



Transcription de la vidéo

Le traitement de l'information dans les médias (13'14)

Isabelle Germain

Matilda

Apprenons l'égalité

Apprenons l'égalité

Matilda

Alors, pourquoi ai-je créé
ce site d'information ?

Eh bien, parce que
pendant plusieurs années,

j'ai travaillé sur la question
des stéréotypes dans les médias,

et surtout sur la place
des femmes et des hommes

dans le contenu de l'information.

Et il y a beaucoup d'études,
vous le savez peut-être déjà,

qui montrent que les femmes
sont sous-représentées et stéréotypées

dans les médias.

Sous-représentées, ça veut dire
que si vous comptez le nombre

d'hommes et de femmes
présents dans le contenu de l'information,

vous n'allez trouver que 20 % de femmes,

voire moins de 20 % de femmes,
et un peu plus de 80 % d'hommes.

Et le plus souvent,
lorsque ces femmes sont citées,

elles ne sont pas citées en tant
que personnes qui décident,

en tant qu'experts,
mais elles sont plutôt citées

dans trois cas de figure principaux.

Le premier, c'est lorsqu'elles ont
un lien de parenté

avec le monsieur
qui est le héros de l'information.

C'est la maîtresse, la compagne, la mère,
la fille, tout ce que vous voulez,

donc c'est encore le monsieur
qui est le héros de l'information.

Deuxième cas de figure
où les femmes sont citées abondamment,

c'est lorsqu'elles sont
victimes de quelque chose.

Donc ça ne donne pas des modèles
très encourageants pour les filles.

Et puis, troisième cas de figure
où on voit beaucoup de femmes,

ce sont des personnes anonymes.

C'est une passante, une vieille dame,

une jolie jeune fille,
alors que les hommes, eux,

ils occupent 80 %
de la surface éditoriale des journaux

et ils sont en général cités
avec leur nom, leur prénom, leur fonction,

ils sont cités en tant que dirigeant,

en tant qu'expert,
en tant que héros sportif,

donc ça veut dire
qu'il y a énormément de modèles présentés

aux garçons et aux hommes,
pour les hommes,

alors que pour les femmes,
il y a très peu de modèles

qui permettent de leur donner
de grandes ambitions.

Donc voilà.

Donc moi, partant de ce constat,

j'ai fait ces études pendant
un certain nombre d'années

au sein de l'Association
des Femmes Journalistes.

Ces études étaient reprises
par des confrères qui disaient :

« Oh, c'est pas bien ! »

Sauf qu'à l'étude suivante,
on avait exactement les mêmes résultats.

Donc à un moment, je me suis dit
qu'on n'était jamais aussi bien servi

que par soi-même et donc,
j'avais créé un journal

qui allait rééquilibrer les choses

et qui allait montrer autant de femmes
que d'hommes, et puis, ne pas montrer

tous les stéréotypes
qu'on peut voir partout ailleurs.

Il y a quelques temps, au moment
du salon de la bande dessinée à Angoulême,

il y a eu énormément de femmes

auteures de BD qui se sont manifestées

parce que, dans la sélection pour le prix,
je n'ai plus les termes exacts,

mais enfin, dans la sélection pour le prix

du festival d'Angoulême,
il n'y avait pas de femme sélectionnée.

Ça veut dire que si elles
ne sont pas sélectionnées,

à la fin, elles n'auront pas de prix.

Et ça, ça n'a intéressé aucun journaux,

jusqu'à ce que,
à un moment, miraculeusement,

il y ait un grand auteur
de bandes dessinées

qui décide que ça suffit comme ça,

et que par solidarité avec ces femmes,

il retirait son nom de la liste
des personnes susceptibles d'avoir ce prix

et à partir de là, toute la presse
a commencé à en parler.

Ça veut dire quoi ? Ça veut dire
que quand les femmes

dénoncent une injustice,
personne ne s'y intéresse,

dès que c'est un homme qui le fait,

les projecteurs se braquent sur lui.

Vous savez, en journalisme,

ce qu'on apprend
dans les écoles de journalisme,

c'est un peu caricatural,

mais c'est vraiment pour faire comprendre

comment on hiérarchise l'information.

On dit : « Si un chien mord un homme,
ça n'est pas une information,

si un homme mord un chien,
c'est une information. »

Donc ça veut dire
que le fait que des femmes

se révoltent contre cette injustice,

ça n'était pas considéré
comme une information.

Et vous voyez, ça,
ce sont les mauvaises habitudes

qu'ont les journaux depuis toujours.

Et c'est extrêmement compliqué
de lutter contre ça

parce que ceux qui dirigent les journaux

ne sont pas conscients de ce déséquilibre,
ou font semblant de ne pas l'être.

On a ce mythe de l'information objective.

Ethbien, l'information
est tout, sauf objective.

Mon but, ce que je dis à mes journalistes,

c'est de faire une information honnête.

C'est-à-dire qu'on donne un point de vue,
on donne le point de vue opposé.

Mais objectif, c'est juste impossible.

C'est simplement impossible
parce que le simple choix qu'on fait

des informations qu'on va mettre en avant
ou ne pas mettre en avant,

le traitement de l'information,
la hiérarchie de l'information,

l'importance qu'on donne
à certains sujets et pas à d'autres,

ça n'a rien d'objectif.

Et comment ça se passe ?

Vous êtes en conférence de rédaction,

c'est-à-dire ces endroits où on va décider

de ce qu'on va mettre à la une du journal.

Et puis vous avez 20, 25 personnes
autour de la table, des journalistes

qui proposent des sujets.

Et puis il y a un petit comité,
une direction qui décide

de ce qu'on garde
et de ce qu'on ne garde pas.

Là, il y a toute la subjectivité
de ces personnes qui décident

qui entre en jeu.

Et puis après, voilà,

vous avez vos sujets, c'est :
« On garde, on garde pas. »

Et vous, pauvre journaliste,

vous êtes un petit peu impuissant
pour faire monter ces sujets.

En fait, l'information se fait
dans des petits cercles de décideurs,

finalement, et s'il n'y a pas
des journaux alternatifs comme le mien,

et puis comme d'autres,

qui essaient de faire valoir
d'autres points de vue,

eh bien, ce n'est pas bon du tout
pour la démocratie.

Alors, je vais vous donner
d'autres exemples,

où là, on a carrément des sujets
qui sont traités de façon mensongère.

C'est-à-dire qu'il y a énormément d'études

et nous, on a quasiment
une rubrique entière

qu'on appelle : « Études à la con »,

où les journalistes vont s'emparer

de certaines études,
plus ou moins scientifiques,

plus ou moins bien faites,

et vont parfois retenir
un petit bout de la conclusion

ou transformer la conclusion.

Là, tout récemment,

on a fait un article,
tous les journaux disaient :

« Les femmes ont besoin de dormir
plus de 20 minutes que les hommes. »

Et tous les journaux
expliquaient ça par le fait

que les femmes sont multitâches
donc elles sont plus fatiguées

donc elles doivent dormir 20 minutes
de plus que les hommes.

Donc le mythe des femmes multitâches,

déjà, c'est faux, elles ne sont pas
plus multitâches que les hommes,

mais c'est ce qu'on leur dit,

ça procède de ce qu'on appelle
la « soumission enchantée » des femmes.

C'est-à-dire qu'on les flatte,

on leur dit qu'elles sont formidables,
multitâches, et comme ça,

elles font tout le boulot à la maison.

En fouillant, on s'est rendu compte
que c'était faux,

que cette étude remontait à 2010,

pourquoi elle sort en 2016 ?
On ne sait pas.

Et la conclusion du scientifique

qui a fait cette étude
n'était pas du tout celle-là.

Mais ça se propage de journaux en journaux

et c'est comme ça
qu'on propage les stéréotypes.

En général, dans les journaux,
dans la presse économique en particulier,

ou dans tous les journaux

où on parle de personnes
qui ont du pouvoir,

quand on fait
un portrait de femme,

systématiquement, on vous explique
comment elle est physiquement

et comment elle s'occupe de ses enfants.

Ça veut dire qu'implicitement,
on vous dit :

« Cette femme qui a du pouvoir,
elle devrait être ailleurs.

Elle devrait s'occuper de ses enfants,
s'occuper de son physique, etc. »

Et donc, à la fin de l'article,
on s'intéresse vaguement à son métier.

Aux États-Unis, vous avez la numéro deux
de Facebook, Sheryl Sandberg,

qui, à un moment, a dit :

« On va faire une campagne
qui s'appelle : "Ban Bossy" .»

Pourquoi ?

Parce que dans les pays anglo-saxons,

dès qu'une femme a un peu de pouvoir,

on dit d'elle qu'elle est « bossy ».

On a une image
très mauvaise de cette femme.

« Bossy », ça veut dire autoritaire,

mais avec une connotation
très, très négative,

qui ne donne pas envie.

En France, c'est la même chose.

Dès qu'une femme a un peu de pouvoir,

on dit d'elle qu'elle est carriériste,

que c'est un vrai mec, que ses enfants
doivent être très malheureux,

ce qu'on ne dit pas d'un homme de pouvoir.

Et donc, pour ces femmes-là,

elles ont le cuir assez épais
pour le supporter,

mais pour toutes les autres qui voient ça,

elles se disent :

« Mais il n'y a que des coups à prendre
si je vais vers ces postes-là. »

Et quand je vous disais tout à l'heure,

quand on fait un portrait de femme,

on vous parle systématiquement

de son physique, de la façon
dont elle s'occupe des enfants,

implicitement, on vous dit :

« Ta place, elle est là,
elle est à la maison,

elle est à t'occuper des enfants.

Bon, on veut bien te concéder une place

à un poste de pouvoir
mais tu vas en baver. »

Et donc il faut arrêter,
il faut arrêter de travestir la réalité,

parce que les médias
travestissent la réalité

en présentant les femmes comme ça.

Dans toutes les études
dont je vous parlais

sur la place des femmes
dans le contenu de l'information,

on voit que seulement 7 %
de la couverture rédactionnelle

accordée aux sports vous parle de femmes
et de sports pratiqués par des femmes.

7 % seulement.

C'est très peu, et en plus,
le plus souvent,

les commentateurs sportifs
vous parlent, encore une fois,

plus du physique des sportives
que de leurs performances.

Et même, il y a certains clubs
qui, d'ailleurs, vont dans ce sens-là

et demandent à leurs joueuses
de porter des tenues super sexy,

d'être en jupettes, sur le hand,
certains clubs font ça.

Donc on est toujours dans le côté :

« Les femmes, ça n'a qu'une vocation,
c'est être sexy, qu'elles fassent

des performances sportives,
on s'en fout. »

Et ça, c'est extrêmement grave, important,

et s'il y a des filles qui m'écoutent,

faites du sport et faites
du sport de compétition.

Pourquoi je vous dis ça ?

Et ne vous laissez pas intimider
par tous ces médias qui ont l'air de dire

que c'est pas pour vous
et que c'est que pour les garçons.

Pourquoi je dis ça ?

Parce qu'il y a quelques temps,
il y a une étude qui a été faite

sur les femmes les plus puissantes
de la planète.

Vous n'avez peut-être pas envie
de devenir l'une des femmes

les plus puissantes de la planète,
mais en tout cas,

ça vous dit beaucoup de choses

sur comment on prend
un peu de pouvoir dans la société.

Donc sur ces 20 femmes
les plus puissantes de la planète,

que ce soit Dilma Rousseff,
présidente du Brésil,

Angela Merkel, Christine Lagarde,

sur ces 20 femmes,

19 ont fait du sport de compétition
à haut niveau.

Et toutes disent que c'est ça

qui les a aidées à devenir
des femmes de pouvoir.

Alors, en fait, pourquoi
est-ce si important que ça

d'avoir un autre traitement
de l'information ?

Pour que les hommes et les femmes

aient d'autres modèles
à se mettre sous la dent.

Là, ce qu'on présente aux femmes,

actuellement, dans les médias,

c'est ce qu'on appelle
le « syndrome de la Schtroumpfette ».

C'est à dire, si vous lisez
les BD des Schtroumpfs,

il y a énormément de personnages masculins

et tous ces personnages masculins,

ils ont un métier
ou un trait de caractère très fort.

Donc ça fait beaucoup
de modèles pour les garçons.

Et il y a un seul modèle féminin,
c'est la Schtroumpfette,

elle est blonde, elle est jolie,
elle s'occupe des Schtroumpfs.

Donc c'est ça qui définit
ce que doit être le féminin.

Et c'est ça qu'on voit beaucoup
dans la presse, c'est à dire

qu'il y a un seul modèle, pour les filles,

possible, acceptable,
c'est la Schtroumpfette.

C'est être jolie et s'occuper des autres.

Donc c'est important que les médias
montrent d'autres modèles

pour que les filles
ne se sentent pas anormales

si elles font d'autres choix
que d'être jolie et s'occuper des autres.

En permanence, des messages implicites
qui disent aux filles :

« Ton seul Graal, ton seul objectif,
c'est d'être belle
et de t'occuper des autres. »

On leur répète ça en permanence
dans les médias, pas de façon ouverte,
mais de façon très implicite.

Et tous ces stéréotypes-là,
on les a en intraveineuse en permanence.

Je pense que les médias
sont, en très grande partie,
responsables du blocage de la société.

Tout à l'heure, je vous disais
qu'il y a moins de femmes que d'hommes
et que les femmes sont caricaturées.

Mais ça ne correspond pas à la réalité.

C'est-à-dire que les médias
ont un train de retard sur la société.

Dans la vraie vie,
ce n'est pas comme ça

que les gens se comportent.
Dans la vraie vie, les femmes

font plein de métiers différents,

elles peuvent être ambitieuses
ou préférer être moins ambitieuses

Il y a une très grande variété de femmes.

Mais ce que les médias
nous donnent à voir,

c'est un miroir déformant
de cette réalité,

sauf que ce qu'ils nous donnent à voir,

ce sont des modèles,

et qu'on va essayer
de s'identifier à ces modèles.

Et c'est un cercle vicieux.

C'est-à-dire que les médias
diffusent énormément de stéréotypes,

et à chaque fois qu'on se comporte
en conformité avec ces stéréotypes,

on les confirme.

Donc il y a un cercle vicieux.

Alors, à partir de maintenant,

quand vous lisez les journaux,

soyez attentifs à ça.

Regardez déjà qui est cité
dans l'information,

à qui on tend le micro,

qui s'exprime,

combien il y a d'hommes et de femmes
qui sont cités dans les journaux.

Qu'est-ce qu'ils disent ?

Et puis qu'est-ce qu'on dit d'eux ?

Qu'est-ce que les journaux disent d'eux ?

Essayez de lire les journaux

à travers cette grille d'analyse
que je viens de vous citer.

Matilda