



Femmes et médias  
au Maghreb

## Revue d'analyse N° 2

### Les médias, les femmes et le sommet



**Ramona Forcella**

Les mécanismes qui font obstacle à la participation égale des femmes à la prise de décisions au sein des entreprises de presse ne jouent pas seulement au Maroc. Ils restent les mêmes qu'à l'occident, où les médias sont très développés. Parmi les qualifications officielles qui donnent accès aux emplois de la télévision et la radio, par exemple, sont la formation (un diplôme) et l'expérience. Les femmes n'ont pas de mal à répondre aux conditions exigées en matière d'éducation, qui ne sont pas jugées essentielles au sein de ces médias. L'accent est mis davantage sur l'expérience, qui a une importance cruciale pour l'avancement dans la hiérarchie professionnelle. Les postes supérieurs au niveau de la production, du commandement et de la présentation de l'actualité ne sont accessibles qu'aux personnes qui ont ce qu'il faut d'autorité et de charme. D'ailleurs, les femmes se heurtent à l'obstacle suivant : des possibilités d'avancement plus limitées. Les femmes ne peuvent pas monter dans la hiérarchie professionnelle, car, dès qu'elles sont recrutées, on les dirige vers des emplois sans avenir. Les facilités offertes pour la formation sont limitées, et, le plus souvent, les femmes ne peuvent en bénéficier. Par ailleurs, un grand nombre de femmes journalistes n'ont pas connaissance de leur droit syndical à la formation continue.

La vision traditionaliste intériorisée dans l'imaginaire collectif de la plupart des opérateurs des médias empêche les femmes d'accéder aux fonctions comme metteur en scène, réalisatrice ou directrice. Pour la présentation de l'actualité, les autres conditions requises, à savoir photogénie, voix radiophonique, charme et personnalité, donnent aux femmes des chances égales de décrocher un emploi de présentatrice et aussi d'obtenir un contrat avantageux. Une femme est devenue récemment un atout pour le recrutement, mais non pas pour l'évolution de carrière. Les postes les plus élevés dans la présentation et la direction de l'information et des émissions restent en grande partie réservés aux hommes. Ces postes de décision restent inaccessibles pour elles, surtout en raison de la persistance des préjugés masculins, qui se traduit à la fois dans la structure des emplois et dans l'opinion des employeurs au sujet des aptitudes professionnelles que les femmes peuvent avoir.

Hormis les conditions de travail spécifiques aux femmes, plusieurs problèmes ont été relevés dans le monde des médias. En effet, bien que la Constitution marocaine soit en faveur de la liberté d'expression, l'ensemble des journalistes sont confrontés à des lignes rouges infranchissables ainsi qu'à des thèmes inabordables.



## Femmes et médias au Maghreb

La problématique de l'image et de la place des femmes dans les médias est très complexe. Il s'agit, en effet, d'un phénomène culturel qui est par conséquent soumis aux changements permanents qui s'opèrent dans la société. Les médias ne diffusent pas une image équilibrée de la diversité de la vie des femmes et de leurs contributions à la société dans un monde en changement. Or, les médias représentent une voie majeure de socialisation. Les représentations qu'ils génèrent constituent un mode de connaissance mais contribuent, dans le même temps, à l'élaboration des identités individuelles et sociales, à la diffusion de normes, conduites et valeurs. En fait, beaucoup d'images de femmes restent entachées de clichés ou sont souvent réduites à des stéréotypes sociaux et sexués. Ces images stéréotypées qui s'ancrent dans l'imaginaire collectif contribuent à figer la place des hommes et des femmes dans la société et à freiner leur émancipation. La réalité du monde des médias aide à comprendre la difficulté pour les femmes d'intégrer les postes de décision. En fait, les femmes occupent une place marginale à travers l'histoire des médias; la place qui leur est faite est moins importante que celle des hommes et leur parole occupe moins de place que celle des hommes quand il s'agit de faire témoigner des experts, par exemple. Même si les réformes cherchent à instaurer une égalité de droit entre hommes et femmes, l'égalité de fait est loin d'être atteinte.

Par ailleurs, l'histoire a créé une sorte de distribution symbolique des rôles, une répartition sexuelle où la femme est restée longtemps considérée comme une auxiliaire de son mari ou de son père, réduite à un rôle secondarisé. Les femmes, jusqu'à présent, sont dans une position d'infériorité, vis-à-vis des hommes, que ce soit dans les tâches ménagères, leurs carrières professionnelles ou leur rémunération. On constate que, malgré les progrès réalisés, ces dernières souffrent toujours d'un déficit de valorisation sociale. Les stéréotypes qui s'attachent à elles les bloquent dans leur évolution.



Hailey E Herrera

On peut dire que, pendant les dernières décennies, surtout entre les années 1960 et 2000, les femmes changent leur identité ; précisément, les ménagères des années 1960, deviennent les femmes déterminantes et libérées des années 1970, qui se battent pour leurs droits et surtout pour leur droit de disposer de leur corps. Ensuite, dans les années 1980 et 1990, les femmes font des efforts pour trouver un compromis entre les deux extrêmes: elles ne renoncent pas à avoir une famille ; elles ne renoncent pas à avoir une carrière. Par contre, elles veulent prouver qu'elles sont capables d'assumer les deux rôles, puisqu'il s'agit d'un sujet tant personnel que social. Malheureusement, plusieurs carrières continuent à freiner le chemin devant les femmes. Premièrement, et ce que l'on ne cesse de répéter, la continuité des images stéréotypées colées aux femmes que les médias continuent à véhiculer par l'effet d'un conformisme social et culturel, voire même politique. Deuxièmement, les médias apparaissent comme peu disposés à véhiculer une image davantage valorisante des femmes ; plusieurs raisons semblent justifier cet état de fait : la peur des femmes, la peur des hommes de perdre leur pouvoir, les idéologies politiques et les conditions socioculturelles, voire même religieuses et psychologiques. Troisièmement, ce sont les femmes engagées dans la vie privée qui sont les plus médiatisées. Ainsi, le problème réside dans la médiatisation marginale de la masse des femmes actives. Pour y remédier il faudrait valoriser les travaux et les parcours des femmes et les montrer sous un éclairage positif en utilisant des valeurs humaines telles que la générosité, la créativité et ce afin de montrer que le caractère de leurs tâches et leurs rôles traditionnels n'est pas une fatalité, ni un handicap ni un fardeau. Egalement, il faudrait insister sur le caractère évolutif de tous les aspects de la vie des femmes.

Enfin, il est une évidence que les médias évoluent avec leur temps, surtout côté technique, mais afin que cette évolution soit complète une mise à jour côté contenu est essentielle, c'est-à-dire qu'ils doivent refléter la réalité des femmes marocaines actuelles qui sont des femmes actives et qui participent au développement de leur société. Elles ne doivent pas être reléguées au rang d'épouse, mère ou fille, bien au contraire, elles devraient apparaître beaucoup plus souvent en tant que professionnelles compétentes : avocates, médecins, écrivaines, enseignantes, chercheuses, actrices, présidentes d'association, directrices, entrepreneures, PDGs, etc. Les médias ont intérêt à valoriser les femmes et montrer leur contribution au développement économique, social et culturel du pays car elles ne sont plus confinées dans le cadre, trop étroit, des rôles que la tradition leur a assignés. Cependant, les femmes sont en réalité très peu nombreuses aux postes décisionnels dans les structures médiatiques, qu'il s'agisse de responsabilités économiques ou administratives ou de responsabilités éditoriales.



## Femmes et médias au Maghreb

Ainsi, les postes de direction sont souvent occupés exclusivement par des hommes. Par ailleurs, les femmes sont minoritaires dans le personnel chargé de l'information à la radio et à la télévision. Elles travaillent aux niveaux les plus bas de la hiérarchie professionnelle de ces deux médias. La plus grande partie du personnel féminin chargé de l'information couvre ce que l'on appelle les sujets « faciles », qui ne sont pas censés apporter l'expérience nécessaire pour l'évolution de la carrière professionnelle. En effet, si les femmes sont désormais assez nombreuses parmi les présentateurs, elles n'en ont pas pour autant nécessairement des responsabilités éditoriales au sein de la rédaction. Ainsi, l'alternance de présentateurs et présentatrices de journaux télévisés et radiophoniques ne reflète pas la réalité des proportions de femmes et hommes journalistes dans les rédactions. De plus, les femmes, dans ces médias, sont sous-représentées en tant qu'expertes et porte-paroles. Les raisons peuvent être trouvées dans les conditions de travail, les salaires ou l'aménagement du temps de travail des femmes. A la radio, aussi, la représentation des femmes est gravement insuffisante à l'antenne et au niveau où sont prises les décisions.

On peut dire enfin, que les moyens de communication véhiculent une image des femmes qui les confine dans leur double rôle domestique et sexuel et que les efforts déployés par la société civile et les associations ne sont pas suffisants pour contrebalancer cette image stéréotypée.

La redéfinition des rôles de chacun des sexes et la prise de conscience croissante, par le public, de la situation d'infériorité des femmes dans la société semblent donc avoir peu d'écho dans les médias. Si l'on regarde de plus près les professionnels des médias qui sont responsables de la perpétuation de cette image dégradante, on voit que le domaine des médias est l'un des secteurs conçu par et pour les hommes. Dans le monde des médias, la division du travail obéit généralement à une discrimination sexuelle qui canalise les femmes vers des emplois dénués de prestige et d'influence et les y cantonne, tout en réservant les postes clés aux hommes. Les obstacles à la participation des femmes aux tâches de tous les genres et de tous les niveaux dans les médias sont solidement enracinés dans des concepts culturels qui influent sur la façon dont les femmes comme les hommes perçoivent leur vie professionnelle et sur ce qu'ils en attendent. Faudrait-il, donc, agir et en urgence sur cet héritage qui enchaîne l'émancipation et des hommes et des femmes, et, peut être, de cette façon, on pourra espérer voir les femmes accéder au sommet des entreprises médiatiques.

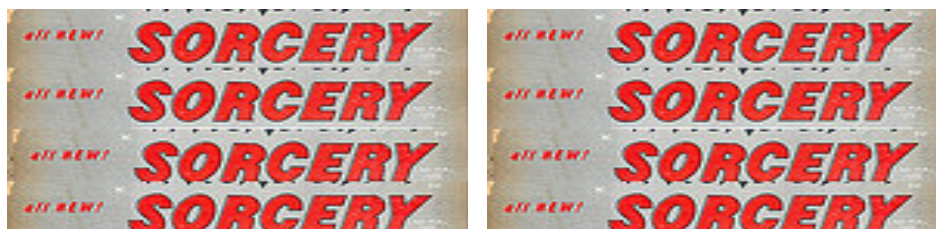


Jovike



**Par Aïcha Barkaoui, chercheuse,  
professeure à la faculté de lettres  
d'Aïn Chok, Casablanca, Maroc**

## Les femmes, ces sorcières bien aimées des médias



California Cthulhu (Will Hart)

Dès que les deux dictateurs, Moubarak et Benali, sont tombés, les journalistes ont commencé à accuser leurs épouses d'être derrière toutes les affaires de corruption dans le pays. Suzanne Moubarak et Leila Benali sont devenues les deux sorcières qui ont tout manigancé. On dirait qu'elles ont eu recours à la magie noire pour protéger leurs maris et garder le contrôle sur eux. Les deux hommes, deux pauvres militaires invétérés, qui ont régné en maître pendant trente ans n'ont rien fait ! C'est la faute aux femmes, tout cela. Le péché d'Eve qui a poussé Adam à croquer la pomme. L'homme, lui, il n'est responsable de rien.

Cette analyse présentée en boucle dans la plupart des médias arabes, très captés au Maghreb, est inquiétante. Elle dénote du regard machiste qui sévit encore dans ces entreprises censées être plus ouvertes et démocratiques que le reste. Des entreprises qui transmettent des cultures, des informations mais également des clichés qui influencent les opinions. Au Maghreb, la prédominance des chaînes panarabes n'est pas étonnante. Ces vingt dernières années, le paysage télévisuel s'est enrichi de plusieurs chaînes satellitaires arabes qui ont ouvert la voie à d'importants changements. Financés par les pays du Golf, ces médias bouleversent les champs médiatiques. D'un verrouillage total de l'expression, l'on bascule vers une explosion de communication, d'images et de discours. « Depuis les années 1990, la prolifération des chaînes satellitaires a restructuré en profondeur la scène télévisuelle arabe en diversifiant l'offre et le contenu des programmes et en accroissant la compétition régionale sur le marché des images. »<sup>1</sup>

En peu de temps, ces nouveaux producteurs de contenus deviennent une référence pour un public privé de son droit à l'expression et à l'information. Très populaires aujourd'hui, elles concurrencent sérieusement les médias locaux et francophones qui ont du mal à augmenter leur audimat. La revue périodique éditée par l'Union des radios des États arabes (Arab States Broadcasting Union, ASBU) estime, dans son deuxième numéro paru en 2012, que le paysage médiatique dans les pays arabes s'est diversifié surtout depuis ce que l'on appelle 'Le printemps arabe'. « 351 nouvelles chaînes télévisées privées ont vu le jour en l'espace d'une année, portant, ainsi, le nombre total en 2011 à quelque 960 dont 157 chaînes à vocation religieuse et d'autres à but lucratif ». Ce que l'on appelle 'le printemps des femmes arabes' n'a pas remis en cause le sort réservé aux femmes dans les médias même si dans les programmations, les femmes occupent la devanture.

Des émissions consacrées aux femmes et à la famille sont produites. L'on parle de sexe et de problèmes familiaux sur les plateaux. Des femmes présentent le journal télévisé, des talkshows, elles sont reporters et couvrent des conflits, des téléspectatrices participent aux programmes de télé-réalité version arabe, des séries d'amour passent en boucle, des clips vidéo vendent des chanteuses arabes qui se déhanchent d'une manière provocante... Une diversification grandissante, pourrait-on dire, or ces contenus « uniformisent la réalité de la femme dans le monde arabe »<sup>2</sup> car ces représentations débordent de préjugés sexistes. « Le recrutement des femmes à certains postes clés dans les grandes stations TV satellite n'a rien d'étonnant. Les chaînes libanaises n'ont jamais caché que les présentatrices attireraient, selon elles, des téléspectateurs supplémentaires, en particulier dans les pays où les femmes ne sortent presque pas, ce qui donnerait un avantage sur les concurrents. »<sup>3</sup>

Le rapport *Femmes arabes et médias*, publié en 2005 par le Center of Arab Woman for Training and Research (CAWTAR) souligne que 78 % des images des femmes véhiculées par ces médias sont négatives et ne sont pas en accord avec leur réalité. Ces médias résument les femmes en quatre catégories :

- une femme aux mœurs légères, analphabète et sans ambition (un être inférieur) ;
- un corps excitant l'homme, ou bien une femme superficielle, obèse ou moche ;
- une femme matérialiste, opportuniste ou corrompue ;
- une épouse, femme au foyer, sœur ou fille qui vit sous l'aile de son père et déconnectée de la vie publique.

D'autre part, connaître le fonctionnement des entreprises de presse, pilier de la démocratie et de la liberté, est intéressant car ces entreprises ne sont pas aussi 'saines' et 'ouvertes' comme elles veulent le faire croire, au contraire, elles couvrent souvent des attitudes inégalitaires et discriminatoires qui limitent l'évolution professionnelle des femmes et leur liberté d'expression. Le rapport sur la stratégie des médias concernant la femme arabe 2009-2015, enquête financée par l'Organisation de la femme arabe, estime que journalistes et responsables des médias arabes ne sont pas convaincus de l'égalité entre les sexes et ne se sentent nullement concernés par les injustices que subissent les femmes. De ce fait, la reproduction systématique de clichés dans les images et les messages médiatiques traduit une culture machiste fortement ancrée dans les esprits et qui continue de sévir.

Par Irane Belkredim, journaliste indépendante, Algérie

1. Sous la direction de Franck Mermier, *Mondialisation et nouveaux médias dans l'espace arabe*, 2003, p 11.

2. Démocratisation des médias dans le monde arabe, étude externe publiée par le parlement européen, 2006, p 14.

3. Sous la direction de Franck Mermier, Op cit, p 17.

## Du Saint et des seins Salafisme vs Femen

*Femen, le groupe féministe d'origine ukrainienne fondé en 2008, est désormais dans le collimateur des salafistes en Tunisie. Depuis le déclenchement du Printemps arabe, la question du salafisme a été fortement médiatisée dans ce pays, ce qui a poussé les médias du reste du Maghreb à en parler quoique la fréquence diffère d'un pays à l'autre. Récemment, la question du sexe a été ajoutée au sang et au salafisme, complétant ainsi le triangle des trois S et mettant de l'huile dans le feu... Opposant extrémisme religieux à sextémisme, la confrontation Femen/Salafisme a attisé, à l'échelle maghrébine, la curiosité de la société. Décryptage.*

En effet, il est crucial de mettre le point sur deux faits qui ne s'avèrent pas d'entrée de jeu évidents. D'abord, le féminisme maghrébin n'a pas été le premier, dans le monde arabe, à avoir déclaré ouvertement son adhésion au groupe Femen. Cette histoire à seins nus a été mise à nu par l'Égypte quand, déjà en octobre 2011, Aliaa El-Mahdy, a dévoilé son corps, dans son blog, en signe d'appui et adhésion à Femen Ukraine. Ensuite, Femen Tunisie a organisé plusieurs actes qui peuvent être qualifiés de provocateurs, pour revendiquer les droits des femmes en réponse à l'extrémisme salafiste. La confrontation Femen/Salafisme tire sa légitimité de la théorie du manichéisme qui, s'inspirant de la religion, oppose le mal au bien. Au nom du Saint, tout est permis. Si les salafistes instrumentalisent la religion au profit de leurs projets politiques ou de société, les Femen dépassent même le concept de féminisme. Au nom de la liberté, la contestation, seins nus, devient anarchique et radicale. Leur devise : « Sors, déshabille-toi et gagne ».

### Chassez le Femen, il devient au pluriel

Amina Sboui, initiatrice du mouvement Femen Tunisie, a été pourchassée et menacée de mort à plusieurs reprises. En outre, plusieurs membres de Femen dans le monde entier ont contesté contre les actes politiques menés à l'égard de cette activiste tunisienne. Ainsi, en Espagne, neuf espagnoles, couronnées par des fleurs, se sont rassemblées devant l'ambassade de Tunisie le 12 juin dernier pour apporter leur soutien à la Femen tunisienne. À souligner que Femen n'existait pas en Espagne avant les événements autour de Amina Sboui. C'est avec la jeune espagnole Lara Alcázar, âgée de 21 ans, que l'histoire a commencé. Elle a franchi le pas et s'est montrée seins nus dans son nouveau compte Facebook, créé sous le nom Femen Espagne.

Au Canada, une membre de Femen a réclamé sa liberté en se dénudant, le 2 juin dernier, devant Hamadi Jebali, secrétaire général du mouvement Ennahdha et ex- Chef du Gouvernement tunisien, lorsqu'il prononçait une allocution destinée aux citoyens tunisiens résidant à Montréal.



Igiss

En Tunisie, trois militantes européennes, dont deux françaises et une allemande, ont été arrêtées lors de leur « manifestation politique et de soutien pour Amina Sboui », le 28 mai 2013, la veille de la condamnation de l'activiste tunisienne. Elles ont été aussi condamnées à quatre mois de prison ferme pour « atteinte aux bonnes mœurs et à la pudeur ». Des *Free Amina* ont été organisées, depuis, dans plusieurs pays. *Flash back* sur les événements en Tunisie. Alors que la confrontation devait, en principe, opposer les forces de l'ordre aux salafistes d'Ansar Charia, à qui le Ministère de l'Intérieur avait interdit de tenir leur Congrès annuel, prévu le 19 mai dernier à Kairouan; un troisième élément, imprévu, s'est invité à la « guerre ». Amina Sboui s'est faufilée jusqu'aux environs de la mosquée Okba Ibn Nafaa et a écrit le mot Femen sur un mur près de la mosquée, sans que les médias ne s'en aperçoivent au départ. Il est à rappeler que Amina Sboui, avait dès la mi-mars, fait scandale en Tunisie en montrant sa poitrine nue où l'on pouvait lire « mon corps m'appartient, il ne représente l'honneur de personne » ou encore « *Fuck your morals* », reprenant l'une des devises de Femen. Ses actes n'ont pas évidemment été, selon elle et les membres de Femen, menés pour plaire aux hommes et encore moins aux « obsédés », mais ils ont eu pour objectif de défendre les droits des femmes, souvent « piétinés » en Tunisie, selon les conclusions des dernières études publiées en la matière.

### Au Maghreb, un net sans soutiens

Si les actions menées par Amina Sboui ont produit un effet boule de neige dans le monde occidental, à l'échelle maghrébine, un soutien conséquent a été apporté à la toute première jeune maghrébine à avoir adhéré au mouvement Femen, sauf que la mobilisation était fortement virtuelle.

Le Maghreb a participé, quoique timidement, à la composition de ce phénomène. La Libye fut l'exception. Aucune Libyenne n'a osé se montrer sans soutiens, ni dans la rue ni sur le net. Son voisin la Tunisie a été pourtant le premier pays à soutenir le mouvement sur terrain et sur Facebook avec 1 206 *J'aime* pour Femen Tunisie. L'Algérie a aussi apporté son soutien au mouvement sur le net en se



## Bestiend

mobilisant dans plusieurs structures et avec 192 *J'aime* pour le groupe Femen Algérie sur le réseau social Facebook. A souligner qu'en Algérie les hommes se sont aussi engagés en faveur de la jeune voisine tunisienne, dont le jeune étudiant Zak Ostmane, d'Alger, qui n'a pas cessé de taper sur son clavier pour soutenir, publiquement, Amina Sboui et Meriam, une autre tunisienne, n'ayant pas encore révélé son nom de famille, qui s'est dévoilée, à son tour, sur le net pour soutenir sa compatriote. Ce jeune est apparu sur le net torse nu : *Free Amina*.

Au Maroc, une page a été créée sur Facebook, le 23 mars 2013, pour montrer son appui à la jeune tunisienne. Sous le nom Femen Maroc, ce groupe a appelé à une massive participation des jeunes marocaines et marocains pour la «bonne» cause de Amina Sboui. «Envoyez vos photos pour que nous les publions», s'adressait l'administrateur de la page au grand public sur Facebook mais rares sont celles qui ont publié des photographies d'elles mêmes seins nus. A préciser que ce groupe a pu récolter 856 *J'aime*. Quant à la Mauritanie, la

page Facebook Femen Mauritanie recueille 200 *J'aime*. Cette page, créé le 12 avril dernier, a publié des photos de plusieurs membres de Femen de par le monde pour exprimer son soutien à la tunisienne.

### Provocation d'abord, victimisation ensuite

Les actions de Amina Sboui ont également fait l'objet de plusieurs polémiques menant à une sur-médiatisation du phénomène «scandaleux» Femen. Alors que certains voient en leurs seins une arme pour lutter contre l'extrémisme religieux et pour défendre la liberté d'expression et les droits des femmes, d'autres ont été hostiles à ses actions puisqu'elles portent justement atteinte à l'identité culturelle du Maghreb et à la pudeur.

Sans tout de même penser à ses relations au salafisme, il faudrait dire que la vision de Femen ne prend pas en considération les différents environnements culturels et sociaux dans lesquels elle émerge. D'une approche systémique, le phénomène ne

tient pas compte des sous-systèmes qui participent à la formation du système global, à savoir les systèmes normatifs, l'identité et la culture. En outre, provoquer implique souvent des réactions défavorables. Se mettre nu en public et provoquer puis jouer la victime devient de ce fait, selon certains, dénué de sens. "*Fuck your morals*" est désormais une atteinte à toute religion.

Ainsi, certains se sont servis des réseaux sociaux pour menacer de mort Amina Sboui, l'origine de Femen au Maghreb. Tandis que d'autres ont choisi l'humour pour exprimer leur insatisfaction. Plusieurs blagues ont été inventées à l'instar de celle où un jeune demande à sa femme de lui donner un bisou et cette dernière lui répond que son corps est sien et n'est l'honneur de personne.

Par ailleurs, une nouvelle tendance de protestation a été inventée au Maghreb. Des marches en djellaba au Maroc, en safsari en Tunisie et en hayek en Algérie ont été organisées non pour évoquer la culture de ces trois pays du Maghreb mais plutôt pour dénoncer les nouvelles pratiques de Femen dans la région.

Par Chaïmae Bouazzaoui, journaliste au sein du magazine Réalités, Tunisie