

ORDRE DE GENRE ET ONDES RADIO : LES FEMMES DANS LES MATINALES D'INFORMATION FRANÇAISES

Laetitia BISCARRAT¹, Lucie ALEXIS², Evi BASILE-COMMAILLE³,
Laure BEAULIEU⁴, David DOUKHAN⁵, Warda KHEMILAT⁶ et Rémi URO⁷

Conduite dans le cadre de l'édition 2020 du *Global Media Monitoring Project*, la contribution étudie la manière dont le genre se manifeste et organise le discours d'information radiophonique. La combinaison des méthodes quantitative et qualitative pour l'analyse d'un corpus de matinales françaises souligne une moindre visibilité des femmes, dans les nouvelles et parmi les professionnelles. Moins nombreuses, elles sont aussi minorées. Mais le travail de médiation journalistique ne se limite pas au maintien de rapports de genre inégalitaires. Dans le contexte post

-
- 1 Laetitia BISCARRAT est maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, LIRCES, Université Côte d'Azur.
 - 2 Lucie ALEXIS est maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, GRESEC, Université Grenoble Alpes.
 - 3 Evi BASILE-COMMAILLE est chercheuse postdoctorale en Sciences de l'Information et de la Communication, Laboratoire Communication et sociétés, Université Clermont Auvergne.
 - 4 Laure BEAULIEU est doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication au LABSIC, Université Paris 13 et au Centre Maurice Halbwachs.
 - 5 David DOUKHAN est chercheur en informatique à l'Institut national de l'audiovisuel.
 - 6 Warda KHEMILAT est doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication, LIRCES, Université Côte d'Azur.
 - 7 Rémi URO est doctorant en informatique, Institut national de l'audiovisuel, laboratoires LISN et LIUM.

#MeToo, il contribue également à une mise à l'agenda, dont les modalités sont ici mises au jour, des violences sexistes et sexuelles.

Depuis vingt-cinq ans, le *Global Media Monitoring Project*⁸ (GMMP), enquête de référence sur la place des femmes dans les médias d'information, mesure à intervalles réguliers la lente marche vers l'égalité entre les femmes et les hommes à l'échelle internationale. Le premier rapport (Mediawatch, 1995), présenté à l'occasion de la quatrième conférence mondiale pour les femmes de l'ONU en 1995, établit un constat inaugural : le monde médiatique est un monde d'hommes. Face à la sous-représentation des femmes dans les médias, la déclaration de Beijing intègre à sa plateforme d'action le rôle central des médias pour l'égalité.

Pour sa sixième édition, le matériau informationnel analysé inclut la presse papier et en ligne, la télévision, des fils Twitter de médias et la radio. Média de flux et de mobilité, la radio est depuis ses origines une ressource informationnelle centrale pour les audiences. Pourtant, elle demeure encore trop souvent le « parent pauvre de la recherche » (Jacquinot-Delaunay, 2008, p. 2) en France. En mettant l'accent sur la fabrique radiophonique du genre – entendu comme principe organisateur de l'asymétrie des rapports sociaux de sexe –, la présente contribution entend participer à la réflexion sur la dimension genrée de ce média. En effet, alors que la dyade « genre et médias » fait l'objet de nombreux travaux dans l'espace académique français, l'étude de la radio à l'aune du genre reste encore très largement à faire, un constat déjà formulé par Béatrice Donzelle et Anne-Caroline Fiévet (2016). Par ailleurs, l'étude vient plus largement alimenter la réflexion sur les méthodes d'indexation du genre à la radio, à l'instar du travail conduit dans le cadre du baromètre de la diversité et de l'égalité à la radio du CSA belge (2019).

Le médium radiophonique constitue un révélateur de la construction asymétrique des rapports de genre. Son « caractère indiciel » (Coulomb-Gully & Méadel, 2011, p. 30) participe de la production de matérialités vocales genrées, c'est-à-dire d'un « travail incessant de dressage des corps à travers lequel les structures de la domination sont somatisées, voire naturalisées » (Biscarrat *et al.*, 2022, p. 10). À cette dimension incorporée du genre s'ajoutent les caractéristiques discursives et énonciatives du discours radiophonique. Les lignes éditoriales

8 <https://whomakesthenews.org/> [consulté le 14/04/2022].

des stations et la « rhétorique du discours radiophonique » (Méadel, 1985, p. 106) contribuent à la production du matériau informationnel tout autant que du genre.

L'enquête du GMMP, dans son volet radiophonique, s'appuie sur un corpus d'une journée de matinales, renvoyant à des émissions diffusées à une heure de grande écoute. Leur déroulé est bien souvent « constitu[é] de séquences, qui sont elles-mêmes formées d'une multiplicité d'échanges, se définissent par une thématique spécifique, sont pilotées par un journaliste spécialisé (économie, météo, etc.), et sont gérées globalement par un animateur-journaliste » (Béal & Détrie, 2013). Les matinales retenues dans le cadre de l'étude, qui constituent le corpus de cet article, ont été sélectionnées selon des critères d'audience, d'aire de diffusion et de lignes éditoriales. Aux quatre principales radios nationales généralistes (Europe 1, RMC, RTL, France Inter) s'ajoutent trois radios nationales spécialisées (France Culture, France Info, BFM Business), deux radios régionales (France Bleu Azur, Hitwest). Pour l'édition 2020, ont été ajoutées une radio musicale avec décrochage local (NRJ), qui bénéficie d'une large audience parmi les publics jeunes, et une radio des Outremer (Guadeloupe la 1^{re}). La nécessité d'inclure des chaînes ultra-marines dans les analyses portant sur la place des femmes dans les médias a déjà été soulignée par la sénatrice de la Guadeloupe, Victoire Jasmin⁹. D'un point de vue scientifique, elle permet d'interroger la construction d'un corpus qui prétend à une certaine significativité à l'échelon national tout en interrogeant ses implicites en raison de sa « situation "périphérique", par rapport à un centre européen » (Idelson, 2013, p. 146).

La présente recherche montre que le médium radiophonique s'apparente à une « technologie de genre » (de Lauretis, 2007), c'est-à-dire qu'il participe à la construction de rapports femmes-hommes structurés en domination. Cet article reviendra dans un premier temps sur le rôle heuristique de l'articulation des méthodes d'enquêtes qualitatives et quantitatives pour l'étude d'un corpus radiophonique. Puis, il montrera en quoi le médium radiophonique construit et reproduit les constructions sociales du genre. Enfin, cette contribution pointera la focale sur le traitement des violences sexistes et sexuelles par les journalistes radiophoniques dans le contexte post #MeToo.

9 <http://www.senat.fr/rap/r19-614/r19-6146.html> [consulté le 31.03.2022].

1. La combinaison des méthodes quantitative et qualitative pour approcher la matérialité du genre à la radio

Dans le cadre de l'enquête GMMP, l'analyse des matinales d'information radiophonique combine production d'indicateurs chiffrés et analyses qualitatives. En effet, la volumétrie du matériau incite à l'approche quantitative, qui a le mérite d'objectiver avec force les inégalités femmes-hommes dans la perspective du féminisme institutionnel (Lamoureux, 2006). La date de captation du matériau analysé est commune aux 145 pays ayant participé à l'édition 2020, tout comme la méthodologie. « [L]'imposition d'une méthodologie transnationale » (Biscarrat *et al.*, 2017, p. 200) permet ainsi la comparaison. Une équipe de onze personnes, à laquelle les autrices·eurs de cet article ont contribué dans sa sixième édition pour la France, a effectué un travail d'annotation des matinales radiophoniques du 29 septembre 2020. Celui-ci est minutieux et chronophage puisqu'il s'agit, pour ce volet quantitatif de l'étude, d'identifier chaque rubrique et d'indexer son contenu au moyen d'une grille mobilisant un vocabulaire contrôlé d'environ 150 termes.

Pour cette édition, une activité d'ingénierie est venue soutenir ce travail manuel d'annotation de corpus. Il témoigne des « bricolages méthodologiques » (Lécossais & Quemener, 2018) à l'œuvre tout autant que de la pluridisciplinarité de l'équipe de recherche. La durée des matinales est généralement de l'ordre de plusieurs heures et les lecteurs multimédia classiques font perdre un temps précieux aux personnes en charge de l'analyse. Le système de transcription automatique du Laboratoire d'Informatique de l'Université du Mans (Tomashenko *et al.*, 2016) a été utilisé pour différencier les zones de parole et de musique au sein des documents sonores. Les transcriptions automatiques sont produites uniquement pour les zones de parole et regroupées en tours de parole et en groupes de souffle, définis comme des zones attribuées à une personne unique et des zones de parole comprises entre deux pauses. Les analyses résultantes ont été exportées vers le logiciel *open source* Transcriber (Barras *et al.*, 2001), qui permet de visualiser la forme d'onde du signal audio, alignée avec les transcriptions automatiques, les tours de parole, les groupes de souffle et leurs *time-codes* respectifs (fig. 1). L'interface procure ainsi un support visuel permettant de se repérer plus facilement dans le signal, relire des extraits courts et identifier rapidement les zones d'intérêt. La maturité technologique des systèmes de reconnaissance automatique de la parole et des locuteurs·rices ne garantit pas une fiabilité absolue, plus particulièrement

dans le cas des noms propres ou de la parole superposée, et une écoute manuelle des contenus reste nécessaire. Malgré ces limites, cette stratégie a été perçue comme un gain de temps considérable par les personnes impliquées dans les éditions précédentes du GMMP.

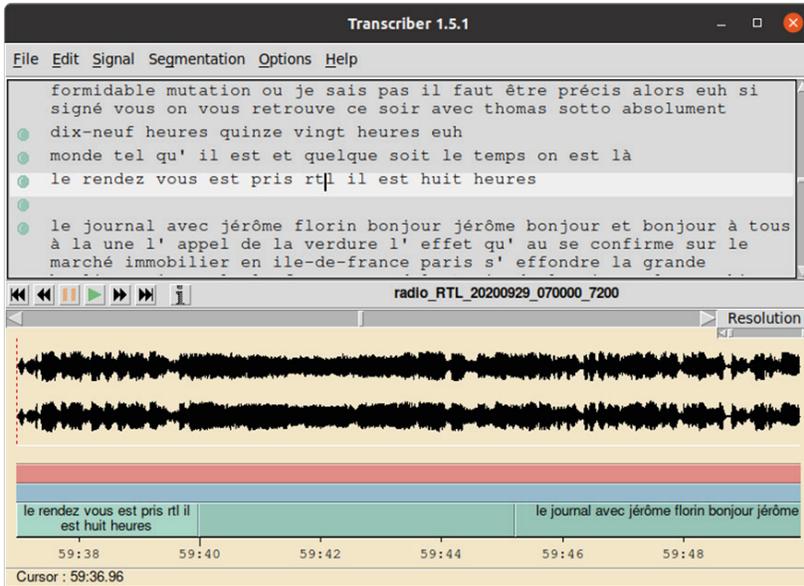


Figure 1. Visualisation de la transcription automatique d'une matinale dans le logiciel Transcriber

La grille d'annotation est quant à elle informatisée dans un format de tableur afin de faciliter la compilation des différents relevés et le calcul des éléments quantitatifs. La compilation automatique de ces grilles nécessite une rigueur dans le remplissage – la moindre faute de frappe vient fausser l'analyse. Pour pallier ce problème – et éviter aux codeurs·euses de devoir vérifier la taxonomie à chaque étape – des menus déroulants proposant la liste des codes ont été mis en place au sein du tableur.

Le second volet de la méthodologie du GMMP est qualitatif. Il s'agit d'approfondir des études de cas à partir d'une catégorisation permettant d'interroger les stéréotypes et la présence ou non d'une référence au genre. Si l'étude des stéréotypes de genre est souvent basée sur des méthodes plus inductives, elle procède dans le cadre du GMMP

d'une approche catégorielle caractéristique de l'analyse de contenu¹⁰. Ce choix s'explique par la dimension internationale de l'enquête, le souci d'homogénéisation méthodologique qui en découle, ainsi que la répétition, tous les cinq ans, des monitorages qui permet de se saisir de ces catégories comme autant d'hypothèses pour analyser les modalités de construction du genre dans le discours d'information radiophonique. Les reportages et sujets identifiés par cette entrée catégorielle ont ainsi fait l'objet d'une analyse fine du discours radiophonique dont nous rendons partiellement compte dans le cadre de cet article.

Les médias sont « performatifs, constructivistes et hyperréalistes » (Coulomb-Gully & Méadel, 2011, p. 25) : ils font exister le genre, construisent des rapports sociaux de sexe inégalitaires et mettent l'accent sur les rapports de domination à l'œuvre en minorant certains groupes sociaux au bénéfice d'autres. C'est en cela que la combinaison des méthodes quantitatives et qualitatives se révèle pertinente. Le recours à un essentialisme stratégique à des fins de comptage permet de mettre au jour les absences (et notamment la moindre présence féminine), mais aussi les assignations de genre (Damian Gaillard *et al.*, 2014) qui façonnent l'information.

L'usage des méthodes mixtes dans une perspective féministe opère un déplacement de la notion de paradigme vers celle de position qui permet d'échapper aux « guerres des paradigmes » (Anadón, 2019, p. 112). En effet, la critique féministe souligne la dimension androcentrée de la construction des savoirs tout autant que le caractère performatif et situé de leur production. Nous considérons que l'enquête GMMP est caractéristique de ces « postures paradigmatiques comprises comme synonyme de position » et comme « un type de recherche où la pensée et l'agir sont étroitement liés » (Anadón, 2019, p. 112). Plusieurs travaux (Coulomb-Gully & Méadel, 2011 ; Biscarrat *et al.*, 2017) témoignent d'ailleurs de ce souci de réflexivité et d'explicitation des cadres d'une enquête qui vise donc ici à la fois à décrire la matérialité du genre dans le discours d'information radiophonique, mais aussi à œuvrer pour davantage d'égalité entre les femmes et les hommes.

10 Laurence Bardin définit l'analyse de contenu comme un « ensemble de techniques d'analyse des communications utilisant des procédures systématiques et objectives de description du contenu des messages » (Bardin, 2016 [1977], p. 42).

2. Un discours d'information radiophonique structuré par des rapports de genre inégalitaires

Les indicateurs chiffrés produits dans le cadre de l'enquête sont formels : la radio est le plus déséquilibré des médias français. D'abord, on y trouve seulement 37 % de femmes journalistes, contre 40 % dans la presse et 52 % à la télévision. Les femmes sources ou sujettes – c'est-à-dire qui s'expriment ou dont il est question dans les contenus – sont clairement sous-représentées dans les nouvelles radiophoniques (26 %), tandis qu'elles sont 30 % dans la presse et 37 % à la télévision. Cette disparité fait l'objet d'une répartition inégalitaire en fonction des sujets. Les femmes sources et sujettes sont très peu présentes dans les informations économiques (19 %) et sciences et santé (21,8 %) tandis qu'elles sont 39,2 % dans les sujets criminalité et violence.

2.1. Invisibilisation et minorisation des femmes à l'antenne

Même lorsque les femmes sont au cœur de l'information, il arrive qu'elles ne soient pas présentes en studio, mais qu'elles soient au contraire représentées par un tiers – l'enjeu n'est pas seulement celui d'entendre leur parole, il est aussi celui de les voir dans la mesure où de nombreuses matinales sont maintenant filmées. France Bleu Azur livre un cas éclairant. Ce 29 septembre 2020, un invité de la matinale vient présenter une boutique d'échange de vêtements à Nice qui a été ouverte par un couple mais seul l'homme est en studio. Cette femme n'a donc pas de voix ni de visage lors de l'interview filmée en studio. Cette absence est renforcée par le système d'adressage qui structure l'interaction animateur-invité. L'adresse à autrui est une « activité capitale de l'échange », *a fortiori* à la radio où « elle sert de guidage pour l'appréhension de la scène d'énonciation par les auditeurs, leur permettant de discriminer la personne à qui le locuteur en place adresse son propos » (Béal & Détrie, 2013). L'animateur utilise pour présenter son invité la forme nominale d'adresse {prénom-patronyme}. En revanche, son associée est introduite sous la forme {prénom} associée au déterminant possessif « votre » et à son statut de conjointe assignée à la sphère domestique et au soin des enfants : « Elsa votre compagne est à la maison avec bébé alors on leur fait coucou ». Le système d'adressage contribue ici à naturaliser l'absence de l'entrepreneuse, exclue de la sphère auditive tout autant que de la sphère professionnelle par son renvoi au foyer.

Cette restriction des femmes à leur seul prénom n'est pas limitée au système d'adressage lors d'interviews, mais se retrouve aussi dans les reportages. Sur France Info, chaîne de radio nationale d'information en continu, un sujet traite d'une enquête ouverte pour l'assassinat de Victorine Dartois. Il est fait mention de la victime par son prénom à plusieurs reprises alors que son patronyme n'est mentionné qu'une seule fois en amont du reportage. Cette désignation par le prénom participe à construire une identité différenciée entre les individus, minorée lorsqu'il s'agit d'une femme. L'information relative au meurtre de Victorine Dartois est évoquée à huit reprises durant la matinale (soit environ toutes les 19 minutes). La répétition systématique du prénom de la victime et de ses traits caractéristiques « étudiante » et « jeune femme », mentions présentes dans les huit apparitions, contribuent à sédimenter son genre, entendu qu'il s'agit d'un rapport « dont la matérialité est l'effet d'un processus d'itération, de ritualisation, de sédimentation qui fait sens au sein de la matrice hétérosexuelle » (Biscarrat & Lécossais, 2016, p. 5). Les femmes font ainsi l'objet d'adressage et de désignation asymétriques, une stratégie discursive récurrente dans le discours journalistique (Debras, 1999 ; Coulomb-Gully & Méadel, 2011).

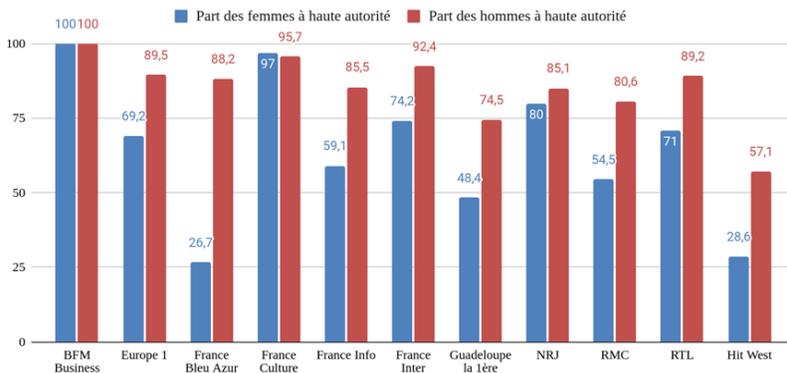


Figure 2. Part des femmes et des hommes, interviewé-es et mentionné-es, à qui une forte autorité est attribuée (décompte par station).

Une nouveauté méthodologique de cette édition du GMMP a consisté en l'intégration de questions personnalisées définies au niveau national. L'une d'elle interroge la parole d'autorité dans les nouvelles (hors journalistes, présentateurs·rices, reporters) définie comme une « autorité de pouvoir, de savoir ou de notoriété » (Doukhan *et al.*, 2020), illustrée par la figure 2. Ce nouvel indicateur révèle que l'auto-

rité moyenne des femmes à la radio est inférieure à celle des hommes (68 % contre 88 %).

Le détail par station des personnes bénéficiant d'une autorité forte révèle que France Bleu Azur présente le plus gros différentiel entre les femmes (26,7 %) et les hommes (88,2 %). L'absence de l'entrepreneuse sur le plateau évoquée plus haut n'est clairement pas ici le seul marqueur de ce traitement différencié en fonction du genre. En effet, seules quelques personnalités sportives féminines sont mentionnées dans ce programme. Toutes les autres femmes interviewées ou mentionnées sont des auditrices. À l'inverse la parole des femmes et des hommes sur BFM Business est toujours parole de haute autorité : fidèle à sa ligne éditoriale, la chaîne télé- et radiodiffusée propose une programmation consacrée à « l'information économique, financière et internationale » (CSA, 2020, p. 4) convoquant les prises de parole de juristes, DG, membres de think tanks et personnalités politiques, toutes dotées d'une autorité positive. France Culture arrive également à une quasi-parité légèrement favorable aux femmes (97 % contre 95,7 %). La station donne la parole à des individus dotés d'une forte légitimité symbolique et choisit de représenter une égalité femmes-hommes élitiste au service de certaines femmes fortement dotées en capitaux symboliques, ce qui est à mettre au regard du « profil élitiste » de cette radio (Glevarec & Pinet, 2007).

Le corollaire de l'autorité, le pouvoir, ne se décline pas non plus aisément au féminin dans les prises de parole. France Culture présente un bon exemple de cette impossibilité de penser le pouvoir au féminin. Le correspondant de la chaîne à Moscou consacre un de ses billets au président azéri de l'époque, Ilham Aliyev. Il évoque la vice-présidente, Mehriban Aliyeva dans les termes suivants : « Ilham Aliyev, un président azéri qui serait donc tellement peu sûr de son pouvoir qu'il a nommé à ses côtés son épouse comme vice-présidente ». La désignation de cette femme non pas par son nom mais par sa position d'épouse est caractéristique de la « politique du mâle » (Dardigna, 1978, p. 34) qui, dans les médias, positionne les femmes « avant tout par rapport à l'homme » (Dardigna, 1978, p. 33). La formulation implique en outre que cette femme politique aurait obtenu son poste de vice-présidente, non pas grâce à ses compétences, mais uniquement parce qu'elle est l'épouse du président et parce que le président azéri n'avait pas d'autres choix. Mehriban Aliyeva est enfermée dans les rôles stéréotypés d'épouse, de femme rassurante et de femme incompétente qui est au pouvoir uniquement parce qu'elle est l'épouse d'un homme dont elle

est dépendante. Ce cadrage vient renforcer la rhétorique du pouvoir impossible des femmes, un pouvoir politique marqué par son « intermédialité », c'est-à-dire ici la « médiation des hommes » (Bertini, 2002, p. 202) selon un « ordre politique genré » (Matonti, 2017, p. 93) qui conjugue l'autorité au masculin.

2.2. Une dynamique conversationnelle inégalitaire

Les matinales d'information radiophonique se caractérisent par leur forte dimension conversationnelle, la conversation étant définie ici comme une « forme fondamentale de communication et d'interaction sociale » et comme « une activité “politique”, c'est-à-dire dans laquelle il existe des relations de pouvoir » (Monnet, 1998, p. 10). En prenant la parole sur les ondes, les femmes participent au travail de conversation qui, à la radio, est continu et rythmé, selon une organisation précise de distribution de la parole. Face à cette technologie de genre – au sens des modalités techniques tout autant que sociales –, les professionnelles des médias participent à la reproduction d'un espace discursif structuré en domination. L'émergence d'une « grammaire paritaire » (Bereni & Revillard, 2007) au sein des entreprises médiatiques a permis l'apparition de binômes mixtes à la tête des matinales, à l'instar de Nicolas Demorand et Léa Salamé (France Inter) ou encore Sandra Gandoin et Christophe Jakubyszyn (BFM Business). Mais une présence en nombre égal de femmes et d'hommes n'exclut pas la régulation par le genre de l'activité journalistique.

La conversation implique à la fois la production d'énoncés et un travail interactionnel de soutien. Ce dernier se caractérise par un « style coopératif » (Monnet, 1998, p. 22) associé aux femmes selon une rhétorique qui vient essentialiser des caractéristiques supposément féminines telles que l'écoute, l'empathie. Sur BFM Business, les onomatopées d'acquiescement et le rire sont les deux principaux marqueurs de cette distribution genrée du travail conversationnel. « Lorsque les femmes s'en servent, elles signalent une attention constante, démontrent leur participation, leur intérêt et pour la conversation et pour l'interlocuteur » (Monnet, 1998, p. 16). L'animatrice soutient d'un rire le propos de son binôme, ce dernier n'hésitant pas à mobiliser le système d'adressage pour lui signifier qu'elle doit lui passer la parole : « {L1} On pourrait classer ça dans les *pet tech* hein Sandra ! {L2} rires – On pourrait effectivement. {L1} Allez on va parler du budget [...] ». L'animatrice met ici en avant son homologue et s'applique à l'encourager et

le soutenir. En somme « [e]lle joue au quotidien le rôle d'une pom-pom girl » (Hochschild, 2012, p. 189) tout en veillant à ce que cet effort n'apparaisse pas comme un travail.

Dans de rares cas, il arrive que des femmes – *a fortiori* lorsqu'elles sont dotées de forts capitaux - cherchent à porter un discours contre-hégémonique au sein du cadre imposé de la conversation médiatique. Tel est le cas de l'économiste Julia Cagé, invitée de la matinale de France Culture. Durant le Grand Entretien – cadre légitimiste s'il en est –, elle mobilise ses ressources intellectuelles pour faire émerger un régime de savoir oppositionnel. Elle ne cite en effet aucune source masculine et fait le choix de visibiliser les travaux d'autres femmes, souvent passés sous silence. Dans le même temps, le présentateur Guillaume Erner fait, lui, référence à deux hommes politiques, Léon Blum et Jean Jaurès, ce que l'on pourrait désigner comme un micro-*backlash* conversationnel ou une « contre-offensive » (Faludi, 1993) dans le sens où il réimpose une légitimité masculine alors que son invitée propose un cadre référentiel alternatif. Julia Cagé cite en retour Hannah Arendt et Hanna Pitkin. Elle met ainsi en perspective l'absence de femmes citées dans l'espace médiatique et rééquilibre le ratio des mentions. La posture de l'économiste et sa présence sur l'antenne sont rendues possible par ses capitaux propres et sa légitimité acquise dans le champ intellectuel et politique. En outre, elle maîtrise les normes conversationnelles, ce qui lui permet de jouer avec les limites de celles-ci tout en restant dans le cadre de la légitimité.

3. La médiation journalistique aux prises avec les discours sur les violences sexistes et sexuelles

Lorsque les femmes sont présentes dans le discours journalistique, en tant que professionnelles de l'information, sources ou sujettes des nouvelles, c'est sous une forme minorisée, subalterne. Le « moment discursif » (Moiran, 2007) #MeToo aurait pu laisser espérer un potentiel renouvellement des pratiques journalistiques. Si des initiatives existent dans les rédactions, on constate qu'en 2020 subsiste toujours « un discours journalistique qui place traditionnellement les femmes en posture d'hétéronomie par rapport au pouvoir et aux hommes de leur entourage » (Olivesi, 2012, p. 292).

Un dénominateur commun à plusieurs de ces sujets émerge : la question des violences sexistes et sexuelles. Une des principales informations de la journée analysée concerne le meurtre de Victorine Dar-

tois, retrouvée morte alors qu'elle rentrait chez elle. Les reporters de France Info ouvrent leurs micros et les guillemets à des témoignages de connaissances et de voisines de la victime. Les discours véhiculent l'idée d'un espace public dangereux, en particulier pour les femmes. Mehdi, connaissance de la famille, décrit le petit sentier boisé emprunté par la victime comme « dangereux », « pas éclairé », selon une conception différentialiste qui en fait une zone à haut risque pour « une fille ». Mehdi dépeint la victime comme « gentille, [il n'a] jamais entendu d'histoire ». Figure féminine de vulnérabilité, elle est une « victime idéale » selon la définition qu'en donne Christie (1986, p. 19) : elle est faible parce que femme et jeune, tout en étant « respectable ». Sa présence dans ce lieu après « une journée de shopping » est d'ailleurs justifiée : « Elle avait raté son bus et prévenu ses parents qu'elle rentrait à pied », explique la journaliste en studio.

Le traitement de ce meurtre sous l'angle du fait divers se traduit par le recours aux « stéréotypes langagiers, narratifs et moraux » (Lochon, 2021, p. 7) au travers du motif de la victime idéale. Cette construction journalistique d'une figure archétypale de victime se double dans le reportage d'une certaine forme de « désengagement énonciatif » (Olivesi, 2012, p. 32). Les journalistes ne remettent pas en question ce discours de l'espace public dangereux pour les femmes, ni n'apportent d'élément de compréhension et de mise en perspective quant au problème social des violences faites aux femmes dans l'espace public. Les propos sont tenus soit par les personnes interviewées elles-mêmes, soit par une mise en scène du discours rapporté. L'effacement énonciatif des journalistes opère par l'intermédiaire de la dramatisation du discours – « une annonce choquante, brutale surtout, voilà comment Mehdi décrit la nouvelle de la mort de Victorine » – ou encore du recours au lieu commun, à l'instar des « mamans » de la commune « qui forcément s'identifient ». Le recours à la parole profane de ces locuteurs·rices seconds déplace la « responsabilité énonciative » (Olivesi, 2012, p. 292) vers un ailleurs qui désengage les journalistes face au discours doxique d'un espace public dangereux pour les femmes, une construction à la fois stéréotypée et erronée puisque la majorité des violences subies par les femmes sont le fait d'hommes connus dans l'intimité des foyers.

Le désengagement énonciatif des journalistes face aux questions de genre se matérialise également dans l'absence de travail de contradiction. Invité par Apolline de Malherbe, l'élus Patrick Karam avance l'idée que les salles de sport seraient un lieu de radicalisation islamiste

avec pour corollaire le sexisme des pratiquants qui refusent, expliquent-il, de serrer la main ou d'entraîner des femmes, voire les excluent :

{L1} Alors concrètement vous avez des salles, évidemment, où les femmes sont exclues, où vous venez {L2} C'est dit comme tel ? {L1} Non ce n'est jamais dit. {L2} C'est plutôt sournois. {L1} Vous arrivez on vous dit « non il n'y a pas de place ».

La mise en coïncidence du fondamentalisme religieux et du sexisme d'hommes arabo-musulmans participe ici d'un mécanisme d'altérisation (Debauche, 2021) des violences sexistes subies par les femmes qui est récurrent dans les médias (Coulomb-Gully, 2009 ; Biscarrat, 2014 ; Dalibert, 2014). Le discours médiatique relègue en effet aux frontières d'une communauté nationale, définie par sa blancheur, certaines figures-repoussoirs. Il instaure un groupe racisé comme responsable des discriminations femmes-hommes, en opposition implicite à une égalité supposément acquise pour les femmes blanches de classes supérieures. Ce mécanisme d'altérisation participe d'un processus de « dépolitisation des violences sexuelles qui ne seraient pas le produit de la domination masculine mais une survivance de "cultures archaïques" » (Debauche, 2021, p. 847). Face à ce discours, l'animatrice de la matinale de RMC n'apporte aucune contradiction. Ainsi, alors que l'auteur reconnaît son absence de preuve discursive (« Non ce n'est jamais dit »), Apolline de Malherbe ne saisit pas l'occasion pour lui demander comment il a construit son affirmation. Au contraire, elle mobilise le qualificatif « sournois » qui, d'une part, vise à relancer l'interview sans faire un travail journalistique de contradiction et, d'autre part, contribue à légitimer la parole de son invité par le recours à un stéréotype raciste.

Alors que ce discours journalistique de France métropolitaine tend à altérer la question des violences sexistes et sexuelles, à l'inverse, sur la station de radio publique et régionale des Outremer Guadeloupe la 1^{re}, on assiste à leur mise à l'agenda, à l'intersection de la parole experte et profane. Le 29 septembre 2020, une partie de l'émission porte sur les violences conjugales, en particulier leur forme la plus extrême, les féminicides, et met en lumière un dispositif de lutte contre celles-ci, en posant la question : « Êtes-vous convaincu par le bracelet anti-rapprochement pour lutter contre les féminicides ? ». Emblématique des « genres participatifs » (Sandré, 2013), l'émission convoque

deux registres : d'abord, l'entretien avec une experte – l'interview d'une éducatrice spécialisée également bénévole dans plusieurs associations – puis une tribune radiophonique (Payette & Brunelle, 2007) au sein de laquelle six auditeurs·rices, quatre femmes et deux hommes, interviennent successivement à propos de la question posée et à laquelle l'experte ne participe pas.

Cette séquence participative de la matinale est construite par un double cadrage inaugural. D'abord, l'appel à l'aide d'une auditrice par le biais d'un message vocal diffusé à l'antenne place le discours du côté de l'expérience, positionnant l'émission dans un rapport de proximité avec son public. Cette proximité se caractérise par la mise en présence de la victime, incarnée par son discours mais aussi dans sa « matérialité vocale » (Biscarrat *et al.*, 2022) *via* l'enregistrement. À l'instar de la télévision de l'intimité analysée par Dominique Mehl (1996), la radio se positionne ici comme palliatif des défaillances des institutions sociales chargées d'entendre et de protéger les victimes. Cet effet de proximité est également rendu possible par l'usage du créole sur les ondes de Radio Guadeloupe la 1^{re}, qui participe aussi de la « patrimonialisation de la culture créole » (Idelson, 2013, p. 144) par les médias de service public. Enfin, le cadrage journalistique de la thématique opère un choix discursif fort en mobilisant le terme de « féminicide », c'est-à-dire « les meurtres de femmes perpétrés en raison de leur sexe » (Cacouault-Bिताуд & Jaspard, 2020, p. 145), une terminologie dont la reconnaissance de l'usage en langue française est récente.

Ce format donne un rôle central au journaliste-animateur en studio. Seul interlocuteur de l'experte puis des auditeurs·rices, il pose les questions, donne et reprend la parole, il relance, reformule et facilite l'expression, n'hésitant pas à recentrer les propos. Il tient également une posture d'écoute et fait preuve d'empathie. Son rôle est aussi celui de modérateur, voire de contradicteur face à des discours relevant du sexisme hostile (Dardenne *et al.*, 2006) ou condamnant les propos d'une auditrice par une autre.

Le travail de médiation journalistique, qu'il s'agisse des choix discursifs, énonciatifs ou de la circulation de la parole, participe ici de la mise à l'agenda de la question des violences faites aux femmes, qui plus est sur un temps long puisque l'émission dure une quarantaine de minutes. Mais ce travail de mise en visibilité présente certaines limites. D'abord, il met la focale exclusivement sur les violences conjugales, physiques et hétérosexuelles. L'enquête Enveff a pourtant montré que ces violences se produisent dans toutes les formes de conjugalité

(Enveff, 2003). Le registre participatif de l'émission, en offrant une large place à la parole profane, fait par ailleurs émerger, à la marge, un vocabulaire pathologisant pour caractériser les auteurs de violences. C'est le cas de deux qualificatifs choisis par une auditrice – et non discuté par l'animateur sur le moment ou *a posteriori* – qui qualifie les auteurs de violences de « prédateur » et de « pervers narcissiques ». L'usage de ces termes construit la violence comme une pathologie, c'est-à-dire comme la « conséquence d'un fonctionnement psychologique pathologique » (Debauche, 2021, p. 847) qui vient éluder le caractère systémique et structurel de ces violences. Paradoxalement, sa mise à l'agenda est pourtant le fruit d'une longue histoire des mobilisations féministes pour faire entendre que le privé est politique.

Conclusion

Inscrite dans l'économie plus vaste d'une enquête internationale de référence, la quantification de la présence des femmes à la radio à intervalles réguliers souligne la permanence des inégalités femmes-hommes. La combinaison des méthodes quantitatives et qualitatives s'est matérialisée par des allers-retours continus entre indicateurs chiffrés et analyses qualitatives du corpus, garants d'une attention accrue portée aux biais interprétatifs, et d'une forme de précaution méthodologique que la rencontre disciplinaire favorise. Le recours aux méthodes mixtes a par ailleurs permis de ne pas subsumer la question de l'égalité femmes-hommes dans les médias à un paritarisme de comptage en relevant les modalités discursives qui organisent l'activité journalistique.

Dans cette optique, il apparaît que le discours informationnel demeure structuré par des rapports de genre inégalitaires qui tendent à invisibiliser et minorer la place des femmes. En tant que sujettes ou sources des informations, elles sont moins nombreuses, moins visibles et moins reconnues. La pratique journalistique est ici un espace professionnel structuré en domination : les femmes y occupent des positions différenciées.

Mais l'enquête cherche aussi à identifier les inflexions. Ainsi, on relève pour cette édition 2020 la mise à l'agenda des violences sexistes et sexuelles. Cette thématique n'est pas nouvelle dans le champ journalistique (Lochon, 2021). Elle témoigne en creux du long travail des militantes féministes qui œuvrent activement depuis les années 1970 pour la prise en compte des violences de genre dans l'espace public et médiatique.

Remerciements

Nous souhaitons remercier chaleureusement les coordinatrices nationales de l'enquête GMMP, Marlène Coulomb-Gully et Cécile Méadel, l'Institut national de l'audiovisuel, Josette Bapin, traductrice, ainsi que les membres de l'équipe en charge du corpus radiophonique : Lucie Alexis, Mélanie Armitano, Evi Basile-Commaille, Laure Beau-lieu, Laetitia Biscarrat (coordinatrice radio), David Doukhan, Cégo-lène Frisque, Warda Khemilat, Léa Maguire, Héroïse Prévost et Rémi Uro. Ce travail a été partiellement financé par l'Agence nationale de la recherche (projet GEM - ANR-19-CE38-0012).

Références

- Anadón, M. (2019). Les méthodes mixtes : implications pour la recherche « dite » qualitative. *Recherches qualitatives*, 38(1), 105-123. Doi : <https://doi.org/10.7202/1059650ar>
- Bardin, L. (2016 [1977]). *L'analyse de contenu*. Paris : Presses universitaires de France.
- Barras, C., Geoffrois, E., Wu, Z. & Liberman, M. (2001). Transcriber: Development and Use of a Tool for Assisting Speech Corpora Production. *Speech Communication*, 33(1-2), 5-22. Disponible à : <https://hal.science/hal-01690349/file/transcriber.pdf>
- Béal C. & Détrie C. (2013). Les formes nominales d'adresse dans les émissions d'information radiophoniques : une approche comparative des pratiques dans les radios de service public en France et en Australie. *Cahiers de praxématique*, 60. Doi : <https://doi.org/10.4000/praxématique.3889>
- Bereni, L. & Revillard, A. (2007). Des quotas à la parité : « féminisme d'État » et représentation politique (1974-2007). *Genèses*, 67, 5-23. Doi : <https://doi.org/10.3917/gen.067.0005>
- Bertini, M.-J. (2002). *Femmes. Le pouvoir impossible*. Paris : Pauvert.
- Biscarrat, L. (2014). Figure de la mère célibataire dans un programme de télé-réalité : une réassignation de genre sous conditions. Dans B. Damian-Gaillard, S. Montañola & A. Olivesi (Éds), *L'Assignation de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations* (pp. 37-54). Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Biscarrat, L., Coulomb-Gully, M. & Méadel, C. (2017). Ce que soulèvent les chiffres. La place des femmes dans les médias : retour sur enquêtes. *Le Temps des médias*, 29, 193-207. Doi : <https://doi.org/10.3917/tdm.029.0193>
- Biscarrat, L., Coulomb-Gully, M. & Sapio G. (2022). Matérialités vocales : voix, genre et médias. *Semen*, 51, 9-15.
- Biscarrat, L. & Lécossais S. (2016). Dynamique des études de genre appliquées aux objets médiatiques. Retour sur le congrès de l'Institut du Genre 2014. *Genre en séries* (3), 1-12. Doi : <https://doi.org/10.4000/ges.1943>
- Cacouault-Bitaud, M. & Jaspard, M. (2020). Féminicide : une qualification nécessaire... et suffisante ?. *Travail, genre et sociétés*, 43, 145-147. Doi : <https://doi.org/10.3917/tgs.043.0145>

- Christie, N. (1986). The Ideal Victim. Dans E.A. Fattah (Ed.) *From Crime Policy to Victim Policy*. (pp. 17-30). Londres : Palgrave Macmillan.
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel - Belgique (2019). *Baromètre Diversité et Égalité Radio*. Disponible à : <https://www.csa.be/egalitediversite/barometre-page-daccueil/>
- Conseil Supérieur de l'Audiovisuel - France (2020). *Convention de la chaîne BFM Business*. Disponible à : <https://www.csa.fr/Reguler/Espace-juridique/Les-relations-de-l-Arcom-avec-les-editeurs/Convention-des-editeurs/Les-chaines-de-television-privees-diffusees-par-d-autres-reseaux/Convention-de-la-chaine-BFM-Business>
- Coulomb-Gully, M. (2009). Femmes à la Une : 20 ans de 20 heures ou « la voix de la France » (1982-2002). *Le Temps des médias*, 12, 125-140. Doi : <https://doi.org/10.3917/tdm.012.0125>
- Coulomb-Gully, M. (2016). *Femmes en politique, en finir avec les seconds rôles*. Paris : Belin.
- Coulomb-Gully, M. & Méadel, C. (2011). Plombières et jardinières. Résultats d'enquêtes et considérations méthodologiques sur la représentation du Genre dans les médias. *Sciences de la société*, 83, 14-35. Doi : <https://doi.org/10.4000/sds.2115>
- Dalibert, M. (2014). Quand le genre représente la race. Les processus d'ethnoracialisation dans la couverture de Ni putes ni soumises. Dans B. Damian-Gaillard, S. Montañola & A. Olivesi (Éds), *L'Assignment de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations* (pp. 55-68). Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Damian-Gaillard, B., Montañola, S. & Olivesi A. (2014). *L'Assignment de genre dans les médias. Attentes, perturbations, reconfigurations*. Rennes : Presses universitaires de Rennes.
- Dardenne, B., Delacollette, N., Grégoire C. & Lecocq D. (2006). Structure latente et validation de la version française de l'*Ambivalent Sexism Inventory* : l'échelle de sexisme ambivalent. *L'Année psychologique*, 106(2), 235-263. Disponible à : https://www.persee.fr/doc/psy_0003-5033_2006_num_106_2_30915
- Dardigna, A.-M. (1978). *La Presse « féminine »*. *Fonction idéologique*. Paris : Maspero.
- Debauche, A. (2021). Violence sexuelle. Dans J. Rennes (Éd.), *Encyclopédie critique du genre* (pp. 841-851). Paris : La Découverte.
- Debras, S. (1999). Des journaux et des femmes. *Communication et langages*, 122, 58-71. Doi : <https://doi.org/10.3406/colan.1999.2966>
- De Lauretis, T. (2007). *Théorie queer et cultures populaires. De Foucault à Cronenberg*. Paris : La Dispute.
- Donzelle, B. & Fiévet, A.-C. (2016). Visibilité des femmes à la radio en 2015. Stéréotypes et discriminations. Compte rendu du projet GMMP 2015 pour le pôle radio. *RadioMorphoses*, 1. Doi : <https://doi.org/10.4000/radiomorphoses.1493>
- Doukhan, D., Méadel, C. & Coulomb-Gully, M. (2020). En période de coronavirus, la parole d'autorité dans l'info télé reste largement masculine. *La Revue des médias*. Disponible à : <https://larevuedesmedias.ina.fr/etude-coronavirus-information-television-bandeaux-femmes-hommes>
- Équipe Enveff (2003). *Les Violences envers les femmes en France. Une enquête nationale*. Paris : La Documentation française.
- Faludi, S. (1993). *Backlash. La guerre froide contre les femmes*. Paris : Des Femmes.

- Glevarac, H. & Pinet, M. (2007). France Culture. Une seconde radio pour les professions intellectuelles et culturelles. *Le Mouvement Social*, 219-220, 115-129. Doi : <https://doi.org/10.3917/lms.219.0115>
- Hochschild, A. R. (2012). *Le Prix des sentiments. Au cœur du travail émotionnel*. Paris : La Découverte.
- Idelson, B. (2013). Les services publics de radio-télévision dans les DOM à l'ère du numérique : continuité des discours enchanteurs à propos de la « proximité », du « local » et de « l'ouverture sur le monde ». Le cas de Réunion 1^{re} (France Télévisions). *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 14(2), 135-148. Doi : <https://doi.org/10.3917/enic.015.0135>
- Jacquinet-Delaunay, G. (2008). La radio, média riche... et parent pauvre... de la recherche. *Médiamorphoses*, 23, 2-3. Disponible à : https://www.persee.fr/doc/memor_1626-1429_2008_num_23_1_2576
- Lamoureux, D. (2006). Y a-t-il une troisième vague féministe ?. *Cahiers du Genre*, HS1, 57-74. Doi : <https://doi.org/10.3917/cdge.hs01.0057>
- Lécossais, S. & Quemener, N. (2018). *En quête d'archives. Bricolages méthodologiques en terrains médiatiques*. Paris : Ina.
- Lochon, A. (2021). Trente ans de médiatisation des violences sexistes et sexuelles. L'exemple de deux journaux français. *Émulations*, Varia. Doi : <https://doi.org/10.14428/emulations.varia.031>
- Matonti, F. (2017). *Le Genre présidentiel. Enquête sur l'ordre des sexes en politique*. Paris : La Découverte.
- Méadel, C. (1985). Le journal parlé. *Réseaux*, 3(15), 91-108. Doi : <https://doi.org/10.3406/reso.1985.1197>
- Mediawatch (1995). *Global Media Monitoring Project. Women's participation in the News*. Toronto: National Watch on Images of Women in the Media.
- Mehl, D. (1996). *La Télévision de l'intimité*. Paris : Seuil.
- Moirand, S. (2007). *Les Discours de la presse quotidienne. Observer, analyser, comprendre*. Paris : Presses universitaires de France.
- Monnet, C. (1998). La répartition des tâches entre les femmes et les hommes dans le travail de la conversation. *Nouvelles Questions Féministes*, 19(1), 9-34.
- Olivesi, A. (2012). *Implicitement sexiste ? Genre, politique et discours journalistique*. Toulouse : Presses universitaires du Mirail.
- Payette, D., & Brunelle, A. (2007). *Le Journalisme radiophonique*. Montréal : Presses de l'Université de Montréal.
- Sandré, M. (2013). Quelle place pour le citoyen-auditeur dans le discours radiophonique ? Analyse de genres participatifs. *Cahiers de praxématique*, 61. Doi : <https://doi.org/10.4000/praxématique.1932>
- Tomashenko, N., Vythelingum, K., Rousseau, A. & Esteve, Y. (2016, December). LIUM ASR systems for the 2016 Multi-Genre Broadcast Arabic challenge. Dans *2016 IEEE Spoken Language Technology Workshop (SLT)* (pp. 285-291). IEEE.

