LES REPRÉSENTATIONS **MÉDIATIQUES** DES **FEMMES** AUX **ÉLECTIONS MUNICIPALES**

LA POLITIQUE VUE PAR LES **JOURNAUX ÉTUDIANTS UNIVERSITAIRES QUÉBÉCOIS :** DES REPRÉSENTATIONS **GENRÉES ÉQUILIBRÉES**

Sommaire des rapports produits dans le cadre du projet

+ DE FEMMES EN POLITIQUE

LES MÉDIAS ET LES INSTANCES MUNICIPALES, **DES ACTEURS CLÉS !**

Table de concertation des groupes de femmes du Bas-Saint-Laurent

Table de concertation des groupes de femmes de la Montérégie

Table de concertation du mouvement des femmes de la Mauricie

RADIO CAMPUS CFOU 89.1 FM

ZONE CAMPUS

QUOI ?

Le projet *Plus de femmes en politique ? Les médias et les instances municipales, des acteurs clés !,* financé dans le cadre du Programme de promotion de la femme de Condition féminine Canada, a pour objectif de mieux comprendre les obstacles systémiques qui constituent des barrières à l'accès des femmes à la vie politique et de collaborer avec les médias et les instances municipales afin de permettre la pleine participation des femmes aux sphères de pouvoir.

QUI ?

Table de concertation des groupes de femmes du Bas-Saint-Laurent (TCGFBSL)

Table de concertation des groupes de femmes de la Montérégie (TCGFM)

Table de concertation du mouvement des femmes de la Mauricie (TCMFM)

Groupe des médias étudiants de l'Université du Québec à Trois-Rivières (GME UQTR)

De même que :

- Des chercheuses de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR)
- Réseau des tables régionales de groupes de femmes du Québec (RTRGFQ)
- Union des municipalités du Québec (UMQ)
- Des élues municipales engagées dans leur municipalité

COMMENT ?

Grâce à cette initiative, les partenaires souhaitent interpeler les médias et les instances municipales afin qu'ils et elles :

- Prennent conscience de leur **pouvoir d'influence et de leur capacité à être des acteurs et actrices de changement** dans l'accroissement de la place des femmes, et de leur voix, dans le discours public et médiatique;
- **Adoptent de nouvelles attitudes, de nouveaux processus et façons de faire,** afin de favoriser l'ascension des femmes à la vie politique.

Dans le cadre du volet médias de ce projet, deux rapports ont été produits afin d'établir un portrait des pratiques de représentation médiatique des femmes politiques au sein des médias privés et communautaires, d'une part, et universitaires, d'autre part.

Les constats et les recommandations posés par ces études constituent la base à partir de laquelle les partenaires du projet souhaitent construire un dialogue avec le milieu journalistique quant aux pratiques médiatiques de représentations des femmes politiques et identifier des pistes de solution pour un traitement neutre et égalitaire des femmes qui participent à la vie politique de leur communauté.

LES REPRÉSENTATIONS **MÉDIATIQUES** DES **FEMMES** AUX **ÉLECTIONS MUNICIPALES**

PAR :

Marianne **THÉBERGE-GUYON** · Caterine **BOURASSA-DANSEREAU** · Laurence **MORIN**

Table de concertation de groupes de femmes de la Montérégie

UQÀM | **Service aux collectivités**
Université du Québec à Montréal

SOMMAIRE
DE LA RECHERCHE

1. Présentation de l'étude[1]

Ce document vise à présenter les faits saillants du projet de recherche *Les représentations médiatiques des femmes aux élections municipales.* Notre étude est le fruit d'un partenariat établi entre une équipe de recherche de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et la Table de concertation des groupes de femmes de la Montérégie (TCGFM), en collaboration avec le Service aux collectivités de l'UQAM . Elle représente l'un des volets du projet *Plus de femmes en politique ? Les médias et les instances municipales, des acteurs clés !* . Un second rapport, intitulé *La politique vue par les journaux étudiants universitaires québécois : des représentations genrées équilibrées*, complète l'étude de contexte médiatique des représentations des femmes politiques réalisée dans le cadre de ce projet.

Le cadre conceptuel et les outils méthodologiques employés lors de notre projet de recherche s'inscrivent dans le sillon d'une étude menée par Mireille Lalancette et Mélissa Doucet (2014).

2. Introduction

La participation des femmes à la vie politique constitue un enjeu social et de recherche important au Québec. En 2017, le Conseil des ministres du Québec comptait 44 % de femmes (Site du premier ministre du Québec, 2018) et le palier municipal, 31 % d'élues en 2015 (Conseil du statut de la femme du Québec, 2018). Les médias ont été identifiés comme l'un des obstacles à la participation des femmes à la vie politique (Ibid.). En tant qu'intermédiaires entre le monde politique et les citoyens, ils occupent une place prépondérante quant à l'image publique des politiciennes (Tremblay, 1999).

EN 2017
LE PALIER MUNICIPAL COMPTAIT
31%
DE FEMMES ÉLUES

3. Femmes, politique et médias : ce qu'en dit la littérature

Une courte revue de la littérature nous permet de poser différents constats relativement à l'avancement de la recherche en ce qui a trait à l'image médiatique des femmes politiques au Québec et au Canada :

- Une part importante des écrits québécois et canadiens entourant la représentation médiatique des politiciennes date de plus d'une dizaine d'années (Tremblay, 1999; Robinson et Saint-Jean, 1991; 1995; Gingras, 1995; Tremblay et Bélanger, 1997; Gidendil et Everitt, 2003), ce qui met en lumière la nécessité de documenter à nouveau la question en ce qui concerne le monde politique et médiatique d'aujourd'hui;

- Des distinctions associées au genre dans le traitement médiatique des hommes et des femmes politiques persistent à travers le temps (Drouin et Lalancette, 2016; Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012; Lalancette, Drouin et Lemarier-Saulnier, 2014);

DES DISTINCTIONS ASSOCIÉES AU GENRE DANS LE TRAITEMENT MÉDIATIQUE DES HOMMES ET DES FEMMES POLITIQUES PERSISTENT À TRAVERS LE TEMPS

(DROUIN ET LALANCETTE, 2016; LEMARIER-SAULNIER ET LALANCETTE, 2012; LALANCETTE, DROUIN ET LEMARIER-SAULNIER, 2014)

[1] Le rapport complet peut être consulté à l'adresse suivante : http://tcgfm.qc.ca/download/Representations-Mediatiques-Femmes-Elections-Municipales-Rapport. Pour accéder aux références complètes, consultez le rapport détaillé.

- Le traitement médiatique différencié selon le genre représente toujours un obstacle pour les femmes politiciennes (Goodyear-Grant, 2013; Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012);
- Il existe actuellement des biais de genre plus subtils, intrinsèques aux discours médiatiques (Wagner, 2014; Gidengil et Everrit, 2003);
- Il est nécessaire de considérer d'autres marqueurs, comme l'appartenance ethnoculturelle et l'âge, dans l'analyse de la couverture médiatique des femmes politiques (Tolley, 2016; Wagner et al., 2017; Gingras, 2005);
- Peu d'écrits se sont spécifiquement attardés à la politique municipale (Wagner, 2017). Aussi, plusieurs questions se posent encore : Comment les candidates sont-elles dépeintes dans les médias écrits à l'heure actuelle, au Québec ? Sont-elles représentées à la même échelle et de la même manière que les candidats ?

4. La démarche de recherche

Afin de mieux comprendre dans quelle mesure et de quelles manières les candidates aux postes de mairesses et de conseillères municipales sont représentées dans les journaux écrits au Québec, la méthode retenue est celle de l'analyse de discours médiatique. Nous avons recensé 1 110 articles issus de la presse écrite et de médias communautaires écrits francophones du Québec, sur une période allant de la première journée de la campagne électorale municipale de l'automne 2017 au lendemain du scrutin (22 septembre au 6 novembre 2017).

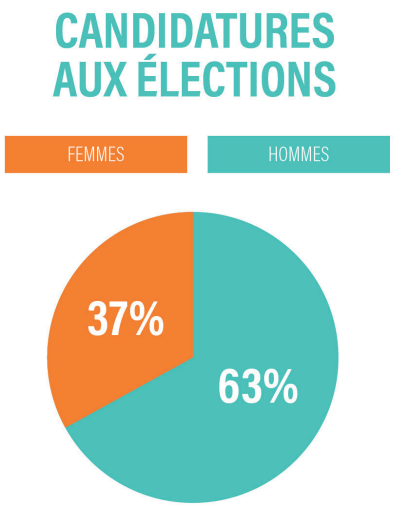
Dans le but de représenter la diversité des réalités municipales du Québec, notre recherche s'est attardée aux journaux de huit municipalités de différentes tailles (Montréal, Québec, Longueuil, Trois-Rivières, Saguenay, Rivière-du-Loup, Repentigny et Lac-Mégantic), situées dans huit régions administratives distinctes.

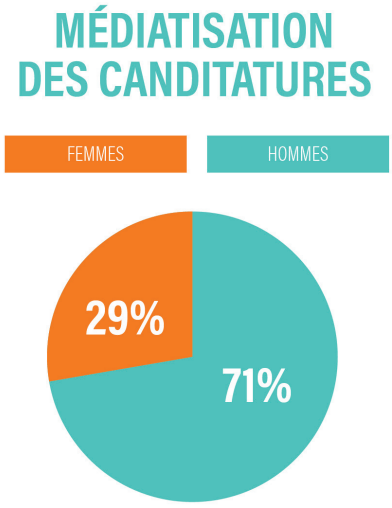
5. Faits saillants des résultats quantitatifs

Dans cette section, nous présentons les résultats quantitatifs de l'étude (« combien de fois » sont présents tels ou tels indicateurs), issus de la comparaison entre la couverture médiatique entourant les candidats et celle relative aux candidates. Nous y exposons les résultats généraux concernant l'ensemble de nos données, mais également les résultats les plus surprenants ou intéressants concernant les municipalités de notre échantillon.

5.1. Moins de femmes en politique, encore moins dans les médias

- Plus d'hommes (63 %) que de femmes (37 %) ont présenté leur candidature aux élections municipales. Ceci dit, l'espace médiatique occupé par les candidats (71 %) et celui occupé par les candidates (29 %) est encore plus inégal, au détriment de ces dernières.





- Les candidats des municipalités de Lac-Mégantic, Rivière-du-Loup, Trois-Rivières, Saguenay, Montréal et Québec ont indéniablement reçu une attention médiatique supérieure à celle de leurs homologues féminins.
- Seuls 30 articles de journaux ont été produits pour Longueuil, ville de près de 240 000 habitants et habitantes et unique municipalité de notre échantillon à avoir présenté une course à la mairie entièrement féminine. Seules 39,1 % des candidates aux mairies et aux conseils de villes ont été médiatisées.

5.2. Quelle place occupent les candidates au sein de la nouvelle ?

- Pour chaque article dont le sujet central est une candidate, trois articles ont pour sujet premier un candidat.
- Seuls ou aux côtés d'autres personnes, les candidats jouent un rôle de premier ou de second plan au sein de la nouvelle, respectivement deux et trois fois plus souvent que les candidates.
- Les propos des candidats, qu'ils fassent l'objet de citations directes, de reformulations ou d'analyses, sont présentés en bien plus grand nombre (71,4 %) que ceux des candidates (29,6 %) dans les articles de notre corpus.
- À Longueuil, à Saguenay et à Trois-Rivières, proportionnellement au nombre de fois où leur comportement est médiatisé, les candidates sont, plus souvent que leurs homologues masculins, dépeintes sous un angle passif, comme si elles subissaient une action.

5.3. Des articles longs, courts et moyens et une représentation visuelle pour tous et toutes

- Nous n'observons pas de différence marquée entre la longueur des articles qui font le portrait des candidats et ceux qui présentent des candidates.
- Les articles les plus longs de notre corpus ont plus souvent comme sujet central des candidats (12,9 %) que des candidates (7,6 %).
- Autant d'articles présentant des candidates que d'articles faisant le portrait des candidats sont accompagnés d'une photo.

5.4. Parlez-en en bien, parlez-en en mal, mais parlez-en !

- Dans la majorité des articles, l'étiquette d'identification utilisée pour désigner les candidats (89,7 %) et les candidates (86 %) est neutre.
- Nous observons légèrement plus fréquemment l'utilisation d'étiquettes d'identification non neutres (positives ou négatives) pour désigner les candidates que pour désigner les candidats. Les candidates font donc plus souvent l'objet d'un jugement que les candidats dans la manière dont elles sont désignées, même au sein des articles se voulant neutres.

- Les candidates sont, davantage que les candidats, représentées dans des articles au ton positif.
- Les candidats sont, davantage que les candidates, représentés dans des articles au ton négatif.
- Le ton des articles relatifs aux candidates écrits par des hommes est plus souvent empreint de jugement que celui dans les articles écrits par des femmes. Toutefois, nous remarquons que plus d'hommes que de femmes sont les auteurs de chroniques qui traitent de ce sujet.

5.5. Plus de disparité dans les journaux des municipalités de taille moyenne

- Peu importe la grandeur de la municipalité, une quantité beaucoup plus importante d'articles s'intéressent aux candidats qu'aux candidates.
- Qu'il s'agisse de petites (69,7 %), de moyennes (75,7 %) ou de grandes municipalités (70 %), les prises de parole ont majoritairement été accordées aux hommes politiques.
- C'est dans les villes moyennes de notre corpus que nous avons observé les disparités les plus significatives.

5.6. Les journaux communautaires : ensevelis sous ceux d'appartenance privée

- Seulement 11 articles de journaux communautaires ont pu être sélectionnés.
- Les candidates y sont représentées trois fois moins souvent que les candidats.
- Les candidats et les candidates portent toujours des étiquettes d'identification neutres.

Il ressort de l'analyse quantitative des 1 100 articles de notre corpus que les candidats municipaux occupent toujours une place plus importante que les candidates municipales au sein de la nouvelle. Globalement, qu'il s'agisse du nombre d'articles ou de l'importance accordée aux acteurs et actrices de la nouvelle, la couverture médiatique de la campagne électorale municipale québécoise de 2017 associée aux journaux de notre échantillon avantage les candidats au détriment des candidates.

6. Présentation des résultats qualitatifs

Les données de nature qualitative (ce qui est écrit et de quelle manière) présentées dans cette section du rapport ne concernent que les 539 articles qui traitent des candidates municipales. Ainsi, nous y présentons nos résultats concernant la manière dont ont été médiatisées les candidates à travers leurs dimensions physique, psychologique et sociale. Nous abordons par la suite la médiatisation des discours féministes et des rapports au genre des candidates. Aussi, comme aucun des 11 articles issus de journaux communautaires n'a abordé l'un des thèmes liés à cette section du rapport, nous n'en ferons pas mention.

6.1. L'aspect physique

- Dans notre corpus de 539 articles, seuls 22 ont abordé l'aspect physique des candidates. C'est majoritairement au sein des grandes municipalités de l'échantillon que l'apparence physique des candidates a été dépeinte.
- La médiatisation de la gestuelle et des expressions faciales des candidates peut contribuer à former la représentation de leur identité politique autour de leur aspect physique, ce qui peut nuire à la représentation de leur métier politique (Tremblay, 2000).
- Les propos d'une candidate qui dénonce l'attention portée à l'aspect physique des femmes candidates et qui aborde ses conséquences sur leur participation politique a fait l'objet d'un article à Trois-Rivières, le seul du corpus.

6.2. L'aspect psychologique

Traits de caractère

- En regard des traits de caractère associés au leadership, les candidates sont apparues dans les articles du corpus comme des femmes confiantes, qui possèdent une force de caractère et qui sont authentiques.
- Si les candidates ont aussi, par moments, été présentées comme étant porteuses du charisme d'une leader, elles ont aussi été dépeintes en fonction du charme qu'elles dégagent, bien que cela n'ait rien à voir avec leur métier politique.
- Les candidates ont largement été présentées en mettant de l'avant leurs qualités relationnelles. Lorsque ces traits de caractère leur étaient déficitaires, leurs capacités de leader ont été questionnées. En ce sens, les attentes liées aux rôles traditionnels féminins des candidates se sont articulées à celles liées à leur rôle de leader.
- Lorsque les candidates se sont montrées directives et se sont affirmées, elles ont parfois été médiatiquement dépeintes comme des femmes rigides et ont reçu l'injonction de s'assouplir.
- Les candidates ont été associées à des traits de caractère typiquement féminins (mobilisatrices, charmantes, rassembleuses) dans les journaux du corpus, ce qui peut contribuer à soutenir les stéréotypes de genre et à discréditer leur capacité à exercer leur métier politique.

Compétences

- Plusieurs candidates aux mairies ont été dépeintes comme étant capables de vision à l'égard de leur municipalité.
- Les candidates ont souvent été présentées comme possédant des compétences d'écoute et de communication, éléments associés aux représentations du leadership féminin.
- Au sein des articles, les compétences des candidates aux mairies en termes de gestion de ressources humaines ont été soulignées, contrairement à leurs habiletés à gérer les ressources matérielles et financières de la municipalité.
- L'expérience politique des candidates est souvent mise en relation avec leur compétence à devenir conseillère ou mairesse.
- Quelques articles semblent souligner une inadéquation entre le succès des candidates et leurs habiletés professionnelles.

6.3. L'aspect social

- Les articles n'ont pas servi de tribune pour représenter les expériences particulières d'oppression et de privilège vécues par les candidates, qui résultent de l'interaction complexe et non linéaire entre leur genre et d'autres dimensions identitaires (âge, religion, statut social, handicap, etc.).
- Le bagage académique et professionnel des candidates a servi à présenter leurs préoccupations politiques et leur style de leadership, alors que leurs implications sociales, moins médiatisées, ont parfois été dépeintes comme une porte d'entrée à une carrière politique.
- La vie privée des candidates a fait l'objet d'une visibilité journalistique au sein de près du quart des articles, qui ont fait le portrait de ces femmes à travers leurs rôles traditionnels féminins de mères et d'épouses.
- Des comportements contre-stéréotypés et stéréotypés des candidates ont été médiatisés. Les comportements stéréotypés (discrétion, faible combativité) l'ont été plus rarement et semblent avoir été présentés en dissonance avec le métier politique et l'orientation masculine de la sphère politique (Gidengil et Everitt, 2003).

6.4. Discours et enjeux féministes

- La portée de l'identification de quelques candidates montréalaises aux mouvements féministes a été amenuisée par la surmédiatisation des propos antiféministes tenus par une autre candidate.
- Le caractère actuel des mouvements #MoiAussi et #AgressionNonDénoncée au moment de la campagne aidant, les médias écrits ont rapporté les propos des candidates dénonçant des comportements sexistes adoptés par des citoyens ou d'autres politiciens.
- La parité représente, à elle seule, un enjeu électoral que les médias de notre échantillon ont représenté en lui accordant une valeur positive, dans la très vaste majorité des cas.
- L'argument de la complémentarité hommes-femmes est problématique pour soutenir les efforts devant mener à la parité. Sa médiatisation peut avoir contribué à le crédibiliser aux yeux du grand public.
- Les articles du corpus ont souvent fait usage de métaphores sportives ou se rapportant au combat pour décrire les élections, ce qui contribue à reproduire une vision genrée du monde politique et par le fait même, à y supporter le statu quo (disproportion hommes-femmes) (Gidengil et Everitt, 2003).

Il ressort de l'analyse qualitative des 539 articles de notre corpus traitant des candidates municipales qu'il existe toujours un double standard dans la manière de présenter les hommes et les femmes politiques (Gingras, 2014). Tant sur les plans physique et psychologique que social, les médias ont contribué à reproduire une vision genrée du monde politique (Gidengil et Everitt, 2003), à soutenir la logique des rôles de genre entourant le métier politique (Lalancette et Doucet, 2014) et à associer la notion de leadership au genre masculin (Carroll et Fox, 2006). Il apparaît que, par le fait même, la représentation médiatique des candidates municipales ait pu constituer un obstacle à leur carrière (Conseil du statut de la femme du Québec, 2018).

TANT SUR LES PLANS PHYSIQUE ET PSYCHOLOGIQUE QUE SOCIAL, LES MÉDIAS ONT CONTRIBUÉ À REPRODUIRE UNE VISION GENRÉE DU MONDE POLITIQUE (GIDENGIL ET EVERITT, 2003), À SOUTENIR LA LOGIQUE DES RÔLES DE GENRE ENTOURANT LE MÉTIER POLITIQUE (LALANCETTE ET DOUCET, 2014) ET À ASSOCIER LA NOTION DE LEADERSHIP AU GENRE MASCULIN (CARROLL ET FOX, 2006).

7. Conclusion de l'étude

À l'inverse de ce qu'observait Goodyear-Grant (2013) à partir de l'analyse d'autobiographies de femmes politiques canadiennes et d'entrevues auprès de politiciens et de politiciennes de la scène fédérale, notre étude démontre qu'il subsiste une distinction quantitative entre la représentation médiatique des candidats et des candidates municipales, en faveur des premiers. Si plus d'hommes que de femmes ont présenté leur candidature aux élections municipales, c'est dans une proportion encore plus inéquitable que les candidats et candidates ont occupé l'espace médiatique. Les candidates sont moins souvent que leurs homologues masculins l'objet central d'un article. Elles sont plus souvent qu'autrement présentées par le biais d'autres personnes politiques et leurs propos sont moins fréquemment repris par les auteurs et autrices des nouvelles. De plus, nous avons observé que le ton des articles relatifs aux candidates écrits par des hommes est plus souvent empreint de jugement que celui des articles écrits par des femmes.

SI PLUS D'HOMMES QUE DE FEMMES ONT PRÉSENTÉ LEUR CANDIDATURE AUX ÉLECTIONS MUNICIPALES, C'EST DANS UNE PROPORTION ENCORE PLUS INÉQUITABLE QUE LES CANDIDATS ET CANDIDATES ONT OCCUPÉ L'ESPACE MÉDIATIQUE.

Aussi, l'analyse qualitative de l'image médiatique des candidates démontre qu'une faible attention journalistique est toujours accordée à leur aspect

physique, tout comme le soulignait Goodyear-Grant (2013). De plus, bien que les journaux de notre échantillon aient présenté les candidates en mettant que l'avant plusieurs de leurs qualités et aptitudes, nous constatons qu'en mettant l'accent sur les qualités et les capacités traditionnellement féminines des candidates et en insistant sur leur inaptitude et leur incompétence face aux impératifs du métier politique municipal, ils ont contribué à reproduire les stéréotypes de genre – ce que montraient également Gidengil et Everitt (2003) – et à perpétuer des attentes différenciées envers les candidates et les candidats (Lalancette et Doucet, 2014). Tel qu'observé dans la littérature (Goodyear-Grant, 2013; Lemarier-Saulnier et Lalancette, 2012), si ces femmes ont été représentées par le billet de leur métier politique, en lien avec leur identité professionnelle, certaines représentations de leurs rôles traditionnels féminins et de leur vie privée ont aussi interféré avec la médiatisation dont elles ont fait l'objet. Finalement, la manière dont a été présentée la campagne, à travers l'usage de métaphores genrées, n'a pas servi la cause de la représentation des femmes en politique – en supportant la vision masculine de la sphère politique (Gidengil et Everitt, 2003) – et a pu constituer un obstacle à la carrière politique des candidates.

FINALEMENT, LA MANIÈRE DONT A ÉTÉ PRÉSENTÉE LA CAMPAGNE, À TRAVERS L'USAGE DE MÉTAPHORES GENRÉES, N'A PAS SERVI LA CAUSE DE LA REPRÉSENTATION DES FEMMES EN POLITIQUE – EN SUPPORTANT LA VISION MASCULINE DE LA SPHÈRE POLITIQUE (GIDENGIL ET EVERITT, 2003) – ET A PU CONSTITUER UN OBSTACLE À LA CARRIÈRE POLITIQUE DES CANDIDATES.

8. Bons coups

8.1. Analyse quantitative

BONS COUPS

Nous saluons, dans l'ensemble, le fait que les candidats et candidates aient été dépeint.e.s comme posant (sujet d'action) ou subissant (objet d'action) une action dans une proportion équivalente à leur représentation politique.

Bien que pour certaines municipalités, des distinctions subsistent, nous reconnaissons la très faible distinction genrée associée, de manière générale, à la longueur des articles ainsi qu'à la présence et à la composition des photographies qui les accompagnent. Ces éléments constituent le gage du professionnalisme journalistique des auteurs et autrices.

Il est heureux de constater qu'une majorité d'articles ont employé une étiquette d'identification neutre pour désigner les candidates aux élections municipales, évitant toute forme de jugement positif ou négatif.

8.2. Analyse qualitative

Nous saluons le fait qu'une vingtaine d'articles seulement, sur un corpus de 539 articles, aient abordé l'aspect physique des candidates.

Il est encourageant de constater que les candidates ont été dépeintes par la présentation de plusieurs de leurs traits de caractère et de leurs compétences qui mettaient de l'avant leurs capacités de leadership.

Le contenu des articles a plus souvent fait référence à la sphère publique (vie professionnelle, scolarité, etc.) qu'à la sphère privée (vie familiale, statut matrimonial, etc.) de la vie des candidates.

Il importe de souligner que tant l'enjeu de la parité que la dénonciation des comportements sexistes au sein de la sphère politique ont fait l'objet d'une forte médiatisation par le biais des propos des candidates, dans les articles du corpus.

9. Recommandations

9.1. Analyse quantitative

Face à la disproportion manifeste entre la médiatisation des candidats et des candidates, tant en ce qui concerne le corpus dans son ensemble que dans le cas de certaines municipalités prises isolément, nous souhaitons mettre de l'avant l'importance de procurer au lectorat une information représentative et diversifiée. Aussi, nous pensons que la médiatisation des politiciens et politiciennes, dans une proportion équivalente à l'espace qu'ils et elles occupent au sein de la sphère politique, constitue un moyen d'y parvenir.

RECOMMANDATIONS

Quant à la composition des articles ayant trait à la campagne, à savoir le rôle central, secondaire ou tertiaire qu'y occupent les candidates et les candidats, il nous apparaît essentiel, afin de continuer à procurer à la population un éclairage juste et représentatif du monde politique, d'accorder une place centrale aux hommes et aux femmes politiques dans une proportion similaire, en les mettant en valeur de manière équivalente au sein des articles.

Nous pensons que le fait que les candidates soient plus souvent qualifiées négativement que les candidats parmi les articles qui ne relèvent pas de l'opinion constitue une distinction d'autant plus dommageable pour l'image des candidates que ces articles sont présumés refléter une certaine forme de neutralité journalistique. Bien que l'usage d'étiquettes d'identification neutres soit généralement bien intégré, nous souhaitons en rappeler l'importance, tout particulièrement pour désigner les candidates au sein des articles.

Étant donné le nombre minime d'articles (11) traitant des candidates et candidats aux conseils municipaux au sein des journaux communautaires sélectionnés, nous invitons ces derniers à accroître leur couverture des élections municipales, et ce, jusqu'au jour du scrutin.

9.2. Analyse qualitative

Bien qu'il soit encourageant de constater que très peu d'articles ont traité de l'aspect physique des candidates, nous pensons qu'il faut continuer à veiller à ce qu'une attention disproportionnée ne soit pas accordée à un élément du physique d'une candidate, au détriment de son message.

Puisque de nombreux articles ont mis l'accent sur des qualités et des capacités traditionnellement féminines et ont représenté péjorativement chez les candidates certains traits et aptitudes perçues comme étant masculines, nous croyons que les journalistes doivent demeurer attentifs et attentives à la représentation des traits de caractère et des compétences des candidates. Il importe de veiller à ce que le portrait de leurs caractéristiques et habiletés soit exempt de stéréotypes et d'attentes genrées envers les femmes politiques.

Nous souhaitons mettre de l'avant la nécessité pour les journalistes de réfléchir à la neutralité de la nouvelle et aux implications associées à la présentation différenciée de certains comportements des hommes et des femmes politiques afin d'éviter de reproduire certains doubles standards et une vision masculine de la sphère politique.

Il pourrait être intéressant, lorsque jugé opportun, d'adresser les défis associés à l'imbrication des axes d'oppression que vivent certaines femmes politiques, sans toutefois les victimiser.

Nous croyons qu'il serait important qu'une attention particulière soit portée à l'usage de métaphores genrées (métaphores sportives et de combat) pour parler de la campagne, et que celles-ci soient limitées.

10. Élargir la réflexion sur la représentation médiatique des femmes politiques

Nous voyons la nécessité qu'une prochaine recherche procède à une analyse spécifique de la représentation des femmes politiques au sein des journaux communautaires, en s'attachant à un échantillon uniquement formé de journaux communautaires afin 1) de valider l'ensemble des constats que nous avons formulés à partir d'un corpus d'articles plus vaste et 2) d'approfondir les raisons expliquant ce manque d'intérêt des journaux communautaires pour la question politique municipale en période électorale.

Puisque l'échantillon des candidates médiatisées dans les articles de notre corpus était caractérisé par une faible diversité ethnoculturelle, il serait pertinent qu'une recherche subséquente s'attache spécifiquement à la couverture médiatique entourant les femmes politiques sous le prisme de leur appartenance ethnoculturelle.

Les constats qualitatifs de notre rapport étant exclusivement basés sur une analyse de l'image médiatique des candidates municipales, il serait pertinent qu'une prochaine recherche formule une analyse qualitative comparée selon le genre de la représentation journalistique des candidats et des candidates. Celle-ci pourrait permettre de comprendre de manière approfondie comment et sur quels éléments ces hommes et femmes politiques sont médiatisé.e.s de manière distincte ou similaire.

De plus, une analyse sémiotique des photographies accompagnant les articles de journaux pourrait également approfondir notre compréhension de la représentation médiatique des candidats et candidates aux mairies et aux conseils de villes. Aussi, les résultats de notre recherche étant spécifiques aux journaux écrits, nous jugeons qu'il serait nécessaire qu'une prochaine étude s'attache à analyser la représentation médiatique des candidats et candidates municipales au sein des journaux télévisés.

LA POLITIQUE VUE PAR LES **JOURNAUX ÉTUDIANTS UNIVERSITAIRES QUÉBÉCOIS :** DES REPRÉSENTATIONS **GENRÉES ÉQUILIBRÉES**

PAR :

Carol-Ann **ROUILLARD** · Mireille **LALANCETTE**

UQTR

Université du Québec
à Trois-Rivières

PRÉSENTATION DU DOCUMENT

Ce document présente les principaux éléments du rapport de recherche *La politique vue par les journaux étudiants universitaires québécois : des représentations genrées équilibrées*[1]. Cette recherche s'inscrit dans le cadre du projet *Plus de femmes en politique ? Les médias et les instances municipales, des acteurs clés !* Il est à noter que les faits saillants présentés dans ce document ne donnent qu'un aperçu des principaux résultats de recherche. Ce document ne remplace donc pasle rapport complet, qui offre un portrait plus explicite et détaillé du contexte de réalisation de l'étude, de la démarche méthodologique et des résultats de recherche.

1. Mise en contexte

Cette recherche porte sur les représentations des femmes politiques dans les journaux étudiants universitaires francophones. Pour réaliser ce portrait nous nous sommes posé plusieurs questions :

- Que disent les journaux au sujet des expériences passées des femmes politiques ?
- Quels enjeux sont évoqués lorsque les journaux parlent d'elles ?
- Comment dépeint-on leur leadership ?
- Que disent leurs opposantes ou leurs opposants et les gens du milieu à leur sujet ?
- Fait-on mention d'obstacles ou de barrières spécifiques aux femmes en politique ?
- En quoi le cadrage effectué ressemble ou diffère-t-il de celui réalisé à propos des hommes politiques ?

2. Médias, femmes politiques et représentations : portrait des études précédentes

Plusieurs propositions théoriques aident à mieux comprendre la pertinence d'une recherche sur les représentations des femmes politiques dans les médias. D'emblée, nous savons que :

- Les médias jouent un rôle dans la construction des représentations de la population à l'égard des politiciennes et des politiciens[2] ;
- Le domaine public, dont la politique fait partie, est encore grandement influencé par la norme masculine de genre, alors que les traits associés à la norme féminine sont davantage associés à la sphère privée[3] ;
- Le leadership est influencé par ces normes genrées, au point où les normes de la féminité seraient souvent construites comme étant l'antithèse des normes politiques[4] ;
- Le genre influence la façon dont les médias traditionnels dépeignent les personnes politiques, et ce, de différentes façons[5]. Catherine Lemarier-Saulnier (2018) a notamment démontré que les « cadres genrés suivant des traits, des valeurs ou des comportements masculins » (p. 111) étaient très présents dans la couverture journalistique de la campagne électorale provinciale de 2014, et ce, à la fois chez les femmes et chez les hommes ;

[1] Le rapport complet peut être consulté à l'adresse suivante : http://www.tcmfm.ca/. Pour accéder aux références complètes, consulter le rapport détaillé.

[2] Voir Cutler et Mathews (2005) ; Doucet (2015) et Lemarier-Saulnier (2018), entre autres.

[3] Voir entre autres Ballmer-Cao et coll. (2000) ; Jamieson (1995) ;Vosko (2003) et Bereni (2008).

[4] Au sujet du leadership et du genre, voir entre autres Bereni (2008) ; Lemarier-Saulnier et Lalancette (2012) ; Carroll et Fox (2006) ; Lalancette et Doucet (2014) et Blanc et Cuerrier (2007).

[5] Cette observation est ressortie de plusieurs recherches, par exemple, Heldman et coll. (2005) ; van Zoonen (2005) ; Trimble et coll. (2010) ; Lemarier-Saulnier et Lalancette (2012) ; Goodyear-Grant (2013) ; Lalancette et Lemarier-Saulnier (2013) ; Lalancette et coll. (2014) et Lemarier-Saulnier (2018).

- L'influence du traitement médiatique est identifiée comme un des obstacles auxquels font face celles qui souhaitent investir le milieu politique[6] et influe sur les chances de succès des femmes qui se lancent dans un processus électoral[7].

Nous savons également que les différents travaux de recherche portent surtout sur les milieux traditionnels de la politique, tels que la politique provinciale et la politique fédérale, et s'attardent notamment au cadrage effectué par des médias grand public.

En revanche, peu d'études ont porté sur les journaux étudiants universitaires. Cette recherche vise donc à combler cette lacune en tentant de mieux comprendre comment les femmes et les hommes qui s'impliquent en politique sont représentés dans les médias étudiants.

3. Le choix des médias étudiants

Pourquoi s'intéresser spécifiquement aux médias étudiants ? D'une part, ces lieux constituent un territoire peu étudié et sont produits dans un contexte différent de celui dans lequel évoluent les médias grand public déjà étudiés par de nombreux chercheurs et de nombreuses chercheuses. Les journaux étudiants traitent de volets politiques peu abordés, tels que la politique étudiante, universitaire et municipale, qui peuvent constituer des lieux de transition vers d'autres paliers politiques. Il suffit de penser aux leaders étudiants de 2012, Martine Desjardins, Léo Bureau-Blouin et Gabriel Nadeau-Dubois, qui se sont tou.te.s vu.e.s invité.e.s à faire de la politique au niveau provincial à la suite de leur implication dans les différentes associations étudiantes. D'autre part, ces lieux journalistiques constituent souvent des tremplins pour des personnes qui deviendront des journalistes professionnel.le.s ou qui poursuivront une carrière publique. En effet, nombre de journalistes ont d'abord été des journalistes étudiant.e.s.

Afin d'explorer le phénomène, nous avons répertorié les six journaux universitaires étudiants francophones dits indépendants, c'est-à-dire ceux qui sont autogérés et dont le financement ne dépend pas directement de l'administration universitaire ou des associations étudiantes. Il s'agit des journaux suivants : *Impact Campus* (Université Laval), *Le Griffonnier* (Université du Québec à Chicoutimi), *Montréal Campus* (Université du Québec à Montréal), *Quartier Libre* (Université de Montréal), *Zone Campus* (Université du Québec à Trois-Rivières) et *Le Collectif* (Université de Sherbrooke).

4. Méthodes d'analyse

Nous avons réalisé une analyse qualitative du contenu médiatique des éditions parues entre août 2011 et juin 2017 de ces six journaux étudiants. Trois moments relatifs à la politique ont été analysés : 1) la campagne électorale municipale de 2013 ; 2) les courses au rectorat ; et 3) la politique étudiante de 2011 à 2017. En tout, 400 documents ont été étudiés et 1 360 unités de sens[8] ont été répertoriées et analysées. Le tableau suivant détaille les documents et unités de sens recueillis selon les trois volets de politique analysés :

Tableau 1 : Documents sélectionnés et unités de sens analysées

Volet	Nombre de documents	Unités de sens		
		Nombre total	Nombre traitant de femmes	Nombre traitant d'hommes
Politique municipale	**15**	**149**	**31**	**116**
Courses au rectorat	**24**	**163**	**72**	**91**
Politique étudiante	**361**	**1 048**	**432**	**616**

[6] Différentes recherches ont porté sur cette question, dont les suivantes : Lawless et Fox (2010) ; Anderson (2011) et Johnson (2015).

[7] Voir Gidengil et Everitt (2003) à ce sujet.

[8] Une unité de sens est définie comme « une unité textuelle ou temporelle particulière, mais peut correspondre à une portion de phrase, une phrase entière ou un groupe de phrases suivant le matériau codé […] » (Allard-Poesi, 2003, p. 254).

À partir de différentes techniques d'analyse, dont l'analyse de contenu et l'analyse de discours, nous avons notamment cherché à comprendre dans quel contexte les journaux traitaient des femmes et des hommes politiques et ce qui était dit à leur sujet. Ces éléments nous ont permis de mieux comprendre comment les femmes et les hommes impliqué.e.s en politique étaient représenté.e.s. Une comparaison a également été effectuée entre le traitement médiatique réservé aux femmes et celui réservé aux hommes afin de mieux faire ressortir, s'il y avait lieu, les différences genrées.

Étant donné la spécificité du corpus de journaux étudiants par rapport aux autres textes médiatiques et le peu d'études réalisées au sujet des volets de politique analysés, le choix d'une approche qualitative – axée sur la compréhension des données (Bonneville et coll., 2007) – permettait de faire ressortir la richesse des données du corpus.

5. Présentation des résultats

Premier constat : Moins de femmes que d'hommes

Comme il a été possible de le voir dans le Tableau 1, les femmes politiques sont moins présentes que les hommes dans les médias étudiants. Ce résultat s'explique par le fait que les femmes sont impliquées en moins grand nombre dans les sphères de politique étudiées, ce qui réduit les prises de parole médiatiques possibles.

5.1 Politique municipale

- Le traitement de la campagne électorale municipale de 2013 révèle un intérêt marqué des journaux étudiés pour les enjeux qui touchent la réalité étudiante, tels que le transport en commun, l'accès aux logements abordables et les emplois après les études.
- La couverture témoigne également d'une curiosité particulière pour le choix de faire de la politique à un jeune âge.
- Les pratiques politiques de certains maires sortants qui refusent de se présenter aux débats organisés dans les universités et l'attitude autoritaire de l'un des candidats sortants – attitudes souvent associées au genre masculin – sont dénoncées par les jeunes candidat.e.s, qui disent souhaiter faire de la politique municipale pour être près des gens et faire une différence dans leur vie :

> « À une extrémité de la table, une chaise vide trônait, bien en vue. Il s'agissait de la chaise de M. Jean Tremblay, que le GRIR a contacté à maintes reprises pour l'inviter à se joindre à ce débat ludique, sans jamais recevoir de réponse. »
>
> *Le Griffonnier, 31 octobre 2013, p. 4*

5.2 Courses au rectorat

- Les différences genrées selon le leadership dépeint varient grandement selon les personnes investies dans les courses au rectorat. Dans un cas, on présente le leadership rassembleur d'une candidate, alors que l'on insiste sur les conflits survenus lors du précédent mandat d'une autre candidate rectrice. Dans un autre cas, c'est le fait que la candidate soit originaire d'un autre pays et qu'elle ait œuvré au sein d'une autre université qui sera mis de l'avant.

Sophie D'Amours, candidate au poste de rectrice de l'Université Laval, explique :

> « Ce que je veux proposer, c'est ma façon d'être et de faire les choses simplement, de façon transparente et intègre, avec franchise et détermination, explique-t-elle. »
>
> *Impact Campus, 21 mars 2017, p. 5*

À propos de Nadia Ghazzali, élue rectrice de l'Université du Québec à Trois-Rivières après une carrière à l'Université Laval, la journaliste retient ceci :

> La nouvelle rectrice devra s'adapter à la réalité qu'est celle d'une université en région, chose qui ne lui est pas nécessairement familière.
>
> *Zone Campus, 6 février 2012, p. 3*

- La problématique de l'accession des femmes politiques au poste de rectorat ainsi que la question de la parité au sein de l'équipe de direction est au cœur des préoccupations des journalistes étudiant.e.s :

> Elle [Sophie D'Amours] croit de plus porter un "beau message" pour l'image des femmes en société, démontrant que "ces positions sont accessibles pour chacune d'entre elles de nos jours."
>
> *Impact Campus, 2 mai 2017, p. 3*

> La parité malmenée à la tête de l'UQAM
>
> *Montréal Campus, 5 avril2017, p. 3*

Cet intérêt, bien qu'il démontre une sensibilité à l'égard de la question du nombre de femmes en politique, contribue à renforcer l'exceptionnalité du statut des candidates qui parviennent à se tailler une place au sein des hautes instances[9].

5.3 Politique étudiante

- Les journaux font référence aux membres des associations étudiantes principalement en raison de leur rôle de porte-parole des étudiant.e.s ou pour bénéficier de leur expertise sur un sujet précis :

> Mme Durocher indique qu'il n'y a pas eu de grandes discussions sur les études supérieures depuis les années 60. Elle croit qu'il s'agit d'une décision très responsable d'entamer une réflexion et une discussion sérieuses sur le système d'éducation du Québec.
>
> *Zone Campus, 1er octobre 2012, p. 2*

- L'étude de la politique étudiante a révélé quelques cas de traitements genrés, notamment lorsqu'il y a personnalisation des acteur.trice.s. C'est le cas notamment lorsqu'il y a des tensions et des conflits ; ceux-ci seront fortement médiatisés :

> Toutefois, plusieurs associations comme celles de philosophie, musique, philosophie et politique et études classiques, entre autres, ont montré leur insatisfaction envers Mireille Mercier-Roy. Ils [sic.] ont voté contre la motion de félicitation [sic.] à son endroit, et pour marquer leur désaveu, ont quitté le congrès lors de son discours de fin de mandat.
>
> *Quartier libre, 27 mars 2013, p. 5*

- Les différences observées entre une étudiante et un autre étudiant en faveur de la hausse des droits de scolarité en 2012 sont d'ailleurs assez éloquentes. Les critiques seront plus personnelles et plus virulentes à l'égard de l'étudiante, alors que l'on accordera une plus grande crédibilité et un plus grand respect à l'égard de l'étudiant :

> L'individualisme dont on l'accuse d'avoir fait preuve est un des éléments critiqués par plusieurs journalistes : « Il faut dire qu'à côté de la cacophonie d'arguments décousus et individualistes pro-hausse d'Arielle Grenier, n'importe quel argumentaire a l'air rationnel et posé.
>
> *Montréal Campus, 29 février 2012, p. 2*

[9] À ce sujet, voir Lalancette et Lemarier-Saulnier (2013).

6. Discussion des résultats

De façon générale, les différences genrées ne sont pas aussi marquées que les études réalisées sur les journaux traditionnels le démontrent. Toutefois, des différences genrées sont présentes, notamment lorsqu'il y a personnalisation des évènements. Ainsi, les distinctions entre le leadership féminin et le leadership masculin sont perceptibles au moment d'étudier la présentation de certain.e.s candidat.e.s. Il y a également des différences selon le type de politique, notamment du point de vue des thèmes abordés et des types de leaderships décrits.

Leadership valorisé

En somme, malgré les différences dans le traitement médiatique des trois volets de politique, il est possible de constater que les leaderships valorisés sont ceux axés sur le côté humain et la collaboration. Il s'agit là d'un style de leadership associé davantage au genre féminin, alors que les styles de gestion plus autoritaires, davantage associés au leadership masculin, sont davantage l'objet de critiques.

Obstacles vécus par les femmes et dimension intersectionnelle

Le vécu et les obstacles propres aux femmes en politique ou relatifs à la dimension intersectionnelle, qui consiste à penser les interactions entre la race et le genre pour penser les oppressions vécues par les femmes, sont peu abordés. À l'exception des mentions au sujet de la représentativité femmes-hommes au sein de la haute direction universitaire, la question de la place des femmes dans ces volets de la politique est peu abordée. De plus, les personnes politiques étant encore très majoritairement des personnes blanches sans handicap ou statut autre, les journaux étudiants ont donc moins de possibilités d'aborder la dimension intersectionnelle lorsqu'ils s'attardent aux personnes politiques.

Comment expliquer cette couverture médiatique différente ?

Sachant que différents travaux ont démontré une représentation genrée et la présence de stéréotypes entourant les femmes en politique, on peut se demander ce qui peut expliquer cette différence entre la couverture des journaux étudiants et celle des autres médias. Différentes pistes de réflexion peuvent être évoquées. Est-il possible de conclure que la nouvelle génération envisage moins la politique en termes de stéréotypes genrés que ne le faisaient les générations précédentes ? Plus précisément, est-ce que le changement s'effectuera dans les journaux traditionnels lorsque des journalistes comme ceux.elles ayant écrit dans les journaux étudiants feront leur entrée dans les marchés plus traditionnels ? Il y a aussi lieu de se demander quel rôle joue le contexte propre aux journaux étudiants, dont la fréquence de parution moins grande – moins propice à la personnalisation – dans la moins grande présence de représentations médiatiques genrées.

7. Recommandations

RECOMMANDATIONS

À la lumière des constats réalisés dans le cadre de cette recherche, nous en venons à formuler certaines recommandations à l'endroit des équipes de rédaction des journaux étudiants.

D'emblée, nous tenons à **féliciter les journaux** pour leur couverture politique et la variété des sujets et enjeux abordés. Il faut reconnaître l'intérêt des journaux étudiants pour la politique et les enjeux d'enseignement supérieur. En effet, bien que l'intérêt pour ces questions ne soit pas aussi soutenu dans certains journaux depuis 2014 – peut-être en raison du développement des blogues des journaux étudiants, qui permettent d'aborder ces sujets de façon plus instantanée – nous avons tout de même relevé une sensibilité à l'égard de ces enjeux lorsque le contexte sociopolitique ou étudiant se prêtait à une couverture médiatique de type politique.

Nous souhaitons également encourager les journalistes à **continuer leurs efforts afin de systématiser et d'améliorer leurs pratiques journalistiques en matière de représentations médiatiques genrées.** Nous les invitons à établir des balises claires exprimant la ligne éditoriale du journal sur ces questions. Ces balises devraient faire partie de la formation des journalistes et être incluses dans les politiques rédactionnelles existantes – ou être une motivation à en créer si celles-ci n'ont pas déjà été mises en place – afin d'affirmer clairement la position du journal en matière d'équité entre les sexes.

Comme le suggérait Erin Tolley dans son étude sur le cadrage racisé de la politique dans les médias canadiens, les médias doivent **mettre en place des guides clairs à l'intention de leurs journalistes,** sans quoi l'information sociodémographique des intervenant.e.s dans les nouvelles « pourrait s'avérer inconsistante, propre au contexte, en plus d'être sujette aux perceptions, aux choix et aux intuitions sur la pertinence et la newsworthiness des journalistes À ce sujet, voir Lalancette et Lemarier-Saulnier(2013). » (Tolley, 2016, p. 179. Notre traduction). Or, comme elle l'explique, ces choix et ces intuitions ne sont pas neutres ; ils sont informés par une vision de la « norme » en politique, un milieu majoritairement occupé par des personnes blanches, des hommes qui plus est (Tolley, 2016). Ainsi, comme le soulignait Drew (2011), l'absence de balises rédactionnelles dans les médias peut s'avérer d'autant plus problématique que les journalistes peuvent, sans le savoir, reproduire des stéréotypes genrés ou racistes.

D'ailleurs, plusieurs médias, tels que le Toronto Star ou La Presse Canadienne (Tolley, 2016) possèdent des guides ou des politiques rédactionnels qui dictent l'angle et l'approche à adopter dans la façon d'aborder différents enjeux pour assurer un traitement journalistique équitable en matière de genre et de race, notamment. Le Guide de déontologie de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec contient quelques recommandations à cet égard :

> Les journalistes doivent accorder un traitement équitable à toutes les personnes de la société. Les journalistes peuvent faire mention de caractéristiques comme la race, la religion, l'orientation sexuelle, le handicap, etc. lorsqu'elles sont pertinentes.
>
> Mais ils doivent en même temps être sensibles à la portée de leurs reportages. Ils doivent éviter les généralisations qui accablent des groupes minoritaires, les propos incendiaires, les allusions non pertinentes à des caractéristiques individuelles, les préjugés et les angles de couverture systématiquement défavorables qui pourraient attiser la discrimination. Ils seront particulièrement attentifs à ce qui pourrait provoquer des réactions racistes, sexistes, homophobes, etc.
>
> *Fédération professionnelle des journalistes du Québec, 2004 [2010].*

Les journaux étudiants pourraient s'inspirer des guides existants. Nous croyons cependant que ces lignes directrices pourraient être plus étoffées.

Balises pour une politique nonsexiste

À la lumière des différentes études sur les représentations médiatiques genrées et des constats réalisés dans le cadre de cette étude, nous énonçons donc quelques éléments qu'il nous apparait important de considérer et d'intégrer dans une politique éditoriale soucieuse de présenter des textes qui ne contribuent pas à reproduire des inégalités de genre.

• La mention du sexe ou de la race

S'il faut généralement **éviter les mentions au sexe ou à la race de la personne,** il serait important de préciser dans quels contextes ces mentions pourraient s'avérer acceptables. Par exemple, le guide du Toronto Star suggère que les références à la race ne devraient être faites que lorsque celles-ci sont pertinentes à l'histoire (comme dans le cas d'un.e suspect.e recherché.e) (Tolley, 2016).

De même, une réflexion portant sur les cas dans lesquels il est acceptable d'utiliser des formulations comme « la première femme » et sur les impacts de l'emploi de celles-ci sur les autres femmes pourrait s'avérer pertinente.

• Traitement égalitaire et risques de la personnalisation

Suivant les travaux d'Erin Tolley, un traitement égalitaire pourrait être plus facilement atteint si l'on s'arrêtait pour se demander si les éléments que les journalistes s'apprêtent à utiliser au moment de parler de groupes marginalisés seraient mentionnés s'il s'était agi d'un homme (blanc). **Ainsi, en se demandant, au moment de parler d'une femme politique** (comme le suggère James McCarten dans le The Canadian PressStylebook, 2013), si de tels éléments seraient mentionnés si on parlait d'un homme ou si la couverture de conflits serait la même si ceux-ci impliquaient un homme politique plutôt

qu'une femme politique, une part des stéréotypes de genre pourraient être évités. Par exemple, dans le cas d'Arielle Grenier, il est probable que les qualificatifs « jeune rouquin » ou « joli rouquin » n'auraient pas été employés s'il s'était agi d'un homme politique.

Dans les journaux étudiants, la personnalisation s'est d'ailleurs révélée être un processus propice à la production de représentations médiatiques genrées. Une **sensibilisation à l'égard des risques de la personnalisation** pourrait être réalisée auprès des journalistes étudiant.e.s. De plus, parmi les mesures pouvant être adoptées, soulignons une démarche du *Zone Campus* qui semble avoir contribué à produire un cadrage non genré et dépersonnalisé, soit le fait de désigner les représentant.e.s étudiant.e.s par leur poste (par exemple, la présidence) plutôt que par leur nom. Cette technique contribue à mettre une distance entre les actions réalisées dans le cadre de fonctions d'exécutant.e.s et la personne. Nous croyons également que ce cadrage pourrait contribuer à briser l'idée de l'homme comme modèle de la personne politique idéale.

Nous soulignons toutefois qu'une réelle attention à ces éléments n'est possible que si les journalistes possèdent une compréhension systémique des enjeux d'égalité et des stéréotypes de genre, compréhension qui pourrait être transmise par le biais de la formation. **Travailler sur une compréhension systémique des enjeux** devrait donc être un objectif constant pour les journalistes.

• Égalité des sources et des intervenant.e.s

Comme nous l'avons constaté en comparant le nombre d'unités de sens traitant de femmes politiques et d'hommes politiques, les hommes sont plus souvent représentés dans les journaux étudiants. S'il est vrai que les journalistes doivent tenir compte du ratio femmes/hommes parmi les personnes élues lorsqu'elles et ils souhaitent aborder la politique, une **sensibilité à l'égard de la place occupée par les femmes dans les médias** pourrait tout de même être observée. Celle-ci peut se manifester de différentes façons : inciter les journalistes à percevoir les personnes politiques sous un angle différent de celui auquel leur genre les associe traditionnellement ; chercher à obtenir un équilibre femmes/hommes (et diversité raciale) au moment d'interroger des spécialistes ; etc.

• Diversité au sein de l'équipe journalistique

Par ailleurs, une plus **grande diversité dans la salle de nouvelles** pourrait avoir un impact sur la diminution de la production de stéréotypes au sujet de la diversité des personnes dans la société (genre, race, orientation sexuelle). De même, une **attention à former une équipe journalistique paritaire** pourrait être portée. Cette mesure ne devrait pas constituer une fin en soi, puisqu'elle ne permettrait pas forcément d'enrayer tous les jugements genrés préalables que les femmes et les hommes journalistes possèdent déjà.

• Rédaction épicène et doublets abrégés

Dans la même lignée, **l'adoption de la rédaction épicène,** qui consiste à employer des appellations au féminin à côté des appellations au masculin, à abandonner progressivement le masculin générique (c'est-à-dire qui englobe les deux genres) et à offrir une égale représentation des femmes et des hommes dans le texte. (Office québécois de la langue française, 2018), pourrait être adoptée.

Lorsque, l'espace est restreint, l'Office québécois de la langue française (OQLF) recommande d'ailleurs l'emploi des doublets abrégés plutôt que l'emploi du masculin générique. La section « Féminisation et rédaction épicène » de la *Banque de dépannage linguistique,* un outil de l'OQLF, offre de bonnes balises pour les personnes qui souhaitent rédiger de façon épicène.

8. Références

Toutes les références de ce document sont disponibles en version complète dans le rapport *La politique vue par les journaux étudiants universitaires québécois : des représentations genrées équilibrées.*

CONCLUSION

En définitive, les études présentées ici comblent un vide dans la littérature qui traite des représentations médiatiques des femmes politiques. Elles permettent de vérifier, d'une part, si les constats des recherches précédentes sur l'image médiatique des femmes s'appliquent aux politiciennes du milieu municipal et, d'autre part, si le traitement médiatique relevé dans la littérature est reproduit au sein des médias universitaires.

En effet, le palier municipal étant constitué de plus de 8 000 postes électifs qui jouent un rôle déterminant et de proximité au sein de leurs communautés, il s'avérait important de s'attarder à l'image médiatique des candidates municipales. En outre, les médias universitaires représentent des lieux de formation et de développement de compétences pour la majorité des journalistes qui investissent par la suite les médias traditionnels et communautaires. Une analyse de cette relève journalistique apparaissait donc fondamentale dans l'examen des pratiques médiatiques de représentation des femmes politiques.

En somme, ces études complémentaires dessinent un portrait nuancé des pratiques et des messages véhiculés par les médias. D'abord, *Les représentations médiatiques des femmes aux élections municipales* a démontré que l'espace médiatique occupé par les candidats est disproportionné par rapport à celui occupé par les candidates et que, malgré plusieurs représentations plus équilibrées, les représentations médiatiques de ces dernières ont souvent contribué à reproduire certains stéréotypes de genre et à perpétuer des attentes différenciées envers les candidates et les candidats. Puis, *La politique vue par les journaux étudiants universitaires québécois : des représentations genrées équilibrées* a permis de faire le constat que le genre influence peu la couverture faite par les médias étudiants, à l'exception de certaines représentations de leadership, qui reproduisent des attentes stéréotypées envers les femmes, et de certains cas de personnalisation plus accentuée des conflits interpelant des femmes politiques.

Sur la base de ces résultats probants, les partenaires du projet travailleront à établir un dialogue avec le milieu journalistique quant aux pratiques médiatiques de représentation des femmes et chercheront à identifier des pistes de solution pour un traitement neutre et égalitaire des femmes qui participent à la vie politique de leur communauté.

PLUS DE FEMMES EN POLITIQUE ?

Les médias et les instances municipales, des acteurs clés !

Ces études sont financées dans le cadre du Programme
de promotion de la femme de Condition féminine Canada

Condition féminine Canada
Status of Women Canada