



Réécrire l'histoire

Conseils pour la couverture médiatique des femmes politiques

Il existe un décalage entre la place des femmes en politique et leur représentation stéréotypée dans les médias. Alors que les femmes occupent environ 30% des sièges parlementaires en Europe, elles ne représentent que 18% des politiciens et politiciennes qui apparaissent dans les médias d'informations¹.

L'invisibilité des femmes politiques dans l'actualité ainsi que les préjugés liés au genre ancrés dans la couverture politique peuvent sérieusement impacter la politique et les votes des électeurs en faisant passer le message que les femmes ne sont pas capables d'occuper des sièges politiques.

Les codes éthiques journalistiques du monde entier exigent que les reporters ne discriminent pas sur la base du genre et qu'ils respectent la dignité de leurs sources². Ce sont des principes qui devraient guider les journalistes et les rédacteur.ice.s en période électorale au moment de prendre des décisions sur ce qu'il convient de couvrir, qui interviewer et comment aborder un sujet.

Les médias ont beaucoup à gagner en termes d'engagement de leurs audiences et de pertinence de leurs contenus en fournissant une couverture inclusive de la politique et des campagnes électorales. En effet, leur public sera plus susceptible de se connecter et de faire confiance à des sources médiatiques qui représentent fidèlement leurs expériences vécues et leurs points de vue.

À l'approche des élections au Parlement européen du 6 au 9 juin 2024, le moment est venu de faire la différence dans la façon dont nous, professionnel.le.s des médias, représentons les femmes et les hommes politiques. Cette série de conseils

¹ Projet Mondial de Monitoring des médias (2020) <https://shorturl.at/qESX2>

² Charte mondiale d'éthique des journalistes

<https://www.ifj.org/fr/qui/regles-et-politique/charte-mondiale-dethique-des-journalistes>

visé à promouvoir une couverture impartiale et non sexiste des candidats et candidates politiques. La juste représentation des genres est une question d'éthique et de démocratie. Utilisez ces conseils !

A FAIRE

SOURCES : Recherchez l'équilibre des genres dans les sources que vous consultez - assurez-vous que les femmes incluses dans votre histoire ne sont pas seulement des spectatrices/consommatrices/électrices, mais aussi des expertes.

IMAGES : Soyez conscient du ratio visage/corps dans le cadrage : inclure une partie importante du corps d'une femme peut renforcer les stéréotypes selon lesquels les femmes sont des décorations ou des objets sexuels, tandis que l'accent mis sur le visage (une pratique répandue pour les hommes) peut générer une perception de plus grande compétence, d'autorité, de crédibilité et de dominance.

LANGUE - Utilisez un langage sensible au genre : dans une langue qui différencie le masculin du féminin, utilisez la forme féminine pour désigner une femme (par exemple, en italien : "La Ministra" au lieu de "Il Ministro" ; "La presidente" au lieu de "Il presidente" ; en anglais, utilisez le pronom féminin - "she"). Pour les politiciens et politiciennes qui s'identifient comme transgenres, demandez-leur comment les présenter.

SURVIVANTES - Si votre sujet porte sur la violence envers les femmes/les politiciennes, présentez-les comme des survivantes ou comme des femmes ayant surmonté cette violence plutôt que comme des victimes et ne justifiez pas le comportement des agresseurs, ni n'entrez dans les détails sur les mobiles de leurs actes. De manière générale, évitez toujours de victimiser les femmes confrontées à de la violence.

RÉVERSIBILITÉ - Appliquez la règle de la réversibilité (imaginez que le sujet de votre article est un homme plutôt qu'une femme). L'histoire fonctionne-t-elle toujours ?

INTERSECTIONNALITÉ : Assurez-vous de la diversité des sources féminines que vous utilisez, en évitant d'inviter uniquement des femmes ayant des origines ou des profils similaires. Incluez des femmes de diverses origines, religions, orientations sexuelles, cultures, domaines d'expertise et apparences pour offrir une perspective plus complète et représentative.

A ÉVITER

APPARENCE : Évitez de faire référence à l'apparence physique des femmes politiques, en disant par exemple, "la jolie ministre". Cela détourne l'attention de votre public de sa compétence en tant que leader.

STATUT FAMILIAL : Ne faites pas référence au statut familial/marital des femmes (ou seulement si vous le faites aussi pour les hommes politiques) et ne formulez pas d'hypothèses sur les rôles "appropriés" pour les femmes et les hommes (par exemple, une politicienne accomplie qui est "néanmoins une bonne épouse").

STYLE DE LEADERSHIP - TROP FORT OU TROP FAIBLE ? Ne tombez pas dans le piège de critiquer les femmes qui montrent des traits de caractère soi-disant masculins tels que la force, la compétitivité, l'efficacité, l'intelligence et la ténacité. Les femmes font face à une double contrainte : elles sont critiquées si elles agissent comme des hommes, mais si elles montrent des traits de caractère soi-disant féminins tels que l'empathie, l'honnêteté et la compassion, elles ne sont pas perçues comme des leaders crédibles.

ÉMOTIONS - Ne jugez pas les manifestations d'émotion. On attend souvent des femmes politiques qu'elles sourient et dégagent chaleur et compassion, mais elles sont aussi critiquées si elles sourient trop. Les leaders masculins qui expriment la colère sont considérés comme forts, mais la colère des femmes est vue comme de "l'hystérie" ; une femme qui verse des larmes est perçue comme "faible", tandis qu'un homme est "en contact avec ses sentiments".

Pour aller plus loin:

Utilisez les modules de formation "[Reconstruire l'histoire: s'attaquer aux stéréotypes de genre dans la vie politique et publique](#)" (2023)

Consultez le site web de l'[AGEMI](#) et ses ressources de formation sur le genre et les médias spécifiquement développées pour les journalistes.

Ces conseils ont été rédigés en collaboration avec des professionnel.les des médias, journalistes, formatrices, responsables de chaînes, de toute l'Union Européenne dans le cadre du Projet Rewriting the Story: Gender Media and Politics (Réécrire l'histoire: genre, médias et politique). La FIJ remercie chaleureusement les participant.e.s pour leurs contributions.

Site web: www.ifj.org

La Fédération internationale des journalistes est la voix mondiale des journalistes, représentant plus de 600 000 journalistes à travers le monde.