femmes, qui sont rarement protagonistes ou interpellées en tant qu'expertes sur ces thèmes, soit à les présenter dans le rôle de victimes ou de criminelles.

39. Taieb Belmadi, Algérie : boom de la presse arabophone, *Jeune Afrique*, 28 septembre 2009.



## La Tunisie

En Tunisie, le paysage médiatique montre une quasi parité quant au nombre de journalistes en exercice<sup>40</sup>. Les femmes constituent 46% de l'effectif des journalistes détenteurs de carte professionnelle et représentent 38% des journalistes de la presse écrite. Si l'on s'en tient à l'échantillon pris en considération par le GMMP de 2010, leur apport à la presse écrite semblerait encore plus important : 67% des articles analysés sont signés par des femmes.

En 2010, on prévoyait une féminisation ultérieure de la profession, compte tenu du pourcentage d'étudiantes de l'Institut de presse et des sciences de l'information de Tunis (IPSI), qui était de 71% pour cette année universitaire.

S'il reste beaucoup à faire quant à l'accès des femmes aux postes de décision dans les organismes de presse, en général, même si les journalistes tunisiennes semblent y accéder davantage que ses confrères des autres pays de la région, il faut, toutefois, souligner des avancées incontestables, comme un taux de présence important dans le bureau exécutif du Syndicat national des journalistes tunisiens (SNJT), qui atteignait, en 2010, 33%. Depuis le 13 juin 2011, ce même syndicat est présidé par une femme, comme il est déjà arrivé à plusieurs reprises dans le passé.

D'autres indicateurs montrent que les femmes journalistes tunisiennes jouissent d'une position privilégiée dans le contexte maghrébin : elles travaillent souvent sur le terrain, sont satisfaites en ce qui concerne leur accès aux promotions et leur accès aux moyens de travail mis à disposition par l'entreprise, à savoir ordinateur portable, Internet, ligne directe de téléphone, voiture de service, etc.

Toutefois, force est de constater quelques points noirs :

- 👉 Les journalistes femmes demeurent discriminées dans la couverture des thèmes d'intérêt général, en l'occurrence politique, affaires gouvernementales, économie, etc. où les reporters de sexe masculin sont majoritaires.

---

40. Les données relatives à la Tunisie, présentées dans ce paragraphe, sont tirées de deux études déjà citées : GMMP (2010) et Naji (2006).

✎ Malgré l'existence de politiques de gestion de ressources humaines plutôt favorables, les journalistes tunisiennes sont souvent confrontées à des réactions hostiles de leurs collègues hommes lorsqu'il leur arrive d'être promues.

Comme souligné par Jamal Eddine Naji dans son étude *Profession : Journalisme maghrébin au féminin. Vécu professionnel de la femme journaliste dans les cinq pays du Maghreb* ces contradictions peuvent être interprétées à la lumière d'un décalage entre le statut légal des femmes dans la société tunisienne, très avancé, à l'enseigne de l'égalité avec les hommes dans plusieurs secteurs, et leur vécu réel dans un tissu social qui est encore dominé par des mentalités et des pratiques sociales fondamentalement misogynes et sexistes.

La révolution tunisienne et les évolutions successives de la sphère politique et sociale ont apporté de nombreux changements au paysage médiatique<sup>41</sup>. La liberté d'expression s'est affirmée dans un contexte qui était accoutumé à la censure, des nouveaux médias ont vu le jour, des nouvelles lois pour la régulation du secteur ont été approuvées et une grande ferveur de la part des médias, aussi bien nouveaux que traditionnels, a accompagné le processus de transition démocratique. Toutefois, les difficultés à restructurer un secteur si discrédité se posent de manière très aiguë. Dans ce contexte mouvant, qu'en est-il de l'image des femmes dans les journaux tunisiens ? Comment évolue-t-elle ?

Certains observateurs, comme Sahbi Ben Nablia dans le guide de l'UNESCO *Femmes et médias au Maghreb - Guide à l'intention de la société civile pour améliorer la représentation des femmes dans les médias au Maghreb* mettent l'accent sur le fait que l'image des femmes véhiculée par les journaux tunisiens s'est considérablement dégradée après la révolution. Depuis le 14 janvier 2011, les médias tunisiens ont été les précurseurs d'une véritable « diabolisation » des femmes, notamment à travers l'image de Leila Ben Ali, ex - première dame de la Tunisie et de Fadia Hamdi, l'agente municipale qui a giflé Mohammed Bouazizi le 16 décembre 2010.

---

41. Monia Azzalini, Hamida El Bour, Manuela Malchiodi, L'espressione liberata? La difficile transizione dei media tunisini, Osservatorio di Pavia, 2012 ; UNESCO, Etude sur le développement des médias en Tunisie. Basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO, 2012.

La première a été désignée comme responsable de tous les maux de la Tunisie et comme seule coupable des dérapages de l'ancien régime tunisien. Un véritable lynchage public qui a risqué, selon l'auteur, de porter préjudice à l'image des femmes politiques en Tunisie. Quant à Fadia Hamdi, elle est entrée dans la mémoire collective comme « celle qui a humilié l'étincelle de la révolution tunisienne. Le discours des médias a fait de l'immolation de Bouazizi un geste de dignité après l'humiliation venue d'une femme. La dégradation soufferte par Bouazizi a été jugée plus grave par les médias car elle venait d'une femme ».

Curieusement, considérant que sous l'ancien régime la plupart des effectifs policiers étaient des hommes, c'est une femme qui est devenue une sorte de symbole médiatique de l'arrogance de l'ancien régime. Il est d'autant plus révélateur que ce soit Leila Ben Ali qui incarne le plus souvent dans les médias les dérapages de l'ancien régime. Il serait donc intéressant de s'interroger sur ce comportement paradoxal des médias vis-à-vis des femmes. Alors que, d'une façon générale, ils tendent à ne pas accorder de visibilité aux femmes occupant des postes de décision, Leila Ben Ali, représentant pour eux le pire de l'ancien régime, a occupé des pages et des pages dans la presse tunisienne.

Malgré ces exemples constatant la dégradation de l'image féminine dans les journaux, de nombreux facteurs seraient en mesure de lui apporter bénéfice :

- L'ouverture progressive du champ médiatique.
- La floraison d'associations féminines après la révolution qui rejoignent les anciennes organisations déjà actives dans le pays et qui pourraient donner plus de poids aux revendications quant à l'égalité des genres aussi bien dans les médias que dans les contenus qu'ils produisent et diffusent.
- Les nombreuses formations adressées aux journalistes, dans le cadre d'interventions destinées à appuyer la transition et qui introduisent généralement la perspective de genre.
- La perspective de genre est complètement intégrée dans les projets d'observation des médias mis en œuvre par la société civile et la divulgation

de leurs résultats et de leurs recommandations contribue à sensibiliser les professionnels et l'opinion publique à la question de l'égalité des genres et à mettre en garde les journalistes contre le recours aux stéréotypes sexistes.

### Des journaux de l'ancien régime aux journaux post - révolution : les nouveaux pièges pour les femmes tunisiennes

Sous le régime de Ben Ali, on observait dans les journaux, notamment dans les organes de presse du parti au pouvoir et dans les quotidiens étatiques, un discours de promotion du statut des femmes en tant que citoyennes à part entière, complètement impliquées dans la vie publique. Les attitudes valorisant les femmes et accordant de la visibilité à la question de l'égalité des genres étaient, en général, prédominantes par rapport aux attitudes négatives, portant atteinte aux droits et à la dignité des femmes. Mais c'était essentiellement un discours de propagande, le véhicule d'une image moderne et ouverte de la Tunisie surtout au niveau international ; un discours figé, impliquant une occultation des problèmes réels des femmes tunisiennes.

À présent, on remarque que la mentalité traditionaliste et misogyne subsistant dans la société, mais auparavant inexistante dans les médias gouvernementaux, au nom d'un discours promotionnel de la femme mais surtout du régime, a eu un regain de voix sur le plan médiatique.

Qu'elle soit encouragée par le discours islamiste, sorti gagnant des élections, est une thèse qui a été soutenue par beaucoup d'observateurs. Officiellement, le discours islamiste est très prudent à ce sujet, voire ambigu, mais il est incontestable que, malgré ses équilibristes, il cligne de l'œil fréquemment au segment le plus traditionaliste de son électorat, qui n'est pas très favorable au discours de l'égalité et qui continue à confiner les femmes dans des rôles subalternes.

En effet, la polarisation que l'on observe dans le champ politique tunisien entre la majorité islamiste et le front progressiste et laïc, qui a un poids remarquable dans la culture tunisienne, mais qui est minoritaire politiquement et socialement, cache des pièges du point de vue de la représentation des femmes dans les médias. Le risque réside dans le fait que l'image des femmes, auparavant outil « de marketing » dans le discours promotionnel de Ben Ali, subisse une nouvelle instrumentalisation politique à travers les médias et devienne, encore une fois, otage d'un discours identitaire islamiste ou anti-islamiste. L'attention hypertrophique portée à la question du voile et du *niqab* est un exemple du réductionnisme auquel la représentation médiatique des femmes est soumise.

**Quelles valeurs diffuse  
la presse au Maghreb?**



## À la recherche de valeurs

Un projet ambitieux consisterait à réaliser une recherche structurée pour l'ensemble du Maghreb, à l'aide de méthodes qualitatives et quantitatives, focalisée sur les valeurs diffusées par la presse de cette région : quelles sont les valeurs dominantes, explicites ou implicites, et comment sont-elles associées aux femmes et aux hommes ? En quoi les différents titres de presse se distinguent-ils sur ce plan ? Peut-on parler, pour les différents pays et les différentes publications, d'une homogénéité sur le fond ou, tout au contraire, de modèles profondément divergents ? Ce type d'analyse offre toujours une valeur ajoutée à la réflexion sur les médias et sur les représentations de la société qu'ils proposent.

En l'absence de recherches de cette envergure focalisées sur les valeurs, il est possible d'aboutir à quelques réflexions à partir des données et des commentaires tirés de la littérature sur le sujet.

## Le modèle culturel sous-jacent aux représentations médiatiques des femmes

L'un des arguments les plus utilisés pour « justifier » la représentation déséquilibrée des genres dans les médias réside dans le fait que les moyens de communication ne font que refléter les déséquilibres existant dans la société.

Cet argument peut être réfuté sur la base des statistiques concernant la présence féminine dans les actualités : au Maghreb comme ailleurs, les femmes représentent environ la moitié de la population, alors qu'elles ne dépassent pas le quart dans les articles de presse. C'est un premier indice menant à penser que la représentation de la réalité est biaisée et qu'elle tend à privilégier un groupe au détriment de l'autre.

Il est vrai que les actualités s'intéressent surtout à la sphère publique et que dans cette sphère les hommes sont plus nombreux que les femmes. Ainsi, un quelconque journaliste pourrait rétorquer que l'absence de femmes « de pouvoir »

dans les actualités, loin de refléter une intention discriminatoire, s'expliquerait par un nombre de femmes « de pouvoir » véritablement réduit, ainsi que par le fait qu'elles sont encore peu familiarisées avec les techniques de communication publique. Or, pendant les dernières élections en Tunisie et en Algérie, un nombre très élevé de femmes candidates souhaitaient être médiatisées tandis que les journaux ont choisi de couvrir, au moins dans 90% des cas, les activités politiques dont les protagonistes étaient des hommes <sup>42</sup>.

Pour ce qui est du côté qualitatif de la représentation médiatique des femmes, les différentes recherches citées dans les chapitres précédents s'accordent à affirmer que la réalité féminine dans tous les pays du Maghreb est bien plus riche, diversifiée et mouvante que l'image figée projetée par les médias. Une recherche intéressante sur les attentes de la femme marocaine en matière de représentation de son image dans les médias audiovisuels<sup>43</sup> révèle que, indépendamment du profil des femmes enquêtées, il y a un fort décalage entre la perception qu'elles ont d'elles mêmes et de leur vécu et l'image des femmes projetée par les chaînes marocaines. Il n'y a pas de recherches similaires concernant la presse écrite, mais plusieurs facteurs mèneraient à croire qu'elles aboutiraient aux mêmes résultats.

Nul ne peut nier que, même les journalistes désireux de concentrer leur attention sur les multiples facettes de la réalité féminine sont parfois confrontés à des contraintes importantes; mais si l'on veut vraiment comprendre l'appauvrissement que l'image des femmes subit dans les médias, il faut évoquer les distorsions provoquées par un regard qui, en raison de facteurs de nature culturelle, tend à privilégier le genre masculin.

Dans ce sens, il faut rappeler que les médias ne reflètent pas la réalité mais plutôt des schémas culturels et des idéologies. Plus ou moins consciemment, c'est une idéologie patriarcale qui se manifeste au quotidien à travers les médias de cette région. Cette idéologie est tellement enracinée dans les sociétés du Maghreb qu'elle passe inaperçue, comme si les représentations diffusées par les médias étaient la réalité et non pas le reflet d'un miroir déformant.

---

42. Rapport de monitoring de l'Instance supérieure indépendante pour les élections en Tunisie. Rapport de la Mission d'observation électorale de l'Union Européenne en Algérie.

43. Royaume du Maroc - Ministère de la Communication, Etude relative aux attentes de la femme marocaine en matière de représentation de son image dans les médias audiovisuels, Mai 2010.



## Valeurs « progressistes » et valeurs « conservatrices »

Comme il a déjà été mentionné, la presse du Maghreb est, à quelques exceptions près, une plateforme de diffusion d'idéologies et de comportements conservateurs associant les femmes à une série de valeurs se rapportant éminemment à la sphère privée, à savoir pudeur, dévouement, modestie, sacrifice, etc. Cette presse idéalise donc les femmes respectueuses de ces valeurs et s'attaque à celles qui ne les partagent pas et mènent leurs vies selon d'autres critères.

Mais les messages-valeurs qu'elle diffuse présentent des différences selon le pays et le type de publication : publique ou privée, généraliste ou féminine, partisane ou indépendante, francophone ou arabophone. Par exemple, les médias du secteur public diffusent plus fréquemment des images féminines positives, reflétant les politiques officielles de mise en valeur des contributions des femmes à la société. Dans la presse privée, les logiques sont différentes et la valorisation ou la marginalisation de l'image féminine est déterminée, entre autres, par la composition du lectorat. Il en va de même pour la presse partisane où l'importance que le programme du parti accorde aux questions de l'autonomisation des femmes et de l'égalité des genres fait la différence. Les magazines féminins, qui conservent dans de nombreux cas un côté militant, introduisent bien plus que les quotidiens généralistes la perspective de genre et focalisent davantage leur attention sur les questions liées à l'égalité.

Parfois, la même publication véhicule des valeurs divergentes. Il n'est pas rare, par exemple, de trouver des articles qui mettent en valeur la contribution des femmes dans tous les domaines à côté d'autres truffés de stéréotypes sexistes. Il arrive aussi de trouver, à l'intérieur de journaux généralistes, des pages dédiées spécifiquement aux femmes, fait, en principe positif, témoignant d'une volonté de consacrer davantage d'attention à cette composante du public. Le côté négatif réside dans le fait que, très souvent, ces pages ne contiennent que des recettes de cuisine ou des conseils ménage, beauté et santé.

Si ces ambivalences sont un signe évident du fait que la plupart des publications de la région manque d'une stratégie bien définie dont le but serait l'intégration de

l'approche genre au niveau des contenus publiés, d'une manière plus structurelle, elles reflètent la coexistence de modèles culturels différents caractérisant ces sociétés.

Cette coexistence au sein des sociétés du Maghreb n'est pas quelque chose de récent, comme en témoigne la littérature sur l'opposition tradition-modernité; le premier élément renvoyant à l'héritage arabo-islamique et le deuxième à l'espace culturel européen.

Il faut également souligner que, suite aux changements sociopolitiques survenus aussi bien à l'échelle nationale que régionale, cette coexistence a acquis de plus en plus de complexité. Ainsi, les valeurs dites « progressistes » et « conservatrices », opposent et rapprochent, en même temps, les différents groupes sociaux et individus: des attitudes traditionnelles subsistent ou reviennent chez les groupes et les individus qui se réclament « progressistes » alors que des comportements « progressistes » se consolident dans les milieux traditionnels. Ces multiples fusions se reflètent à travers les médias.

Les notions de modernité et de tradition ont également évolué. Ainsi, on peut observer comment les mouvements et les acteurs sociaux ayant des visions progressistes essaient de se démarquer du modèle occidental, qui s'est révélé inadéquat pour s'adresser à une partie importante de ces sociétés. Le féminisme laïc, qui se situe dans cette polarité et qui est à l'origine des avancées les plus importantes en faveur des femmes de cette région est la cible de nombreuses critiques du fait d'être trop inspiré du modèle occidental et, dans le cas tunisien, de s'être compromis avec le régime de l'ex-Président Ben Ali et son discours de propagande sur les femmes<sup>44</sup>. En général, les voix prônant le progressisme continuent à s'exprimer dans la presse, en raison de l'autorité intellectuelle de leurs représentants, mais elles sont à la recherche d'un nouveau langage car elles ont perdu une partie de leur pouvoir d'influence vis-à-vis de l'opinion publique.

Du côté de la « tradition » on a pu constater l'existence de tendances divergentes: d'une part, des tentatives d'interpréter l'héritage islamique dans un sens

44. Sana Ben Achour, *Féminisme laïc en pays d'Islam, Tunis 2012* ; Barbara Airò, *Quale voce per le donne dopo la primavera araba?*, Università di Pavia 2012.

progressiste favorisant un discours promouvant les droits des femmes, comme en témoigne le féminisme islamique, d'autre part, une influence croissante des modèles culturels et des médias du Moyen Orient qui abordent de manière très traditionaliste les sujets touchant les femmes.

### Messages divergents sur les femmes : un exemple algérien

Dans la page « Islam » de la version électronique du quotidien *El Moujahid*, on a pu lire l'article « Les femmes du prophète », publié le 30 août 2011. Cet article retrace la biographie et les qualités des épouses du prophète Mohamed. Le texte, à travers l'articulation de plusieurs références coraniques, débouche sur une thèse quelque peu contradictoire quant au comportement idéal de la femme.

L'article insiste d'abord sur le rôle actif des femmes du prophète et sur l'influence qu'elles ont eue sur leur société : « Khadija était riche et spéculait avec son argent par l'intermédiaire de quelques hommes qui avaient gagné sa confiance... elle était une femme désirable grâce à la noblesse de son lignage et à sa grande valeur parmi son peuple... Aicha était la plus savante parmi les femmes de la communauté. Les grands compagnons du Prophète cherchèrent ses opinions et la consultèrent ». L'article cite aussi un verset incitant les femmes à ne pas se montrer soumises « Ne parlez pas aux hommes sur un ton soumis..., mais parlez sur un ton franc et net ». Toutefois, l'article conclut avec cette exhortation coranique : « Restez dans vos maisons et n'épalez pas coquettement votre beauté à la manière de l'ancienne anarchie antéislamique ».

Par ailleurs, il est intéressant de suivre les liens qui renvoient à des articles connexes, dans d'autres pages du même quotidien, où l'élément de connexion est justement la femme. Premièrement, on y trouve un article sur le tabagisme féminin révélant une forte culpabilisation des femmes qui fument. Par contre, le reste des articles transmet une image

de la femme qui, loin de suivre l'exhortation « restez dans vos maisons », affirme sa présence dans l'espace public, comme le suggèrent les titres suivants: « 4<sup>ème</sup> Forum méditerranéen des femmes chefs d'entreprise », « Octroi de microcrédits à une vingtaine de femmes : l'entrepreneuriat au féminin », « Représentation accrue des femmes au sein de la nouvelle APN », « Programme commun pour l'égalité entre les genres et l'autonomisation des femmes en Algérie : des progrès restent à faire ».

### Promotion de la culture de l'égalité dans la presse écrite au Maghreb

Dans la presse de cette région ne manquent pas les efforts pour promouvoir une image positive des femmes, et cela grâce à un certain engagement des institutions, des organisations de défense des droits humains, notamment des associations féminines, ainsi que des journalistes femmes et hommes sensibilisés à la question.

Au travers d'une simple lecture des principaux titres de la presse écrite traditionnelle et électronique, aussi bien du Maroc que de la Tunisie, de l'Algérie et de la Mauritanie, on arrive à repérer des articles qui abordent l'apport des femmes dans les différents secteurs de la société et d'autres qui portent sur la violence et la discrimination à leur égard.

Ces approches, malgré les limites déjà traitées dans le premier chapitre, revêtent une importance cruciale du fait qu'elles sont un instrument fort utile contribuant, dans une certaine mesure, au changement de mentalité nécessaire à l'éradication de la culture de l'inégalité qui s'exprime toujours à travers la presse.

Deux facteurs semblent décisifs pour encourager l'amélioration de la représentation des femmes dans la presse écrite au Maghreb. Premièrement, la formation des journalistes et un travail de sensibilisation à la question de l'égalité qui faciliterait la prise de conscience concernant ce problème et, par là, le dépassement d'attitudes conservatrices qui découlent d'habitudes irréfléchies.

En second lieu, l'importance accordée par les associations de défense des droits des femmes au travail de plaidoyer et aux actions de communication. Il est certain qu'en se focalisant davantage sur ces actions leur vision serait plus et mieux reflétée par les médias.

### La presse féminine et ses valeurs

Exception faite de la Mauritanie, qui souffre d'un manque de moyens financiers pour développer le secteur des magazines, la presse féminine est très florissante au Maghreb, notamment au Maroc et en Tunisie.

Selon une étude qui retrace l'histoire et l'évolution de cette presse<sup>45</sup>, à ses débuts elle était l'expression militante des associations féministes mais au fil des années, elle a accueilli des pages de mode, beauté, chronique mondaine et loisirs. Les célébrités, prises comme exemple de réussite, ont remplacé les femmes inconnues qui témoignaient de leur engagement concernant l'égalité des genres et les droits des femmes. Toutefois, il faut souligner que le côté militant n'a pas complètement disparu.

Concernant les valeurs qu'elle véhicule, il y a des différences selon les périodes et les pays. Tout d'abord, il faut dire que, même dans cette presse, on peut observer une oscillation entre « le désir de modernité qui passe par les 'artifices' venus de l'occident et le désir de modernisation qui passe par la conservation d'une identité nationale ». On trouve ainsi des revues qui représentent et qui proposent des styles de vie féminins nettement occidentalisés, très éloignés des réalités locales, on en repère des exemples surtout en Tunisie et au Maroc, et d'autres qui prennent de la distance par rapport aux modèles étrangers et valorisent des parcours d'émancipation enracinés dans l'histoire locale. C'est surtout le cas des revues féminines algériennes faisant constamment référence au combat mené par les femmes algériennes en vue de la libération de leur pays. Finalement, d'autres revues féminines juxtaposent des univers différents, d'un côté des pages de mode et de beauté inspirées des magazines occidentaux et, d'un autre côté, des témoignages tirés du vécu quotidien des femmes.

---

45. Marie-Sophie Brunet de Sairigné, La presse féminine au Maghreb, Mémoire de master SUP DE PUB Groupe INSEEC.

Par ailleurs, l'audace du langage et le degré de rupture par rapport aux mœurs dominants ne sont pas homogènes : certains magazines, loin d'être rebelles, offrent aux femmes un réseau solidaire pour supporter leurs peines, un espace où échanger des confidences intimes et exprimer des témoignages de tout genre. D'autres ancrent leur identité dans le défi à la tradition, abordent des sujets tabous et affichent une attitude novatrice, par exemple le tunisien *Femmes et réalité*, qui se donne pour objectif de « continuer à croître par l'innovation, de proposer un regard frais et perçant sur la société et d'aborder les sujets tabous », ainsi que le marocain *Rebelle*, qui s'adresse à son public comme suit : « Soyez belles et glamour, en toute sérénité, et affirmez-vous en toute impunité (...) Rebelle ne se consacre qu'aux libres et révoltées, insoumises et indisciplinées ! Si vous êtes en quête de changement et de liberté, alors ce magazine vous est destiné ».

D'autres magazines optent pour un langage plus modéré dans le souci d'être moins élitistes et de permettre aux femmes de différents milieux de se sentir concernées. C'est le cas, par exemple, du marocain *Lalla Fatima* et de l'algérien *Dziriya*. En explorant les pages en ligne de ce dernier, on a repéré un article sur le célibat au féminin qui aborde le thème sans préjugés et selon une perspective de genre : « Par effet de coutumes et considérations religieuses, notre société n'est pas tolérante vis-à-vis du célibat et c'est le célibat féminin qui capte majoritairement les commentaires et les discussions... Le célibat est comme le tabagisme. Il est plus dangereux pour la femme et moins toléré ».

Dans le même magazine, on trouve aussi de très nombreux articles concentrant l'attention sur des soucis féminins pouvant être considérés comme traditionnels : « Conseils pour s'entendre avec sa belle-mère », « Les plus belles robes de mariées », « Quels types de femmes les hommes préfèrent ? ». Également, on y trouve des articles, forums ou psycho - tests rédigés sur un ton léger : « Les vacances qu'il vous faut », « Guide des salles de fêtes sur Alger », « Quelle séductrice êtes-vous ? » mais aussi des témoignages dramatiques : « Après tous mes sacrifices, il souhaite divorcer », « Violée par mon cousin », « Violence sur une personne âgée de 75 ans ».

Par ailleurs, si certains titres évoquent des sujets intimes sans aucune censure et semblent s'adresser à un public féminin sexuellement libéré : « Connaissez-vous le mystérieux point G ? », « Des questions de sexe insolites », « Le clitoris: Entrez dans ce jardin secret », certains forums du même magazine dévoilent, chez le public féminin, un vécu marqué par de nombreux tabous et contraintes sociales, un débat sur le fait de consulter des gynécologues hommes en est un exemple très révélateur.

La presse féminine au Maghreb, au-delà de toutes les différences et de tous les styles, a contribué, dans la plupart des cas et de manière concrète et constante, à l'évolution de la condition des femmes. Elle a suivi leur émancipation de près et s'est mobilisée en faveur du renforcement de leur rôle dans la société. Même à présent, entre une page de mode et une autre de beauté, elle oublie rarement de mettre en lumière les discriminations et les inégalités subies par les femmes.

**L'égalité et la  
discrimination basée  
sur le genre dans la  
presse au Maghreb :  
études de cas**







Ce chapitre du guide est consacré à l'analyse d'articles de presse, qui, à titre d'exemple<sup>46</sup>, illustreront aussi bien le correct (À faire) que l'incorrect (À éviter) traitement de l'information du point de vue de l'égalité.

Les études de cas, extraits de la presse arabophone et francophone, ont été classées selon un cadre inspiré du GMMP<sup>47</sup>.

### Cadre de classification des études de cas

1.	<b>Stéréotypes sexistes</b>	<b>À éviter !</b>
2.	<b>Manque de visibilité des femmes ou absence de référence au genre</b>	<b>À éviter !</b>
3.	<b>Prise en compte de l'approche genre et promotion de la culture de l'égalité</b>	
3.1.	Mise en cause des stéréotypes sexistes	À faire !
3.2.	Équilibre de genre dans les sources de référence et d'information	À faire !
3.3.	Attention spécifique aux questions liées à l'égalité des genres	À faire !
3.4.	Traitement informatif intégrant l'approche genre.	À faire !

46. Les cas ont été choisis à partir de leur capacité à illustrer efficacement les concepts, et non pas selon des critères de représentation statistique.

47. Ce cadre de classification des études de cas est dérivé du GMMP qui l'a adapté, à son tour, à partir du système Genre et Media (GEM) développé par Gender Links pour le Southern Africa Gender and Media Baseline Study.

## Classification des études de cas

### Stéréotypes sexistes

Les stéréotypes basés sur le genre sont des représentations communes et réductrices qui, dans toutes les cultures, attribuent certaines caractéristiques aux femmes, aux hommes, ainsi qu'aux rapports existant entre eux. En tant que constructions sociales avec des racines profondes dans la tradition et la culture d'un pays, les stéréotypes basés sur le genre sont des représentations d'une réalité historiquement marquée par des inégalités et des rapports de pouvoir asymétriques entre les femmes et les hommes, favorisant, généralement, ces derniers. Il faut aussi rappeler que les stéréotypes sur les femmes sont majoritairement discriminatoires, donc sexistes.

Les stéréotypes sexistes sont un objet d'étude crucial en ce qui concerne le discours sur la représentation médiatique des femmes car les médias sont des véhicules de culture et des agents de socialisation très importants, notamment pour les jeunes générations. Les médias peuvent contribuer à renforcer les inégalités, en diffusant des stéréotypes sexistes, comme ils peuvent aider à les éradiquer en promouvant des rapports entre les sexes articulés sur l'égalité et le respect mutuel ainsi que des modèles féminins multidimensionnels, moins anachroniques et plus en accord avec la réalité des femmes du XXI<sup>ème</sup> siècle.

Les trois moyens les plus courants de propagation des stéréotypes sexistes dans les médias sont ceux qui suivent :

1. Représentations de femmes et d'hommes dans des rôles asymétriques et hiérarchisés, notamment des représentations de femmes en tant qu'objets sexuels, victimes, « servantes » ou personnes ordinaires et des représentations d'hommes en tant que leaders, autorités, experts ou personnes extraordinaires.

2. Représentations de femmes et d'hommes dans leurs milieux « traditionnels », c'est-à-dire la sphère privée pour les femmes et l'espace public pour les hommes. En particulier, des femmes représentées en tant que mères de famille, épouses ou domestiques et des hommes représentés en tant que professionnels, experts, politiciens, leaders ou hommes d'affaires.
3. Dans certains cas, les médias sont également responsables de renforcer les préjugés sur les femmes, en créant eux-mêmes des stéréotypes médiatiques bien connus par les chercheurs. À partir des asymétries historiques entre les genres, les médias bâtissent des représentations symboliques et stéréotypées des femmes et des hommes basées sur des critères commerciaux.

#### Manque de visibilité des femmes ou absence de référence au genre

1. Articles où l'on observe un manque d'équilibre et de diversité de genre quant aux sources de référence et d'information, c'est-à-dire articles où l'on traite le sujet d'un seul point de vue, qui est généralement, le masculin.
2. Articles dépourvus d'une perspective de genre dans le traitement d'affaires quotidiennes qui intéressent les femmes autant que les hommes, comme par exemple les élections ou l'éducation, en privant les récits de perspectives nouvelles et intéressantes.

#### Prise en compte de l'approche genre et promotion de la culture de l'égalité

Cette dernière catégorie inclut des exemples positifs où la prise en compte de l'approche genre est évidente aussi bien dans le contenu des articles que dans les images. Également, le traitement de l'information dénote une ligne éditoriale favorable à l'égalité.

1. Mise en cause des stéréotypes sexistes : articles et images mettant en cause les stéréotypes sexistes et encourageant le débat sur des questions liées à l'égalité des genres, selon la perspective des droits humains.
2. Équilibre de genre dans les sources de référence et d'information : articles et images montrant un équilibre de genre en ce qui concerne les personnes mentionnées, interviewées et/ou photographiées.
3. Attention spécifique aux questions liées à l'égalité des genres : articles portant sur l'inégalité et/ou l'égalité entre les hommes et les femmes ou spécifiquement consacrés à des sujets concernant les femmes comme la question du voile, les campagnes visant à promouvoir les droits des femmes, etc.
4. Traitement informatif intégrant l'approche genre : articles qui montrent comment une question d'ordre général touche spécifiquement aux femmes en incluant le point de vue de ces dernières dans le cadre d'une question générale ou mettant en évidence les implications que les faits dont on parle ont sur leurs vies.

## Stéréotypes sexistes

### Étude de cas n° 1



Objet : Exemple de revue mensuelle francophone

Titre de la revue : *El-Djazair. Le magazine promotionnel de l'Algérie*

Pays : Algérie

Source : N° 55, octobre 2012, version PDF téléchargée sur [www.eldjazaircom.dz](http://www.eldjazaircom.dz)

Résumé - *El-Djazaïr* est « Le magazine promotionnel de l'Algérie », une revue très volumineuse, de plus de 100 pages, qui offre un regard sur le pays, en promouvant ses leaders, ses entreprises et ses activités au travers de nombreux reportages, articles d'opinion et portraits.

Analyse - Le numéro de la revue correspondant au mois d'octobre 2012 se présente dans son ensemble comme un cas d'analyse très intéressant, dévoilant une perspective sur l'Algérie entièrement masculine, et ce sous de nombreux aspects.

L'éditorial du directeur est titré « Les hommes qui traversent les siècles ». A travers ce titre, l'auteur fait référence à tous les rôles joués par le Président de la République algérienne, Abdelaziz Bouteflika, tout au long de son parcours politique : « grand acteur de la diplomatie », « principal artisan de la mussalaha », « moudjahid et homme d'Etat », « père de la Nation », « le père d'une nouvelle Algérie qui construit et qui espère de nouveau » ou encore « le principal inspireur du vent de renouveau qui souffle actuellement sur l'Algérie ». Sa carrière est survolée d'un ton glorieux afin d'exalter son image. S'agissant de l'article d'ouverture d'une revue sous-titrée « Le magazine promotionnel de l'Algérie », l'impression qui en découle c'est que l'histoire du pays a été faite exclusivement par des hommes, alors qu'en réalité, le protagoniste de l'article est un seul homme, ayant joué un rôle de premier ordre dans la scène politique algérienne pendant de nombreuses années, des années 60 à aujourd'hui, mais pas pendant des siècles.

Le reste des articles du magazine, exception faite d'un seul cas, ne s'intéressent qu'à des hommes : politiciens ou leaders de la vie économique du pays, interviewés ou représentés dans des portraits ou des photographies les honorant. Le seul article portant sur et valorisant une femme est placé à la fin, dans la page 131, et concerne la jeune Wahiba Tounmi, lauréate d'un concours international de récitation du Coran ayant eu lieu au Caire.

Pour ce qui est des images, les femmes sont présentes dans les photographies, mais dans la plupart des cas, d'une manière anonyme ou dans des positions

subalternes, tandis que les hommes y sont très nombreux, bien identifiés et honorés dans la majorité des cas par des portraits qui les représentent en premier plan, dans des espaces professionnels ou institutionnels ou dans le cadre de cérémonies d'inauguration ou de visites officielles.

Par exemple, une grande partie de la première page est consacrée au président de l'Assemblée populaire nationale algérienne (ANP), notamment à son discours d'ouverture de la session d'automne 2012. Dans cette page, de nombreuses photographies font le portrait du président et quelques-unes montrent également l'Assemblée, qui est composée d'hommes et de femmes. Cependant, ces dernières restent dans l'anonymat.

En particulier, il y a une photo accompagnée d'une légende intéressante. L'image montre le président en train de parler, debout, devant un pupitre et deux députés au premier plan, assis sur les bancs de la chambre basse: le premier est un homme, la deuxième une femme. La légende explique : « Mohamed-Larbi Khelifa, Président de l'Assemblée populaire nationale et à la droite de la photo, Mohamed Djemial, Vice-président à l'ANP ». Elle ne s'intéresse qu'aux deux hommes dans la photo, en laissant la députée algérienne dans l'anonymat.

Une représentation similaire, également asymétrique, est visible dans la page 81. Une photo accompagnant un article sur le programme des travaux publics mis en œuvre depuis 1999 montre un groupe de personnes, hommes et femmes, autour de la maquette d'un pont routier. Une femme, à l'aide d'une baguette, pointe des détails sur la maquette, à côté du Ministre des travaux publics, déjà paru sur d'autres photos. La légende dit: « Amar Ghoul, Ministre des Travaux publics écoutant les explications d'une responsable de projet ». La responsable de projet est bien évidemment la femme portant la baguette qui demeure anonyme malgré son rôle important.

Enfin, une série de photographies représentent des femmes ou des jeunes filles dans des poses ancillaires vis-à-vis d'hommes influents et de pouvoir qui sont toujours les protagonistes des images, comme il est indiqué dans les légendes que l'on cite littéralement: « Le Premier Ministre recevant un bouquet de fleurs

d'une fillette », « Dahou Ould Kablia recevant le burnous des Ait-Hachem en présence de la diva kabyle, Nouara, et de la veuve du moudjahid Ali Zamoum », « Mohamed Benmeradi, Ministre du Tourisme et de l'Artisanat en compagnie de Denis Hennequin, Président directeur général de Accor et de Gérard Pelisson, Co-Président, Fondateur du Groupe Accor » recevant un cadeau d'une jeune fille.

## Étude de cas n° 2



Objet : Article de quotidien francophone en ligne

Titre : Vie de famille - Les jeunes face à l'équation de la prise en charge des parents

Journal : *Le Matin*

Pays : Maroc

Source : [http : //www.lematin.ma/journal/Vie-de-famille\\_Les-jeunes-face-a-l-equation--de-la-prise-en-charge-des-parents/172716.html](http://www.lematin.ma/journal/Vie-de-famille_Les-jeunes-face-a-l-equation--de-la-prise-en-charge-des-parents/172716.html), publié le 12 octobre 2012 dans la rubrique « Société »

Résumé - L'article porte sur le problème de la prise en charge des parents âgés par les fils/filles adultes. La première partie de l'article pose la problématique dans le cadre de l'évolution de la société marocaine où la famille élargie a désormais disparue. La deuxième partie se focalise sur les conséquences découlant de la décision de prendre en charge les parents âgés lorsque le fils est en âge de se marier ou déjà marié et père de famille.

Analyse - L'article aborde la question de la prise en charge des parents âgés sous une perspective masculine, restituant dans l'ensemble une image positive des hommes et une image négative des femmes. La totalité des cas traités dans l'article concerne des hommes qui prennent en charge l'assistance et les soins



de leurs parents en accomplissant ainsi un devoir très valorisé par l'auteur de l'article.

« Nos parents nous ont donné la vie. Ils se sont occupés de nous dès notre petite enfance. Ils ont été les seuls à se soucier réellement de notre santé, éducation... et de notre avenir. Nous leur devons donc beaucoup de choses. C'est pourquoi nous ne pouvons leur tourner le dos une fois qu'ils ont besoin de nous lorsqu'ils sont âgés. »

Les hommes émergent dans l'ensemble comme des membres valeureux de la société, des modèles de dévouement familial et comme des garants de la gratitude filiale vis-à-vis des parents. Par contre, les femmes y sont représentées, à travers les propos du journaliste et les témoignages des maris, comme des épouses qui supportent difficilement la décision de leurs maris de prendre soin de leurs parents âgés. Elles y sont décrites comme râleuses, pas solidaires avec leurs maris et comme une menace pour la sauvegarde d'une valeur qui compte dans une société en évolution.

« Mon mari est un ange avec ses parents. Il ne rate aucune occasion pour être avec eux, leur demander s'ils ont besoin de quelque chose. Parfois, j'ai l'impression que la plus grosse part de son salaire est réservée à ses parents. Je ne serais pas en colère s'il portait le même intérêt pour nous, mais ce n'est pas le cas. Je ne dis pas que c'est un mauvais père pour autant, il accorde aux enfants un peu de temps parfois après le boulot, mais il ne pense jamais à leur anniversaire, à les distraire pendant les vacances, à les emmener dans des parcs de loisirs, à la mer - confie tristement Hanaâ ».

« Je ne sais plus quoi faire avec ma femme qui ne supporte pas que je m'occupe de mes parents. Elle ne veut pas comprendre qu'ils sont devenus âgés et donc plus vulnérables que jamais. C'est mon devoir de prendre soin d'eux et de satisfaire tous leurs besoins. Au lieu de se plaindre à longueur de journée, elle devrait me comprendre et m'aider. Parfois, je sens qu'elle veut que je les abandonne », raconte Hamid, frustré par le comportement de sa femme ».

« Houssam, 32 ans : Mon père est retraité depuis presque six ans et ma mère n'a jamais travaillé. Ils ont très peu de moyens pour vivre. Et comme je suis leur fils unique, je n'ai pas le choix. [...] Le problème qui se pose maintenant est que je souhaite me marier. J'ai trouvé une fille bien que j'aime. Elle connaît très bien ma situation et jusqu'à présent elle me soutient. Mais j'ignore jusqu'à quand elle pourra être patiente et supporter cela. J'ai besoin d'argent pour pouvoir la demander en mariage et pour le moment je n'ai que des dettes. Sa mère lui demande souvent de m'oublier et de trouver un homme aisé qui la rendra heureuse. J'ai peur qu'elle suive les conseils de sa mère un jour et qu'elle me quitte ».

« Sanâa, 28 ans : Mon mari m'a expliqué sa situation et m'a fait comprendre qu'il s'occupait de sa mère qui n'a que lui et sa sœur après le décès de son père. J'ai accepté sans problème, car j'étais loin d'imaginer que la situation allait être aussi compliquée. Je ne croyais pas qu'elle deviendrait l'axe principal de notre vie. Mon mari, mes enfants et moi-même dépendons tous d'elle. Parfois, je peux être tolérante quand il s'agit de quelque chose d'urgent comme sa santé par exemple, mais souvent nous sommes obligés de nous priver de choses importantes rien que pour ses beaux yeux. Nous subissons tous ses caprices et le pire est que nous n'avons pas le droit de nous plaindre. Pas plus loin que la semaine dernière, nous devions acheter un siège auto à notre bébé, mais mon mari a préféré ignorer la sécurité de notre enfant pour que sa maman chérie puisse voyager et changer d'air. Je ne crois pas que je pourrai supporter cette situation encore longtemps. Un jour, je lui demanderai de choisir entre sa famille et sa mère ou au moins de partager les responsabilités avec sa sœur ».

### Étude de cas n° 3



Objet : Article de quotidien arabophone en ligne

Titre : Yawm al-'id : yawm farah am tarah ?

Journal : *Al Khabar*

Pays : Mauritanie

Source : <http://www.alakhabar.info/13930-0-C0-FC--C0A.html>, publié à la Une le 14 novembre 2010

Résumé - L'article, écrit par le personnel éditorial, est titré « Le jour de l'Aïd : journée de joie ou de tristesse ». Il s'intéresse aux comportements d'achat des femmes, en soulignant qu'elles ont été bien plus nombreuses aux marchés que d'habitude. Le journaliste rapporte ensuite les conversations maintenues avec « un groupe d'hommes et de femmes » qui se sont rendus au marché pour acheter le nécessaire pour l'Aïd.

Analyse - Le premier sous-titre affirme : « Ce sont les femmes qui achètent le plus: En se promenant dans les marchés de la capitale, on s'aperçoit que les femmes représentent la majorité des acheteurs (80%), ce qui prouve la grande importance qu'elles accordent à l'Aïd, en s'adonnant aux préparatifs deux semaines à l'avance ». Au deuxième sous-titre d'ajouter : « Trois vêtements pour chacune ». Ensuite, l'article glisse une analyse superficielle, plutôt partielle et partielle de la préparation de l'Aïd chez les femmes. Les affirmations, loin de s'appuyer sur des données, font plutôt recours à des témoignages utilisés de façon instrumentale afin de démontrer les effets ruineux des comportements d'achat des femmes mauritaniennes, qui transforment le jour de la fête en une sorte de disgrâce pour leur famille. En effet, selon l'article, sur la base des échanges avec des femmes, il ressort que « la moyenne des achats féminins correspond au moins à trois vêtements pour chacune » et que la plupart des achats sont « coûteux ». L'article

interroge par la suite une femme qui avoue s'être achetée au moins trois tenues, fait allant à l'encontre des habitudes d'achat de la famille de son mari où l'on n'achète qu'une tenue pour chaque membre de la famille.

Le troisième sous-titre dit ce qui suit : « Oh, si je n'étais pas mariée ! ». Ici, l'article met de relief le fait que les femmes mauritaniennes regrettent de ne pas être célibataires, notamment les jours de l'Aïd, en raison des responsabilités sociales vis-à-vis de la famille. En effet, il est dans les habitudes mauritaniennes que les femmes mariées présentent le « devoir » à la famille du mari. Ce « devoir » consiste en une somme d'argent ou en un animal pour le sacrifice, en plus de vêtements pour chaque membre de la famille, tandis qu'à la femme célibataire la société lui impose d'améliorer son aspect, ce qui l'encourage à dépenser plus d'argent pour elle-même. Ces sujets sont traités à travers des entretiens avec des femmes.

Le quatrième sous-titre, « La saison du divorce », affirme que, pendant la période de fêtes, le nombre de divorces s'accroît et conclut que « l'homme mauritanien est victime d'une campagne d'épuisement des biens' » et que « le temps de la disgrâce s'empare de lui dès que le mois de la fête arrive ».

Il est évident que cet article s'appuie sur une série de témoignages et d'opinions populaires très stéréotypés, sans y inclure un point de vue différent et alternatif. De telle manière, il concourt à transmettre un portrait stéréotypé et négatif des femmes en les présentant comme des personnes égoïstes profitant des périodes de fête pour gaspiller les biens familiaux, au point qu'elles provoquent des situations de confrontation menant parfois au divorce.

## Manque de visibilité des femmes ou absence de référence au genre

### Étude de cas n° 4



Objet : Article et photos de revue bimensuelle francophone en ligne

Titre : 29<sup>e</sup> Foire internationale du livre : des après-midi poétiques pour les amoureux des belles lettres

Journal : *L'Économiste Maghrébin*

Pays : Tunisie

Source : [http : //www.leconomistemaghreb.com/2012/10/31/29e-foire-internationale-du-livre-des-apres-midi-poetiques-pour-les-amoureux-des-belles-lettres/](http://www.leconomistemaghreb.com/2012/10/31/29e-foire-internationale-du-livre-des-apres-midi-poetiques-pour-les-amoureux-des-belles-lettres/), publié le 31 octobre 2012 dans la rubrique « Société - Culture »

Résumé - L'article, écrit par le personnel éditorial, annonce l'inauguration officielle de la Foire internationale du livre, organisée du 2 au 11 novembre 2012 au Parc des expositions du Kram.

Analyse - L'article est un véritable exemple du manque de visibilité des femmes, de par leur absence totale, aussi bien dans le texte que dans les photographies qui l'accompagnent. L'article cite de nombreuses personnalités ayant assisté à la foire : M. Hamadi Jebali, Chef du gouvernement tunisien au moment où l'événement a eu lieu, les Ministres de la culture tunisien et égyptien, M. Kamel Gaha, Directeur de la Foire et le romancier algérien écrivant sous le pseudonyme féminin de Yasmina Khadra, invité d'honneur de l'événement littéraire. Les deux photographies, sans aucune légende, ne représentent que des hommes. L'impression générale qui en découle est que la littérature est une question exclusivement réservée aux hommes.

## Étude de cas n° 5



Objet : Article de revue hebdomadaire francophone en ligne

Titre : Enseignement privé : Affluence grandissante malgré les tarifs « exorbitants ».

Journal : *Le Calame*

Pays : Mauritanie

Source : [http://www.lecalame.info/contenu\\_news.php?id=4031](http://www.lecalame.info/contenu_news.php?id=4031), publié le 9 octobre 2012 dans la rubrique « Actualités »

**Résumé** - Le sujet de l'article est l'essor de l'enseignement privé qui, depuis quelque temps, a gagné du terrain en Mauritanie au détriment de l'enseignement public, malgré les coûts élevés et en raison d'une meilleure qualité.

**Analyse** - Dans cet article on constate, d'abord, un manque d'équilibre quant aux sources de référence et d'information. Afin de comprendre les raisons du succès des écoles privées, l'article propose deux entretiens. Le premier réalisé auprès du Directeur d'une école privée et le deuxième auprès du Directeur adjoint d'un autre établissement, également privé. Tous les deux sont des hommes et l'article ne cite aucune source féminine.

Il est à noter que l'article est aussi dépourvu d'une perspective de genre, là où il serait possible de l'intégrer. Premièrement, il faut souligner qu'il ne contient aucune référence à la question de l'instruction féminine et cela dans un pays censé être engagé à combler le fort décalage entre le niveau d'éducation des femmes et des hommes à partir de l'enseignement primaire. Par exemple, l'un des directeurs d'école interviewés mentionne l'absence de sécurité parmi les divers facteurs favorisant l'abandon de l'école publique, cette dernière n'arrivant

pas à assurer une surveillance adéquate. Il se peut que ce facteur concerne particulièrement les filles et leurs familles qui attirées par des meilleurs systèmes de surveillance inscrivent leurs filles dans les écoles privées. Toutefois, le journaliste ne profite pas de cet argument pour pousser l'analyse dans ce sens.

En second lieu, l'article ne fait pas référence aux nombreux avantages que certains services proposés par les écoles privées peuvent offrir aux femmes travailleuses. En effet, l'un des directeurs interviewés énonce quelques services fournis par l'école privée, tels que le transport et la restauration des enfants. Il est fort probable que ce type de services soit jugé très utile par les familles où les deux parents travaillent, particulièrement par les femmes travailleuses qui sont d'habitude chargées de la préparation des repas et de la garde des enfants. Une école qui offre des services comme le transport et la restauration est sans nul doute une école favorisant indirectement l'entrée des femmes dans le monde du travail. Mais l'article ne s'y intéresse pas.

## Étude de cas n° 6



Objet : Blogs de quotidien arabophone en ligne

Titre du quotidien : *El Khabar*

Pays : Algérie

Source : [http : //www.elkhabar.com/ar/](http://www.elkhabar.com/ar/), page d'accueil de l'édition du 5 novembre 2012

Résumé - *El Khabar* est un quotidien arabophone disponible en version PDF sur son site web. Il a également une version en ligne exploitant les nouvelles technologies de l'information pour offrir à son public des occasions d'interaction. Parmi ces dernières, une section dédiée aux blogs, confiée à des leaders d'opinion, notamment des plumes journalistiques de renom et des intellectuels qui publient des billets pour réfléchir sur des thèmes d'intérêt général en les partageant avec le public.

Analyse - La rubrique « Musahamat Mutamayyza », « Contributions excellentes », héberge quatre blogs. En cliquant sur le titre de chacun, les internautes ont l'opportunité d'accéder à un répertoire d'articles rédigés par les blogueurs et de les partager à travers les différents réseaux sociaux. Ainsi, ces articles circulent comme matière de discussion collective. Tous ces blogs sont administrés par des hommes, ce qui mène à parler d'une occasion manquée pour le journal de s'ouvrir à un point de vue féminin pouvant stimuler la discussion sur des sujets négligés dans l'agenda du quotidien en ligne.

## Étude de cas n° 7



Objet : Quotidien arabophone en ligne

Titre du journal : *Essahafa*

Pays : Tunisie

Source : [http : //www.essahafa.info.tn](http://www.essahafa.info.tn),  
édition du 5 novembre 2012



Résumé - *Essahafa* est un quotidien arabophone disponible sur le Web en version PDF. Sa version en ligne pourrait être qualifiée de plutôt traditionnelle. La partie centrale de la page d'accueil est consacrée aux actualités du jour, un menu sur la partie gauche offre l'opportunité d'accéder aux services d'utilité publique comme la météo, la bourse et les transports. Un autre menu plus détaillé, situé à droite, permet d'accéder aux articles des différentes rubriques du journal : Al iftitahiyya (Editorial), Al-Wataniyya (Actualités nationales), Mujtama' (Société), Iqtisad (Economie), Al muntada (Forum), Nadawat (Colloques), Kull al watan (Toute la nation, couverture régionale-locale), Liqaat (Interviews), Ta'aliq wa ara' (Commentaires et opinions), Milaffat (Dossier), Al-'Alamiyya (Actualités internationales), Tahqiqat (Enquêtes), Mulaḥḥiq "Rashm" (Supplément culturel), Thaqaḥa (Culture), Funun wa talfisiun (Art et télévision), Riada (Sport) et Marafi' (Divertissement). Les articles les plus importants de ces rubriques sont également publiés sur la page d'accueil et se succèdent de haut en bas, rubrique par rubrique.

Analyse - Un regard d'ensemble sur la page d'accueil du 5 novembre 2012 révèle aussitôt une totale absence de femmes : aucun titre, aucune actualité, aucune photographie ne consacre son attention aux femmes, ni directement, ni indirectement. Suite au survol de cette page d'accueil, on pourrait penser que le monde est peuplé seulement d'hommes. Pour trouver un regard sur le monde incluant les femmes, il faut s'enfoncer dans les pages intérieures où elles demeurent, en tout cas, peu nombreuses et sont évoquées, le plus souvent, dans la rubrique divertissement. Il s'agit, dans la plupart des cas, de célébrités représentées surtout en tant que protagonistes de la chronique mondaine plutôt que dans leur rôle d'actrices, de chanteuses, d'artistes, etc.

L'actrice Gwyneth Paltrow attire l'attention pour avoir devancé d'autres femmes de renom, comme la future Princesse de Galles, Kate Middleton, dans le classement des femmes les plus élégantes du monde, la chanteuse Britney Spears pour avoir démenti les rumeurs sur la rupture avec son fiancé et Lady Diana à l'occasion du 15ème anniversaire de sa mort. Les seules actualités du jour présentant des femmes dans un rôle professionnel concernent également des femmes du

spectacle ou de la culture : l'écrivaine française Jacqueline Gaspard, auteure d'un livre sur l'épouse de Habib Bourguiba, l'actrice Suhair Alambruki, protagoniste d'un film suédois sur l'islam, une autre actrice tunisienne qui revient sur la scène et une femme qui sait peindre avec la bouche.

Dans sa globalité, ce journal illustre bien deux grandes opportunités manquées. Premièrement, celle de donner la voix aux nombreuses femmes participant à la vie sociale, politique, économique et culturelle de la Tunisie et, deuxièmement, celle d'offrir à ses lecteurs un regard sur le monde enrichi d'une perspective féminine.

### Prise en compte de l'approche genre et promotion de la culture de l'égalité

#### Étude de cas n° 8



Objet : Article et photos de quotidien francophone

Titre : Vont-ils continuer à siéger dans la 'gazara' parlementaire ?

Journal : *Le Quotidien de Nouakchott*

Pays : Mauritanie

Source : [http : //www.quotidien-nouakchott.com/n-878](http://www.quotidien-nouakchott.com/n-878), publié le 9 janvier 2012 à la Une et à la page 3

Résumé - L'article porte sur l'attitude de certaines forces de l'opposition parlementaire mauritanienne, qui, tout en déclarant que le Parlement où ils siègent est anticonstitutionnel et qu'il faudrait organiser des élections, ne démissionnent pas et refusent, en même temps, de participer au dialogue majorité -opposition.

Analyse - L'article montre un équilibre de genre quant aux sources de référence et d'information, ainsi qu'aux photos, en mettant en cause le stéréotype selon lequel la politique est un domaine d'hommes. Il s'agit d'un article important, ouvrant la première page avec un grand titre et une grande photographie. Cette dernière représente le visage de trois politiciens : deux femmes et un homme. Bien que les femmes soient peu nombreuses dans le Parlement mauritanien, 22% dans la Chambre basse et 14% au Sénat, l'article leur accorde une large visibilité dans un rôle traditionnellement joué par les hommes, en transmettant ainsi l'idée que la politique est une affaire concernant aussi bien les femmes que les hommes. L'article à la une du journal est développé dans la page trois où deux photos montrent des femmes et des hommes : en particulier, l'une de ces photos présente, en premier plan, deux femmes assises à côté de plusieurs hommes, ceux-ci apparaissant en second plan. Dans le texte de l'article, les sources citées sont équilibrées, il montre un point de vue féminin et un autre masculin, reflétant deux opinions divergentes au sein de la coalition qui regroupe les partis d'opposition : l'une est exprimée par M. Moustapha Ould Bedredine, membre de l'Union des Forces de Progrès (UFP) et l'autre par Mme Nanna Mint Cheikhna, une femme députée du Rassemblement des Forces Démocratiques (RFD).

## Étude de cas n° 9



Objet : Photo de quotidien arabophone

Titre de l'article illustré par la photo: Al-Qaadat ghadibuna...yahtajjuna

Journal : *Assabah*

Pays : Maroc

Source : [http : //www.assabah.press.ma](http://www.assabah.press.ma),  
publiée le 8 octobre 2012

Résumé - L'article, titré « Les juges en colère...protestent », porte sur la manifestation des juges qui a eu lieu le 6 octobre 2012 devant la Cour de Cassation. Les juges, hommes et femmes, y revendiquaient l'indépendance du pouvoir judiciaire.

Analyse - Cet article, publié à la une du quotidien, est accompagné d'une photographie qui représente un cas exemplaire de promotion de l'égalité des genres, ainsi que de l'apport que les femmes marocaines, dans toute leur diversité, offrent à une société en pleine évolution. Au premier plan, on voit deux femmes juges non voilées et derrière elles à droite, deux autres manifestantes voilées. Toutes ces femmes exhibent des pancartes affichant des revendications professionnelles qui, concernant le pouvoir judiciaire, intéressent la société dans son ensemble. La photo transmet ainsi l'idée que la magistrature est composée d'un grand nombre de femmes, différentes les unes des autres mais unies dans la lutte pour l'intérêt général du pays.



Objet : Article de quotidien francophone

Titre : Une journée de prévention contre le cancer du sein

Journal : *Le Quotidien d'Oran*

Pays : Algérie

Source : [http://www.lequotidien-oran.com/?archive\\_date=2012-10-21](http://www.lequotidien-oran.com/?archive_date=2012-10-21), publié le 21 octobre 2012 à la page 10

Résumé - L'article est le compte rendu d'un colloque sur le cancer du sein organisé à Ténès par l'association « Ness-Elkher », à l'occasion de la Journée mondiale de la prévention contre le cancer du sein.

Analyse - L'article est un cas exemplaire d'attention spécifique aux questions touchant les femmes, comme le cancer du sein, à partir d'une perspective féminine. En effet, l'auteur fait un compte rendu du colloque, en rapportant directement les mots de deux femmes expertes, le docteur Mme Benbrahim et la psychologue Mme Boudjemaa : un choix qui permet d'aborder la question selon une perspective féminine et qui valorise en même temps la compétence et le professionnalisme de deux femmes. L'article traite le problème de manière claire et complète : il rapporte plusieurs données sur l'incidence de cette maladie chez les femmes algériennes, insiste sur l'importance de la prévention, rappelle l'efficacité du dépistage précoce pour un meilleur succès de la guérison et insiste sur les retombées psychologiques du cancer du sein, à travers les mots de la psychologue, qui affirmait lors du colloque : « L'annonce d'un cancer du sein est toujours un traumatisme pour une femme, sa vie bascule d'un seul coup, alors que de nombreuses peurs l'envahissent, telles que : est-ce que je vais mourir, va-t-on me mutiler, aurais-je une vie sexuelle normale ou pourrais-je

avoir des enfants ? Autant de questions qui nécessitent un accompagnement psychologique ».

Dans son ensemble, l'article n'oublie pas de traiter certains aspects problématiques soulevés lors du colloque et portant sur la prévention et la thérapie : le problème de la mammographie, qui n'est pas assurée par le système de santé publique ou les longues attentes pour accéder aux structures hospitalières, ce qui ne facilite pas le dépistage précoce.

Les conclusions incluent une recommandation formulée par les femmes ayant participé au colloque : que le centre d'imagerie de Ténès, doté de l'équipement nécessaire pour la réalisation de mammographies, soit opérationnel dans les plus brefs délais afin de permettre d'effectuer un diagnostic précoce chez les femmes algériennes.

#### Étude de cas n° 11



Objet : Article de quotidien arabophone

Titre : Nahwa ilgha' kull ashkal al-tamyiz wa al-iqda' fi ufuq i'adat idmaj al-umm al-'aziba fi al-mujtama'

Journal : *Bayan al-yawm*

Pays : Maroc

Source : [www.bayanealyaoume.press.ma](http://www.bayanealyaoume.press.ma), publié le 15 octobre 2012 à la page 12

Résumé - L'article, titré « Vers l'abolition de toutes les formes de discrimination et d'exclusion en vue de la réinsertion des mères célibataires dans la société », présente une rencontre publique portant sur les droits des mères célibataires.

Analyse - Cet article est un exemple d'attention spécifique aux questions liées à l'égalité des genres. Ayant pour thème les droits des mères célibataires, il a été articulé selon une perspective féminine, comme il ressort immédiatement de la photographie représentant les femmes assises à la table d'intervenants, et sous une forme qui défie les stéréotypes basés sur le genre. Cet article se focalise, en effet, sur la nécessité, soulevée pendant le débat, d'harmoniser le code pénal et le code du statut personnel afin de protéger les droits des mères célibataires. En abordant le thème des familles monoparentales du point de vue des droits, la journaliste se concentre sur les lois et les réformes relatives à ce thème spécifique, tout en se souciant d'éviter les jugements ou les préjugés culturels sur les femmes qui optent pour la maternité hors mariage. En ce sens, l'article fait face aux clichés stigmatisant les mères célibataires dans la société marocaine. La sensibilité aiguë de l'auteure vis-à-vis de la question se confirme également par l'usage linguistique du terme enfant dans sa double déclinaison, féminine et masculine : al-tifl(a), là où l'article traite de l'inscription des nouveau-nés dans le registre de l'état civil.

## Étude de cas n° 12



Objet : Article de quotidien francophone en ligne

Titre : Démocratie, pluralisme et droits de l'homme. Vers une perspective transculturelle

Journal : *La presse de Tunisie*

Pays : Tunisie

Source : <http://www.lapresse.tn/09102012/56530/vers-une-perspective-transculturelle.html>, publié le 9 octobre 2012 à la page Actualités - Nation

Résumé - L'article présente la rencontre internationale, organisée par la Chaire UNESCO de philosophie pour le monde arabe et l'Université de Kassel, du 8 au 10 octobre 2012, sous thème « La démocratie, le pluralisme et les droits de l'Homme ».

Analyse - L'article porte sur le contenu des interventions de la première journée de la rencontre lors de laquelle deux thèmes ont été traités, à savoir « Le droit, États et démocratie » en première séance, puis, en deuxième séance, « Démocratie et pluralisme ». L'article présente les opinions et les réflexions de M. Hans Sandkuler, Directeur de la section allemande « Droits de l'Homme et cultures » de la Chaire UNESCO de philosophie et de Mme Soumaya Mestiri, professeure de philosophie à l'Université de Tunis.

Le constitutionnalisme universel soutenu par M. Sandkuler est mis en relation avec l'opinion critique de Mme Mestiri qui propose de repenser le rapport entre culture et droits dans le cadre d'une réalité comme celle de la Tunisie. L'article est, sous plusieurs aspects, un exemple de bonne pratique : deux sources sont citées de manière équilibrée, l'une féminine et l'autre masculine et les deux sources sont influentes, aussi bien en ce qui concerne leur profession que leur rôle d'autorité en la matière.

Enfin, l'article est un exemple clair d'inclusion d'une perspective féminine qui représente un point de vue nouveau et intéressant dans le cadre d'une question générale. En effet, M. Sandkuler défend une opinion ayant des racines profondes, du moins dans la culture occidentale, par contre Mme Mestiri suggère un nouvel angle sous lequel lire le rapport entre la culture et les droits humains : « Penser le culturel sous l'angle de la spécificité porte à faire de l'appartenance culturelle un argument identitaire créant un repli suspect. Mais considérer le pluriel des cultures sous l'angle de l'écart les fait paraître comme autant de possibles ouverts, inventifs, dont on peut exploiter la fécondité. Ces cultures se perçoivent comme autant de ressources entre lesquelles nous pouvons librement circuler pour nous réinterroger ».



## Recommandations



## Point de départ : la Déclaration et la Plateforme d'action de Beijing

La quatrième conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes, qui s'est déroulée à Beijing en 1995, a abouti à une plateforme d'action invitant toutes les institutions, les gouvernements locaux, nationaux et internationaux, les ONG et tous les secteurs de la société à participer à la promotion de l'égalité des genres afin d'améliorer la condition des femmes et de l'humanité dans son ensemble.

La section J de la Plateforme de Beijing est spécifiquement consacrée au secteur des médias, en raison de leur potentiel pour agir en faveur de l'égalité : « Au cours des 10 dernières années, les progrès de l'informatique ont facilité la constitution d'un réseau mondial de communication qui transcende les frontières nationales et influe sur la politique des pouvoirs publics et les comportements des individus, surtout des enfants et des jeunes adultes. Partout dans le monde, les médias pourraient participer beaucoup plus activement à la promotion de la femme<sup>48</sup>. »

La Déclaration de Beijing affirme également qu'« il est temps de mettre un terme à la diffusion d'images négatives et dégradantes de la femme au moyen des différents supports utilisés par les médias. Les organes de presse et de diffusion électronique de la plupart des pays ne donnent pas une représentation équilibrée de la diversité de la vie des femmes et de leur contribution à la société dans un monde en pleine évolution. [...]»<sup>49</sup>

Pour ce qui est du contenu des médias, la Plateforme de Beijing statue, en vertu de son objectif stratégique J.2, que la promotion d'une « image équilibrée et non stéréotypée des femmes » est du ressort des médias mais aussi des gouvernements et des organisations internationales et suggère les mesures les plus importantes à prendre pour atteindre cet objectif.

Il est utile de répertorier les mesures concernant, directement ou indirectement, la production des contenus dans la presse.

---

48. Déclaration et Plateforme d'action de Beijing, par. 234

49. Déclaration et Plateforme d'action de Beijing, par. 236

## Déclaration et Plateforme d'action de Beijing

### Objectif J.2 : mesures à entreprendre concernant spécifiquement la presse

- Considérer toutes les questions intéressant les collectivités locales, les consommateurs et la société civile dans une optique de parité entre les sexes.
- Promouvoir un partage équitable des responsabilités familiales par le biais de campagnes médiatiques visant à promouvoir l'égalité entre les sexes et des rôles non stéréotypés pour les hommes et les femmes au sein de la famille et à diffuser des informations destinées à éliminer les sévices entre époux et à l'égard des enfants et toute forme de violence à l'égard des femmes, y compris la violence dans la famille.
- Organiser, en s'appuyant sur les programmes de sensibilisation du secteur public et du secteur privé, de vastes campagnes d'information sur les droits fondamentaux des femmes.
- Soutenir la création et, le cas échéant, le financement de nouveaux médias et le recours à tous les moyens de communication pour informer les femmes et diffuser des renseignements sur les femmes et leurs préoccupations<sup>50</sup>.

### Recommandations pratiques

Les recommandations pratiques suggérées dans ce chapitre tiennent compte :

1. De l'analyse des études de cas présentés dans le chapitre précédent.
2. De l'état des lieux dressé dans le premier chapitre, ainsi que des conclusions tirées des éléments d'information exposés et des réflexions et des questionnements posés tout au long des chapitres deux et trois.

---

50. Déclaration et Plateforme d'action de Beijing, par. 244, c) ; par. 245, a), c), d).

3. Des mesures conseillées par la Déclaration de Beijing et par des manuels produits par la suite<sup>51</sup>.
4. Des résultats des études, des recherches et des monitorages, notamment du GMMP, ayant mis en évidence les points forts et les points faibles de l'information en l'analysant selon une perspective de genre.

**À éviter - Attention : ne véhiculez pas de stéréotypes sexistes !**

**Concepts clés :** information exhaustive, diversité, pluralisme, objectivité et impartialité

Les stéréotypes sont des représentations simplistes et réductrices de la réalité. Il est difficile de ne pas les reproduire et les diffuser puisqu'il s'agit d'instruments très efficaces pour transmettre des messages facilement assimilables par les récepteurs dans le cadre du processus de la communication de masse.

- Pour éviter de diffuser et de renforcer les stéréotypes sexistes à travers la presse, il est tout d'abord nécessaire de renoncer aux conceptions et aux visions simplistes et réductrices de la réalité : une information exhaustive et pluraliste reflétant la diversité sociale et culturelle d'un contexte donné est d'habitude une garantie contre la diffusion de stéréotypes.

Les stéréotypes ont des racines profondes dans l'histoire de chaque pays, ils se transmettent de génération en génération, à travers des processus de socialisation formels et informels. De ce fait, il est très aisé de les reproduire « inconsciemment ».

- Afin de les extirper, il est nécessaire d'avoir conscience du fait que les stéréotypes sexistes existent et qu'ils participent à entraver l'égalité des

---

51. UNESCO, Femmes et télévision au Maghreb - Amélioration de l'image des femmes dans les télévisions du Maghreb francophone, 2009 ; UNESCO, Femmes et Radio au Maghreb - Amélioration de la représentation des femmes dans les radios du Maghreb francophone 2010 ; UNESCO, Intégration de l'approche « genre » dans la formation au journalisme des pays du Maghreb, 2012 ; EUROMED, Femmes et médias dans la région euro-méditerranéenne. Manuel de formation. Promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes dans la région euro-méditerranéenne (2008-2012) ; FIJ, Getting the balance right. Gender equality in journalism, 2009 ; WACC, « Mission possible » : Manuel des groupes d'intervention oeuvrant pour l'égalité des sexes dans les médias ; European Commission, Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, Advisory Committee on Equal Opportunities for Women and Men. Opinion on « Breaking gender stereotypes in the media », 2010.

genres car ils sont le produit de cultures patriarcales, hiérarchisées ayant comme signe identitaire la promotion de la discrimination contre les femmes. Pour éviter de « cultiver » les stéréotypes sexistes dans la presse, il faudrait dépasser les préjugés concernant les femmes et les hommes et leurs rôles dans la société : une information objective et impartiale est une garantie contre la diffusion de stéréotypes nuisant aux droits et à la dignité des personnes.

### Que faire ?

□ Quatre actions stratégiques : mettre à jour, inclure, élargir et approfondir □

1. Les stéréotypes sexistes sont des représentations sclérosées reproduisant des relations hiérarchisées entre les genres.
  - ▶ Afin de les éradiquer, il serait utile de mettre à jour les représentations des femmes et des hommes véhiculées par la presse en faisant en sorte qu'elles soient en phase avec la réalité actuelle, et ce en accordant de l'espace et de la visibilité aux femmes qui participent à la vie publique et au développement de leur pays et en valorisant leur apport à la société par des entretiens, des citations, des photographies et par une mention correcte et complète de leur nom, prénom et fonction exercée.
2. Les stéréotypes sexistes sont des représentations exclusives assignant à chaque genre des caractéristiques et des domaines d'expertise et d'intérêt distincts. En ce qui concerne les caractéristiques, très souvent, celles assignées aux hommes sont, majoritairement, jugées positives alors que celles assignées aux femmes sont négatives. Egalement, les domaines d'expertise et d'intérêt, généralement, qualifiés de « sérieux » et « importants » s'associent, souvent, aux hommes, tandis que ceux qualifiés de « légers » ou « peu importants » s'associent, majoritairement, au genre féminin. Dans ce sens, il faut souligner que ces distinctions artificielles pouvant être illustrées par des affirmations massivement acceptées comme « la politique, c'est pour les hommes » ou « la beauté est un sujet de femmes » sont loin d'être

neutres, tout au contraire, elles contribuent à renforcer et à perpétuer les inégalités entre les femmes et les hommes.

- ▶ Inclure les femmes dans les rubriques de la presse qui les ont longtemps exclues, comme par exemple la politique, l'économie, ou l'information internationale pourrait aider à remédier aux inégalités causées par ces distinctions artificielles et anachroniques.
3. Les stéréotypes sexistes sont des représentations réductrices limitant les rôles féminins à un nombre restreint de fonctions sociales et alimentant des attentes traditionnelles plutôt que novatrices, comme par exemple : « la femme est avant tout mère et/ou épouse ».
- ▶ Il est donc conseillé d'élargir l'éventail de rôles attribués par la presse aux femmes en leur accordant de la visibilité non seulement en tant que mères, mais en tant qu'individus à identité complexe ; en tant que femmes travailleuses, femmes politiques, femmes entrepreneures, femmes leaders d'opinion ou encore en tant que femmes étant de véritables personnalités influentes.
4. Les stéréotypes sexistes sont des représentations simplistes de la réalité, il faudrait donc éviter d'avaliser ces simplifications de la réalité.
- ▶ La presse doit toujours traiter d'une manière approfondie les sujets qui vont être publiés. Il faut toujours aller plus loin et apporter de la valeur ajoutée à l'analyse des phénomènes sociaux en s'appuyant, bien entendu, sur des données, statistiques, études, rapports, etc. S'arrêter à la surface d'un phénomène équivaut souvent à ouvrir les portes aux stéréotypes et aux préjugés de toutes sortes.

## Un exemple

Rappelez-vous des études de cas 2 et 3, dans le chapitre 4.

Étude de cas n° 2 : Vie de famille - Les jeunes face à l'équation de la prise en charge des parents

Étude de cas n° 3 : Yawm al-'id : yawm farah am tarah ?

Les deux articles traitent de phénomènes sociaux dans des sociétés qui changent et qui sont confrontées à la recherche de nouveaux équilibres entre la modernité et la tradition, en l'occurrence la marocaine et la mauritanienne.

Le sujet du premier article est la prise en charge des parents. Dans le deuxième, ce sont les préparatifs pour l'Aïd, en particulier du point de vue des comportements d'achat des femmes.

Dans les deux cas, des portraits négatifs des femmes sont dressés : les femmes semblent incapables de sauvegarder les valeurs de la tradition face à une modernité qui encourage à consommer, à rechercher une vie facile et à s'évader des sacrifices et des devoirs familiaux.

Ces articles s'appuient, sur des piliers « faibles » : l'opinion de l'auteur et des témoignages partiels. Ils interpellent, citent ou questionnent seulement les personnes qui, de par leur opinion ou expérience, confirment les préjugés des auteurs.

Un correct traitement informatif de ces phénomènes aurait dû prévoir, au moins :

- ▶ La séparation entre information et opinion.
- ▶ La pluralité et la diversité de témoignages et d'opinions.

Par ailleurs, ces actualités auraient pu être enrichies par :

- ▶ La documentation et le recours aux données et statistiques sur le sujet.

- ▶ L'approfondissement, à travers le questionnement des experts, en l'occurrence des sociologues, des économistes, etc.

Étant donné que les temps dans les rédactions sont souvent très limités, la préparation préalable de dossiers de documentation concernant les questions liées à l'égalité des genres, à l'autonomisation et aux droits des femmes contenant des textes juridiques, des statistiques et des recherches en la matière pourrait être très bénéfique pour les journalistes.

**À éviter - Attention : n'occultez pas le genre !**

#### Que faire ?

Deux actions stratégiques : balancer les sources et inclure la perspective de genre

1. Cherchez toujours à équilibrer les sources de référence et d'information du point de vue de l'égalité des genres :
  - ▶ Introduisez toujours des hommes et des femmes parmi les témoins des événements dont vous parlez, parmi les opinions que vous collectez auprès des gens, parmi les narrations biographiques pouvant enrichir votre actualité, parmi les experts que vous interviewez afin d'approfondir sur un sujet, parmi les leaders d'opinion que vous interpellez pour avoir un point de vue influent, etc.
  - ▶ Mettez constamment à jour votre carnet d'adresses pour inclure les noms de femmes expertes et professionnelles compétentes à consulter ou interviewer lorsque vous approfondissez sur un sujet qui nécessite des informations supplémentaires ou avis d'experts : les femmes expertes dans tous les secteurs sont désormais nombreuses, cependant elles sont rarement consultées par les journalistes.



- ▶ Introduisez aussi dans votre carnet d'adresses des noms de femmes politiquement et/ou socialement engagées, de femmes leaders occupant des postes de décision, de femmes chefs d'entreprises ou d'institutions : les femmes politiquement ou socialement haut placées sont rares et presque invisibles dans les médias.
- ▶ Rappelez-vous que, en plus des femmes au sommet, il existe tout un monde féminin qui agit à la base de la société. Véhiculez donc une représentation équilibrée de la diversité de la vie des femmes et de leur contribution à la société dans un monde en pleine évolution : n'oubliez pas qu'il y a des femmes appartenant à des classes sociales différentes, qui exercent plusieurs professions et qui jouent de nombreux rôles dans la société, femmes « normales » qui participent quotidiennement aux progrès de leur pays.
- ▶ N'oubliez pas d'inclure parmi vos sources de référence et d'information les femmes appartenant aux minorités linguistiques, ethniques ou religieuses, ainsi que les femmes âgées. Ce sont des groupes de femmes presque invisibles, qui pourraient contribuer à façonner un regard plus complet sur la complexité des réalités sociales existantes aux pays du Maghreb.

2. Elargissez et complétez vos articles à l'aide de la perspective de genre :

- ▶ Soyez constamment à jour sur les recherches concernant les femmes dans les différents domaines, du travail à l'économie, de la santé à l'éducation. Dernièrement, ces études se sont multipliées et constituent une bonne base pour saisir les progrès de l'égalité des genres, en termes quantitatifs et qualitatifs, tous secteurs sociaux confondus ; en l'occurrence, ce type de recherches se révèle une source très utile pour analyser toute question d'intérêt public selon une perspective de genre.
- ▶ Essayez de garder constamment à l'esprit les situations d'égalité et d'inégalité des genres existant dans tous les secteurs : ceci peut

certainement vous aider à injecter la perspective de genre dans toutes les actualités portant sur des affaires générales.

- ▶ Du point de vue linguistique, rappelez-vous que l'humanité inclut les femmes autant que les hommes : si vous écrivez en arabe, profitez de l'occasion offerte par cette langue de décliner les termes au masculin et au féminin. Si vous écrivez en français, indiquez toujours le nom et le prénom des personnes que vous mentionnez et n'oubliez pas de précéder les noms par des appellatifs de genre, en l'occurrence Madame et Monsieur. Vous pouvez également vous référer aux principes de la rédaction épïcène<sup>52</sup>, une pratique d'écriture renouvelée reposant sur des procédés rédactionnels qui lui sont propres et qui peuvent être synthétisés comme suit :

a) Abandonner la mise au masculin du texte

- ▶ Rédiger épïcène et faire usage de plus en plus de formes féminines conduit inévitablement à l'emploi moins fréquent du masculin générique. En effet, l'emploi systématique du masculin générique rend la féminisation difficile puisqu'il empêche l'utilisation des formes féminines. La rédaction épïcène ne saurait s'accommoder du recours à la note explicative placée en début de texte pour dire que le masculin englobe les deux genres. Ce type de note marque en fait une démission devant le défi que présente la rédaction épïcène. Elle n'est plus de mise de nos jours puisque la féminisation linguistique est devenue une réalité culturelle.

b) Penser épïcène et rédiger épïcène

- ▶ Penser épïcène signifie que l'on a la préoccupation de la visibilité des femmes à l'étape même de la conception du texte. Pour assurer la cohérence de l'écriture, il faut rédiger épïcène dès le départ et non féminiser un texte déjà rédigé avec le masculin générique. L'équilibre de la représentation entre les hommes et les femmes à

---

52. Les principes exposés dans le texte sont extraits de Principes généraux de la rédaction épïcène, rédigés par l'Office québécois de la langue française ; source [http : //66.46.185.79/bdl/gabarit\\_bdl.asp?id=3912](http://66.46.185.79/bdl/gabarit_bdl.asp?id=3912).

travers le langage est fondamental pour que la rédaction épïcène soit de qualité.

c) Préserver la lisibilité du texte

- ▶ Pour ne pas nuire à la lisibilité du texte, il faut utiliser des procédés de féminisation qui ne perturbent pas la lecture. C'est la raison pour laquelle les formes tronquées ainsi que les innovations orthographiques et typographiques ne sont pas recommandées. Il faut rester dans le cadre habituel d'écriture pour ne pas indisposer ceux et celles qui lisent et qui sont susceptibles de juger rebutantes certaines pratiques que l'introduction des formes féminines dans le discours peut engendrer.

d) Assurer l'intelligibilité du texte

- ▶ L'introduction des formes féminines dans les phrases conduit inévitablement à l'allongement des groupes nominaux, à des remaniements syntaxiques et à des accords grammaticaux un peu plus complexes. Ces difficultés doivent être maîtrisées et les règles d'accord correctement appliquées pour ne pas nuire à la bonne compréhension du texte.

Le recours aux formes féminines et masculines dans toute leur intégrité favorise une plus grande intelligibilité. L'emploi des deux genres sous des formes qui leur sont propres explicite la nuance de sens dont les formes sont porteuses.

e) Veiller à une juste répartition des formes féminines

- ▶ Les marques du genre doivent être réparties avec un souci d'harmonie et d'équilibre. Le texte en entier doit comporter des formes masculines et des formes féminines afin d'assurer une visibilité discrète mais continue des hommes et des femmes. Une surabondance est déconseillée puisqu'elle alourdit inutilement le texte et rend la lecture difficile. Un texte épïcène réussi, quelle

que soit sa longueur, est un texte dont ni la forme ni le contenu ne heurtent les lecteurs par la présence ou l'absence des formes féminines.

f) Utiliser toute la gamme des procédés disponibles

- ▶ Les procédés de rédaction susceptibles d'assurer l'équilibre de la représentation des hommes et des femmes dans les textes sont nombreux. Toute la gamme de ces procédés doit être maîtrisée et exploitée judicieusement selon le contexte. L'emploi exclusif d'un seul procédé, par exemple l'emploi de noms épiciques ou l'utilisation des doubles formes, donne comme résultat un texte monotone. L'art de rédiger fait appel à la variété lexicale et syntaxique ; il en va de même pour la rédaction épicique.
- ▶ Du point de vue des contenus, cherchez, si elles existent, des données et statistiques relatives aux deux genres et soulignez les différences éventuelles entre les femmes et les hommes, en relation avec le phénomène qui vous occupe ; creusez, ne vous arrêtez pas à la surface et aux questions superficielles.
- ▶ Du point de vue des sources, n'oubliez pas que les femmes peuvent apporter des points de vue novateurs et intéressants sur tous les thèmes. L'inclusion de la perspective d'une femme peut enrichir votre article.

Que faire ?

Sept conseils opérationnels

1. Lorsque vous écrivez des articles sur des questions d'intérêt général, faites-le de manière objective, exhaustive, impartiale et respectueuse de la diversité sociale et culturelle : si vous interviewez ou mentionnez les représentants de différents partis politiques, accordez de la visibilité et donnez la parole à des personnalités politiques des deux sexes. Actuellement, dans tous les pays du Maghreb il y a des femmes en politique, que ce soit dans les assemblées parlementaires, dans les partis, aux conseils municipaux ou aux gouvernements.
  - ▶ Un bon exemple à suivre serait l'article titré « Vont-ils continuer à siéger dans la 'gazara' parlementaire ? », analysé comme étude de cas n° 8, dans le chapitre précédent.
2. Lorsque vous publiez des photos de personnalités influentes essayez d'y inclure des visages féminins, pas tellement en relation avec des événements spécifiques où, effectivement, les femmes pourraient être absentes, mais spécialement là où la photographie revêt une fonction symbolique et, par conséquent, offre un certain nombre d'options. Par exemple, si vous écrivez un article sur une discussion parlementaire et vous l'accompagnez d'une photo de l'Assemblée, optez pour une photo présentant aussi des femmes députées.
  - ▶ La photo accompagnant l'article titré « Vont-ils continuer à siéger dans la 'gazara' parlementaire ? », analysé comme étude de cas n° 8 dans le chapitre précédent pourrait être considérée comme un bon exemple.
3. Lorsque vous publiez la photo d'un groupe de personnes participant soit à un événement public ponctuel soit à un événement rituel ou routinier essayez de chercher des images incluant des femmes.

- ▶ L'article titré « Al-Qaadat ghadibuna...yahtajjuna », analysé comme étude de cas n° 9 où beaucoup de femmes paraissent parmi les juges qui manifestent dans la rue, serait un bon exemple.
4. Lorsque vous citez, interviewez ou photographiez des femmes jouant des rôles spécifiques rappelez-vous d'en préciser le nom, le prénom et le poste qu'elles occupent ou la fonction qu'elles exercent, aussi bien dans le texte de l'article que dans la légende des photos.
    - ▶ Le numéro 55 de la revue *El-Djazaïr*, analysé comme étude de cas n° 1 dans le chapitre quatre, serait un exemple de traitement incorrect des images du point de vue de l'égalité. Il faut rappeler qu'à l'intérieur de cette revue l'on a observé une série de photographies montrant des femmes influentes mais anonymes, leur nom, prénom et fonction n'étant pas indiqués dans les légendes.
  5. Lorsque, en qualité de directeur ou rédacteur en chef, vous sélectionnez les actualités destinées à la une de votre journal ou magazine, rappelez-vous d'accorder de la visibilité aux femmes dans cet emplacement privilégié de la publication et essayez de donner de l'importance aux actualités les concernant spécifiquement.
    - ▶ Ne confinez pas systématiquement les femmes dans les pages de chronique mondaine et spectacle, comme le fait, par exemple *Essahafa*, dans son édition en ligne du 5 novembre 2012, analysée comme étude de cas n° 7.
  6. Lorsque, en qualité de directeur ou rédacteur en chef, vous décidez de confier des articles d'opinion à des intellectuels, des leaders d'opinion et des journalistes de renom, n'oubliez pas que les femmes font aussi partie de ces groupes.
    - ▶ Par exemple, essayez de ne pas confier les blogs de votre édition en ligne uniquement à des hommes, comme le fait *El Khabar*, quotidien en ligne analysé comme étude de cas n° 6.

7. Essayez d'accorder de l'espace et de la visibilité aux diverses catégories de femmes existant dans votre pays et aux différents rôles qu'elles jouent dans la société : les célébrités d'un côté et les femmes victimes de violence de l'autre ont plus de chances d'être protagonistes des actualités car les événements dans lesquels elles sont impliquées répondent aux exigences de spectacularisation ou de dramatisation de l'information. Cependant, l'univers féminin est composé de nombreuses femmes appartenant à des catégories différentes. Rappelez-vous aussi d'accorder de l'espace et de la visibilité à ces femmes, au travers d'entretiens, de portraits, de photographies, etc.

À faire - Prêtez une attention spécifique aux questions liées à l'égalité des genres

#### Que faire ?

#### Trois conseils opérationnels

1. Cherchez et proposez des sujets focalisant spécifiquement sur les questions se rapportant à l'égalité des genres et concernant les problématiques liées aux droits et à l'autonomisation des femmes.
  - ▶ Un bon exemple est représenté par l'article « Nahwa ilgha' kull ashkal al-tamyiz wa al-iqda' fi ufuq i'adat idmaj al-umm al-'aziba fi al-mujtama' », analysé comme étude de cas n° 11 dans le chapitre quatre. L'article traite des droits des mères célibataires en prenant comme point de départ le compte-rendu d'une rencontre publique sur ce thème.
2. Etablissez un agenda d'initiatives nationales et internationales concernant l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes : des campagnes de promotion des droits des femmes, des journées consacrées à des thèmes

touchant spécifiquement aux femmes, etc. Il s'agit de très bonnes occasions pour visibiliser certains sujets concrets ainsi que pour stimuler le débat et la réflexion publics sur ces thèmes de façon générale.

- ▶ L'article « Une journée de prévention contre le cancer du sein », analysé comme étude de cas n° 10 dans le chapitre quatre, serait un bon exemple. L'article s'intéresse à la lutte contre le cancer, à la prévention et aux problèmes rencontrés par les femmes algériennes dans la thérapie et le dépistage précoce de cette maladie.

3. Cultivez les contacts avec des associations féminines et féministes agissant tant sur votre territoire qu'au niveau international : inscrivez-vous à leurs newsletters ou suivez-les sur les réseaux sociaux de manière à être constamment au courant de leurs activités.

### Femmes et violence dans l'information

Depuis les années 90 du siècle dernier, la lutte contre la violence à l'égard des femmes est devenue une question cruciale et prioritaire pour garantir les droits fondamentaux des femmes dans le monde entier. La Plateforme d'action de Beijing de 1995 a inclus la violence contre les femmes parmi les 12 domaines d'intérêt stratégique afin de garantir les droits humains et l'amélioration de la condition des femmes. Le 17 décembre 1999, par sa résolution 54/134, l'Assemblée générale des Nations Unies a proclamé le 25 novembre la Journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes et a invité les gouvernements, les organisations internationales et les ONG à organiser ce jour-là des activités conçues pour sensibiliser l'opinion publique au problème.

Malgré les instruments internationaux, régionaux et nationaux, ainsi que les engagements des États à la sanctionner et à l'éradiquer, la violence contre les femmes persiste et demeure aujourd'hui l'un des obstacles les plus importants à la réalisation des droits humains dans le monde entier.

Cela dépend du fait que les causes de ces formes de violence sont profondes car elles sont enracinées dans des inégalités persistantes entre les sexes, ainsi que dans des constructions sociales de masculinité et féminité tendant à normaliser



et à reproduire des relations de violence entre les sexes. C'est pour cela que les médias, instruments très actifs dans la construction de la réalité sociale, ont un rôle très important à jouer dans l'éradication de ce fléau.

En effet, la Plateforme d'action de Beijing attire l'attention sur cette question et, parmi les mesures pour la prévention et l'élimination de la violence à l'égard des femmes, prévoit de « sensibiliser les médias à la responsabilité qu'ils ont de promouvoir des images non stéréotypées des hommes et des femmes, ainsi que d'éliminer les représentations qui engendrent la violence et encourager les responsables du contenu des médias à établir des règles de déontologie et des codes de conduite et à faire comprendre l'importance du rôle qui incombe aux médias d'informer, d'éduquer et de stimuler le débat public sur les causes et les effets de la violence à l'égard des femmes. »<sup>53</sup>

Le 25 novembre 2008, la FIJ a présenté ses recommandations en vue d'améliorer le traitement informatif de la violence contre les femmes, un sujet qui constitue un fléau de la société mais dont la couverture révèle souvent des faiblesses. Il s'agit de dix règles simples à suivre pour offrir une information correcte sur les cas de violence à l'encontre des femmes. Ci-dessous le texte intégral<sup>54</sup>.

1. Identifier la violence infligée aux femmes de manière précise à travers la définition internationale inscrite dans la déclaration des Nations Unies de 1993 sur l'élimination de la violence à l'égard des femmes.
2. Utiliser un langage précis et dénué de jugement. Par exemple, un viol ou une tentative de viol ne peuvent être assimilés à une relation sexuelle normale ; et le trafic de femmes ne peut être confondu avec la prostitution. Les journalistes devront réfléchir au degré de détails qu'ils souhaitent dévoiler. L'excès de détails risque de faire basculer le reportage dans le sensationnalisme. Le manque de détail risque de réduire la gravité de la situation vécue par la victime. Eviter de suggérer que la survivante est fautive ou qu'elle était responsable des attaques ou des actes de violence qu'elle a subi.

53. Déclaration et Plateforme d'action de Beijing, 1995, par. 125.

54. FIJ, Recommandations de la FIJ sur le reportage de la violence à l'égard des femmes, source <http://www.ifj.org/assets/docs/054/092/80a2436-197425c.pdf>.

3. Les personnes confrontées à ce type de traumatisme ne souhaiteront pas nécessairement être qualifiées de « victimes », à moins qu'elles n'emploient elles-mêmes ce terme. L'utilisation d'étiquettes peut faire mal. Un terme plus approprié serait celui de « survivante ».
4. La prise en compte des besoins de la survivante lors de l'entretien permet de réaliser un reportage responsable. Un drame social peut se jouer. Permettre à la survivante d'être interviewée par une femme, dans un lieu sécurisé et privé participe à la prise en compte de ce drame. Aux médias d'éviter d'exposer les personnes interviewées à des abus supplémentaires. Certains agissements peuvent mettre en péril leur qualité de vie ou leur situation au sein d'une communauté.
5. Traiter la survivante avec respect : respecter sa vie privée, lui fournir une information complète et détaillée sur les sujets qui seront abordés au cours de l'entretien ainsi que sur la manière dont l'entretien sera utilisé. Les survivantes ont le droit de refuser de répondre aux questions et de divulguer plus d'information qu'elles ne le souhaitent. Se rendre disponible pour un contact ultérieur avec la personne interviewée et lui laisser ses coordonnées lui permettra de rester en contact avec le/la journaliste si elle le souhaite ou en éprouve le besoin.
6. L'usage de statistiques et d'informations sur le milieu social permet de replacer la violence dans son contexte, au sein d'une communauté ou d'un conflit. Le public doit recevoir une information à plus grande échelle. L'opinion d'experts tels que ceux du DART<sup>55</sup> permet de rendre le sujet plus compréhensible au public en fournissant des informations précises et utiles. Ceci contribuera à réfuter l'idée selon laquelle la violence à l'égard des femmes est une tragédie inexplicable qui ne peut être résolue.

---

55. Le Centre Dart pour le journalisme et les traumatismes est un projet de la Columbia University Graduate School of Journalism. Lorsque les sujets des nouvelles sont la criminalité de rue, la violence familiale, les catastrophes naturelles, la guerre ou les droits humains, une communication efficace sur des événements traumatiques exige des connaissances, des compétences et du soutien. Le Centre Dart offre aux journalistes du monde entier des ressources nécessaires pour relever ce défi, en s'appuyant sur un réseau mondial interdisciplinaire de professionnels de l'information, d'experts de la santé mentale, d'éducateurs et de chercheurs.

7. Raconter toute l'histoire : parfois les médias identifient des incidents spécifiques et se focalisent sur leur aspect tragique. La violence peut s'inscrire dans un problème social récurrent, dans un conflit armé ou faire partie de l'histoire d'une communauté.
8. Préserver la confidentialité : parmi les devoirs de vigilance des journalistes figure la responsabilité éthique de ne pas publier ou mentionner les noms ou identifier des endroits qui pourraient par la suite mettre en péril la sûreté et la sécurité des survivantes ou des témoins. L'enjeu est particulièrement important quand figurent parmi les auteurs de violence la police, les forces armées dans un conflit, les agents d'un Etat ou d'un Gouvernement ou les personnes connectées à des organisations importantes et puissantes.
9. Utiliser les sources locales : les médias qui s'informent auprès des experts, groupes de femmes et organisations sur le terrain sur les meilleures techniques d'entretien, les questions à poser et les règles s'appliquant à certains lieux feront du bon journalisme et éviteront les situations pouvant créer embarras ou hostilité. Il n'est pas toujours acceptable pour un homme cameraman ou journaliste de pénétrer dans certains endroits. Il est important de s'informer sur les contextes culturels spécifiques et de les respecter.
10. Fournir des informations utiles : un reportage mentionnant les coordonnées des personnes de contacts ainsi que les organisations et services d'assistance fournit une aide essentielle aux survivantes, aux témoins et à leurs familles ainsi qu'aux personnes qui pourraient être affectées.

## Bibliographie



- ▶ Airò Barbara, *Quale voce per le donne dopo la primavera araba?*, Università di Pavia 2012
- ▶ Al Quzahy Khaled Ali, El Filali Zineb, *Women Representation in Women Moroccan magazines: the Impact of Moudawna In Portraying Women in Moroccan magazines, Femmes du Maroc, Lalla Fatima and Citadine*, [http://independent.academia.edu/KhaledAlQuzahy/Papers/1155208/Women\\_Representation\\_in\\_Women\\_Moroccan\\_magazines\\_The\\_Impact\\_of\\_Moudawna\\_In\\_Portraying\\_Women\\_in\\_Moroccan\\_magazines\\_Femmes\\_du\\_Maroc\\_lalla\\_Fatima\\_and\\_Citadine](http://independent.academia.edu/KhaledAlQuzahy/Papers/1155208/Women_Representation_in_Women_Moroccan_magazines_The_Impact_of_Moudawna_In_Portraying_Women_in_Moroccan_magazines_Femmes_du_Maroc_lalla_Fatima_and_Citadine)
- ▶ Association Tunisienne des Femmes Démocrates, *Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition*, Rapport préliminaire n. 1, 1-25 Aout 2011, <http://femmesdemocrates.org/wp-content/uploads/2011/09/Rapport.-femmes-et-presse-quotidienne.-analyse-de-contenu.pdf>
- ▶ Association Tunisienne des Femmes Démocrates, *Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition*, Rapport III, Octobre 2011 - La campagne électorale
- ▶ Association Tunisienne des Femmes Démocrates, *Femmes et rapports de genre au fil de la presse quotidienne en période de transition*, Rapport II, Septembre 2011
- ▶ Azzalini M., El Bour H., Malchiodi M., *L'espressione liberata? La difficile transizione dei media tunisini*, Osservatorio di Pavia, 2012, <http://www.osservatorio.it/download/Lespressione-liberata-La-difficile-transizione-dei-media-in-Tunisia.pdf>
- ▶ Brunet de Sairigné Marie-Sophie, *La presse féminine au Maghreb*, Mémoire de master SUP DE PUB Groupe INSEEC, <http://fr.scribd.com/doc/11777129/La-Press-Feminine-Au-Maghreb>
- ▶ CEDAW, *Examen des rapports présentés par les Etats parties en application de l'article 18 de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes*. Rapport unique des Etats parties valant troisième et quatrième rapports périodiques, Maroc 2006,

[http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/898586b1dc7b4043c1256a450044f331/1f2bf70850a7b776c125729c0046f173/\\$FILE/N0656370.pdf](http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/898586b1dc7b4043c1256a450044f331/1f2bf70850a7b776c125729c0046f173/$FILE/N0656370.pdf)

- ▶ CEDAW, *Examen des rapports présentés par les États parties en application de l'article 18 de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes*. Rapport Mauritanie, 2005, [http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/898586b1dc7b4043c1256a450044f331/9fd59ebb8ac0abebc125722500599b4b/\\$FILE/N0545301.pdf](http://www.unhchr.ch/tbs/doc.nsf/898586b1dc7b4043c1256a450044f331/9fd59ebb8ac0abebc125722500599b4b/$FILE/N0545301.pdf)
- ▶ CEDAW, *Examen des rapports soumis par les États parties en application de l'article 18 de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes*. Cinquième et sixième rapports périodiques combinés des États parties, Tunisie 2009, [http://www2.ohchr.org/english/bodies/cedaw/docs/CEDAW.C.TUN.6\\_fr.pdf](http://www2.ohchr.org/english/bodies/cedaw/docs/CEDAW.C.TUN.6_fr.pdf)
- ▶ CEDAW, *Examen des rapports soumis par les États parties en vertu de l'article 18 de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes*. Rapport unique valant troisième et quatrième rapports périodiques, Algérie 2010, <http://www.unhcr.org/cgi-bin/texis/vtx/refworld/rwmain/opensslpdf.pdf?reldoc=y&docid=4ef2ecee2>
- ▶ Daoud Zakia, *La situation de la femme marocaine au travers de la presse et des médias*, dans Khadija Mohsen-Finan (dir.), *L'image de la femme au Maghreb*, Éd. Actes Sud/Barzakh, Paris 2008
- ▶ El Bour Hamida, *La médiatisation de la participation politique de la femme en Algérie, Maroc et Tunisie*, UN-INSTRAW - CAWTAR, Tunis 2009, <http://www.womenpoliticalparticipation.org/upload/publication/publication3.pdf>
- ▶ El Bour Hamida, Mej bri Atidel, *Projet mondial de monitoring des médias Tunisie*, 2010, <http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/national/Tunisie.pdf>
- ▶ EUROMED, *Femmes et médias dans la région euro-méditerranéenne. Manuel de formation. Promouvoir l'égalité entre les hommes et les femmes dans la région euro-méditerranéenne* (2008-2012),

<http://www.euromedgenderequality.org/image.php?id=568>

- ▶ European Commission, Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, *Advisory Committee on Equal Opportunities for Women and Men. Opinion on « Breaking gender stereotypes in the media »*, 2010, [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/opinions\\_advisory\\_committee/2010\\_12\\_opinion\\_on\\_breaking\\_gender\\_stereotypes\\_in\\_the\\_media\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/opinions_advisory_committee/2010_12_opinion_on_breaking_gender_stereotypes_in_the_media_en.pdf)
- ▶ Fédération Internationale des Journalistes, *Étude sur l'égalité des genres dans les médias en Mauritanie*, Rapport final, Décembre 2010, <http://www.ifj.org/fr/articles/etude-sur-legalite-des-genres-dans-les-medias-en-mauritanie-2>
- ▶ Fédération Internationale des Journalistes, *Femmes dans les médias algériens*, 2005, <http://www.ifj.org/es/articles/femmes-dans-les-mdias-algriens.print>
- ▶ Fédération internationale des journalistes, *La situation des femmes journalistes au Maroc*, Rapport 2010, <http://www.snpm.org/La-situation-des-femmes-journalistes-au-Maroc.pdf>
- ▶ Fédération internationale des journalistes, *Le leadership au féminin dans les syndicats de journalistes en Algérie*, 2008, <http://www.ifj.org/assets/docs/168/110/f2e1aa8-47e436e.pdf>
- ▶ Fédération internationale des journalistes, *Recommandations de la FIJ sur le reportage de la violence à l'égard des femmes*, version dernière, 2012 [http : //www.ifj.org/assets/docs/054/092/80a2436-197425c.pdf](http://www.ifj.org/assets/docs/054/092/80a2436-197425c.pdf)
- ▶ Instance supérieure indépendante des élections (ISIE), *Rapport de l'Unité de monitoring des médias - Quatrième rapport - La campagne électorale (1-23 octobre 2011)*, Tunis 2011
- ▶ Instance supérieure indépendante des élections (ISIE), *Rapport relatif au déroulement des élections de l'Assemblée Nationale Constituante*, Tunis, Février 2012, <http://www.isie.tn/Fr/image.php?id=771>
- ▶ Institut Supérieur de l'Information et de la Communication (ISIC) - Fonds

des Nations Unies pour la Population (FNUAP), *L'image de la femme dans le discours médiatique marocain*, 2001

- ▶ International Federation of Journalists, *Getting the balance right. Gender equality in journalism*, 2009,  
[http://portal.unesco.org/pv\\_obj\\_cache/pv\\_obj\\_id\\_FC9B725DF2279575B3D248F59BC4E76718E50D00/filename/gender\\_booklet\\_en.pdf](http://portal.unesco.org/pv_obj_cache/pv_obj_id_FC9B725DF2279575B3D248F59BC4E76718E50D00/filename/gender_booklet_en.pdf)
- ▶ *L'image de la femme dans la presse marocaine francophone*, 2011,  
<http://www.monografias.com/trabajos84/l-image-femme-dans-presse-marocaine-francophone/l-image-femme-dans-presse-marocaine-francophone.shtml>
- ▶ Mouffouk Ghania, *Les Femmes algériennes dans la presse écrite. Entre conscient et inconscient*, dans Khadija Mohsen-Finan (dir.), *L'image de la femme au Maghreb*, Éd. Actes Sud/Barzakh, Paris 2008
- ▶ Maïzi Meryam, *Image de la femme algérienne dans des documents récents: 1994-2000*, Université Lumière-Lyon 2, 2001,  
<http://enssibal.enssib.fr/bibliotheque/documents/dessid/rrbmaizi.pdf>
- ▶ Naji, Jamal Eddine, *Profession: Journalisme maghrébin au féminin. Vécu professionnel de la femme journaliste dans les cinq pays du Maghreb*, 2006,  
<http://www.abhato.net.ma/index.php/fre/content/download/14176/244356/file/Profession%20Journalisme%20maghrébin%20au%20féminin.%20Vécu%20professionnel%20de%20la%20femme%20journaliste%20dans%20les%20cinq%20pays%20du%20Maghreb.pdf>
- ▶ ONU, *Déclaration et Programme d'action de Beijing*, adopté à la 16ème séance plénière le 15 septembre 1995,  
<http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20F.pdf>
- ▶ Projet MEDI-MEDIA, *L'image de la femme dans la presse écrite tunisienne*,  
<http://ldei.ugr.es/medimedia/opinion/15.pdf>
- ▶ Royaume du Maroc, Ministère de la Communication, *Etude de développement du secteur de la presse écrite*, 2011,  
<http://www.mincom.gov.ma/fr/textes-juridiques/etudes.html>



- ▶ Royaume du Maroc - Ministère de la Communication, *Etude relative aux attentes de la femme marocaine en matière de représentation de son image dans les médias audiovisuels*, 2010,  
<http://www.mincom.gov.ma/fr/textes-juridiques/etudes.html>
- ▶ Royaume du Maroc, Ministère du Développement social - FNUAP (Fonds des Nations Unies pour la population), *L'image de la femme dans les médias, situation et perspectives*, 2009
- ▶ Sanâ Ben Achour, *Féminisme laïc en pays d'Islam*, Tunis 2012
- ▶ Taieb Belmadi, *Algérie: boom de la presse arabophone*, Jeune Afrique, 28 septembre 2009,  
<http://www.jeuneafrique.com/Article/ARTJAJA2542p047-049.xml1/>
- ▶ UNESCO, *Etude sur le développement des médias en Tunisie. Basée sur les indicateurs de développement des médias de l'UNESCO*, 2012,  
[http://www.appui-media-tunisie.com/wp-content/uploads/2012/09/tunisia\\_mdi\\_report\\_low.pdf](http://www.appui-media-tunisie.com/wp-content/uploads/2012/09/tunisia_mdi_report_low.pdf)
- ▶ UNESCO, *Femmes et médias au Maghreb - Guide à l'intention de la société civile pour améliorer la représentation des femmes dans les médias au Maghreb*, 2011,  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002146/214631f.pdf>
- ▶ UNESCO, *Femmes et Radio au Maghreb - Amélioration de la représentation des femmes dans les radios du Maghreb francophone*,  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001902/190268f.pdf>
- ▶ UNESCO, *Femmes et télévision au Maghreb - Amélioration de l'image de la femme dans les télévisions du Maghreb francophone*, 2009,  
[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/programme\\_doc\\_femmes\\_telelevision\\_maghreb\\_fr.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/programme_doc_femmes_telelevision_maghreb_fr.pdf)
- ▶ UNESCO, *Gender Sensitive Indicators for Media - Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and Content*, 2012
- ▶ UNESCO, *Intégration de l'approche « genre » dans la formation au journalisme des pays du Maghreb*, 2012,  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002170/217010f.pdf>

- ▶ Union Européenne, *Mission d'observation électorale - Rapport final, Elections législatives Algérie 2012*,  
[http://www.eueom.eu/files/pressreleases/english/rapport\\_final\\_05\\_08\\_2012\\_FR.pdf](http://www.eueom.eu/files/pressreleases/english/rapport_final_05_08_2012_FR.pdf)
- ▶ Union Européenne, *Mission d'observation électorale Mauritanie 2006-2007, Rapport final, Elections municipales, législatives 2006 et présidentielle 2007*,  
[http://www.eeas.europa.eu/eueom/pdf/missions/moe\\_ue\\_mauritanie\\_07\\_rapport\\_final.pdf](http://www.eeas.europa.eu/eueom/pdf/missions/moe_ue_mauritanie_07_rapport_final.pdf)
- ▶ WACC, « *Mission possible* » : *Manuel des groupes d'intervention oeuvrant pour l'égalité des sexes dans les médias*, 2008,  
<http://genre.francophonie.org/IMG/pdf/misionpossible.pdf>
- ▶ WACC, *Projet mondial de monitoring des médias. Rapport global 2010*,  
[http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global\\_fr.pdf](http://whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_fr.pdf)





Organisation  
des Nations Unies  
pour l'éducation,  
la science et la culture

Bureau de l'UNESCO pour l'Algérie,  
le Maroc, la Mauritanie et la Tunisie  
Avenue Aïn Khalwiya km 5,3  
BP 1777 – Rabat Maroc  
Tél.: +212 (0) 5 37 67 03 72/74  
Fax: +212 (0) 5 37 67 03 75  
<http://rabat.unesco.org>  
[rabat@unesco.org](mailto:rabat@unesco.org)