

CROSS COUNTRY REPORT

Présence de la voix des femmes musulmanes et de l'islamophobie genrée et des stéréotypes dans les médias : Belgique et Espagne

Un rapport écrit par la **Fundación Al Fanar**

m
magic



Ce projet est cofinancé par le Programme Droits, Égalité et Citoyenneté de l'Union Européenne (2014-2020) dans le cadre de l'accord no. 963678



MAGIC (**M**uslim women and communities **A**gainst **G**ender **I**slamophobia in so**C**iety – Les femmes et les communautés musulmanes contre l'islamophobie genrée dans la société) est un projet européen dont l'objectif principal est de prévenir l'islamophobie genrée dans les médias. Le projet a été mené en Belgique et en Espagne, et l'une de ses actions phares est l'analyse des informations publiées dans la presse écrite dans lesquelles la femme musulmane est mentionnée. Cette analyse a été réalisée sur trois périodes de suivi (mai-septembre 2021, octobre 2021-février 2022 et mars-juillet 2022), soit un total de 15 mois.

Les médias suivis étaient : *Le Soir*, *La Dernière Heure* et *Het Laatste Nieuw* pour la Belgique ; et *El País*, *La Razón* et *ABC* pour l'Espagne. Dans le cadre de cette analyse, une méthodologie spécifique a été développée, afin d'analyser les articles de presse de manière qualitative et quantitative.

Les résultats de ces périodes de suivi ont déjà été publiés, et le présent rapport présente les différences et les similitudes constatées dans le traitement informatif de la femme musulmane dans les deux pays analysés (la Belgique et l'Espagne)

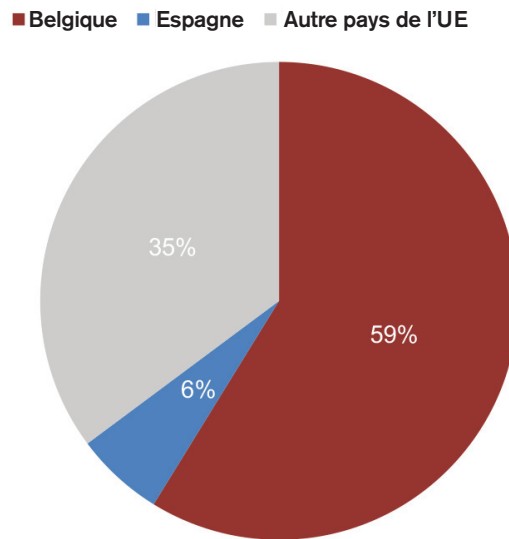
Une différence significative du nombre d'articles

L'une des premières différences significatives entre la Belgique et l'Espagne réside dans le nombre d'articles publiés dans lesquels la femme musulmane est mentionnée. D'une part, les médias belges ont publié un total de 371 articles au cours des 15 mois de l'étude. D'autre part, le nombre d'articles publiés par les médias espagnols analysés est de 125 au cours de la même période. Autrement dit, trois articles sur quatre (74,8 %*) de l'échantillon analysé ont été publiés en Belgique, ce qui constitue une grande différence par rapport à l'Espagne.

Cette disparité entre les deux pays se reflète également dans la zone géographique où les informations analysées se produisent. Il convient de rappeler que le filtre géographique des informations de l'échantillon est limité à l'Europe, de sorte que les informations provenant de pays majoritairement musulmans tels que l'Iran ou le Pakistan n'ont pas été analysées dans le cadre de ce projet. Alors que 58,80 % des informations contenues dans les articles publiés ont lieu en Belgique et 35,18 % dans d'autres pays de l'Union européenne, seulement 6,02 % le sont en Espagne. Par conséquent, nous constatons que l'intérêt pour la femme musulmane en Espagne est minime, y compris dans les médias espagnols qui publient davantage d'articles sur les femmes musulmanes en Europe qu'en Espagne.

Il est intéressant de souligner que la Belgique a publié une seule information qui s'est déroulée en Espagne et dont la femme musulmane est la protagoniste. En revanche, l'Espagne n'a fait état d'aucun événement en Belgique impliquant des femmes musulmanes. Cela peut s'expliquer par le fait que, bien que les deux pays soient européens, il existe une certaine distance entre eux, car ils ne sont pas voisins comme dans le cas de l'Espagne et de la France, ou de la Belgique et de la France. En outre, les femmes musulmanes forment encore un groupe trop minoritaire dans les deux pays pour intéresser les autres pays européens, à moins qu'elles ne soient impliquées dans des questions très controversées et internationales telles qu'un attentat terroriste.

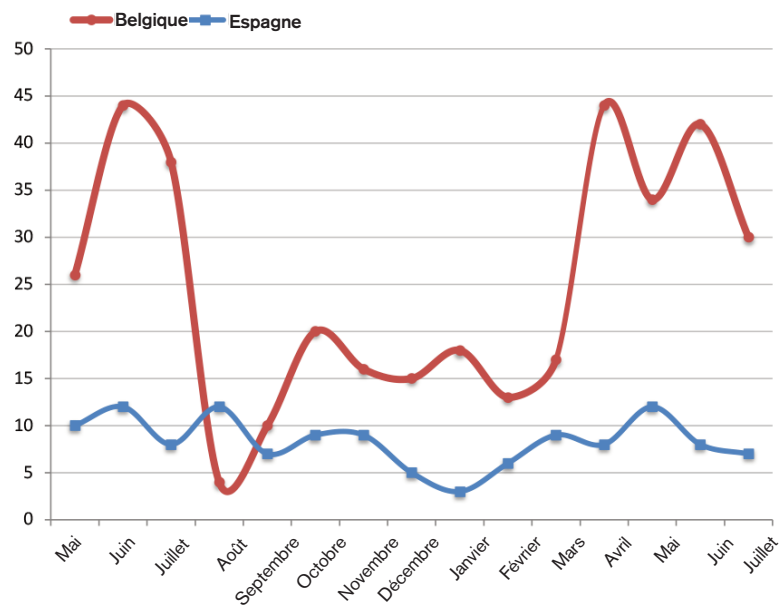
Graphique 1 : Le filtre géographique des informations publiées



Élaboration propre

La différence entre les deux pays est évidente, ce qui peut s'expliquer par le fait qu'en Belgique, les femmes musulmanes sont beaucoup plus présentes dans la société que ne le sont les femmes musulmanes en Espagne. Par conséquent, plus elles sont présentes dans la société dans laquelle elles vivent et plus elles sont actives – ou semblent l'être –, plus elles seront présentes dans les médias. On peut déduire de ces données que la presse belge est plus sensible et consciente des événements qui entourent les femmes musulmanes, et que ce qui leur arrive est important.

Graphique 2 : La répartition des informations par pays



Élaboration propre

On peut observer une autre différence entre les deux pays dans la répartition des articles au fil des 15 mois. En Belgique, il existe un phénomène appelé « *summer slump* » (creux qui se produit en été) qui se réfère à la diminution drastique des informations publiées au mois d'août 2021, comme on peut le voir sur le graphique ci-dessus. Cependant, ce phénomène ne se produit pas en Espagne car l'évolution suit la même dynamique que les mois précédents. Il est également intéressant de noter les pics correspondant aux informations ponctuelles, qui sont plus fréquents en Belgique qu'en Espagne, où la ligne est beaucoup plus plate. Cet aspect, étayé par le nombre d'articles publiés dans les deux pays, renforce la conclusion selon laquelle le suivi des informations en rapport avec les femmes musulmanes a un poids beaucoup plus important dans les médias belges, qui suivent des événements spécifiques, la plupart d'entre eux étant controversés, avec plusieurs publications au cours d'une certaine période.

L'interview: la Belgique est plus intéressée par les témoignages directs

Lorsqu'on analyse le type d'articles qui font mention à la femme musulmane, on observe que ce sont les textes à caractère informatif qui prédominent dans les deux pays. Il est intéressant d'examiner les données relatives à l'interview. Dans la presse espagnole, elles représentent 7,20 % des articles (9 articles de presse), tandis que dans la presse belge, le pourcentage s'élève à 16,98 % (63), soit plus du double que l'Espagne. Ces données permettent de conclure que les médias belges sont plus intéressés par les femmes musulmanes et ce qui les entoure, car il s'agit du format le plus direct pour fournir un espace aux groupes minoritaires, afin qu'ils puissent parler de n'importe quel sujet qui les intéresse.

Cependant, le fait que la presse belge consacre plus d'espace aux interviews n'est pas nécessairement positif, car toutes ne sont pas des témoignages de femmes musulmanes. De fait, on trouve une prédominance d'interviews réalisées auprès de personnes qui répètent des stéréotypes négatifs sur la femme musulmane et qui attaquent le hijab en tant que symbole du contrôle patriarcal des femmes. De même, sur les 63 interviews publiées, 7 s'appuient sur des sources islamophobes et dans 9 interviews sur 63, le journaliste fait des commentaires islamophobes.

Il est vrai aussi que si l'on regarde de près les interviews publiées par les médias belges, on constate qu'à plusieurs reprises, le même contenu est publié à quelques heures ou jours d'intervalle, ce qui augmente les chiffres par rapport aux médias espagnols. En voici quelques exemples :

- « Port du voile : la voix des femmes, au-delà des débats », article publié le 18/06/2021 par *Le Soir* et « Récits de voiles, elles témoignent », article publié le 19/06/2021 par ce même média.

Il existe une autre différence entre les médias des deux pays en termes d'interviews, à savoir que dans les médias belges, on retrouve plus de témoignages de femmes musulmanes sur un sujet donné. À ce propos, revenons sur le fameux cas belge de l'ancienne commissaire du gouvernement auprès de l'Institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes (IEFH), une femme musulmane portant le hijab qui a été nommée commissaire du gouvernement, un poste dont elle a rapidement démissionné suite à une vague d'attaques sur les réseaux sociaux et à des réactions politiques. Plusieurs interviews ont été menées sur cette question, mais la plus importante est celle réalisée auprès de l'ancienne commissaire elle-même. Du côté de l'Espagne, il existe aussi un cas similaire : celui de Fátima Hamed, porte-parole du Mouvement pour la dignité et la citoyenneté de Ceuta, qui a fait parler d'elle en novembre 2021, alors qu'elle avait été l'une des invitées à l'événement organisé à Valence par la vice-présidente du gouvernement, Yolanda Díaz, en compagnie de la maire de Barcelone, Ada Colau, et de la dirigeante de Compromís de l'époque, Mónica Oltra. L'événement a suscité une controverse non seulement dans les médias, mais aussi sur les réseaux sociaux, car pour une partie de la société, Hamed et son hijab n'ont pas leur place dans un événement féministe. La différence par rapport au cas belge réside dans le fait qu'aucun des médias espagnols analysés n'a interviewé Fátima Hamed.

L'intérêt commun envers l'information internationale

Lorsqu'on analyse les rubriques dans lesquelles des articles faisant mention à la femme musulmane ont été publiés, les médias belges et espagnols coïncident sur certains points.

La rubrique Société est celle dans laquelle la plupart des articles ont été publiés en Belgique, alors qu'il s'agit de la rubrique International pour l'Espagne. Cela dit, il existe certains points communs entre les deux pays en ce qui concerne les nouvelles internationales. Les informations en provenance d'autres pays européens (section internationale) occupent une place importante dans l'agenda médiatique des deux pays. Cela est le cas par exemple pour l'une des informations internationales les plus importantes lors de notre analyse : les élections présidentielles françaises de 2022, pays voisin de l'Espagne et de la Belgique, où la question des communautés musulmanes en général et du hijab en particulier est une source de controverse depuis plus de dix ans en raison des mesures prises par le gouvernement français.

La différence se situe au niveau de la section culturelle, qui représente 8 % des informations en Espagne et 13,7 % en Belgique. Dans les médias espagnols, cette rubrique se distingue par le fait qu'elle est composée d'informations neutres, comme la nouvelle de la sortie de la série Miss Marvel dont le personnage principal est une femme musulmane, ou d'informations positives dépourvues d'islamophobie. En revanche, dans les médias belges, il s'agit d'une section conflictuelle, qui contient des commentaires, des critiques et des articles remplis de stéréotypes islamophobes et misogynes, souvent présentés sous le couvert de l'humour.

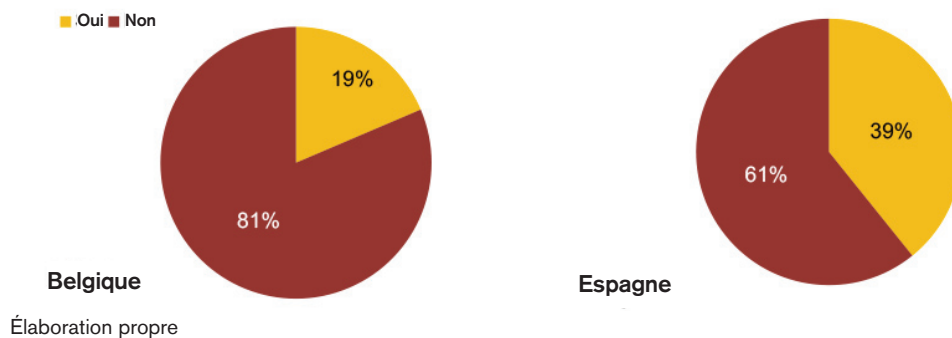
Le cordon sanitaire, une ressource entièrement belge

Le cordon sanitaire pourrait être défini comme une mesure visant à éviter de donner de la visibilité à des idées extrémistes en empêchant leur publication dans les médias. La presse belge, au cours

de la période examinée, a eu recours à cette politique dans son travail quotidien pour éviter de donner la parole à des personnalités politiques d'extrême droite. Dans l'actualité internationale, le cordon sanitaire n'est cependant pas maintenu, comme cela avait été le cas pour la couverture des élections françaises.

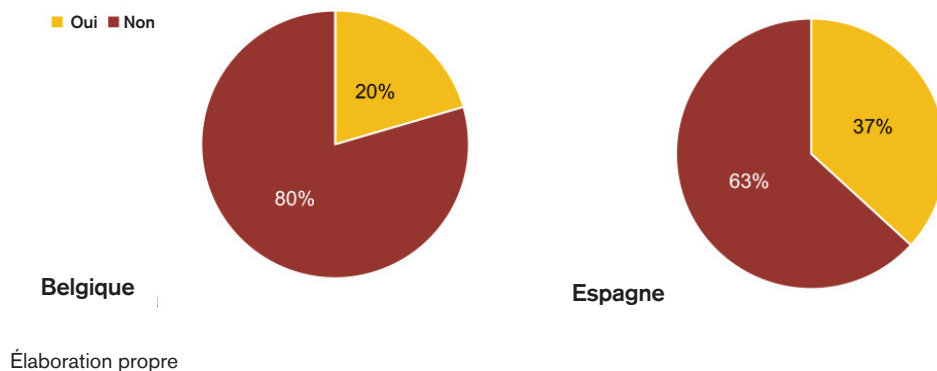
Toutefois, les médias espagnols ne suivent pas cette politique dans leurs reportages. Le débat sur l'utilité ou non de cette mesure est profond et varié. Les opposants à cette mesure font valoir que les hommes politiques d'extrême droite font partie du paysage de l'information et que le fait de les laisser en dehors du champ médiatique ne ferait qu'alimenter leur discours victimaire et ne donnerait pas aux lecteurs une image complète de la réalité politique. Lors des diverses réunions que nous avons tenues pour discuter des résultats de chacune des six *National Dispatches* (dépêches nationales) avec des journalistes et des leaders de la communauté musulmane, un consensus s'est dégagé sur le fait que si des déclarations ou des sources islamophobes étaient rapportées, les journalistes devaient commenter ce fait dans les informations, en évitant de normaliser les discours racistes comme un fait quotidien et en prenant grand soin de ne pas se laisser entraîner dans ce type de partialité dans leurs propres articles.

Graphiques 3 et 4 : Y a-t-il des sources islamophobes dans l'information ?



Comme le montre le graphique, dans la presse belge analysée, 19 % des articles analysés contiennent une source islamophobe, mais la différence avec la presse espagnole est significative, en ce sens que ce pourcentage est doublé, à raison de 39 % de sources islamophobes.

Graphiques 5 et 6 : L'article contient-il des commentaires et/ou des déclarations islamophobes de la part du journaliste ?

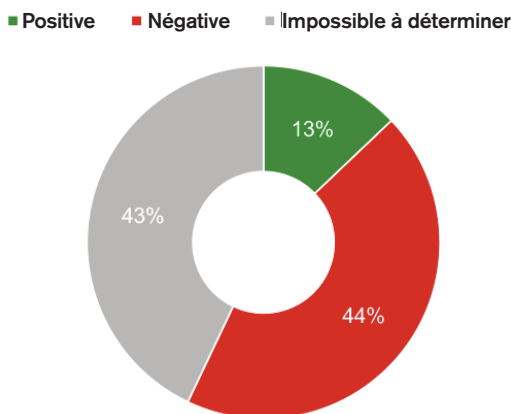


L'analyse des commentaires et/ou déclarations islamophobes du journaliste dans l'article confirme la même dynamique que pour les sources islamophobes : une plus grande présence dans la presse espagnole, où nous avons pu confirmer que lorsque l'article contient une source islamophobe, le journaliste est plus susceptible de se livrer à des propos islamophobes.

Une image négative de la communauté musulmane dans les deux pays

Les résultats sont clairs : une image négative de la communauté musulmane continue de prévaloir dans les médias. Cela n'est pas surprenant, si l'on tient compte du fait que la plupart des sujets traités par les médias sont négatifs et polémiques. D'autant plus que le fait d'avoir des sources islamophobes et que le journaliste lui-même tienne des propos islamophobes ne fait qu'accentuer l'opinion négative à l'égard de la communauté musulmane.

Graphique 7 : L'image de la communauté musulmane

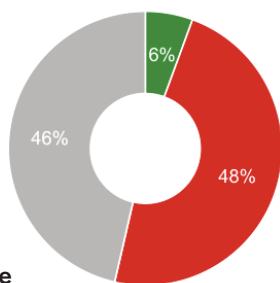


Elaboration propre

Comme le montre le graphique ci-dessus, 44 % des informations analysées dans les deux pays sont négatives et seulement 13 % sont positives. Si l'on décompose les données en fonction du pays, on constate une dynamique très similaire : près de 50 % des informations véhiculent une image négative de la communauté musulmane et un pourcentage beaucoup plus faible d'informations positives, bien que dans ce cas, ce pourcentage soit plus de deux fois plus élevé en Belgique qu'en Espagne (15 % contre 6 %).

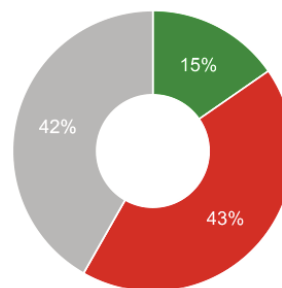
Graphiques 8 et 9 : L'image de la communauté musulmane

■ Positive ■ Négative ■ Impossible à déterminer



Espagne

Élaboration propre



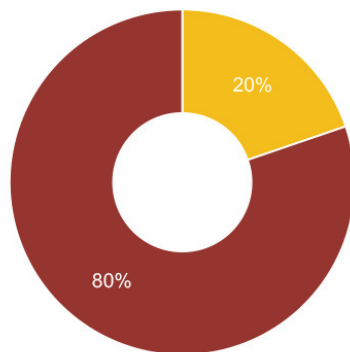
Belgique

Il est clair que la différence entre les deux pays en ce qui concerne le pourcentage d'images négatives n'est pas significative ; néanmoins, il faut toujours tenir compte de la différence du nombre d'articles publiés dans un pays et dans l'autre. Cela ne fait que confirmer une fois de plus la mauvaise image que l'on a des musulmans en Europe, et qu'il ne s'agit pas d'un sentiment propre à un seul pays. On laissera à la recherche future le soin de certifier académiquement si cette tendance se maintient dans le reste des pays, comme cette recherche semble l'indiquer.

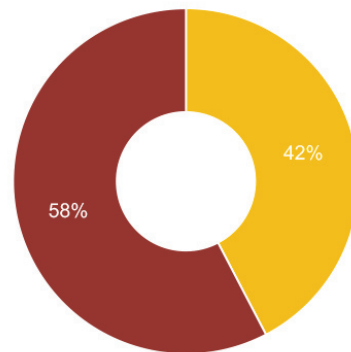
Les graphiques suivants confirment également cette tendance négative et montrent que les médias sont loin de remettre en question les stéréotypes négatifs existants sur les musulmans en général et sur les femmes musulmanes en particulier (80 % des articles ne les remettent pas en question). En fait, 52 % des articles analysés entre les deux pays non seulement ne servent pas à combattre ces préjugés, mais reproduisent même les stéréotypes négatifs qui existent à l'égard de ce groupe.

Graphiques 10 et 11 : Les stéréotypes sur les femmes musulmanes

L'article remet-il en question les stéréotypes négatifs sur les femmes musulmanes ?



L'article reproduit-il les stéréotypes négatifs sur les femmes musulmanes ?



■ Oui ■ Non

Élaboration propre

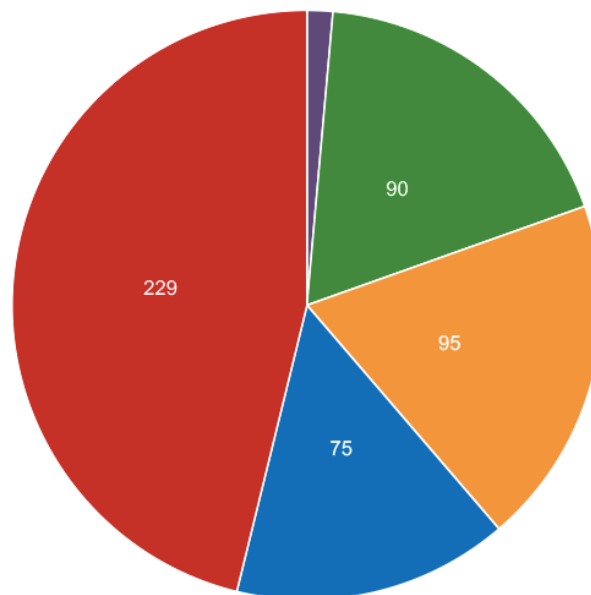
Compte tenu de ces données, on peut affirmer que le fait de publier de nombreuses informations sur les femmes musulmanes n'est pas nécessairement une chose positive. L'exemple est clair : d'une part, la presse belge publie un grand nombre d'articles par rapport à la presse espagnole, mais la réalité est que dans les deux pays, il existe encore des sources et des commentaires islamophobes et qu'en Europe, une image négative prévaut à l'égard des hommes et des femmes musulmans. C'est l'un des commentaires les plus généraux formulés lors des consultations nationales, en particulier par les représentant-e-s musulman-e-s qui expliquaient qu'ils ou elles évitaient généralement de répondre aux rares appels reçus des médias en raison du sentiment général qu'ils ou elles étaient maltraité-e-s dans les médias. Cette distanciation générée par les mauvaises pratiques journalistiques crée une boucle dont il est difficile de sortir car, compte tenu du manque de confiance général dans les médias, la communauté musulmane se réfugie dans les réseaux sociaux pour s'exprimer, avec les limites que cela implique et l'absence de voix musulmanes dans les médias de masse en général, comme l'a montré cette recherche.

La femme musulmane, réduite au silence dans les deux pays

L'absence de voix féminines dans ce type d'informations est l'un des principaux problèmes auxquels la presse est confrontée dans les deux pays. Bien qu'en principe, les femmes musulmanes soient les actrices – principales ou secondaires – de ces informations et que l'on s'attende à une forte présence de voix féminines en général, et musulmanes en particulier, la réalité est loin d'en être ainsi. Sur l'ensemble des informations analysées entre les deux pays, moins de 20 % contiennent une déclaration relative aux femmes musulmanes. Autre donnée toute aussi importante : 46 % des informations ne contiennent aucune voix féminine, qu'elle soit musulmane ou non, ce qui montre le manque d'intérêt des médias pour les témoignages des femmes en général et des femmes musulmanes en particulier. Autrement dit, on parle d'elles sans elles.

Graphique 12 : Les voix féminines

- Femmes musulmanes considérées comme un tout
- Femmes qui sont identifiées comme des femmes musulmanes
- Femmes non musulmanes
- Voix de femmes qui ne peuvent être identifiées comme musulmanes ou non
- Aucune voix



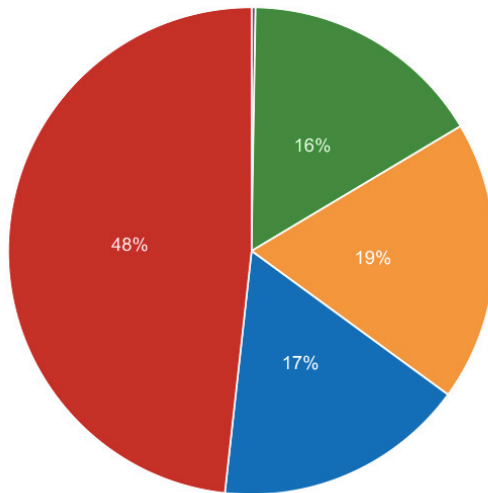
Élaboration propre

Si l'on décompose les données de la presse belge et espagnole, on trouve des données intéressantes, car la présence de voix musulmanes en pourcentage est légèrement plus élevée en Espagne : 16 % des articles ont des voix musulmanes en Belgique et 24 % en Espagne, bien que le petit échantillon espagnol signifie qu'avec peu de cas, le pourcentage change de manière significative. Il s'agit d'une donnée intéressante, car la presse belge a publié davantage d'articles, mais a fait moins d'efforts que la presse espagnole pour recourir à des sources de femmes musulmanes. Cela nous amène à penser que si le volume espagnol était similaire, les pourcentages convergeraient à la baisse.

Le pourcentage d'absence de voix féminines est également similaire dans 48 % et 40 % des informations belges et espagnoles respectivement, compte tenu du fait que l'échantillon n'est pas le même dans les deux pays.

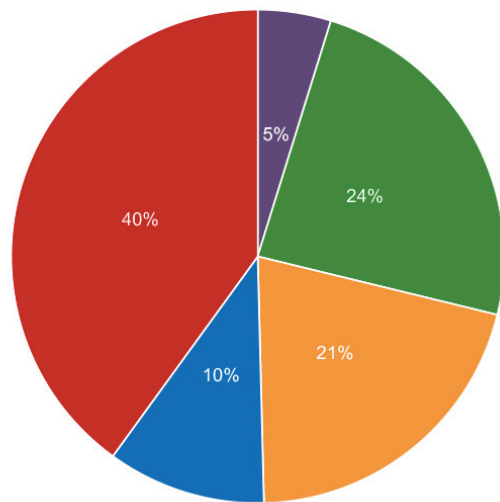
Graphiques 13 et 14 : La présence de voix musulmanes

- Femmes musulmanes considérées comme un tout
- Femmes qui sont identifiées comme des femmes musulmanes
- Femmes non musulmanes
- Voix de femmes qui ne peuvent être identifiées comme musulmanes ou non
- Aucune voix



Belgique

Élaboration propre



Espagne

Ces graphiques démontrent une fois de plus le peu d'intérêt des médias belges et espagnols à donner aux femmes musulmanes un espace dans lequel elles puissent raconter leur histoire, leurs projets ou leurs problèmes. Il existe un besoin évident d'espaces dans lesquels les femmes musulmanes puissent construire un récit éloigné du conflit et des stéréotypes négatifs si fréquents dans les discours médiatiques. Sur la base de ces données, les journalistes et les musulmans interrogés dans le cadre du projet MAGIC conviennent qu'il est nécessaire de trouver des moyens de créer une relation de confiance et de transparence entre les journalistes et les communautés musulmanes, afin que les informations et les données véridiques qui servent à contrecarrer tant d'années de reproduction de stéréotypes négatifs puissent être efficaces.

Pour l'heure, comme indiqué ci-dessus, ce sont les communautés minoritaires elles-mêmes, en l'occurrence les communautés musulmanes, qui ont recours à la création de leurs propres espaces d'information sécurisés, notamment sur les réseaux sociaux et dans certains médias alternatifs qui ont pris le pas sur les médias traditionnels en établissant une relation de confiance avec les sources musulmanes.

Dans le même ordre d'idées, les experts belges consultés attirent l'attention sur la création de médias par des musulmans qui se sont sentis délaissés par les médias traditionnels dans leur quête d'un espace sécurisé. Les avis divergent sur cette question : pour certains, les musulmans ne devraient pas se limiter à créer leurs propres médias, mais devraient essayer de créer une relation stable avec les médias traditionnels, afin d'éviter leur éventuelle marginalisation ; pour d'autres, ce type de médias est un motif de réjouissance, car ils offrent une représentation plus précise, même s'ils n'atteignent pas le grand public.

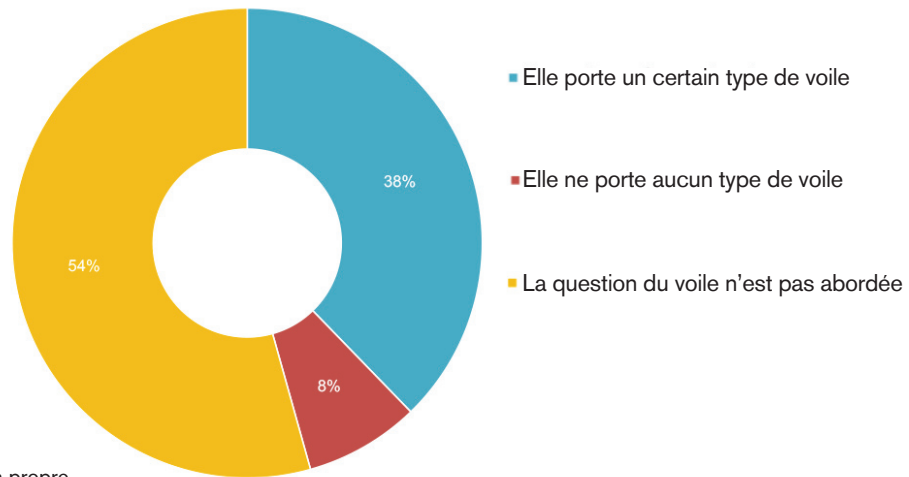
Un autre aspect souligné par les participantes musulmanes aux consultations nationales est le désengagement des femmes musulmanes vis-à-vis des médias. En effet, nombre d'entre elles ont décidé de ne plus s'adresser aux médias suite à une mauvaise expérience tournant généralement autour de stéréotypes à répétition, de questions simplistes et guindées posées par les journalistes, voire de cas où leurs témoignages et commentaires sont déformés. Ces épisodes ne font qu'éloigner les femmes musulmanes des médias traditionnels et renforcer leur recherche d'espaces plus sécurisés, même si elles doivent les créer elles-mêmes.

De même, les experts belges et espagnols s'accordaient à dire qu'il existe un autre aspect qui caractérise la relation des médias avec les femmes musulmanes. En effet, comme nous l'avons toujours confirmé dans les articles analysés, on ne fait appel à elles que pour parler de l'Islam et des musulmans, et les femmes musulmanes ne sont pratiquement jamais mentionnées en tant que spécialistes dans leur profession ou en tant que citoyennes donnant leur avis sur n'importe quel sujet. La femme musulmane est présentée uniquement comme une personne croyante ; on ne sait rien d'elle en dehors de sa religiosité et de sa foi. De même, elle perd son individualité en étant présentée exclusivement comme une croyante, éliminant ainsi toute la diversité qui existe dans ce groupe, tant en Espagne qu'en Belgique.

Le hijab

D'après les différentes expertes et femmes musulmanes consultées dans le cadre de la rédaction de ces dépêches nationales, ces dernières années, le hijab a cessé d'être un vêtement réservé à la sphère privée pour s'inscrire dans le débat public. Ce vêtement, qui relevait jusqu'alors de la spiritualité de chaque femme musulmane – qu'elle le porte ou non – est soudain devenu l'objet de débats politiques, sociaux, étatiques, juridiques et éducatifs. Il n'est donc pas surprenant que les médias se soient emparés de ce soi-disant problème et de tous ses aspects. L'image de ce vêtement et des femmes qui le portent est claire et les médias la reproduisent dans leurs pages, rassemblant ainsi des millions de femmes sous une même image sans montrer leur diversité – une diversité qui, bien sûr, comprend également les raisons pour lesquelles elles portent ou ne portent pas ce vêtement.

Graphique 15 : La présence du voile dans l'actualité



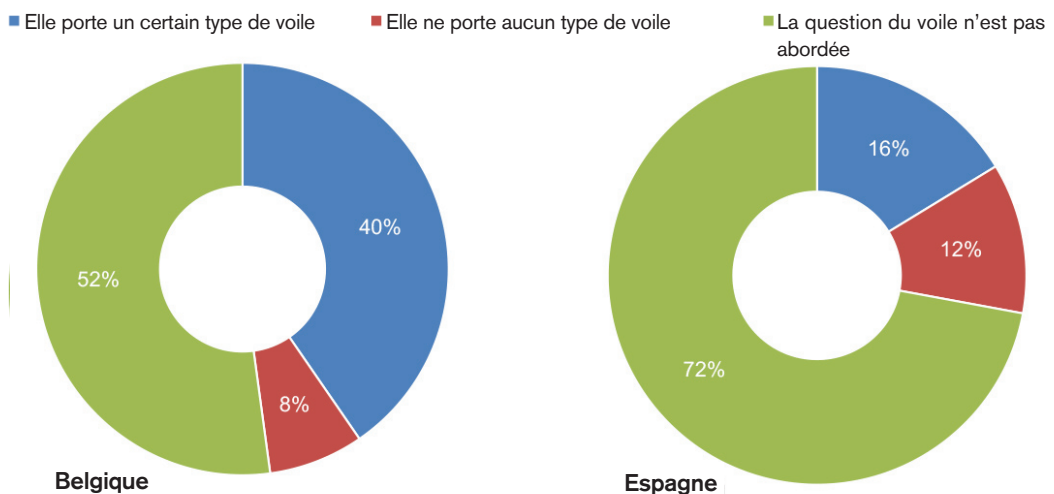
Élaboration propre

Bien que cela ait été la tendance jusqu'à il y a quelques années, les données de cette étude, corroborées par la perception des expert-e-s consulté-e-s, indiquent que le foulard fait moins parler de lui. Cela se reflète dans les statistiques, car dans 54,34 % des informations analysées (la somme des informations belges et espagnoles), le foulard n'est pas mentionné ; et quand il est mentionné, seulement dans 8,06 % des informations, le journaliste y fait référence comme quelque chose de négatif. Ces données sont positives car elles montrent que les médias en général et les journalistes en particulier commencent à s'éloigner de l'idée inséparable de la femme musulmane et du hijab, y compris du stéréotype du hijab comme symbole de l'oppression patriarcale islamique.

D'autre part, lorsque le hijab est mentionné dans les informations, dans 69,37 % des articles, il est représenté de manière neutre et l'idée qu'il s'agit d'une obligation qui leur est imposée n'est plus aussi répandue (17,44 %).

De même, si l'on décompose les données en fonction du pays, on trouve des données intéressantes : dans la presse belge, la présence de femmes musulmanes portant le hijab est plus importante.

Graphiques 16 et 17 : La présence du voile dans l'actualité



Élaboration propre

La différence entre un pays et l'autre peut être due au fait que, pendant la période de suivi en Belgique, deux des sujets les plus répétés dans les médias étaient articulés autour du voile : le cas d'une femme discriminée dans son emploi, parce qu'elle portait le hijab, et la nomination à un poste gouvernemental d'une femme musulmane portant le hijab.

De même, dans le cas espagnol, nous n'avons trouvé aucun article dans lequel des femmes musulmanes parlent de leur décision de porter le hijab, alors que le média belge *Le Soir* a publié un article intitulé « Port du voile : la voix des femmes, au-delà des débats » (18/06/2021), suite à l'affaire de la femme discriminée dans son travail. Cet article rapporte le témoignage de plusieurs femmes qui racontent leur expérience par rapport au hijab, certaines de ces histoires étant positives et d'autres négatives. En Espagne, ce sont surtout les articles de témoignages liés au hijab qui en parlent toujours de manière négative et qui sont toujours écrits par des ex-musulmanes ou des femmes très critiques à l'égard de l'Islam. L'autre aspect de la question n'est pas reflété dans les médias espagnols.

Il en va de même pour le maillot de bain intégral, désigné aussi à tort sous le nom de « burkini ». Dans les deux pays, on apprend que la ville française de Grenoble va autoriser le port du maillot de bain intégral dans les piscines municipales. À l'échelle nationale, en Espagne, seul le journal ABC se fait l'écho de cette information : « La mairie d'Elche autorise le burkini dans les piscines en tant qu'exception aux longs maillots de bain interdits » (23/05/2022). Cependant, il ne contient le témoignage d'aucune femme musulmane. Dans le cas de la Belgique, la seule information liée à cette question au niveau national se trouve dans *La Dernière Heure*. Pour UNIA (anciennement Centre interfédéral pour l'égalité des chances en Belgique), le burkini a tout à fait sa place dans les piscines : « Une interdiction générale constitue une forme de discrimination » (24/01/2022). Contrairement à la presse espagnole, bien qu'il n'y ait pas de témoignage direct d'une femme musulmane, une organisation favorable au port du burkini s'exprime sur la question.

La bonne utilisation de l'image

Un autre domaine qui suscite l'optimisme est le nombre de photographies utilisées pour couvrir les actualités analysées – un fait significatif à en juger d'après l'importance croissante des images par rapport aux textes dans les médias. Les résultats du contrôle de l'utilisation d'images dans les actualités où apparaissent des femmes musulmanes sont sans aucun doute les données les plus positives de toute l'analyse, étant donné que 89,92 % des articles utilisent des images qui ne tombent pas dans les stéréotypes. Il s'agit d'une nette amélioration par rapport à des études antérieures telles que celle réalisée par l'Observatoire de l'islamophobie dans les médias en Espagne.

La prédominance des questions négatives

Parmi les articles analysés, certaines questions se répètent au fil du temps et dans différents médias. Il s'agit de questions à la fois nationales et internationales, ce qui n'est pas surprenant, compte tenu du nombre élevé d'articles publiés dans cette dernière section. Il convient également de noter que les principales questions ne coïncident pas dans les deux pays.

Quatre thèmes principaux ont été mis en avant dans les médias belges. Le premier thème était le cas déjà mentionné de la condamnation d'une entreprise pour discrimination à l'encontre d'une femme musulmane portant le hijab. Le deuxième sujet que nous avons déjà abordé était la nomination d'une femme musulmane portant le hijab au poste de commissaire du gouvernement auprès de l'Institut pour l'égalité entre les femmes et les hommes (IEFH). Cette nomination a suscité de nombreuses critiques au sein de la société et de la communauté politique, qui ont finalement abouti à sa démission. La couverture de cette histoire a été très large en termes de sources et de témoignages : détracteurs politiques, partisans, voire la protagoniste elle-même.

Le troisième sujet largement couvert par les médias belges a été celui des élections françaises qui se sont déroulées entre octobre 2021 et avril 2022. Ces informations se distinguent par leur islamophobie notoire en raison de sources et de citations islamophobes de la part d'hommes politiques français qui, dans de nombreux cas, amènent aussi les journalistes à faire des commentaires antimusulmans.

Enfin, la couverture de certains événements liés au terrorisme est mise en avant : cela comprend la couverture des attentats en Europe, celle d'anciens membres d'ISIS qui étaient des ressortissants belges, et les procès pour les attentats de Paris et de Bruxelles. Ces reportages se sont distingués par une représentation négative de la communauté musulmane en raison de généralisations.

De son côté, la presse espagnole a repris certains thèmes : le cas de deux élèves qui ont été exclues de leur école parce qu'elles portaient le hijab. Ce cas a été médiatisé, lorsque l'Association marocaine pour l'intégration des immigrés l'a dénoncé comme un cas d'islamophobie. Bien que ces articles soient exempts d'islamophobie, ils finissent par donner l'image d'une famille musulmane qui ne s'adapte pas aux valeurs espagnoles et occidentales.

Un autre sujet qui a suscité l'intérêt de la presse espagnole est celui du maillot de bain intégral. Ces informations se distinguent par l'absence de voix musulmanes, car les médias ne vont pas vers elles pour connaître leur point de vue, même lorsque ces actualités se déroulent sur le territoire espagnol, comme c'est le cas des articles traitant d'une question se déroulant à Elche.

D'autres questions ont également eu des répercussions : l'attaque en Norvège où un homme a tué plusieurs personnes et en a blessé d'autres dans une ville norvégienne ; la participation de Fátima Hamed à l'événement organisé par Yolanda Díaz, déjà mentionnée ci-dessus ; et le meurtre de deux sœurs originaires de Terrassa au Pakistan commis par leurs frères et qualifié de « crime d'honneur ».

Bien que, comme mentionné ci-dessus, les médias ne s'accordent pas sur les questions les plus développées, ils coïncident sur d'autres points : la plupart des questions les plus importantes mentionnées ci-dessus sont liées à un conflit dans lequel les femmes musulmanes sont directement ou indirectement impliquées.

La prédominance de ce type d'informations ne fait que renforcer l'image négative de la communauté musulmane dans l'imaginaire collectif. Les musulmans sont présentés comme des personnes qui ne peuvent ou ne veulent pas s'adapter aux valeurs occidentales (cf. questions du burkini ou du hijab), dont les valeurs vont à l'encontre du mode de vie européen établi (la nomination d'une femme musulmane à un poste public ou le cas de Fátima Hamed), qui sont dangereux pour eux-mêmes (le meurtre des jeunes femmes à Terrassa) ou pour autrui (le terrorisme). De même, cette actualité ne fait qu'accentuer l'altérité et le caractère étranger du collectif : ce sont « eux » les barbares et les arriérés, tandis que « nous » sommes des Européens civilisés et cultivés.

Conclusions et recommandations :

Le suivi réalisé pendant 15 mois d'articles de journaux belges et espagnols dans lesquels la femme musulmane est mentionnée a permis de tirer certaines conclusions :

- La voix des femmes musulmanes dans les médias reste largement absente ;
- Des sources islamophobes sont présentes dans ces reportages, ainsi que des commentaires islamophobes de la part des journalistes ;
- La question du hijab perd de son importance dans l'actualité et est généralement traitée de manière neutre, bien qu'il y ait encore quelques témoignages négatifs à l'égard de ce vêtement ;
- Le sujet des articles dans lesquels les femmes musulmanes sont mentionnées est encore majoritairement négatif, ce qui se traduit par une image négative de la communauté musulmane de manière générale ;
- L'utilisation des images dans ce type d'informations s'est considérablement améliorée ;
- La femme musulmane continue d'être confinée dans l'idée qu'elle est exclusivement croyante et qu'elle n'existe pas en dehors de sa foi, ce qui efface toute individualité et toute diversité.

Vous trouverez ci-dessous les recommandations convenues avec les expert-e-s qui ont participé à l'analyse des données. Ces propositions visent à obtenir des médias exempts d'islamophobie genrée et incluant un discours alternatif :

- Inclure la voix des femmes musulmanes, à la fois lorsqu'on parle d'elles et dans des informations qui vont au-delà de leur religiosité : questions quotidiennes, sociales, professionnelles, etc. ;
- Offrir des espaces aux femmes musulmanes pour qu'elles puissent discuter des problèmes auxquels elles sont confrontées, créant ainsi des médias qui remettent en question les stéréotypes négatifs ;

- Établir une relation de confiance et de respect à long terme entre les médias et les femmes musulmanes, afin qu'elles ne soient pas sollicitées uniquement lorsque l'urgence de l'actualité l'exige. Cette relation peut être bénéfique pour les deux parties : la femme musulmane aura un contact direct dans les médias pour traiter toute éventuelle question et le journaliste aura une source directe de confiance auprès de la communauté musulmane.

À propos du projet :

MAGIC est un projet qui vise à prévenir l'islamophobie de genre en Espagne et en Belgique, en particulier dans les médias, et à en tirer des leçons utiles pour d'autres pays européens. Il est financé par la Commission européenne, dans le cadre du programme Droit, Égalité et Citoyenneté (REC).

MAGIC s'efforcera de cartographier l'islamophobie de genre dans les journaux belges et espagnols, sur une période de deux ans avec un double objectif : fournir aux leaders des communautés musulmanes, aux femmes musulmanes et aux OSCs qui travaillent sur la diversité des compétences et outils pour reconnaître et s'opposer aux stéréotypes à l'encontre des femmes musulmanes dans les récits publics et promouvoir l'inclusion des voix musulmanes dans les médias.

MAGIC y parviendra non seulement par la formation des journalistes, le renforcement des capacités et la promotion de campagnes de sensibilisation, mais aussi en encourageant la connaissance, le dialogue et la coopération mutuelle entre les représentants des communautés musulmanes, les femmes musulmanes, les OSCs et les professionnels des médias.

Suivez-nous sur <https://magic.iemed.org/>

Une publication élaborée par Fundació Al Fanar.

Cette publication ne reflète que les opinions de l'auteur ou des auteurs ; la Commission européenne et le programme Droits, égalité et citoyenneté (REC) de l'Union européenne ne sont pas responsables des opinions exprimées dans cette publication. Son contenu relève de la seule responsabilité des auteurs et ne reflète pas nécessairement le point de vue de l'Union européenne ou de l'Institut Européen de la Méditerranée (IEMed).