



QUELLE PLACE POUR LES FEMMES DANS LA PRESSE ÉCRITE MAROCAINE?

CAS DES JOURNAUX : *LE MATIN, L'OPINION ET AUJOURD'HUI LE MAROC*

¿Qué papel desempeñan las mujeres en la prensa escrita marroquí? El caso de los periódicos:
Le matin, L'opinion y Aujourd'hui Le Maroc

AYMEN NASSIF / HABIBI HASSAN

Université Hassan II de Casablanca

Fecha de recepción: 24 de marzo de 2024

Fecha de aceptación: 15 de julio de 2024

NASSIF, Aymen / HASSAN, Habibi (2024). «Quelle place pour les femmes dans la presse écrite marocaine? Cas des journaux : *Le matin, L'opinion et Aujourd'hui Le Maroc*». Filanderas. Revista Interdisciplinar de Estudios Feministas (9), 7-25.

RESUME

Depuis son indépendance à ce jour, le Maroc a fait d'énormes avancées en matière d'égalité femme et homme. Il est incontestable qu'il existe une volonté sans équivoque qui plaide pour la cause féminine et l'amélioration de sa condition. Toutefois, les médias qui jouent le rôle d'informer, de sensibiliser, et de façonner l'opinion publique, continuent de véhiculer des représentations genrées contradictoires et limitantes. Dans ce contexte, nous nous sommes intéressés à la présence des femmes dans la presse écrite d'abord en tant que journaliste, mais aussi en tant que sujet de la couverture médiatique. Dans un premier temps, l'article explore l'influence du genre sur les pratiques professionnelles des journalistes et la distribution des rôles dans les agences de presse. La réflexion porte ensuite sur le déséquilibre de couverture entre les femmes et les hommes dans les articles de presse, et le cantonnement des représentations du féminin dans des domaines spécifiques. L'étude tend enfin à pointer du doigt les stéréotypes et clichés du genre véhiculés à travers ce canal médiatique.

Mots-cles

Genre, presse écrite, place des femmes journalistes, représentations, couverture médiatique.

RESUMEN

Desde su independencia hasta la fecha, Marruecos ha logrado avances considerables en materia de

igualdad de género. Es innegable que existe una voluntad clara que aboga por la causa de las mujeres y la mejora de su condición. Sin embargo, los medios de comunicación, que juegan un papel crucial en la información, la sensibilización y la formación de la opinión pública, continúan transmitiendo representaciones de género contradictorias y limitantes. En este contexto, nos hemos interesado por la presencia de las mujeres en la prensa escrita, primero como periodistas y luego como tema de la cobertura mediática. En primer lugar, el artículo explora la influencia del género en las prácticas profesionales de las periodistas y la distribución de roles en las empresas de prensa. Posteriormente, la reflexión se centra en el desequilibrio de cobertura entre hombres y mujeres en los artículos de prensa, y en la relegación de las representaciones femeninas a áreas específicas. Por último, el estudio pretende señalar los estereotipos y clichés de género que se transmiten a través de este medio de comunicación.

Palabras clave

Género, prensa escrita, papel de las mujeres periodistas, representaciones, cobertura mediática.

INTRODUCTION

Depuis au moins une vingtaine d'année, le royaume du Maroc a engagé de nombreuses mesures au niveau des politiques publiques en vue de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans plusieurs secteurs. N'y a-t-on pas vu la création de l'Autorité de la Parité et de Lutte contre la Discrimination à l'égard des femmes (APALD) initié par la réforme constitutionnelle de 2011 ? Le lancement du Programme National Intégré d'Autonomisation Économique des Femmes à l'horizon 2030 ? La création de la plateforme «Morocco4Diversity» pour une meilleure insertion des femmes dans le marché du travail ? Et plus récemment le projet de révision du Code de la Famille ?... Enfin tant d'initiatives qui émanent aussi bien de la plus Haute autorité du pays que du secteur privé dans le but de renforcer l'autonomisation des femmes et la promotion de leur statut social.

Dans cette optique, les médias, miroir, s'il en est, des transformations sociales, ont connu également une féminisation progressive. Certes, nous manquons de statistiques actualisées, néanmoins, selon le dernier rapport du Conseil National de la Presse paru en 2021, les journalistes femmes représentent environ 30 % des effectifs des corps médiatiques. En effet, il serait important de mentionner que l'investissement des femmes du secteur journalistique qui était jusque-là - à quelques exceptions près- un espace mono-sexe, est un fait qu'il serait injuste d'occulter. D'autant plus, il paraît qu'en termes de rémunération, celles-ci perçoivent un salaire moyen légèrement supérieur à

celui des hommes (10 389 DH contre 10 006 DH), soit une différence de 4%, d'après les chiffres du même rapport.

Sauf qu'à l'image des professions qui connaissent une insertion progressive des femmes, la féminisation du journalisme porte également son lot de résistances. La vision androcentrique qui définit la culture journalistique, s'oppose à la reconnaissance du savoir-faire des femmes, et la pratique du journalisme au féminin nécessite encore beaucoup d'efforts pour qu'elle soit reconnue et intégrée dans les sociétés maghrébines (Naji, 2006 : 3). Décidément, les effets des rapports sociaux de sexe vont au-delà des discriminations matériellement identifiables comme en témoignent l'inégalité de nombre ou les écarts de salaire. Car si la marginalisation ne se fait pas nécessairement au niveau du recrutement, elle prend d'autres formes plus sournoises. A la lecture des études¹ qui se sont penchées dessus, nous constatons que le journalisme semble s'engouffrer dans une dialectique contradictoire : Alors que le discours officiel prône une société égalitaire et une meilleure représentativité des femmes, en réalité, celles-ci se heurtent à des discriminations subtiles mettant en évidence une dichotomie entre les déclarations et la pratique quotidienne.

Dans la presse écrite en particulier, la représentation de la femme en tant que productrice de l'information, mais aussi en tant que sujette d'une couverture médiatique demeure un enjeu majeur. Si le journalisme exige vigilance, concentration maximale, déplacements, et surtout faire preuve d'endurance dans un métier dit *d'ennuis*, cet investissement est considéré comme le prix à payer pour se faire une place dans un milieu à forte dominante masculine, « *un prix que les femmes considèrent souvent trop élevé au regard de leur vie familiale* » (Lebel, 2012 : 25).

Afin de mieux comprendre les spécificités de la situation des femmes journalistes marocaines, il convient d'approfondir la distinction entre les notions de sexe et de genre. En étude sociologique, le sexe est une variable sociodémographique, comme l'âge, le niveau d'étude, et la catégorie socioprofessionnelle, il marque l'appartenance à une sous-population : Les hommes et les femmes (Clair 2012 : 14). Or, le genre est un concept à part entière qui étudie les rapports sociaux de sexe et leur évolution, montrant que les différences entre femme et homme sont le résultat d'une construction sociale (Érika et Emmanuel 2012 : 65). Mais encore, la socialisation différenciée des deux sexes qui reste un trait dominant dans différentes cultures sous-tend une hiérarchisation donnant le primat au sexe masculin notamment dans le monde du travail.

En effet, considéré le plus souvent comme non productif et moins important, le travail féminin qui se prolonge des tâches domestiques jusqu'au domaine public traduit le rapport de domination qui enferme les femmes dans une division inégalitaire du travail aux apparences naturelles. Ce système

1. (Elouahabi (2023), Conseil National de La Presse (2021), Lebel(2012), Ben Nablia(2011)).

d'exploitation appelé « Sexage » (Collette Guillaumin), ou patriarcat (Christine Delphy), se trouve renforcé par une batterie de stéréotypes qui associent le sexe féminin à des traits identitaires dévalorisants tels que : la fragilité, la sensibilité, la faiblesse... Tandis qu'au masculin revient des qualités plus valorisées socialement comme : Le courage, la protection, la force, etc. Ainsi, les représentations culturelles qui placent le sexe masculin au-dessus du féminin contribuent à la perpétuation des inégalités et justifient le paternalisme masculin indéfiniment.

D'entrée de jeu, nous précisons que l'objectif de cet article est double : D'une part, nous nous employons à étudier les rôles assignés aux femmes journalistes, tout en relevant les différences de fond qui distinguent les papiers des journalistes femmes de leurs pendants masculins. Et de l'autre, nous tâcherons d'analyser les représentations faites des femmes dans la couverture assurée par ce même média. Cela nous amène à poser les questions suivantes : Quel est le lien entre genre et répartition des journalistes femmes et hommes dans les rubriques d'un journal ? Comment les stéréotypes de genre influencent-ils cette répartition ? Quelle image véhicule-t-on des femmes dans la presse écrite ? Le présent article vise à apporter des éléments de réponses à ces questionnements, en s'invitant dans une lecture approfondie de trois titres de presse marocains. Ainsi, nous tenterons de se figurer la place réservée aux femmes mais aussi les logiques qui sous-tendent la division sexuelle de travail au sein des agences de presse.

10 De fait, les spécificités genrées peuvent être un facteur déterminant dans la production de l'information de multiples façons. Elles peuvent structurer différemment les rapports aux sources (Damian Gaillard *et al*, 2009 : 193), les angles de traitement de l'actualité, et la propension vers une thématique et pas une autre. Bien que ces tendances soient de plus en plus contestées, la corrélation entre les articles féminins et les thèmes qui ont trait à la « vie domestique », la maternité et la presse dite de « cœur » reste un fait marquant, loin d'être une particularité marocaine. Au reste, des travaux comme ceux d'Erik Neveu (2000) confirment cette tendance qui consiste à relier le sexe des journalistes à la façon de couvrir l'actualité et la répartition thématique qui en découle. De cette manière, si les hommes écrivent sur des sujets qui correspondent à leur genre traditionnel (le sport, la politique, la voiture...) aux femmes ira l'actualité de la mode, la santé publique, et l'éducation.

Conséquemment, le modèle binaire du genre opère une répartition du journal en des rubriques « masculines » prestigieuses qui sont : la politique, la finance, et le sport. Et des rubriques féminines de moindre valeur qui traitent des questions conjugales, de famille et de vie privée. Quoiqu'elles ne soient pas totalement absentes des rubriques qui ont un fort capital symbolique, il n'en demeure pas moins que leur présence est très réduite par rapport à leurs homologues masculins (Nicolas et Pauline, 2009 : 2). Cette division des compétences ne relève pas uniquement d'un pouvoir exercé par des institutions, mais elle existe également grâce à la prédisposition des femmes journalistes à jouer des rôles dictés par leur *habitus* social. En d'autres termes, les femmes incorporent des normes, des valeurs et des règles de conduite qui les conditionnent à adopter des comportements spécifiques.

L'autre aspect qui nous intéresse concerne les représentations des femmes dans les contenus médiatiques. De manière générale, l'image médiatique a souvent été associée aux stéréotypes définis comme des « images préconçues et figées, sommaires et tranchées, des choses et des êtres ». Ces images, que l'individu reçoit de son milieu social, « déterminent à un plus ou moins grand degré ses manières de penser, de sentir, d'agir » (Louis-Marie Morfaux, cité par Amossy 1989 :30). Ayant

le souci de l'intelligibilité, les journalistes ont tendance à recourir à ce genre de représentations simplistes qui permettent de rendre une information complexe venant de notre entourage plus facile à appréhender (Pierre et Nicolas 2005 : 142) Néanmoins, les stéréotypes ne sont jamais neutres, et participent dans la fabrique des normes sociales rigides catégorisant les femmes et les hommes dans un schéma binaire : Les femmes, définies par leur corps et leur sexe, sont assignées à des rôles mineurs, traditionnellement associés aux tâches domestiques et à la vie intérieure, tandis que les hommes, moins dévalués par la nature, se prévalent de leur statut de supériorité ontologique. Ainsi donc, la reproduction systémique des rôles stéréotypés conforte la hiérarchisation basée sur le genre, et contribue à naturaliser des inégalités profondément ancrées.

Nous ne prétendons nullement à la nouveauté de l'approche, car des travaux qui étudient les médias sous le prisme du genre sont nombreux, du discours, aux pratiques, en passant par les représentations et la parité dans les organes médiatiques, mais notre analyse est spécifique dans la mesure où elle traite d'un corpus particulier, en l'occurrence, la presse écrite francophone au Maroc.

Cherchant à quantifier et à qualifier la présence des femmes et leurs représentations dans la couverture médiatique, nous nous sommes appuyés sur le monitoring comme outil d'analyse. Ce dernier se fonde sur un ensemble d'indicateurs de genre qui permettent de dégager des signaux clairs quant à la situation des femmes et des hommes dans le paysage médiatique. Il convient de souligner que la méthode est inspirée du *Global Media Monitoring Project* (GMMP²) qui s'établit sur une échelle plus large, comparant les médias de plusieurs pays, et impliquant un grand nombre de chercheurs et de participants de par le monde.

La démarche consiste à éprouver l'ensemble des articles du corpus en quantifiant chaque élément à part avant de traduire les données textuelles et picturales en chiffres et en graphiques. Il est question de classer les articles selon leur nature d'abord, s'il s'agit d'un éditorial, une dépêche, une chronique, un reportage... afin de prendre conscience d'une éventuelle sous-représentation des femmes dans les différents genres journalistiques. Ensuite, il est question de spécifier ces articles en fonction du sexe de l'auteur, des sujets médiatisés, des personnes photographiées, et des intervenants. Lorsqu'un article ne distingue aucun élément de ces derniers, il est mis de côté puisque sans valeur ajoutée à notre étude.

A chaque fois qu'il est fait mention d'une personne dans un article, nous distinguons entre : Un portrait fait d'un homme ou d'une femme, un

POSTURE MÉTHODOLOGIQUE

11

2. Initié par les Nations Unies à Pékin lors de la quatrième Conférence mondiale sur les femmes en septembre 1995, le *Global Media Monitoring Project* (GMMP) est organisé chaque cinq ans dans l'objectif de se pencher sur la représentation des femmes et des hommes dans les médias d'information, en analysant leur présence respective, le sexisme et les stéréotypes qui persistent dans le contenu médiatique.

article décrivant les actes d'une personne, un représentant qui s'exprime au nom d'un organisme ou d'une institution, un expert dont on a sollicité l'avis, ou tout simplement un témoin qui vient raconter une expérience. Tous ces éléments sont comptabilisés et transformés en pourcentage d'un total afin de jauger la valeur accordée aux deux sexes dans chaque article.

Après avoir analysé quantitativement la présence des femmes dans notre corpus, il est essentiel de se pencher sur la dimension qualitative de cette représentation. Au-delà des chiffres, il s'agit d'étudier le discours médiatique sous le prisme du genre et les stéréotypes dont il est le principal amplificateur.

Ainsi, penser le genre en lien avec la presse, nous sommes d'aller au-delà de l'explicite, de la visibilité et la présence, pour se pencher sur le contenu et l'implicite des messages véhiculés.

Notre analyse qualitative procède de manière à trier les articles selon qu'ils constituent :

- 1) Des articles qui sont attentifs aux questions du genre.
- 2) Des articles qui renforcent les stéréotypes du genre soit par le contenu, soit par l'illustration.
- 3) Des articles qui ont manqué une occasion pour rappeler les inégalités du genre.

Cette démarche permet d'affiner les représentations des hommes et des femmes dans l'information en se focalisant sur les articles qui consolident les stéréotypes genrés et ceux qui les combattent.

12

CORPUS

Nous avons constitué notre corpus à partir de trois journaux imprimés qui ont une certaine notoriété dans la scène médiatique marocaine. Notre choix s'est porté sur les supports : *Le Matin*, *L'Opinion*, et *Aujourd'hui le Maroc*. Nous avons pris le soin de diversifier le statut des supports et fait en sorte de choisir un journal d'informations générales réputé pour être proche du pouvoir (*Le Matin*), un deuxième qui est de tendance partisane (*L'Opinion*), et un dernier qui fait partie de la presse privée dite « indépendante » (*Aujourd'hui le Maroc*). En recueillant les numéros de notre corpus, nous avons également tenu compte de la périodicité des publications. Il était question d'observer des parutions comparables et ne pas partir sur une analyse qui soit faussée d'avance par un déséquilibre numérique, d'où le choix de trois quotidiens.

Comme nous avons l'objectif de mobiliser une approche genrée dans l'analyse, notre choix a été motivé aussi par la volonté d'identifier le sexe des auteur(e)s derrière chaque article. De ce fait, nous avons sélectionné des supports où il est possible d'accéder à l'identité de l'auteur à travers la signature, la photo, ou bien l'ours du journal.

La recherche s'établit sur une semaine de publication, la semaine allant du 5 avril au 11 avril 2021. Nous avons délibérément opté pour une période qui ne fut influencée par aucun évènement de grande envergure ; le but étant d'éviter l'actualité qui suscite un grand tapage médiatique, chose qui aurait pu altérer les résultats d'une analyse qui se veut objective.

Par ailleurs, il est vrai qu'en travaillant sur une période relativement courte, l'analyse est susceptible d'être impactée par le contexte ou les aléas de la vie professionnelle au sein des trois agences. En effet, nous ne pourrions garantir la présence de tous les effectifs de chaque journal dans cette période. Il se pourrait bien que des journalistes n'aient pas publié cette semaine pour plusieurs raisons : absence, maladie, congé, travail sur le terrain... cependant les calculs sont fondés sur des moyennes générales qui font que l'impact contextuel reste minime.

L'échantillon est constitué de six numéros publiés par le journal *Le Matin*, et cinq numéros chacun pour *L'Opinion* et *Aujourd'hui le Maroc*. Ce déséquilibre revient à la stratégie de publication de chaque journal. La publication de plus chez *Le Matin* tient au fait qu'il diffuse un numéro le samedi pour couvrir la fin de la semaine, alors que les deux autres journaux se limitent à cinq numéros par semaine y compris ceux du week-end.

RÉSULTATS

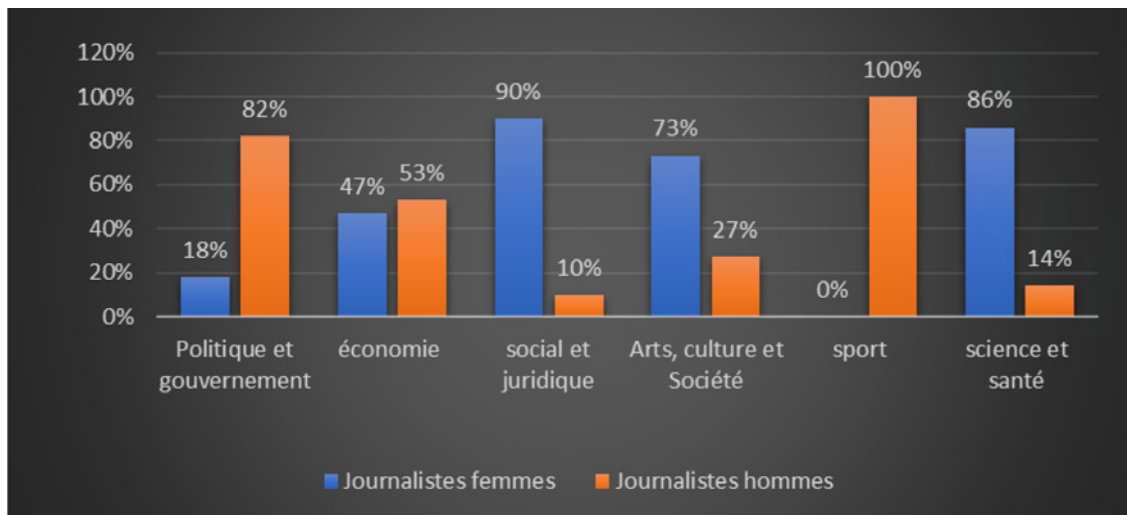
Pourcentage d'articles produits selon le sexe du journaliste

Articles selon le sexe des journalistes	Le Matin	L'Opinion	Aujourd'hui Le Maroc	Moyenne
Articles écrits par des femmes	8%	11%	8%	9%
Articles écrits par des hommes	27%	29%	18%	25%
Articles non signés ou écrits par la rédaction	65%	60%	74%	66%

Tableau n1 : Répartition de la production journalistique par sexe

Comme en témoigne les chiffres du tableau supra, nous nous figurons que la production masculine dans les trois publications est supérieure à celle des femmes. Le nombre d'articles écrits par des journalistes hommes représente en moyenne 25% contre une production féminine de 9% seulement. Ces chiffres sont à mettre en parallèle avec la proportion minoritaire des femmes dans les médias (30% comme nous l'avons signalé précédemment). Ainsi, la surreprésentation de la production masculine nous permet de lire l'essentiel de l'actualité à travers un prisme unique, très peu nuancée et focalisée sur des perspectives masculines qui réduisent la complexité des réalités sociales.

Etant donné que les trois supports ne suivent pas la même logique de rubricage, nous avons procédé à une classification par grand thème. Cette répartition a donné lieu à sept thématiques centrales : Politique et gouvernement, Economie, Science et santé, Société, Arts et Culture, Sports, Violence et Criminalité. Cette dernière sera exclue de l'analyse car l'absence des signatures dans les rubriques « Insolite » ou « Fait-divers » rend impossible l'identification de l'auteur.



14

Graphique n1 : Rubricage par sexe des journalistes

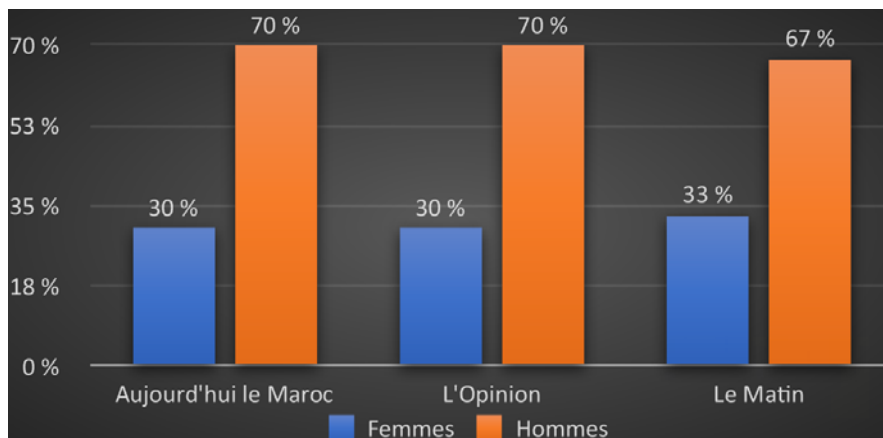
Au regard des chiffres ici présentés, les journalistes hommes dépassent allégrement leurs collègues féminins dans le traitement des sujets politiques et sportifs. Dès lors qu'il s'agit de couvrir l'actualité traitant de ces deux thèmes, les trois supports jettent leur dévolu sur la compétence masculine sans hésitation.

Les résultats se présentent ainsi : Seulement deux journalistes femmes sur dix (20%) se sont intéressées à l'actualité politique qui occupe les Unes des journaux et anime le débat public. En plus, nous soulignons qu'aucun article sportif n'a été signé d'une plume féminine dans l'ensemble du corpus. Ce constat est particulièrement frappant, compte tenu du poids de ces deux rubriques en termes d'attractivité des lecteurs. La sous-représentation des femmes dans la rubrique sportive notamment corrobore les conclusions de Delorme et Raul (2009) qui ont observé une répartition sexuée des sujets sportifs dans la presse française, avec une assignation des femmes à des sports considérés comme plus féminins touchant généralement peu de lectorat. De fait, quand la chasse gardée du journalisme sportif tolère les femmes, c'est uniquement pour couvrir un contenu mineur, des sports peu connus ou pratiqués majoritairement par des femmes. Nous y reviendrons plus loin.

Ainsi, par une espèce de mécanique qui reproduit inlassablement les mêmes rôles au sein des salles de rédaction, la question d'avoir un regard féminin sur l'actualité politique et sportive est rarement prise en compte. L'hégémonie masculine exercée dans ces microstructures et le cantonnement des femmes journalistes à traiter un contenu et pas l'autre révèle à quel point le sexe des journalistes pourrait être une variable déterminante dans les trajectoires professionnelles et les choix de carrière.

En revanche, dans les rubriques *Social et juridique*, *Arts, culture et société*, *science et santé*, Les chiffres affichent une domination féminine sans conteste. Cela dit, malgré la dominance des journalistes hommes dans la rubrique « économie » avec une production moyenne de 53%, il n'en demeure pas moins que la plume féminine est assez présente dans cette thématique avec un écart de 6 points de différence seulement. Quoiqu'encore loin d'atteindre l'idéal de la parité, cette avancée se révèle encourageante dans la pratique du journalisme économique.

Sexe des sujets de la couverture médiatique



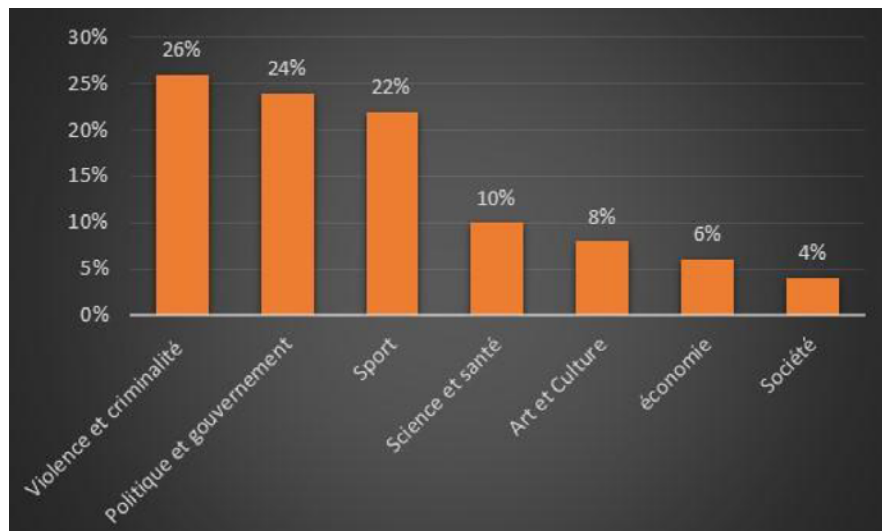
Graphique n2 : Prévalence des femmes et des hommes dans la couverture des trois supports

15

Les trois supports analysés tendent à mettre l'actualité traitant des sujets masculins au sommet de leur priorité. Qu'il s'agisse de faits d'actualité, de portraits, ou de récits personnels, près des deux tiers de la couverture médiatique est consacrée aux hommes sur la période étudiée. Sur ce point, aucune différence notable entre les différents journaux ; ils s'accordent tous les trois à consacrer le plus grand de l'information au traitement des sujets qui touchent principalement aux hommes. Or, changer les perceptions qu'on a des rôles sociaux des femmes passe inéluctablement par une médiatisation équitable. Cette sous-représentation contribue de facto à l'invisibilisation du travail féminin dans différents domaines de la vie.

Répartition des sujets des deux sexes par thème

En répartissant par thème les sujets de la couverture médiatique, il apparaît clairement que les hommes sont surreprésentés dans le registre de « la violence et la criminalité », représentant à eux seuls 26% de l'ensemble des sept rubriques. L'association entre masculinité et violence n'est pas surprenante. Au Maroc comme dans d'autres pays, les faits-divers des crimes masculins sont fréquemment rapportés par les médias. Du point de vue du genre, les normes de masculinités sont largement influencées par des facteurs sociaux qui astreignent les hommes à se conformer aux attentes



Graphique n3 : Répartition thématique des sujets hommes dans les trois supports

16

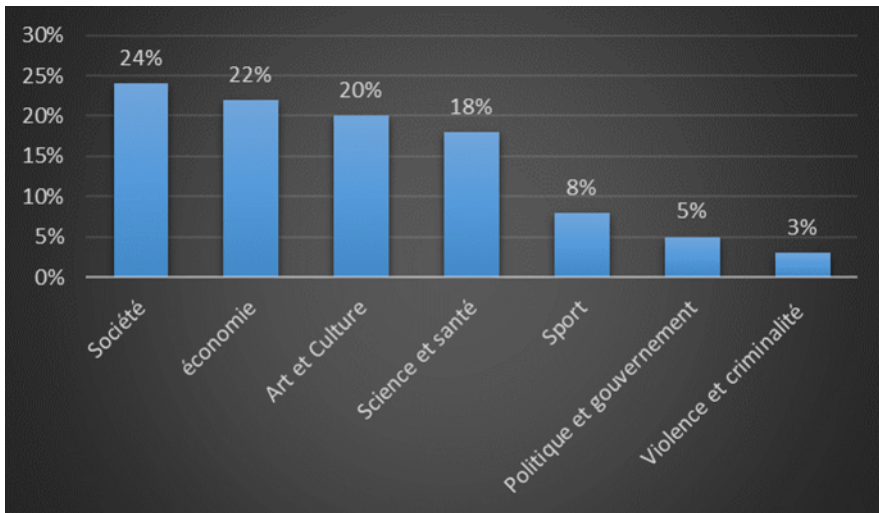
sociales, en ce sens que la violence est perçue comme l'une des caractéristiques typiques du masculin. En attribuant à la masculinité une valeur supérieure, les sociétés ont souvent associé cette dernière à des qualités telles que la force, l'agressivité, la domination, qui sont souvent liées à des comportements violents. La violence devient alors un moyen d'affirmer sa masculinité. Par ailleurs, au-delà du codage purement quantitatif du GMMP, les chercheuses Julliard et Olivesi (2012), observent une hiérarchisation genrée qui présente, le plus souvent, les hommes comme des sujets actifs quand bien même ils seraient les victimes d'un crime, tandis que les femmes, décrites à partir de leur faiblesse biologique, comme des sujets passifs.

En ce qui concerne les autres rubriques, les hommes sont également plus présents dans les nouvelles politiques (24 %), et sportives (22 %). Avec « violence et criminalité », ces trois thèmes se partagent la visibilité des sujets masculins de façon assez homogène. *A contrario*, ils sont peu représentés dans les thématiques de société (4%), d'économie (6%), d'arts et culture (8%), et de science et santé (10 %).

Au rebours, ce sont les femmes qui étaient plus représentées dans ces derniers thèmes. La corrélation entre femmes et sujets de société surtout relève d'une perspective genrée qui relie systématiquement les femmes à des thématiques de la vie privée : l'enfant, la famille, le foyer... c'est à dire des domaines que la société leur assigne de par leur nature de femme. De fait, les représentations du féminin dans les contenus journalistiques restent imprégnées des référents culturels qui confinent les femmes dans des rôles traditionnels (Lebel, 2012 : 12).

Pour mieux comprendre ce lien entre l'association des femmes et des hommes à des thématiques précises dans l'actualité, il est utile de revenir brièvement sur le concept de « valence différentielle des sexes » développé par

Répartition des sujets femmes par thème



Graphique n4 : Répartition thématique des sujets femmes dans les trois supports

Françoise Héritier. Dans le sillage des travaux de Claude Lévi-Strauss, Héritier nous explique que les déterminismes biologiques ont opéré une hiérarchie et une catégorisation binaire entre les deux sexes, donnant lieu ainsi à des domaines masculins et des domaines féminins. Cette bipartition est ensuite culturellement entretenue et renforcée par des systèmes de valeurs et de représentations dont les médias façonnent et renforcent continuellement.

17

Image des deux sexes dans les nouvelles

	Le Matin	L'Opinion	Aujourd'hui Le Maroc	Moyenne
Femme	27%	16%	33%	25%
Homme	71%	82%	65%	73%
Mixte	2%	3%	2%	2%

Tableau n2 : Pourcentage des images des deux sexes dans les trois supports

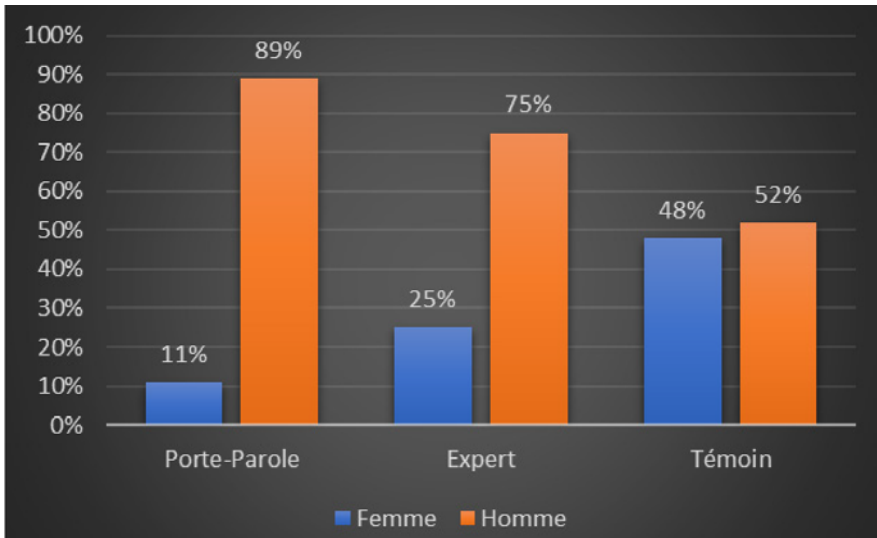
La représentation picturale des deux sexes reflète une dominance patente des hommes sur les femmes dans les trois supports. La moyenne des images publiées reste majoritaire pour les hommes environ 73%, alors que les femmes photographiées ne dépassent pas 33% dans le meilleur des cas. L'utilisation de la photo dans les journaux tient une place très importante dans la mesure où c'est le premier élément qui retient l'attention du lecteur. Puisque les hommes étaient plus nombreux à être médiatisés d'après les résultats précédents, à l'évidence leur représentation imagée était majoritaire ajoutant à l'invisibilisation des femmes tant dans les contenus textuels que ceux picturaux.

Répartition par sexe selon la nature des intervenants

Pour prendre la mesure du poids de la présence des femmes dans les journaux en tant que source des nouvelles, nous avons comptabilisé le nombre des porte-paroles, des experts et des témoins dans chaque article en

distinguant leur sexe et la nature de leur intervention. Par porte-parole, nous entendons toute personne qui s'est exprimée dans un article au nom d'un organisme ou une institution dont il est le représentant. Nous considérons comme expert, une personne à qui le journaliste attribue un savoir objectif et scientifique faisant usage ainsi d'un argument d'autorité qui atteste de la fiabilité de l'information. Enfin, nous entendons par témoin une personne dont le discours subjectif pourrait prendre la forme d'un témoignage oculaire, d'une expérience vécue ou d'une opinion personnelle.

18



Graphique n5 : Prévalence de la nature des interventions par sexe

D'après le graphique ci-dessus, les femmes représentent 48% des personnes visibles sollicitées pour témoigner, leur expertise est sous-représentée : elles sont consultées en tant qu'expertes dans seulement 25% des cas, contre 75% pour les hommes. Cette disparité est encore plus marquée lorsqu'il s'agit de prendre la parole en tant que porte-parole : les femmes ne représentent alors que 11% des intervenants, contre 89% pour les hommes. Ces données mettent en évidence une persistance des inégalités de genre dans la prise de parole publique, avec une minorisation significative de la voix féminine. Au demeurant, il apparaît clairement que l'expertise des femmes est sous-valorisée et que leur légitimité à s'exprimer en tant qu'autorités est remise en question.

L'architecture rédactionnelle dans tout journal obéit à un canevas et une structure réfléchi. Toutes les pages d'un journal n'ont pas le même impact visuel sur les lecteurs. Qu'un article soit publié à gauche ou à droite, en haut ou en dessous du pli, dans les pages paires ou impaires, cela est fonction de l'importance de l'article mais aussi du poids de son auteur.

DISPOSITION DES ARTICLES

La pratique révèle souvent un équilibre délicat entre les impératifs de l'actualité et ceux, plus subtils, liés au genre et à l'auteur. En effet, en analysant le positionnement des articles, nous constatons que la maquette éditoriale obéit plutôt à une logique de mise en avant des événements les plus marquants. Toutefois, dans les pages sportives notamment, lorsqu'un article traite du même thème mais qu'il est séparé en fonction s'il s'agit de disciplines masculines ou féminines ; automatiquement, ce sont ces premières qui sont mis en saillance. Autrement dit, la rédaction choisit de placer délibérément les articles traitant des hommes en haut de la page, leur accordant plus de visibilité et d'espace, et ceux des femmes en dessous avec moins de visibilité. Nous citons à titre d'exemple les articles suivants :

« Bons résultats des basketteurs (CODM) » (*L'Opinion*, 08 avril 2021, p22) et « Belle performance des basketteuses Meknassies » (*L'Opinion*, 08 avril 2021, p22)

« La finale du Masters 1000 de Miami a connu une empoignade entre deux joueurs de la nouvelle génération en l'absence du « Big 3 » » (*L'Opinion* 07 avril, 2021, p21) et « Andreescu se fait rassurante » (*L'Opinion* 07 avril, 2021 p21)

« Pêche sportive : Un fort potentiel touristique en quête de développement » (*Le Matin*, 07 avril 2021, p15) et « Association 8 mars : La pêche sportive au féminin » (*Le Matin*, 07 avril 2021, p15)

19

Cette hiérarchisation des articles sportifs répond à une logique commerciale évidente : les sports masculins, plus populaires, sont mis en avant pour maximiser les ventes auprès d'un public majoritairement masculin.

D'un autre côté, à part les éditoriaux « Invisibles » (Ben Mansour, *Aujourd'hui le Maroc*, Mardi 6 avril 2021, La Une) et « Elections 2021 : le défi de la parité » (Jafri, *L'Opinion*, Jeudi 08 avril 2021, la Une), tous les articles traitant de sujets féminins sont positionnés dans des rubriques qui se situent généralement à partir de la 12 -ème ou 13 -ème page (c'est souvent les pages où commencent les rubriques Société ou Arts et Culture). L'ordre de ces rubriques est loin d'être fortuit. Ce sont les responsables aux manettes des rédactions qui décident de l'importance relative qu'ils accordent à chaque sujet. Pour cette raison, la place reculée que l'on dédie à l'actualité abordant les femmes, revient au fait que celles-ci sont très peu représentées dans les thèmes les plus pesants, à savoir la politique ou l'actualité internationale qui occupent souvent la surface rédactionnelle des premières pages d'un journal.

En se penchant sur l'analyse des éditoriaux, nous avons observé que l'écriture éditorialiste a été réservée exclusivement soit aux directeurs de la publication, soit aux chefs de la rédaction, qui sont dans les deux cas de figure des journalistes hommes. Dans la même veine, la voix masculine s'impose sans partage pour ainsi dire dans les articles qui appartiennent à la catégorie du commentaire (le billet, la critique, la carte blanche...) considérés comme la vitrine idéologique d'un journal.

Si les journalistes hommes ont plus de latitude en matière de choix des sujets et de manières de les aborder, les femmes, en revanche, se trouvent cantonné dans d'étroites limites ; leur faible production d'articles d'opinion, les réduit à écrire des textes à visée informative qui se limitent à rapporter des faits. Dans l'ensemble du corpus analysé, cela apparait en particulier dans la forme

énonciative des articles : Le tissage du discours propre et celui rapporté était plus présent dans les écrits des femmes, notamment sous la forme du discours direct où l'auteur *s'efface* complètement derrière l'énoncé externe. Le recours à cette forme d'imbrication discursif est un choix qui pourrait être interprété de différentes manières : D'abord, le genre informatif impose une certaine neutralité apparente, mais aussi parce que les attentes professionnelles envers les femmes les somment de mettre en service leurs qualités d'écoute et d'empathie, plutôt que d'interprétation et de commentaire de l'actualité. « Ces stéréotypes proviennent souvent d'une liaison qui est établie entre les métiers et les qualités nécessaires pour y réussir : réussir dans un métier dit masculin nécessiterait des qualités « masculines », et réussir dans un métier dit féminin nécessiterait des qualités « féminines » » (Crisanta-Alina et Bernard 2013 : 84).

De cette façon, les contraintes du genre informatif, positionne les femmes journalistes dans le rôle de relais de l'information et leur prive d'une part de lectorat, à la recherche d'une analyse approfondie, critique, qui stimule la réflexion et le débat social.

20

En passant en revue les différents numéros des supports étudiés, nous comptons sept articles au total qui ont accordé une attention particulière aux questions du genre. Dans l'ensemble, le genre est traité dans une variété de sujets liés à l'égalité femmes-hommes, tels que la représentation des femmes dans les espaces de décision, leur participation économique, les stéréotypes de genre et les initiatives visant à promouvoir l'égalité.

Au fond, ces articles renvoient dos à dos le retard du Maroc en matière d'égalité des sexes en se basant sur des données statistiques et en comparant la situation du pays à celle d'autres nations, et les stéréotypes persistants qui limitent les opportunités des femmes et minimisent leur contribution à la société.

Cependant, quand bien même les articles plaident pour les questions du genre et la cause féminine, nous remarquons que le style journalistique des hommes contraste avec celui des femmes. Selon Lavie et Leman-Wilzig (Traduit de l'anglais, 2003 : 8) « [...] Les articles de presse sont souvent écrits en termes de triomphe ou d'échec, de controverse et de conflits – un style agressif plus caractéristique des hommes, comparé à l'approche féminine qui met l'accent sur la coordination, l'harmonie et l'appartenance à une communauté. » Nous pourrions le constater, d'ailleurs, à travers les champs lexicaux et les catégories sémantiques déployées par les uns et les autres. Sans tomber dans l'essentialisme discursif, il nous semble pertinent de s'arrêter sur le vocabulaire employé pour caractériser les deux

CLASSIFICATION DES ARTICLES SELON LA POSITION VIS-À-VIS DU GENRE

Articles attentifs aux questions du genre

sexes : Les champs lexicaux et les réseaux sémantiques peuvent nous dire long sur l'implicite des messages médiatiques qui paraissent à première vue neutres.

Typiquement, les articles signés par des hommes s'imprègnent d'un champ lexical de l'action et du travail, tandis que celui des femmes reprend le vocabulaire lié au domaine du *care* et de l'accompagnement social. Il serait fastidieux d'en faire une liste exhaustive, mais pour en prendre la mesure, citons-on quelques exemples :

(Travailler – marché de travail- activement-l'emploi- exerce-activité-crée-tâches- corvée – mission – actives- force de travail.) « Invisibles » (Saad Ben Mansour, Aujourd'hui le Maroc, Mardi 6 avril 2021, La Une)

(Prochaines échéances prometteuses, accroître, promouvoir, réussite, engagement, volontarisme, émerger) « Elections 2021 : le défi de la parité » (Saad Jafri, L'Opinion, Jeudi 08 avril 2021, la Une)

(Délaissement, abandonnées, rejetées, marge, blessure, abandonnique, précarité, monoparentalité, vulnérabilité, grand soin, lien social, réparation, résilience, accompagner, santé, éducation...) SOS Villages d'Enfants lance le programme « Agir pour une amélioration de la protection sociale » (Souad Badri, Le Matin, Lundi 5 avril 2021, p16)

Ainsi donc, l'utilisation des registres spécifiques par les hommes et femmes met en évidence une construction genrée du discours médiatique qui se traduit par un langage différencié. Une écriture qui neutralise ainsi les différences de genre n'est pas tout à fait acquise, et les journalistes ne se dépouillent pas complètement de leur identité en vertu de l'objectivité souhaitée. Bien que cette distinction ne soit pas absolue et ne concerne que le corpus étudié, il nous paraît important de la signaler.

A ce niveau, nous enregistrons la présence de deux articles qui viennent renforcer les stéréotypes de genre en utilisant des illustrations qui confirment les représentations traditionnelles des rôles hommes-femmes. Dans le premier³, le journaliste Abdelillah Channaje précise que l'effondrement de l'économie marocaine en raison de la crise sanitaire a aggravé le chômage des jeunes et des femmes en particulier. Parmi les recommandations du rapport, une insertion plus élevée des femmes au marché du travail (à hauteur de 17,8% au troisième trimestre 2020) pourrait contribuer à accroître le potentiel de croissance économique du pays.

Pourtant, en observant l'illustration accompagnant cet article, nous nous sommes interrogés sur le message que le journal souhaite transmettre en présentant des ouvrières dans un atelier de textile, formant des lignes

Articles et illustrations qui renforcent les stéréotypes du genre

3. « Les perspectives stables de Standard and Poor's pour l'économie nationale » (Abdelillah Channaje, L'Opinion, Mardi 6 Avril 2021, p6).

de production. Nous signalons que l'image n'est accompagnée d'aucune légende permettant une précision ou un ancrage de sens chez le lecteur.



22

Le recours à ce genre d'illustration renforce le stéréotype du travail féminin qui ne peut être pensé en dehors des schémas classiques des unités de production de textile ou d'agriculture. Ainsi, s'installe chez le lecteur l'idée que la participation des femmes pour rattraper le retard économique, devrait se faire essentiellement en les exposant aux conditions dégradantes des travailleuses de textile ou des fonctions similaires. Ce genre d'illustration entretient cette croyance erronée, mise en évidence depuis les travaux pionniers sur le travail des femmes 1970-1980, qui consiste à réduire ces dernières à leurs supposés qualités naturelles, en les assignant à des tâches répétitives, des plus pénibles et des moins rémunérées. (Claire 2012 : 21)

Le deuxième titre⁴, quant à lui, est un interview retranscrit, dans lequel la coach et conférencière Malgorzata Saadani s'est confiée au journal *Le Matin* pour donner son avis sur le sujet du « management autoritaire », ses avantages et ses inconvénients, ainsi que la différence entre autorité et autoritarisme. L'image accompagnant cet article nous a interpellé, car elle consacre un autre stéréotype qui laisse entendre que masculinité et autoritarisme ont partie liée.



4. « Oui, le management autoritaire aurait aussi des avantages ! » (Nabila Bakkas, *Le Matin*, Jeudi 08 avril 2021, p10)

L'expression du pouvoir masculin est ainsi incarnée dans l'image du patron autoritaire devant ses subalternes. La photographie représente un homme imposant dont la physionomie grave et la gestuelle tranchante témoignent d'une autorité hypertrophiée. Son haut-parleur à la main et sa façon de tonner des ordres est une image que l'on pourrait assimiler au patriarche borné dont la parole est irrévocable. Ainsi, pour un désir de simplification excessive, sans doute inconsciemment, la presse recourt à ce type d'image, qui consacre le stéréotype d'un masculin fort, violent et agressif. Par conséquence, les représentations que nous avons de la masculinité se maintiennent à travers une répétition d'images d'Épinal entretenues et véhiculées par les médias.

Occasions manquées sans référence au genre

Un seul article⁵ fut repéré dans cette catégorie. Dans ce dernier, la journaliste Souad Badri a abordé la question du télétravail et le changement qu'il a généré dans la vie professionnelle et privée des individus, cependant, elle a fait abstraction des rôles sociaux des sexes qui peuvent être redéfinis par cette nouvelle configuration. Effectivement, la journaliste a passé sous silence une dimension importante du sujet en évoquant l'épuisement généré par le télétravail sans faire référence au statut des femmes dans la sphère privée, qui peuvent être doublement pénalisées du fait qu'elles assument souvent l'essentiel des responsabilités ménagères. Partant, nous estimons que la journaliste a manqué une occasion propice pour mettre le doigt sur les responsabilités distinctes des femmes et des hommes au sein du ménage, et comment une grande partie du travail féminin demeure tapi dans l'ombre et non rétribuée à ce jour.

23

5. « Oui à l'équilibre vie professionnelle/ vie privée, et non à l'épuisement au travail » (Souad Badri, *Le Matin*, 05/04/2021. P13)

CONCLUSION

A l'issue de cette analyse, nous constatons que plusieurs freins se mettent au travers de la reconnaissance pleine et entière du journalisme au féminin, et qu'il reste encore du chemin à parcourir pour atteindre une représentation équitable et non stéréotypée des femmes. En effet, une fois chaussée, la paire de lunettes « genre » nous permet de démystifier des discriminations plus subtiles et plus profondes, révélant ainsi les mécanismes complexes qui sous-tendent les inégalités entre les hommes et les femmes.

Une des manifestations les plus visibles de ces discriminations est la division sexuelle du travail au sein des rédactions : qui opère de façon à enfermer les journalistes femmes dans un genre journalistique et des thèmes répétitifs considérés comme « féminins » tels que la société, la mode ou la culture, à l'heure où leurs homologues masculins bénéficient d'une plus grande liberté tant sur la forme que dans le choix des sujets abordés.

Comme le souligne Kergoat (2001), à l'origine de cette répartition des rôles une modulation historique et sociale qui assure « la captation par les hommes des fonctions à forte valeur sociale ajoutée (politiques, religieuses, militaires, etc.) » Autrement dit, la répartition sexuée des tâches au sein de la presse a pour fondement un construit social dont découlerait des pratiques inégalitaires.

Ces pratiques se nourrissent surtout d'un ensemble de stéréotypes genrés qui demeurent largement diffusés par les médias. Malgré les efforts consentis ces dernières années pour rendre plus positive l'image de la femme dans la société marocaine, notre analyse révèle que les stéréotypes persistent et s'adaptent, se glissant dans les interstices de discours aux allures progressistes. Concrètement, ces stéréotypes se sont manifestés dans notre corpus en associant la femme à des tâches manuelles, répétitives et peu qualifiées, renforçant l'idée d'un travail féminin moins valorisé, et l'homme, aux figures de pouvoir et d'autorité dans les postes de responsabilité au sein des entreprises.

En définitive, quoique nous avons soulevé une véritable prise de conscience concernant le statut des femmes reflétée par les trois supports analysés, il n'en reste pas moins qu'elles sont largement sous-représentées. La répartition inique qu'on leur accorde dans la surface rédactionnelle en tant que sources de l'information et sujets de l'actualité, doublée de la représentation stéréotypique constituent autant d'obstacles à une réelle représentation égalitaire.

24

BIBLIOGRAPHIE

- AMOSSY, Ruth (1989) « La notion de stéréotype dans la réflexion contemporaine » *Littérature*, 73, 29-46. DOI : <https://doi.org/10.3406/litt.1989.1473>
- CHEMARTIN, Pierre et DULAC, Nicolas (2005). « La femme et le type : le stéréotype comme vecteur narratif dans le cinéma des attractions. » *Cinémas*, 16(1), 139-161. DOI : <https://doi.org/10.7202/013054arCopied>
- CLAIR, Isabelle (2012). *Sociologie du genre*. Paris : Armand Colin.
- DAMIAN-GAILLARD Béatrice, FRISQUE Cégolène, SAITTA Eugénie (2009) « Le journalisme au prisme du genre : une problématique féconde » *Questions de communication*, 15 | 2009, 175-201. DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.544>
- DELORME Nicolas et RAUL Pauline (2009) « Production féminine et domination masculine dans le sous-champ de journalisme sportif ». *Congrès de l'Association française de sociologie*, 1-9. http://afsrt31.parisnanterre.fr/public/congres/2009/AFS_2009.pdf
- FLAHAULT, Érika, et JAURAND, Emmanuel. (2012). Genre, rapports sociaux de sexe, sexualités : une introduction. *ESO CNRS: Dossier genre*, 63-68.

- JULLIARD, Virginie et OLIVESI, Aurélie. (2011). « La presse écrite d'information : un média aveugle à la question du genre. Reconduction des stéréotypes et naturalisation des rapports de sexe. » *Sciences de la société*, (83), 36-53. DOI : <https://doi.org/10.4000/sds.2132>
- KERGOAT, Danièle (2001) « Division sexuelle du travail et rapports sociaux de sexe », in Bisilliat, Jeanne, et Christine Verschuur. *Genre et économie : un premier éclairage*. Genève : Graduate Institute Publications, 78-88. DOI : 10.4000/books.iheid.5419
- LAVIE Aliza, LEMAN-WILZIG Sam (2003) « Whose News? Does Gender Determine the Editorial Product? » *European Journal of Communication*, 18 (1), 5-29. DOI : <https://doi.org/10.1177/0267323103018001224>
- MAZILESCU, Crisanta-Alina et GANGLOFF, Bernard (2013). « Métiers, caractéristiques et valeurs sociales attribués à la masculinité et à la féminité. » *Psihologia Resurselor Umane*, 11(1), 83-91 <https://hal.parisnanterre.fr/hal-01693353>
- NEVEU, Erik (2000) « Le genre du journalisme. Des ambivalences de la féminisation d'une profession » *Politix*, vol. 13,179-212.

Rapports et études

25

- BEN NABLIA, Sahbi (2011). Femmes Et Médias Au Maghreb. Guide à l'intention de la société civile pour améliorer la représentation des femmes dans les médias au Maghreb. L'UNESCO pour l'Algérie, le Maroc, la Mauritanie et la Tunisie. Disponible dans : <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000214631>
- CONSEIL NATIONAL DE LA PRESSE (2021). Étude statistique sur la réalité des journalistes femmes et hommes marocains. Disponible dans : <https://cnp.press.ma/fr/resume-de-letude-sur-la-situation-des-journalistes-au-maroc/>
- ELOUAHABI LEMRINI, Amina (2023). Pour des médias libres de stéréotypes sexistes. Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA). Maroc. Disponible dans : <https://www.haca.ma/fr/node/3915/>
- LEBEL, Estelle (2012). Intégration de l'approche « genre » dans la formation au journalisme des pays du Maghreb. L'UNESCO pour l'Algérie, le Maroc, la Mauritanie et la Tunisie. Disponible dans : <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000217010>
- NAJI, Jamal Eddine (2006). Profession : Journalisme maghrébin au féminin. Vécu professionnel de la femme journaliste dans les cinq pays du Maghreb. L'UNESCO Rabat. Disponible dans : <http://www.abhatoo.net.ma/maalama-textuelle/developpement-economique-et-social/developpement-social/societe/femmes/profession-journalisme-maghreb-bin-au-feminin-vecu-professionnel-de-la-femme-journaliste-dans-les-cinq-pays-du-maghreb>