

La place des femmes dans les medias français

*Dr. Cécile Vrain**

La place des femmes dans les médias français est un sujet d'actualité dans la métropole. Pas une semaine ne se passe sans que le sujet ne soit traité d'une façon ou d'une autre : nominations, publications, pétitions, scandales, etc...

Ce choix de sujet n'est donc pas seulement théorique mais s'inscrit dans une réflexion plus large qui existe aujourd'hui au sein de la société française. En effet, la nécessaire reconnaissance du rôle de la femme dans la société française est un processus en cours. Ainsi, ont été accueillies en avril 2015, au sein du Panthéon, temple de la république démocratique française, deux personnalités féminines extraordinaires, Germaine Tillion et Geneviève de Gaulle Anthonioz¹. Toutes deux, figures emblématiques de la Résistance face à l'occupation nazie mais plus encore à la résistance dans son acceptation la plus globale.

C'est un exemple symbolique. Nombreux autres pourraient encore être cités.

La réflexion que j'ai menée concernant cette intervention peut s'axer sur deux problématiques plus particulièrement. En effet, lorsque l'on parle de la place des femmes dans les médias que voulons nous dire exactement ? De quoi parle-t-on ? De la place des femmes dans les colonnes des journaux écrit ou web, sur les ondes des radios ou encore sur des images télévisées ? Où faisons nous référence aux femmes journalistes présentes ou non dans les différents médias ?

* *Dr. Cécile Vrain Directrice des programmes internationaux de l'Ecole Supérieure de Journalisme (ESJ), Paris*

¹ Pierre Brossolette, Geneviève de Gaulle Anthonioz, Germaine Tillion et Jean Zay au Panthéon. Textuel, 2015.

Il semblerait bien que nous parlions des deux, d'où l'importance de l'explicitier car cette précision nous permettra de rythmer notre papier en deux parties. Une première partie concernera les femmes journalistes, leur présence dans les médias, leur pouvoir², c'est-à-dire le poste où elles exercent leurs activités, etc...

Et une deuxième partie s'axera plus sur la place accordée dans ces mêmes médias aux femmes dans la prise de parole, l'interview, le portrait, etc...

Je vous le disais en introduction, le choix d'un tel sujet s'appuie sur une actualité très chaude. En quelques semaines, deux femmes ont été nommées à des postes clef dans le paysage médiatique. Ainsi, fin avril 2015, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (le CSA) a désigné la nouvelle présidente de France Télévisions³, Delphine Ernotte⁴, ancienne directrice générale adjointe du groupe de télécommunication français Orange. Précédemment, un homme était à la tête de ce poste. Jugée sans expérience, sa nomination a fait débat et continue encore aujourd'hui à occuper certains journalistes qui avancent l'idée même de plagiat. Entendez, le projet présenté aurait été copié sur un autre

² Si on prend le classement 2015 des 30 personnalités les plus influentes dans les médias selon *GQ*, on constate que comme les autres années, seulement trois femmes y ont leur place. A la 14^{ème} place, Véronique Cayla, Présidente du directoire d'ARTE France, 18^{ème} Nathalie Collin, Vice-Présidente du *Nouvel Observateur* et pour finir à la 19^{ème} place Marie Laure Sauty de Challon directrice de chez *aufeminin*.

³ France Télévisions est un groupe français de télévision et de radio, dont le capital est exclusivement détenu par l'Etat français. D'abord simple société-holding, France Télévisions est devenue le 4 janvier 2010 une entreprise unique éditrice de plusieurs services de radio et de télévision. Le service public audiovisuel français (dont France Télévisions est héritière avec Radio France fait partie de l' Union européenne de radio-télévision (UER) depuis 1950 France Télévisions est un des actionnaires fondateurs des chaînes d'information Euronews et France 24 et l'un des premiers employeurs de journalistes en France, le groupe ayant reconnu la charte du Syndicat national des journalistes (SNJ) et la charte de Munich comme l'un de ses principes déontologiques.

⁴ Delphine Ernotte-Cunci est née le 28 juillet 1966 à Bayonne, est directrice adjointe de Orange France depuis 2011. Le 23 avril 2015, le CSA la nomme à la présidence de France Télévisions pour un mandat de cinq ans à compter du 22 août 2015.

candidat pour le même poste⁵. En juin 2015, l'affaire n'est toujours pas terminée puisque des sénateurs ont décidé d'auditionner par une commission ad hoc des membres du CSA dont deux femmes Sylvie Pierre-Brossolette⁶ et Nathalie Sonnac qui sont soupçonnées de manquement à leur devoir d'impartialité dans leur soutien jugé excessif à Delphine Ernotte⁷.

Début mai, c'est encore une femme qui est nommée à la présidence d'une chaîne de télévision : LCP - Assemblée nationale⁸. Marie-Eve Malouines⁹, est quant à elle une journaliste qui vient de la radio publique, France Info. Du métier, sa nomination a provoqué beaucoup moins de vagues.

Pour l'anecdote, les scandales arrivent aussi parfois par les femmes. C'est ainsi que la présidente de l'INA¹⁰, (l'Institut national de l'audiovisuel) Agnès Saal a dû rapidement démissionner fin avril après la découverte d'une dépense de plus de 40 000 euros de frais de taxis en moins d'un an et alors qu'elle a à sa disposition une voiture avec chauffeur.

Je vous le disais, l'actualité est riche en événements où apparaissent des femmes jouant un rôle, dans les médias français.

⁵France Télévisions : la désignation de la PDG entachée d'irrégularités - 16 mai 2015, Laurent Mauduit, Mediapart.

⁶Sylvie Pierre-Brossolette préside un groupe de travail « Droits des femmes » formé, dans le but de proposer au CSA plusieurs axes de travail pour favoriser une meilleure égalité homme-femme à l'antenne et dans les médias.

⁷L'Express n°3338 du 24 au 30 juin 2015.

⁸LCP, officiellement LCP - Assemblée nationale ou LCP-AN est fondée le 20 mars 2000. Elle est la chaîne de télévision de l'Assemblée nationale française. LCP AN émet en alternance avec Public Sénat, formant ainsi la Chaîne parlementaire.

⁹Marie-Ève Malouines est une journaliste et écrivaine française. Spécialiste de politique intérieure française depuis 1988 à Radio France, elle est nommée – le 6 mai 2015 – présidente de la Chaîne parlementaire pour un mandat de trois ans à compter du 8 juin 2015.

¹⁰L'Institut national de l'audiovisuel (INA) est chargé notamment d'archiver les productions audiovisuelles, de produire, d'éditer, de céder des contenus audiovisuels et multimédias à destination de tous les publics, professionnels ou particuliers, pour tous les écrans. L'Ina est également un centre de formation et de recherche qui vise à développer et transmettre les savoirs dans les domaines de l'audiovisuel, des médias et du numérique.

Cette actualité ne doit pas cacher la forêt derrière l'arbre. J'entends par là, ce n'est pas parce que deux femmes ont été coup sur coup nommées à des postes à responsabilité que la situation des femmes journalistes et/ou responsables dans les médias en France a soudainement changé. Dans les médias comme en politique, la parité hommes-femmes est loin d'être acquise.

Du début des années 80 à aujourd'hui, le pourcentage des femmes dans la profession est passé de 25% à 49,30% selon l'Observatoire des métiers de la presse¹¹. Mais comme tout le monde le sait, parité n'est pas synonyme d'égalité. Si aujourd'hui, les femmes sont pratiquement aussi présentes que les hommes dans la profession, leurs postes ne sont toujours pas au même niveau de responsabilité. Nous retrouvons surtout les femmes dans les secrétariats de rédaction (65%) et dans les magazines de presse évidemment le plus souvent féminine (58%). Par contre, dans les postes tels que JRI (journaliste reporter d'images) ou grands reporters, les femmes ne représentent plus qu'un tiers.

En journalisme comme ailleurs, les femmes sont plus victimes de la précarité que les hommes, elles sont 54% à être pigistes et leur salaire est inférieur de 300 euros à celui de leurs homologues masculins¹². Rappelons qu'en France, en général, les salaires des femmes sont inférieurs de 20%.

L'avant dernière ministre française de la Culture, Aurélie Filipetti avait mis en place en mars 2013, un comité chargé d'évaluer la situation des femmes dans les médias avec l'appui de l'Observatoire de l'Egalité au sein de son ministère. Cet observatoire a pour objectifs de lutter contre la réalité peu satisfaisante de la situation des femmes dans l'univers de la culture et en particulier celui des médias qui nous préoccupe aujourd'hui et cela, tant au niveau de l'exercice des responsabilités de direction que de l'accès aux moyens de production et de diffusion ou encore de leur place et de leur image dans les médias.

¹¹ <http://www.metiers-presse.org/> Ce site vous donne des informations sur la presse écrite, sous l'angle des métiers, des compétences et de la formation.

¹² Le Secret des Sources, France Culture, 18 octobre 2014. Intervention du sociologue des médias Jean-Marie Charon.

Dans le même fil conducteur, le 4 février dernier, le CSA a adopté une délibération sur l'égalité femmes/hommes. C'est ainsi qu'à la suite de cette décision, Delphine Ernotte a été nommée présidente de France Télévisions. C'est la mise en pratique de la décision du CSA qui entérine son engagement dans une démarche volontariste en faveur de l'égalité femmes/hommes. Le CSA pourra ainsi mesurer quantitativement et qualitativement, l'engagement des médias audiovisuels dans ce combat pour l'égalité. Le texte adopté définit des indicateurs variés : la présence de femmes parmi les experts, le nombre de femmes réalisatrices, ou encore la représentation des femmes dans les émissions pour la jeunesse. L'objectif est de lutter contre les stéréotypes, mais aussi de programmer davantage de femmes, de choisir davantage d'expertes dans les émissions d'information.

Mais le chemin est encore long. Les chiffres relatifs au poids des femmes dans l'organisation hiérarchique des médias sont accablants, seules, à titre d'exemple positif, les présentatrices des journaux télévisés du soir font l'exception, elles occupent presque la moitié du temps d'antenne : 43,1%. Un chiffre qui augmente régulièrement.

Je vous le disais en introduction, le journalisme poursuit sa féminisation. Les nouveaux journalistes sont toujours majoritairement des femmes¹³. Mais les hommes sont majoritaires parmi les nouveaux journalistes titulaires d'un contrat mensualisé alors que le statut de pigiste concerne à 56% des femmes parmi les détenteurs de nouvelles cartes de presse. Une précarité au féminin. L'année 2013 marque une évolution positive. Le nombre de femmes titulaires d'une carte de presse au titre de « directeur » (« directrice » n'existe pas) passe de 97 en 2012 à 113 en 2013 ; soit de 17 à 20%.

Les précaires trouvent les meilleurs salaires en production audiovisuelle : 2986 € en moyenne pour les pigistes, 3415 € pour les CDD... mais ce sont là des salaires d'hommes, pour les femmes, il faut compter un écart de salaire de 19%¹⁴!

On dénombre 45,7% de femmes encartées en 2012 contre 54,3% d'hommes - un pourcentage qui, d'ailleurs, ne cesse de progresser -.

¹³ Source : commission de la carte d'identité des journalistes professionnels

¹⁴CFDT Journalistes

Néanmoins, elles restent peu représentées dans les postes de direction, et notamment les plus hautes fonctions, la direction de la rédaction (26,2% de femmes) et la rédaction en chef (34%). Elles sont un tout petit peu plus présentes aux postes de direction des rangs inférieurs, soit rédaction en chef adjointe (36,4% de femmes) et chef de service (37,9% de femmes), mais on est loin de l'équilibre. Il n'y a guère que la fonction de chef de rubrique qui recueille 52,2% des femmes. En même temps, on peut être seule à sa rubrique et être chef de rubrique - c'est une fonction qui ne va pas forcément de pair avec l'idée de manager une équipe.

Parmi les premières demandes arrivées au CCIJP (Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels), figurent un grand nombre de femmes (56,2% contre 43,8% d'hommes), des contrats précaires (61,2 des premières demandes sont en CDD ou piges), et faisant une demande sur le tard - sous-entendu pas au début de leur carrière¹⁵.

La représentation des femmes dans les médias : rentre visible, l'invisible

Parallèle et souvent associée, la présence de femmes dans les médias, relève pourtant d'une autre problématique.

Dans un article publié il y a peu, en mars 2015, le journal Le Monde observait que dans les quotidiens nationaux, les femmes ne représentaient que 20% des personnes citées ou en photo. Une femmes pour quatre hommes : c'est aussi la tendance qu'on retrouve dans les médias audiovisuels. L'étude proposée par Le Monde concerne quatre grands journaux français : Le Monde, Le Figaro, Le Parisien et enfin Libération sur une période donnée du 2 au 6 février correspondant ainsi à 20 publications, plus de 1000 articles et 675 photos.

La présence des femmes chute avec la valeur accordée aux articles. Les anonymes sont surtout des femmes. Presque deux fois plus que les hommes (22% de femmes pour 13% d'hommes). Les femmes ne

¹⁵<http://blog.slate.fr/lab0-journalisme-sciences-po/2013/10/05/qui-sont-les-journalistes-professionnels-francais/>

signent en moyenne que 12,5% des chroniques et des éditoriaux et 17% des tribunes. Enfin, les "unes" sont rarement accordées aux femmes (14,2%). On peut donc dire que la représentation des femmes dans les articles qui valorisent les idées et la parole d'individus n'est encore une fois pas du tout mise en valeur.

Depuis 2013, le CSA publie un baromètre sur la présence des femmes dans l'audiovisuel et à la radio. Une troisième étude du genre constate que la place des femmes à la télévision reste la même : à peine plus d'un tiers des personnes présentes sur les écrans. (35% en 2012, 37% en 2013 et 36% en 2014). Dans tous les types de programmes, information, fiction, magazine et documentaires, divertissement, les hommes occupent plus de 60% de la place à l'écran.

Dans l'audiovisuel et à la radio où c'est pire, la situation n'est guère plus brillante que dans la presse écrite. Les femmes y sont là aussi, sous représentées. Dans l'information, plus de quatre personnalités sur cinq sont des hommes¹⁶. L'étude observe que «les femmes politiques sont les seules ou quasiment à bénéficier de médiatisation à la télévision et à la radio ». Par contre, les femmes sont «pratiquement absentes de certains domaines » comme l'économie, le sport et même la santé », un thème pourtant souvent considéré comme plus féminin.

En radio, la situation est encore plus défavorable aux femmes que dans le monde de l'audiovisuel. Surtout sur les radios privés comme RTL, Europe 1 ou RMC.

Le CSA constate une légère augmentation de la présence des femmes à l'antenne entre 2013 et 2014, qu'elles soient témoins ou expertes, mais cette place demeure encore trop marginale.

En 2014, la médiatisation des personnalités féminines a aussi augmenté tout en restant dans un rapport d'une femme pour quatre hommes¹⁷.

¹⁶<http://blog.slate.fr/lab-journalisme-sciences-po/2013/10/05/qui-sont-les-journalistes-professionnels-francais/>

¹⁷Dans le cadre d'études effectuées auprès de plus de 800 journaux télévisés et de 350 journaux radiophoniques analysées en 2013, 2014 et 2015 par l'INA (Institut national de l'audiovisuel) sur « La présence des femmes dans les émissions d'information ».

Une amélioration se fait sentir aussi sur les antennes des radios même si les chiffres continuent encore à être inférieurs à ceux de la télévision. Toutes stations confondues, le taux de présence des femmes, témoins ou expertes, dans les émissions d'information, n'a atteint que 17,73% en 2014.

Pour répondre à une constatation suivit d'une demande, depuis quatre ans est publié un « Guide des expertes », sur papier et depuis cette année sur le web. Dernière nouveauté en 2015, le guide est désormais gratuit. En 2011, une commission sur l'image des femmes dans les média relevait que celles-ci ne représentaient que 18% des experts invités sur les plateaux de télévision, en n'occupant que 15% du temps de parole. D'où la mise en place de ce guide qui désormais existe pour participer à la visibilité des femmes dans l'espace public et dans les médias. Les femmes proposant une expertise sont invitées à se faire connaître sur un site expertes.eu. Plus de 200 contributions ont déjà été recensées. Une fois en ligne, sur ce même site, le guide propose des profils d'expertes pouvant intervenir sur toutes les thématiques ; dans les grands média, mais aussi lors de conférences ou colloques afin que les journalistes, entreprises ou collectivités trouvent rapidement leurs contacts. De quoi répondre à l'éternelle antienne : « On voudrait bien inviter des femmes, mais on ne les trouve pas ». A la suite de la réalisation de ce guide, d'autres projets de recensement d'expertes ont vu le jour récemment tel l'Annuaire des Expertes du numérique, lancé en octobre 2014 par l'association Girlz in Web. Cet annuaire recense 400 profils de femmes spécialistes dans le domaine des nouvelles technologies.

La révolution à venir, c'est celle de la collecte des données. Le CSA a en effet adopté le 4 février, une délibération traduisant en actes les nouvelles attributions qui lui ont été confiées par la loi pour l'égalité réelle du 4 août 2014 dont j'ai déjà parlé plus haut. Cela devrait permettre des statistiques beaucoup plus fines. Les éditeurs, radio et télévision devront désormais fournir les indications sexuées sur le nombre de présentateurs, journalistes, chroniqueurs ou invités dans leurs programmes.

Pour les programmes «jeunesse », les fictions audiovisuelles et les programmes dits de télé-réalité, les diffuseurs devront également

s'auto-évaluer sur des critères qualitatifs, afin de juger de la présence des stéréotypes dans ces programmes. Ils auront pour cela à remplir des « grilles de lecture », élaborées par le CSA en coopération avec le Haut Conseil à l'Égalité entre les femmes et les hommes (HCEfh)¹⁸.

Voici quelques questions que l'on peut retrouver dans ces grilles de lecture :

Y-a-t-il au moins une femme qui ait un rôle important ?

Quand deux femmes se parlent, évoquent-elles autre chose que leur vie personnelle ?

Les personnages féminins adultes évoluent-ils en dehors de la sphère domestique ? À l'inverse, les personnages masculins adultes évoluent-ils, autant que les personnages féminins, à l'intérieur de la sphère domestique ?

Dans les programmes de télé-réalité, les tenues des participantes sont-elles en adéquation avec la situation du moment ?

Quelques mots sur la représentation des femmes dans le contenu médiatique

Que ce soit au sujet de la place des femmes au sein du monde politique ou dans le traitement médiatique de certains faits divers, le journalisme a une marge de progrès considérable à réaliser en ce qui concerne l'égalité de traitement entre les sexes.

De manière insidieuse et au-delà de l'éthique du respect de la vie privée, les médias n'hésitent pas à valoriser une certaine imagerie archaïque et patriarcale des hommes en général et des politiciens en particulier. Dans le scandale DSK¹⁹ et ses suites avec le procès

¹⁸<http://www.haut-conseil-egalite.gouv.fr/>

¹⁹L'affaire Dominique Strauss-Kahn (abrégée en affaire DSK) ou affaire du Sofitel de New York est une affaire judiciaire de droit commun consécutive aux accusations d'agression sexuelle, de tentative de viol et de séquestration de Nafissatou Diallo contre Dominique Strauss-Kahn. Elle affirme qu'il a commis ces actes le 14 mai 2011, dans la suite 2806 de l'hôtel Sofitel de New York où elle est employée comme femme de chambre depuis 2008.

Carlton²⁰, le journal La Provence titre : « DSK : l'homme qui aimait trop les femmes »²¹, alors qu'il s'agit de tout sauf d'amour. Quatre ans auparavant, lors de l'affaire du Sofitel en mai 2011, Sud-Ouest intitulait déjà un de ses articles : « DSK, l'homme qui aime les femmes sans modération »²², alors qu'il était accusé de viol. Concernant la vie privée du président français et de son changement de compagne, le magazine l'Express titrait : Hollande et ses femmes : les coulisses d'un vaudeville à l'Elysée », le tout accompagné d'un montage photo avec toutes les compagnes connues de François Hollande. Notons l'utilisation du pronom possessif « ses » pour suggérer le fait que les femmes lui appartiennent de fait, dans une relation de dépendance et de subordination. Nous passerons rapidement sur la presse people qui foisonne d'exemples en la matière, comme un article de Gala daté du 26 janvier 2014 intitulé « Hollande : comment les séduit-il ?²³ ». Des images tirées de l'inconscient collectif du prince grivois et séducteur ou du roi entouré de sa cour et de ses favorites.

Les exemples de sexisme dans les questions posées par les journalistes aux femmes politiques sont infinis. Les thèmes abordés sont récurrents, comme l'apparence vestimentaire. En 2012, lors du Conseil des ministres, la ministre de l'Egalité territoriale et du Logement, Cécile Duflot était venue habillée en jean, ce qui avait créé une polémique. Le magazine féminin Marie-Claire avait titré alors : « Cécile Duflot porte un jean au conseil des ministres : cela vous choque-t-il ?²⁴ ». Parmi les thèmes soulevés, les journalistes n'hésitent pas à poser des questions sur l'articulation entre la vie privée et la fonction politique, une question qui ne se pose en aucun cas pour un

²⁰ L'affaire du Carlton de Lille est une affaire de « proxénétisme aggravé en réunion » qui impliquerait plusieurs personnes, parmi lesquelles Dominique Strauss-Kahn. Les faits ont été révélés en 2011 et le procès en correctionnelle s'est tenu en février 2015.

²¹<http://www.laprovence.com/article/actualites/3247897/dsk-lhomme-qui-aimait-trop-les-femmes.html>

²²<http://www.sudouest.fr/2011/05/16/dsk-l-homme-qui-aime-les-femmes-sans-moderation>

²³http://www.gala.fr/l_actu/news_de_stars/francois_hollande_comment_le_s_seduit-il

²⁴<http://www.marieclaire.fr/,cecile-duflot-jean-conseil-des-ministres,20123,530718.asp>

homme. Notons toutefois qu'aujourd'hui, certaines femmes dont la ministre française de l'Éducation Najat Vallaud-Belkacem sait retourner à son avantage ce type de question quand certains journalistes persévèrent à l'interroger sur sa vie privée.

Autre exemple de sexisme dans les médias, le collectif « Prenons la Une²⁵ » composé de femmes journalistes a mis en lumière le traitement médiatique controversé du « crime passionnel ». Dans une tribune publiée sur le site internet de Libération le 24 novembre 2014²⁶, elles rappellent que « le crime passionnel n'existe pas » et qu'il « n'a jamais fait partie du code pénal ». Les médias utilisent ce concept et contribuent à atténuer la responsabilité du meurtrier ou de la meurtrière sachant néanmoins que les femmes sont beaucoup plus victimes des violences dans le cadre de la sphère privée que les hommes.

Les journalistes retiennent l'argumentaire du meurtrier pour occulter la version de la victime. Pour la rubrique fait-divers, avec ce genre journalistique qui emprunte au drame romanesque et fait la part belle aux archétypes, il n'y aurait que des amours tragiques et des meurtriers maladroits. Or, ces histoires participent au phénomène des violences faites aux femmes qui correspondent à une réalité chiffrée et macabre. Les expressions doivent être soigneusement choisies car elles ont un sens. Il faut savoir qu'en Espagne, les médias ont adopté dès 2001, une charte de bonnes pratiques journalistiques sur le traitement de la violence faite aux femmes. Le fait divers prend tout son sens lorsqu'il est contextualisé et gagne de la valeur pour le message qu'il révèle de notre société.

La loi pour l'égalité entre les femmes et les hommes entend aussi travailler sur le renforcement de la place et de l'image des femmes dans les médias audiovisuels comme nous avons pu le voir plus haut. Dans ce même cadre, la loi prévoit aussi, en amont, de favoriser la juste représentation des femmes dans les médias, en instituant une formation à cet effet dans les écoles de journalisme. Selon l'article 16

²⁵<http://prenons-la-une.tumblr.com/lemanifeste>

²⁶<http://www.liberation.fr/societe/2014/11/24/le-crime-passionnel-n-existe-pas>

bis²⁷, « les formations à la profession de journaliste dispensées par les établissements d'enseignement supérieur comprennent un enseignement sur l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein des couples ».

« Il ne s'agit pas de stigmatiser telle ou telle profession », soulignait en séance la députée Anne-Marie Chapdelaine, « il s'agit au contraire de viser celle dont l'audience donne capacité à former l'opinion et à être prescriptive de représentations publiques, afin qu'elle soit sensibilisée à un degré très élevé ». Bien évidemment les écoles de journalisme ne l'entendent pas de cette oreille et s'élèvent contre ce projet. On ne saurait toucher au sacro-saint principe de la liberté de choix de l'enseignement !

S'il est certain que les journalistes ont leur part de responsabilité dans la diffusion de stéréotypes au sein de leur média dans l'opinion publique, ils ne sont clairement pas les seuls.

Ainsi la classe politique d'où vient ce projet de loi devrait-elle aussi se remettre en cause suite à la publication d'une pétition le 5 mai, dans les colonnes du quotidien Libération²⁸ qui a publié une tribune intitulée "*Bas les pattes !*" écrite par 40 femmes journalistes politiques, issues de près de 30 médias dénonçant le comportement machiste et sexiste de certains hommes politiques. C'est 40 femmes journalistes politiques veulent dire non aux gestes déplacés et aux phrases insidieuses. Un comportement visiblement répandu. Parmi les exemples : "*Ça c'est bien une question de filles*". Mais aussi du chantage : "*Une info, un apéro*". Anne Bourse, journaliste politique de la rédaction de France 3, raconte la genèse de ce texte. "*C'est parti d'un geste déplacé d'un ministre important du gouvernement lors d'un sommet international envers une consœur. À ce moment-là, on en a parlé entre nous et on s'est aperçu qu'on avait toutes des anecdotes notamment sur des propos sexistes déplacés*".

²⁷<http://www.leparisien.fr/societe/loi-sur-l-egalite-hommes-femmes-l-article-qui-indigne-les-ecoles-de-journalisme>

²⁸<http://www.liberation.fr/politiques/2015/05/04/nous-femmes-journalistes-en-politique>

En conclusion, il semble possible de dire que la situation des femmes dans les médias quelles qu'elles soient s'améliorent doucement. Que ce soit par rapport au nombre de journalistes en poste avec des responsabilités ou que ce soit la présence des femmes dans les médias. Le législateur a dû intervenir pour faire avancer la situation qui naturellement semblait ne pas pouvoir évoluer. La prise de conscience est réelle, il faut maintenant donner les moyens aux responsables de ces plans de valorisation de la présence des femmes dans les médias. Le chemin à parcourir est encore long.