

L'IMAGE DES FEMMES ARTISTES DANS LA PRESSE ECRITE AU MAROC

THE IMAGE OF WOMEN ARTISTS IN THE PRINT MEDIA IN MOROCCO

Dr. Lahcen Oudoud

Docteur en Genre, Société et Culture.

Faculté des Lettres et des Sciences Humaines, Université Hassan II-Ain Chock-Casablanca.

Mail: l.oudoud@gmail.com

Résumé

Cette recherche porte sur l'étude de l'image des femmes artistes dans les quotidiens marocains. Elle nous a permis d'arriver à la conclusion suivante : les femmes artistes ne sont pas mises en valeur en tant que telles, ces journaux ne mettant pas l'accent sur l'aspect créatif et professionnel de leur activité, mais plutôt sur le fait qu'elles sont femmes et célèbres. Ils exploitent les informations sur leur vie privée et leur attrait physique, en les présentant, par illustration, de la manière la plus esthétique et la plus visible possible pour attirer davantage de lecteurs et augmenter leurs ventes.

Mots clés : Femmes artistes, presse écrite, représentations sociales, information, captation.

Abstract

This research focuses on the study of the image of women artists in Moroccan dailies. It allowed us to conclude that women artists are not highlighted as such, since these newspapers do not focus on the creative and professional aspect of their activity, but rather on the fact that they are women and famous. They use information about their privacy and physical appeal, presenting them, by way of illustration, in the most aesthetic and visible way possible to attract more readers and increase their sales.

Key words: Women artists, print media, social representations, information, capture.

Introduction

L'objet de cet article est d'étudier l'image des femmes artistes dans la presse écrite au Maroc. A cet effet, nous avons choisi le corpus sur lequel nous avons travaillé dans notre thèse qui porte sur le thème « la représentation des femmes dans la presse écrite au Maroc », soutenue en janvier 2015. Ce corpus est tiré de cinq quotidiens sur une période de trois mois : janvier-février-mars 2010. Il s'agit d'Al Ittihad Al Ichiraki, Al Alam, Al Massae, Al Ahdate Al Maghribia et Attajdid. Les deux premiers journaux appartiennent respectivement aux partis politiques USFP et Al Istiqlal, les deux autres sont qualifiés d'« indépendants », alors qu'Attajdid appartient au Mouvement (islamiste) de l'Unité et de la Réforme (MUR).

Pour ce faire, nous avons examiné aussi bien les aspects formels que ceux relatifs au fond.

L'analyse des premiers aspects nous a amené à recourir aux différentes mesures et relevés statistiques.

En ce qui concerne l'étude des aspects relatifs au fond, nous avons eu recours à l'analyse de contenu, notamment thématique catégorielle, telle que définie par des auteurs tels Laurence Bardin (1996). Cette méthode repose notamment sur la catégorisation qui consiste à classifier des éléments constitutifs d'un texte par différenciation puis regroupement par analogie d'après des critères préalablement définis, avec pour objectif de fournir, par condensation, une représentation simplifiée des données brutes.

Au préalable, nous avons procédé à un relevé statistique relatif à la part des articles sur les femmes artistes par rapport à l'ensemble des articles sur les femmes dans ces journaux sur la période considérée.

1- Quelques aspects formels

Dans ce qui suit, nous étudierons certains aspects formels qui caractérisent les articles sur les femmes artistes et qui nous paraissent importants pour notre étude.

Il s'agit de l'intitulé et de l'emplacement des rubriques où sont insérés ces articles ; la longueur de ceux-ci ; les genres journalistiques auxquels ils appartiennent ; la part des articles signés ; la citation de la source de l'information ; l'illustration de ces articles et le rapport texte/photo. L'étude de ces aspects pourra nous montrer l'intérêt qu'accordent les journaux marocains aux informations sur les femmes artistes et l'image qu'ils leur attribuent.

Avant de passer à l'étude de ces aspects, nous avons relevé la part des articles sur les femmes artistes par rapport à l'ensemble des articles sur les femmes dans les journaux constituant notre corpus au cours de la période considérée ; cette part est de 14%. Cette proportion est plus importante dans Al Alam, avec 25,33%. Il est suivi par Al Massae avec 21,10%, Al Ittihad Al Ichtraki (10,11%), Al Ahdate (7,08%), Attajdid (6,66%).

1-1- La rubrique

Dans un journal, les informations sont classées par thèmes, de différentes manières, de façon à ce que le lecteur puisse se repérer facilement. Ce qui donne lieu aux rubriques.

Globalement, les informations relatives aux femmes artistes n'ont pas une rubrique ou un emplacement identiques dans les journaux objet de notre étude.

Ainsi, dans le quotidien Al Alam, les informations relatives aux femmes artistes sont insérées dans une rubrique dédiée aux informations artistiques ; elle est intitulée « Al Alam artistique » et est placée à la dernière page du journal.

Dans Al Massae, l'art n'a pas une rubrique dédiée, mais occupe un petit espace dans la rubrique « culture ». Celle-ci n'a pas un emplacement régulier, mais elle est très souvent placée vers la fin du journal.

Pour Al Ittihad Al Ichtiraki, la totalité des articles sur les femmes artistes sont placées dans la dernière page dans une rubrique intitulée « la dernière » où on trouve un pêle-mêle d'autres informations légères.

Al Ahdate, quant à lui, publie les articles sur les femmes artistes dans une rubrique intitulée « culture et divers » ; elle est placée vers la fin du journal, souvent à la page 22 (le journal compte 24 pages).

Dans Attajdid, l'on trouve les articles sur les femmes artistes dans diverses rubrique et pages : « art et information » à la page 9 ; « متابعات » (suivi), à la page 3 ; « le dossier hebdomadaire », à la page 6 ; la Une ; « la dernière » (la dernière page).

Nous constatons donc que, globalement, les informations sur les femmes artistes sont placées soit dans des rubriques dédiées à l'information artistique avec des appellations différentes selon le journal, soit dans des rubriques consacrées partiellement à l'art ou dans des rubriques « généralistes » où on trouve les informations diverses, ou encore dans des rubriques dédiées aux informations légères.

A la lumière de ce qui précède, nous pouvons dire que les quotidiens marocains n'accordent qu'une importance limitée aux informations sur les activités des femmes artistes. En effet, s'ils considèrent ces informations intéressantes, ils les auraient regroupées dans une rubrique dédiée à l'art, avec une appellation qui renvoie clairement au domaine artistique et un emplacement fixe et plus avancé dans le journal, au lieu de placer ces informations dans les dernières pages du journal. D'ailleurs, la taille des rubriques est un indice qui est en mesure de renseigner sur l'identité et l'image qu'un journal se donne et sur son positionnement sur le marché. « En accentuant une rubrique au détriment d'une autre, le journal propose un profil original dans le champ médiatique » (Herman et Lugin, 1999 : 72). Or, dans le cas de notre corpus, il semble qu'aucun journal n'est intéressé à se donner une image d'un journal tourné vers l'art ou donnant plus d'intérêt à ce domaine.

1-2- La longueur des articles et les genres journalistiques

Les articles de presse sont de différentes tailles. Pour simplifier, nous avons retenu seulement trois tailles ou longueurs : grand article, article moyen et brève. Pour cette dernière, sa définition est plutôt simple ; en fait, il s'agit en général de la plus petite unité rédactionnelle

dans un journal. Par contre, pour les deux premières longueurs, elles n'ont pas de définitions établies dans les manuels de journalisme. Pour opérer donc une telle classification, nous avons tout simplement pris en considération la longueur relative des articles dans chaque journal. En effet, chaque journal a ses propres choix en termes de longueurs des articles, surtout que ces journaux ne sont pas tous du même format. Il s'agit donc des longueurs relatives.

Nous estimons, cependant, que l'étude de la longueur des articles dans notre corpus demeure pertinente. En effet, quand on ne consacre qu'une brève à une information, cela signifie que celle-ci est de moindre importance du point de vue de ce journal.

L'étude du corpus nous a permis de relever dans Al Alam deux articles grands, trois moyens et le reste est constitué des brèves. Le premier des deux grands articles est une analyse cinématographique sur un film égyptien dans lequel une actrice marocaine a interprété un rôle et le deuxième est un compte rendu d'une exposition de peinture.

Le premier des articles moyens aborde le témoignage de quelques femmes artistes concernant un Alem (savant religieux) décédé en Egypte et l'expression de leur tristesse. Le deuxième est une dépêche de l'agence de presse MAP sur une chanteuse marocaine et le troisième est un compte rendu d'une exposition commune entre un peintre et une peintre.

Nous pouvons donc dire que dans le quotidien Al Alam, seuls cinq des textes sur les femmes artistes peuvent être considérés comme de vrais articles, puisqu'ils sont plus développés, occupant un espace plus important, notamment pour leur composante textuelle. Trois de ces articles ne sont pas une production du journal mais de l'agence de presse MAP. Deux de ces articles ne parlent pas de l'art proprement dit, puisque l'un a pour sujet l'atteinte à la pudeur dans le cinéma et l'autre parle des témoignages de deux femmes artistes concernant une autre personne. De ces cinq articles, on compte un seul article d'analyse et tout le reste est constitué des articles informatifs normaux, c'est-à-dire sans aucun article de la catégorie des « genres nobles » (interview, enquête, reportage).

La proportion des brèves est encore plus importante dans le journal Al Massae, comme on l'observe dans notre corpus. En effet, de 69 articles sur les femmes artistes, 65 sont des brèves. Il ne reste donc que quatre textes qui sont des vrais articles, dont un ne porte pas proprement dit sur l'art, mais sur la polémique qu'un clip d'une chanteuse a suscitée. Aucun de ces articles n'est de la catégorie des genres nobles.

Dans la partie du corpus concernant à Al Ahdate, on compte quatre articles grands et trois moyens et le reste est constitué des brèves.

Le premier des articles grands parle, en partie, d'un hommage rendu à une actrice, le deuxième évoque le conflit entre une chanteuse et son manager, le troisième parle d'une chanteuse tombée malade et le quatrième est un compte rendu d'un entretien accordé par une danseuse égyptienne à un journal.

Le premier des articles moyens parle d'un clip controversé d'une chanteuse maroco-irakienne qui est apparue, dans cette production artistique, avec un soldat américain, le deuxième est un compte rendu d'une interview accordée par une artiste égyptienne à un journal et le troisième porte sur l'exposition d'une peintre française.

S'agissant d'Al Ittihad Al Ichiraki, tous les articles sur les femmes artistes sont des brèves, dont deux sont plus grandes que les autres. Donc, aucun article digne de ce nom.

Dans Attajdid, on repère deux articles grands, dont un portrait d'une réalisatrice étrangère, repris d'un site web et une analyse cinématographique sur l'œuvre et les déclarations d'une réalisatrice marocaine, à savoir Laila Marrakchi, et quatre articles moyens insérés dans un dossier sur l'indécence et l'atteinte à la pudeur dans le cinéma. Le reste des articles sont des brèves.

Nous constatons donc que la majeure partie des articles sur les femmes artistes sont des brèves, donc des petits « articles » où l'information est laconique et moins développée.

D'habitude, dans un quotidien donné, on sélectionne parmi les éléments de l'actualité ceux qui méritent de figurer dans le « menu » du jour de chaque rubrique. On détermine ensuite le degré d'importance de chacune des informations pour décider de l'espace rédactionnel à leur accorder. Ainsi, on réserve aux informations qui sont considérées moins importantes un petit espace, ce qui revient à les formuler en petits textes, sous l'intitulé « brèves », « en bref », « express », etc.

Parfois, pour l'espace réservé à ces petits textes, on ne détermine même pas les sujets, mais on en laisse le choix au journaliste. De ce fait, ce qui est le plus important est de « remplir » cet espace ; ce qu'on désigne, dans le jargon journalistique, par le terme péjoratif « remplissage » ; ces informations sont ainsi considérées comme une sorte de bouche-trous.

La plupart des informations artistiques dans notre corpus entrent ainsi dans cette catégorie d'informations plutôt marginales.

1-3- La part des articles signés et la source d'information

Chaque article est censé, normalement, être signé, soit par un journaliste du même journal ou par un auteur externe. Celui-ci peut être une agence de presse, un collaborateur, l'auteur d'un article repris d'une autre publication notamment étrangère...

Certains articles ne sont toutefois pas signés ; soit parce qu'ils sont trop petits pour être signés, à savoir les brèves ; ou que la contribution du journaliste est si négligeable qu'elle ne justifie pas la signature de l'article, tel le cas d'un léger rewriting d'une dépêche d'une agence de presse ou d'une information reprise d'un autre média, avec néanmoins la citation de la source de l'information. D'ailleurs, les journaux recourent parfois à la signature de certains articles en initiales du prénom et nom du journaliste pour montrer l'apport limité de celui-ci quant à l'information en question ou à sa formulation. Une autre catégorie d'articles n'est pas signée parfois ; il s'agit notamment de l'éditorial, dont la responsabilité incombe au journal globalement.

L'étude de cet aspect dans notre corpus a fait ressortir que dans Al Alam, seulement 6 articles sur 56 sont signés, dont deux de l'agence de presse MAP. Dans Al Massae, seuls quatre sur un ensemble de 69 articles qui parlent des femmes artistes sont signés. Pour Al Ittihad Al Ichtiraki, seuls deux articles (deux grandes brèves) sont signés. S'agissant d'Al Ahdate, quatre articles sont signés, dont deux ne concernent pas que les femmes, on y parle également des artistes hommes et un ne porte pas sur l'art, mais sur la maladie d'une artiste. Dans Attajdid, 7 articles sur 13 sont signés, dont quatre qui font partie d'un dossier sur l'atteinte à la pudeur dans le cinéma, deux brèves et un portrait, mais il est à noter que celui-ci est repris d'un site web, avec sa signature originale.

En ce qui concerne les sources d'information, elles ne sont pas citées dans la majeure partie (91%) des articles sur les femmes artistes dans notre corpus. Ces informations semblent être reprises, en grande partie, de la presse étrangère, notamment des magazines spécialisés et des sites web d'informations qui ne sont cités que rarement.

Nous constatons donc que très peu d'articles sur les femmes artistes dans notre corpus sont signés. Cette absence ne peut être due qu'au fait que l'apport des journalistes dans ces informations est si moins important qu'il ne justifie pas qu'on leur attribue ces articles.

Et là, la question que l'on peut se poser est pourquoi l'apport des journalistes dans ces articles est moins important ?

C'est, à l'évidence, parce que ces informations ne semblent pas, aux yeux des journalistes et des journaux, aussi importantes pour qu'on leur consacre de l'effort et du temps des journalistes. Ceux-ci peuvent, semblent raisonner les journaux, se consacrer aux sujets plus intéressants, plus consistants, aux « choses plus sérieuses ».

Pour les informations sur les activités des femmes artistiques, on peut se contenter, selon cette conception, de reprendre des informations des autres publications et de les mettre en page, avec le moindre effort rédactionnel.

En conclusion, on peut dire que les informations sur les femmes artistes sont moins intéressantes, d'après les quotidiens marocains.

1-4- L'illustration de ces articles et le rapport texte/photo

L'illustration est une partie intégrante de l'information journalistique. Elle a accompagné la presse depuis ses débuts et a pris de l'ampleur avec l'adoption de la photographie par la presse à partir de la deuxième moitié du dix-neuvième siècle. Depuis, sa contribution à l'information journalistique ne cessait de gagner de l'importance, jusqu'elle soit arrivée à prendre parfois de l'autonomie et à véhiculer, à elle seule, l'information.

La photographie de presse est, en effet, considérée depuis longtemps comme un message (Barthes, 1961 : 1) et une autre forme d'écriture qu'il faut lire et analyser la structure de sa composition (Lambert, 1986 : 40). Ce message est l'œuvre d'une source émettrice, d'un canal de transmission et d'un milieu récepteur. La source émettrice, c'est la rédaction du journal, en particulier les techniciens qui prennent la photographie, ceux qui la choisissent, la composent, la traitent, et ceux encore qui la titrent, la légendent et la commentent. Le milieu récepteur, c'est le public qui lit le journal et le canal de transmission, c'est le journal (Barthes, 1961 : 1).

Plusieurs paramètres entrent en jeu pour valoriser une photo de presse. Il s'agit notamment de la place de la photographie dans la page ; la superficie de la photographie et éventuellement le recadrage qu'elle a pu subir ; le renforcement ou la contamination par une autre image (Rafael, 2008 : 3).

Pour analyser les photos dans notre corpus, nous commençons par Al Alam, puisqu'il est le plus riche en termes d'indices à analyser. Dans ce journal, le premier constat est que c'est rare de trouver un article sur les femmes artistes non illustrés contrairement aux articles sur les femmes relevant d'autres domaines (politiques, économique...) : 54/56 articles sont illustrés. Ces articles sur les femmes artistes sont presque systématiquement dans des pages en couleur ; nous n'avons trouvé, en effet, que trois cas d'articles dans une page en blanc et noir. La photo occupe souvent un espace beaucoup plus grand que le texte ; un espace qui peut atteindre 14% de la surface de la page et ce, pour illustrer un petit texte. Ce qui donne lieu plus à des « photo-légendes »¹ qu'à des articles.

Voici quelques exemples du rapport texte/photo :

- Edition n° 21586 du 10 février 2010, article intitulé : Fadoua El Maliki, la première marocaine dans l'opérette "Al Janadria" : le rapport texte/photo est 45 cm² versus 207 cm².
- Edition n° 21585 du 9 février 2010, article intitulé : Hasna Zallagh a renoncé à changer son prénom, de peur d'être attaquée par la presse : 60 cm² vs 240 cm².
- Edition n° 21607 sur Samira Bensaid : 40 vs 247 cm²
- Edition n° 21510 sur Sophia Merrikh : 30 vs 185 cm². Ici, le texte est presque inexistant par rapport à la photo. Si on exclut le titre, il ne reste que 18 cm².

Il est évident que ces photos ne sont pas produites par le journal, mais reprises d'autres publications ou de sites internet d'information. En effet, ces illustrations ne sont pas signées, alors que les photos prises par le photographe du journal sont normalement signées. De plus,

¹ Parmi les éléments que l'on retient pour constituer le menu d'une rubrique, l'on choisit parfois une photo notamment d'actualité et qui est très éloquente, on lui réserve un espace important et on l'accompagne d'un petit texte, qui fait office de légende, ce qui donne lieu à ce qu'on appelle la photo-légende. La photo est ainsi ici la pièce centrale de l'information.

comme nous le verrons, la majeure partie de ces photos ne sont pas vraiment des photos de presse, mais visiblement ayant un objectif commercial, de marketing, destinées à faire la promotion de l'artiste.

Ces photos sont de différentes de tailles, donc de différents cadrages. De diverses tailles des plans des photos qui existent, Al Alam a utilisé quatre. Il s'agit du plan moyen où le personnage, à savoir la femme artiste, apparaît en entier sur la photo ; le « plan américain » qui consiste à cadrer un personnage à mi-cuisse ; le plan rapproché où on ne voit que la partie supérieure du sujet (coupé à la taille ou à la poitrine) ; et rarement le gros plan qui consiste à cadrer une partie du sujet pour la mettre en valeur, en l'occurrence ici le visage.

Ces photos montrent, pour la plupart d'entre elles, des femmes artistes souriantes ; regardant parfois l'objectif de l'appareil photo, donc le récepteur de l'image ; dans des positions dynamiques servant pour les femmes artistes à faire étalage de leur beauté et leur charme. Il s'agit donc souvent des attitudes recherchées et non naturelles, ce qui fait penser au shooting où le photographe prend des photos d'un modèle ou un mannequin sur commande, des photos où l'on met en valeur les attraits du corps de la femme en question. Ce qui ne doit pas être le cas dans des photos de presse où le moment de la prise de la photo et, donc, la séquence à prendre en image, est décidé par le photographe et non par la personne photographiée. Dans les photos des artistes femmes dans Al Alam, le côté esthétique prime ainsi sur l'aspect signifiant, selon la dichotomie introduite par Barthes (1961). On illustre même parfois par des posters des femmes artistes.

De ce fait, la photo n'est plus seulement un complément de l'information contenue dans le texte, mais elle constitue en elle-même un message. L'image n'illustre plus la parole, disait Barthes (1961). Si au début, l'image « fonctionnait comme un retour épisodique à la dénotation, à partir d'un message principal (le texte) qui était senti comme connoté, puisqu'il avait précisément besoin d'une illustration » (Barthes, 1961 : 134), la donne a changé depuis longtemps. En effet, l'image ne vient plus éclaircir ou « réaliser » la parole ; c'est la parole qui vient « sublimer, pathétiser ou rationaliser l'image » (Barthes, 1961 : 134).

Cette déviation de la photo de presse par rapport à sa fonction initiale est davantage accentuée par le procédé de la photogénie qui s'appuie sur les techniques d'éclairage, d'impression et de tirage. « Dans la photogénie, le message connoté est dans l'image elle-même, "embellie" (c'est-à-dire en général sublimée) [...] » (Barthes, 1961 : 132).

Nous pouvons donc conclure que ce qui intéresse le journal Al Alam ici c'est le corps de la femme et non pas son identité. En effet, si le but est informatif, à savoir montrer au lecteur la femme artiste dont il s'agit dans l'article, un portrait où l'on montre son visage suffira.

Ces illustrations servent donc la stratégie de captation, concept introduit par Charaudeau (2006), qui sert un objectif commercial, à savoir attirer davantage de lecteurs et augmenter les ventes.

L'illustration est également importante dans Al Ittihad Al Ichtiraki, puisque presque la totalité des articles sont illustrés (17/18). Ces illustrations sont dans leur intégralité en couleur. Pour certains articles, qui sont tous des brèves, le journal recourt parfois, mais dans une moindre mesure, au procédé utilisé par Al Alam, à savoir donner à la photo un espace nettement plus grand que celui réservé au texte. De même, le côté esthétique et la visée promotionnelle priment dans ces photos sur la visée d'information. De ce fait, l'analyse et les conclusions concernant Al Alam à ce sujet sont également valables pour Al Ittihad Al Ichtiraki.

De son côté, Al Ahdate accorde parfois une grande importance à la photo. En effet, tous les articles sur les femmes artistes sont illustrés et en couleur dans ce journal. De même, il réserve parfois un espace plus grand que celui réservé au texte, tout en recourant aux cadrages qui montrent une bonne partie du corps de la femme ou même l'intégralité du corps, avec 8 articles sur 18. Un de ces articles a été même illustré par une série de trois séquences d'une scène de la remise des oscars où deux femmes artistes s'embrassent d'une manière peu commune. Dans certaines de ces photos, l'aspect esthétique prime sur l'aspect informatif, au même titre qu'Al Alam et Al Ittihad Al Ichtiraki.

S'agissant d'Al Massae, l'illustration est certes aussi importante, puisque tous les articles sur les femmes artistes sont illustrés. Toutefois, elle n'est pas disproportionnée par rapport au texte comme dans Al Alam, puisque Al Massae recourt plutôt aux photos-portraits des femmes artistes pour illustrer les brèves, dont 22 sont en couleur et 47 en blanc et noir. Seuls deux articles sont illustrés avec des photos occupant un espace important.

Par contre, Attajdid n'accorde pas d'importance à la photo. En effet, moins de la moitié des articles sont illustrés, soit avec des photos-portraits des femmes en question, soit avec des photos qui représentent autre chose que ces personnages féminins.

Pour résumer, nous pouvons dire que les informations sur les femmes artistes sont formulées généralement en petits textes qui sont dans leur majeure partie informatifs et non analytiques ou apportant une critique ; ces articles sont souvent non signés, sans citations de la source de l'information ; sans un emplacement ou une rubrique fixes.

Le seul élément bien visible et mis en valeur, dans une bonne partie de ces articles, est leur illustration par des photos des femmes artistes concernées. C'est donc, visiblement, le seul élément qui compte dans ces articles. Une femme artiste est avant tout une femme et le plus important à mettre en valeur chez elle c'est son paraître et non son être, semblent raisonner ces journaux.

2- Les aspects relatifs au contenu

Pour étudier le contenu de notre corpus, nous avons choisi d'examiner deux aspects. Il s'agit des thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes et leurs actions rapportées dans ces articles. Pour ce faire, nous avons recours à l'analyse de contenu, notamment thématique catégorielle.

2-1- Les thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes

L'exploration de notre corpus et le travail de catégorisation auquel nous l'avons soumis nous a permis de regrouper les thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes en trois catégories. Il s'agit des catégories d'activités purement artistiques en rapport avec les femmes artistes ; les activités artistiques, mais qui renvoient à d'autres thèmes (solidarité, hommage...) ; et les activités extra-artistiques.

La première catégorie porte sur tout ce qui est purement artistique. Il s'agit de la participation ou animation d'un concert ; l'édition d'un album, d'une chanson, d'un clip ; l'interprétation d'un rôle dans un film ou une représentation théâtrale ; une exposition de peintures ou de sculpture ; participation à une compétition artistique ou obtention d'un prix sur une prestation artistique. Cette catégorie concerne également l'analyse et la critique de la prestation d'une actrice dans un film ou dans une quelque œuvre artistique et qui porte sur l'aspect artistique.

La deuxième catégorie, celles des activités mi-artistiques, mi-extra-artistiques, porte sur les thèmes qui renvoient à la fois à l'activité artistique des femmes évoquées et à leurs autres activités. Il s'agit de la solidarité avec des femmes artistes qui tombent malades, notamment de la part de leurs confères ; de la participation des femmes artistes aux activités caritatives, via notamment l'animation des concerts dédiés à cet effet ; leur participation à des émissions TV ; l'hommage qui leur est rendu ; l'admiration dont elles font l'objet de la part de leurs fans ; leur médiatisation ou l'intérêt des médias à elles ; l'analyse et critique de la prestation d'une actrice dans un film ou un clip qui ne porte pas sur l'aspect artistique ; l'engagement des femmes artistes à travers leur art ; les conflits en rapport avec le domaine artistique ; les femmes artistes qui prennent leur retraite et se retirent du domaine de l'art.

La troisième catégorie, celle des activités extra-artistiques, porte, quant à elle, sur des thèmes qui renvoient uniquement aux activités extra-artistiques qui n'ont aucun lien direct avec l'activité artistique ; essentiellement de la vie privée des femmes artistes. Il s'agit du mariage des femmes artistes, divorce, grossesse, courses, leur aspect physique ou vestimentaire, obtention d'une consécration comme miss beauté, décès, accidents, conflit qui n'est pas en lien avec le domaine artistique, activité commerciale, engagement pour les droits des femmes.

Tableau n° 1 : Thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes par journal-

Thèmes des articles sur les femmes artistes	Al Alam	Al Ittihad	Al Ahdate	Al Massae	Attajdid	Moyenne
activités artistiques	69,69%	52,63%	40,74%	63,88%	7,69%	46,92%
activités mi-artistiques, mi-extra-artistiques	10,60%	15,78%	29,62%	9,72%	92,30%	31,60%
activités extra-artistiques	19,69%	31,57%	29,62%	26,38%	0	21,45%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

L'étude des thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes dans le journal Al Alam nous a permis de recenser 66 thèmes, dont 46, soit 69,69% appartiennent à la première catégorie (activités artistiques), 7 items (10,60%) à la deuxième (activités mi-artistiques, mi-extra-artistiques) et 13 items (19,69%) à la catégorie des activités extra-artistiques.

Dans Al Ittihad Al Ichiraki, on recense 19 thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes, dont 10 (52,63%) relèvent de la catégorie des activités artistiques, 3 (15,78%) de la catégorie des activités à cheval entre les l'artistique et l'extra-artistique et 6 (31,57%) de la catégorie des activités extra-artistiques.

Dans Al Ahdate Al Maghribia, on dénombre 27 thèmes dans les articles sur les femmes artistes, dont 11, soit 40,74% relèvent de la catégorie des activités artistiques, 8 (29,62%) de la catégorie des activités mi-artistiques, mi-extra-artistiques et 8 (29,62%) de la catégorie des activités extra-artistiques.

Dans Al Massae, on compte 72 thèmes dans les articles sur les femmes artistes, dont 46 (63,88%) relèvent de la catégorie des activités artistiques, 7 (9,72%) de la catégorie des activités mi-artistiques, mi-extra-artistiques et 19 (26,38%) de la catégorie des activités extra-artistiques.

Dans Attajdid, on repère 13 thèmes dans les articles sur les femmes artistes, dont 1, soit 7,69% relève de la catégorie des activités artistiques, 12 (92,30%) de la catégorie des activités mi-artistiques, mi-extra-artistiques et aucun de la catégorie des activités extra-artistiques. Les activités qui relèvent de la deuxième catégorie portent notamment sur la critique de la prestation des artistes dans des œuvres artistiques : un film, un concert ou dans une publicité.

Nous constatons donc que, globalement, les activités artistiques ne représentent que moins de 47% des thèmes abordés dans les articles sur les femmes artistes dans notre corpus ; le reste étant soit des activités artistiques qui renvoient à d'autres thèmes (solidarité, hommage...) (31,60%) ou des activités qui n'ont aucun lien avec le domaine artistique, mais qui relèvent essentiellement de la vie privée des femmes artistes en question (21,45%).

Il est ainsi évident que ces journaux ne s'intéressent pas à ces femmes artistes uniquement pour leur art, mais aussi pour leurs autres activités, notamment celles en lien avec leur vie privée (mariage, divorce, vie quotidienne...).

Nous constatons également une extrême rareté des articles d'analyse ou de critique sur l'art, l'essentiel de thèmes artistiques traités dans notre corpus portent sur l'actualité des femmes artistes : édition d'un nouvel album, animation d'un concert...

Ce traitement médiatique des thématiques en rapport avec les femmes artistes nous renvoie ainsi à la presse people qui se spécialise dans l'actualité et la vie privée des personnes publiques et des célébrités. Cette presse s'est appuyée sur la peopolisation² qui serait le pivot de la postmodernité (Dakhli, 2010) et de l'avènement d'une culture de la mode, d'un culte de l'apparence et de l'éphémère. Elle met à profit la célébrité qui « engendre, à travers sa consommation, une économie spécifique, liée aux médias, à la presse, à la publicité, au spectacle, à la sécurité, etc. », une économie qui repose notamment sur « le commerce des images de célébrités » et qui donne lieu à « une industrie génératrice de profits conséquents » (Heinich, 2011 : 11), dont profitent, entre autres, les magazines people. Ceux-ci sont, en effet, nettement plus rentables que le reste de la presse. Par exemple, en France, ils vendant deux fois plus d'exemplaires que la presse d'actualité, selon Le Monde (27-28 juin 2004, cité par Heinich, 2011 : 22). L'explication est simple : « Afin d'attirer le plus large public possible, l'indiscrétion est une recette sûre », d'après Pigeat (2002 : 202).

Les journaux et les magazines ont profité de « l'invention puis l'utilisation à grande échelle du portrait photographique qui ont profondément bouleversé les modalités traditionnelles de la célébrité » (...) [qui] prend la forme [entre autres] d'une reproduction indéfinie des traits du visage, avec la photographie et la photogravure » (Heinich, 2011 : 106-107). Ce qui a donné lieu à la transformation de certains individus en objets de consommation visuelle massive (Heinich, 2011). Cette distribution de la célébrité a concerné les artistes, au même titre que d'autres catégories sociales (souverains et membres des familles royales, politiques, journalistes, sportifs, penseurs ou créateurs) (Heinich, 2011).

Cette presse recourt notamment à « la mise en jeu du corps de la personne, parfois au plus intime (...) pour faire des stars du cinéma et de la musique les incarnations idéal-typiques de la production et de la consommation des célébrités [qui] a pris, dans le courant du XXe [des] formes [qui] relèvent essentiellement du désir de voir, que ce soit de façon médiatisée

² Médiatisation, souvent perçue comme pernicieuse, de personnes, d'institutions étrangères au monde du spectacle : La peopolisation de la sphère politique. (On écrit aussi pipolisation.) (<https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais>)

(images) ou immédiate (présence) » (Heinich, 2011 : 108). La célébrité étant considérée comme représentant le summum de l'accomplissement personnel et de la réussite sociale aux yeux de la société (Dakhli, 2010).

Vu le succès commercial de ce créneau, même la presse généraliste essaie parfois d'en profiter, en s'y adonnant d'une manière nettement moins accentuée et plutôt discrète. Et c'est, visiblement, le cas de certains quotidiens marocains qui profitent des informations sur les femmes artistes pour attirer davantage de lecteurs et augmenter leurs ventes.

2-2- Les actions des femmes artistes

Pour compléter ce qui a précédé et essayer d'approfondir l'analyse thématique de notre corpus, nous procéderons à une analyse des actions des femmes artistes rapportées par ces journaux. Par action, nous n'entendons pas ici seulement l'actions proprement dite, mais tout acte qui émane des femmes et rapporté par la presse, dont également toute forme d'expression.

L'examen de cet aspect dans notre corpus nous a amené à regrouper ces actions dans les articles sur les femmes artistes dans deux grandes catégories :

- La catégorie des actions qui expriment directement l'exercice de l'activité artistique, tels chanter, animer un concert, interpréter un rôle dans un film, etc.
- La catégorie d'autres actions. Cette catégorie comporte :
 - Les actions qui expriment directement la vie familiale et conjugale tel le mariage, le divorce, les relations d'amours... ;
 - Les actions qui expriment directement la vie quotidienne et routinière : faire les courses, porter un habit... ;
 - Les déclarations des femmes artistes et leur expression d'émotions et de sentiments, de désir, de souhait. Elles peuvent porter sur divers aspects de la vie des personnages concernés, y compris l'activité artistique.
 - Le reste des actions des femmes artistes, à savoir celles qui ne relèvent pas de l'une de ces sous-catégories citées et qui sont disparates ; de ce fait, elles ne

peuvent pas être regroupées dans une seule catégorie. Cette sous-catégorie d'actions ne représente, en tous cas, qu'une faible proportion de l'ensemble.

Tableau n° 2 : Les actions des femmes artistes rapportées par la presse écrite

Actions/ journal	Al Alam	Al Ittihad	Al Ahdate	Al Massae	Attajdid	Moyenne
Activité artistique ou para-artistique	41,76%	28,57%	21,49%	30,45%	18,18%	28,09%
Hors activité artistique	58,23%	71,42%	78,50%	69,54%	81,81%	71,9%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Dans Al Alam, on recense 170 actions des femmes artistes, dont 71 (soit 41,76%) qui expriment l'exercice de l'activité artistique et 99 autres actions (58,23%). De ces dernières, 68 actions sont des déclarations des femmes artistes et leur expression d'émotions, de sentiments, de désir, de souhait ; une seule action est en lien avec la vie familiale et conjugale ; 12 concernent la vie quotidienne et routinière et 18 constituent le reste des actions des femmes artistes.

Dans Al Ittihad Al Ichiraki, on dénombre 77 actions, dont 22 (28,57%) seulement qui relèvent de l'activité artistique. Des 55 restants (71,42%), 31 sont des déclarations et expression d'émotions..., 12 actions sont en rapport avec la vie familiale et conjugale, 5 actions portent sur la vie quotidienne et routinière.

Dans Al Ahdate, on compte 107 actions, dont 23 (21,49%) de l'activité artistique. De 84 (78,50%) autres actions, 54 sont des déclarations et suite ; 2 sont des actions qui concernent la vie familiale et conjugale et 7 des actions portent sur la vie quotidienne et routinière.

Dans Al Massae, on repère 197 actions, dont 60 (30,45%) du domaine artistique. Les 137 autres actions (69,54%) sont constituées de 87 déclarations et suite, 6 des actions de la vie familiale et conjugale et 6 de la vie quotidienne et routinière.

Dans Attajdid, on trouve 44 actions, dont 8 actions (18,18%) de l'activité artistique et 36 autres (81,81%). De celles-ci, 15 sont des déclarations et suite. On ne repère aucune action en lien avec la vie familiale et conjugale, ni avec la vie quotidienne et routinière.

Nous remarquons qu'une bonne partie des actions des femmes artistes rapportées par Attajdid renvoient aux prestations d'une réalisatrice et de certaines actrices ou chanteuses que le journal trouve indécentes et portant atteinte à la pudeur. Ce qui se traduit également par les attributs accordés par ce journal aux femmes artistes qui sont négatifs, contrairement aux quatre autres quotidiens. Il s'agit de qualificatifs : provocatrice ; incompetente, néophyte, inexpérimentée ; occidentaliste ; d'un niveau intellectuel et artistique bas ; opportuniste ; prétentieuse.

Nous constatons donc que, globalement, les actions qui expriment directement l'exercice de l'activité artistique représentent à peine 28% des actions des femmes artistes rapportées par les journaux objet de notre étude, contre près de 72% pour les autres actions. Ces dernières sont soit des actions de la vie familiale, conjugale, quotidienne ; soit des déclarations des femmes artistes et leur expression d'émotions, de sentiments, de désirs, de souhaits à propos de divers aspects de leur vie, y compris l'activité artistique.

Par journal, la proportion des actions qui expriment l'exercice de l'activité artistique est plus faible dans Attajdid (18,18%), suivi d'Al Ahdate (21,49%), Al Ittihad (28,57%), Al Massae (30,45%), puis Al Alam (41,76%).

Nous voyons ainsi que les quotidiens marocains rapportent moins les actions des femmes artistes qui relèvent de leur domaine d'activité qui est l'art que celles qui relèvent d'autres aspects de leur vie, notamment privée.

Or, en principe, à l'exception des faits divers, ce qui doit justifier qu'on médiatise une personne dans la société au lieu d'une autre, c'est son mérite, sa compétence qui l'impose par rapport aux autres ; ce qui doit être en lien direct avec l'art pour une femme artiste.

Focaliser sur leur vie privée revient à adopter l'approche de la presse people qui considère les célébrités comme une marchandise qu'elle exploite pour augmenter ses ventes, comme nous l'avons expliqué.

Notre deuxième remarque est le foisonnement des « actions » qui expriment la parole et l'expression. Celles-ci représentent globalement 40,74% des actions des femmes artistes rapportées par ces quotidiens. Cette proportion est plus importante dans Al Ahdate, avec 49,53%, suivi d'Al Ittihad (40,25%), Al Massae (41,62%), Alam (38,23%), puis Attajdid (34,09%).

Les femmes artistes, telles que la presse parle d'elles, parlent ainsi et s'expriment dans une proportion qui n'est pas loin de celle où elles agissent.

Par ce traitement, ces journaux cèdent-ils au stéréotype qui considère les femmes bavardes et enclines à passer leur temps dans des conversations futiles ? Se servent-ils des déclarations des femmes artistes pour satisfaire le goût de certains lecteurs pour les indiscretions et les commérages et être le relai de cette tendance qui traverse la société ?

Nous ne pouvons pas être affirmatifs à ce sujet, mais une telle interprétation nous paraît tout à fait plausible.

En tout cas, il paraît évident qu'aux yeux des journalistes, les actes de paroles et d'expression des femmes artistes sont tout aussi importants que leurs réelles actions. Une femme qui parle est parfois plus importante à médiatiser qu'une femme qui agit, semblent-ils raisonner.

Conclusion

Notre étude sur l'image des femmes artistes dans les quotidiens marocains a fait ressortir que celles-ci ne sont pas mises en valeur en tant qu'artistes. Ces journaux ne mettent, en effet, pas l'accent sur l'aspect créatif et professionnel de leur activité. Ils focalisent plutôt sur d'autres aspects qui constituent, d'après eux, la vraie « valeur ajoutée » et le « mérite » de ces personnages. Il s'agit notamment du fait qu'elles soient femmes et qu'elles soient célèbres. Ainsi, les journaux marocains exploitent l'attrait physique des femmes artistes, en les présentant de la manière la plus esthétique et la plus visible possible pour attirer davantage de lecteurs et augmenter leurs ventes. En effet, au lieu de se contenter des photos qui jouent le rôle illustratif, donc informatif, ils tiennent à choisir des photos plus dynamiques, qui mettent en évidence la beauté et le charme de ces femmes auxquelles ils réservent parfois un espace nettement plus important que celui consacré au texte. Quand il s'agit des femmes, même artistes, le paraître est plus important que l'être, d'après l'appréciation de ces journaux.

De plus, les quotidiens marocains exploitent la célébrité de ces femmes artistes pour « vendre » leur vie privée à leurs lecteurs, en s'inspirant du modèle de la presse people qui est le créneau de la presse qui fait le plus vendre.

Les femmes artistes sont ainsi considérées par ces journaux comme une marchandise à échanger contre plus de ventes et non comme des personnes qui ont une compétence, un savoir-faire, un apport intellectuel et artistique qui les habilitent à être médiatisées.

Références

Bardin, L. (1996), L'analyse de contenu. Paris, 2013, PUF.

Barthes, R. (1961). Le message photographique. Communications, 1, 127-138. En ligne :

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/comm_0588-8018_1961_num_1_1_921

Charaudeau, P. (2006). Discours journalistique et positionnements énonciatifs. Frontières et dérives. Semen, 22, 29-43. En ligne :

<http://semen.revues.org/2793>

Dakhli, J. (2010), Mythologie de la peopolisation. Paris: Le Cavalier bleu.

Heinich, N. (2011). La consommation de la célébrité. L'Année sociologique, 1 (61), 103-123.

DOI 10.3917/anso.111.0103

Herman, Th., et Lugrin, G. (1999). La hiérarchie des rubriques : un outil de description de la presse. Communication et langages, 122, 72-85. En ligne :

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_1999_num_122_1_2967

Lambert, F. (1986), Mythographies, la photo de presse et ses légendes. Paris : Edilig.

Pigeat, H. (2002). Presse et vie privée. In P. Tabatoni (Eds.), La protection de la vie privée dans la société d'information (pp. 201-210). Paris : PUF. En ligne :

<http://www.asmp.fr/travaux/gpw/internetvieprivee/rapport3/chapitr12.pdf>

Rafael, S. (2008). Analyser une photographie de presse. En ligne sur le site de Centre de liaison de l'enseignement et des médias d'information :

<http://clemi.ac-creteil.fr/interactif/spip.php?article101>