



Analyse genrée du traitement médiatique du lancement du groupe « EDS »

Vendredi 22 mai

La question de la juste représentation des femmes et des hommes dans les médias fait l'objet de nombreux travaux et analyses depuis plusieurs années.

Le groupe « Ecologie Démocratie Solidarité », composé à 65% de femmes, promeut l'égalité entre les femmes et les hommes comme un objectif partagé par toutes et tous. L'invisibilisation des femmes en politique s'explique aussi par la représentation biaisée des élus dans les médias.

C'est la raison pour laquelle ses membres ont souhaité analyser le traitement médiatique du lancement du groupe sous le prisme du genre, afin de s'en nourrir pour identifier et lever les freins à la juste représentation entre les femmes et les hommes.

Méthodologie

Pour réaliser cette analyse, nous avons construit une grille d'analyse du traitement médiatique en tenant compte du :

- Sexe de la ou du député interviewé ;
- Temps de parole (0 à 5 min, 5 à 10 min, 10 min et +) ;
- Audience de l'émission (faible, moyenne forte) ;
- Sexe de la ou du député sollicité à l'origine.

Nous avons tenu compte des interviews réalisées dans les TV et radios nationales mardi 19 mai et mercredi 20 mai dans la matinée, à partir des retours qui nous avaient été faits par les différentes équipes.

En parallèle, nous avons utilisé le logiciel Factiva pour identifier le nombre de mentions des noms de l'ensemble des membres du groupe, à J-1, J-J et J+1 et avons réalisé en parallèle une revue de presse des principaux articles de presse nationaux, hors PQR donc et articles reprenant uniquement la dépêche AFP.

Enfin, lors de la conférence de presse de lancement, nous avons utilisé l'outil "Check who's dominating the conversation" (<http://arementalkingtoomuch.com/>) pour mesurer le temps de parole des députées et des députés à l'occasion de la série de questions/réponses.

I. La place des femmes dans les TV et radios nationales

Lors de la conférence de presse, à l'occasion des questions/réponses, **la parole a été équitablement répartie entre les députées et les députés** à peu de choses près (respectivement 10 min 26 et 11 min 40). Les femmes représentant 65% des membres du groupe, il aurait fallu atteindre une répartition de la parole plus fidèle à la composition du groupe.

Sur la journée de lancement, **60% des demandes d'interventions dans les TV et radios nationales** ont été réalisées par des femmes.

A titre de référence, selon une étude du CSA de mars 2019, en 2018, les femmes ne représentaient que 27% de l'ensemble des invités politiques.

C'est donc une bonne nouvelle, à nuancer toutefois :

- Si une centralisation et une répartition des interventions au niveau du groupe n'avaient pas été faites - et que les députées et députés avaient systématiquement réalisé l'interview pour laquelle ils avaient été sollicités, **les femmes du groupe n'auraient compté que pour 28% des invités**. Ce constat confirme l'idée selon laquelle en matière de parité, il n'y a rien de naturel !

Il est également essentiel de croiser ces données à l'audience et au temps de parole des interviewés :

- Lorsqu'elles ont été invitées, **les femmes l'ont été davantage dans les émissions de faible ou moyenne audience (75%)** tandis que les hommes ont été sollicités pour la moitié d'entre eux pour des émissions à forte audience.
- Lorsqu'elles ont été invitées, **les femmes l'ont surtout été pour moins de 5 minutes (50%)** et plus rarement pour plus de 10 minutes (20%). A l'inverse, les hommes ont été pour la majorité (60%) invités pour plus de 5 minutes.

II. La place des députées sur le web : une analyse quantitative et qualitative

Le jour du lancement, les membres du groupe ont été nommément cités à 1018 reprises sur l'ensemble du web.

A première vue, les femmes comptent pour **39,3% des mentions**. Ce résultat est toutefois à nuancer : parmi ces mentions, 60% concernent seulement deux députées du groupe.

S'agissant des journaux nationaux en ligne, la revue de presse fait état de 10 articles concernant le lancement du groupe (hors simple reprise de dépêche AFP).

Dans ces articles :

- 100% des hommes sont cités, contre **72% des femmes**. Près d'une femme sur trois n'apparaît donc pas une seule fois dans les articles de la revue de presse.
- Parmi les femmes citées, **62,5% n'apparaissent qu'une seule fois**. A contrario, 16% des hommes seulement ne sont cités qu'une seule fois.

Cette analyse vient confirmer l'important déséquilibre en matière de représentation médiatique des femmes et des hommes, y compris dans le milieu politique. Le constat est éclairant, et les marges d'évolution importantes. À côté de la prise de responsabilités par les médias et les politiques eux-mêmes, une sensibilisation du grand public aux biais de genres dans le traitement médiatique est nécessaire.