

JOINT INTERNATIONAL CONFERENCES

10TH
EDITION
EUROPEAN INTEGRATION
REALITIES AND PERSPECTIVES

5TH
EDITION
THE GLOBAL ADVANCEMENT
OF UNIVERSITIES AND COLLEGES

Gender Representation in Online Media.

Case Study: the Interview

Delia Gavrilu¹

Abstract: The gender is a biological aspect which has migrated into a social concept with a major impact over the masculine or feminine identities, created by the society in itself. The media are a way of identity (re)construction, our purpose being focused on a linguistic analysis of the media content of a Romanian online journal column – the interview, obtaining in this way classes of gender representation in the online medium. The application of the socio-psychological concept of gender on the journalistic texts is made through content analysis, obtaining in this way categories, types, domains of predilection, gender status. Social gender representations with their stereotypes and their innovations represent a poor explored domain when speaking of their transpositions in media. Our study aims to take into consideration a content – gender projection approach, in an objective perspective, based on a content analysis through gender representation in Romanian online content.

Keywords: media, content review, category

1 Introduction

Qu'il soit instrument d'analyse, axe ou champ de recherche, le genre est sorti de sa confidentialité pour s'affirmer comme un concept particulièrement dynamique de la recherche scientifique. Des dispositifs d'écriture numérique aux représentations médiatiques en passant par les discours institutionnels, le genre est l'un des rapports sociaux qui organise le monde social et les pratiques au même titre que la classe sociale ou la catégorisation ethnoraciale. Des dimensions identitaires et performatives du genre, des modèles de masculinité et de féminité promus et négociés dans les médias et de la sexuation des usages médiatiques, ce sont tous des aspects susceptibles de s'inscrire dans nos préoccupations. D'autres marqueurs identitaires, tels la classe sociale, l'âge, l'origine ethnique ou l'orientation sexuelle, interviennent-ils en conjonction avec le genre.

¹PhD, Alexandru Ioan Cuza University, Romania, Address: 11 Carol I Blvd., Iasi, Romania, Tel.: +40232 201 000, Corresponding author: delia_gavriliu@yahoo.com.

2 Le genre et les médias

2.1 L'hypothèse de travail

L'hypothèse de travail qui soutient notre étude consiste dans le fait que l'espace médiatique roumain, en incluant ici la musique, la télévision, la presse généraliste mais celle spécialisée également, la radio, offre des représentations traditionnelles, standardisées, même des stéréotypes du genre, par la manière d'aborder les matériaux de presse, par la publicité, par les éléments visuels intégrés dans les médias, et même par la composition rédactionnelle. Une grande différence se constate dans la manière tendencieuse de présenter l'homme et la femme dans le contenu linguistique, celle-ci étant une observation empirique que nous devons prouver, le déséquilibre étant constaté en ce qui concerne leur présence numérique et la prédilection pour un domaine ou autre de manifestation. L'hypothèse de début c'est que les femmes sont toujours présentées comme «le groupe marginalisé» en faveur des hommes.

Le but de notre travail n'étant pas à quantifier les apparitions d'hommes et de femmes dans les journaux d'information, notre proposition invite au contraire à considérer la dimension relationnelle du genre et le caractère dynamique des rapports de pouvoir, plutôt que de porter l'attention sur le traitement médiatique des seules femmes en comparaison à celui des hommes, en tant qu'il traduirait une situation de domination.

L'UNESCO a fait de la promotion de l'égalité entre les sexes une de ses priorités globales en mettant l'accent sur les capacités des médias d'intégrer le souci de l'égalité entre les sexes dans les contenus qu'ils produisent et diffusent tout en profitant de leurs potentialités en tant qu'agents véhiculant des modèles de comportement et des idéologies. Dans ce sens, notre analyse ne doit pas se limiter à l'étude « d'un » sexe, mais porter sur leurs relations.

Le genre, comme système de représentation sociale du masculin et du féminin, devient un réel marqueur qui traverse son symbolisme initial de différence anatomique des sexes, en devenant le marqueur selon lequel une société ordonne et hiérarchise ce que l'on est censé être ou faire afin d'être reconnu en tant qu'homme ou femme.

Le genre se manifestant dans tous les domaines d'expérience assigne rôles et formes autorisées comme faits de nature, et stigmatise ceux qui adoptent une sexualité ou des modes de vie non conformes. Dans une perspective psychosociale, la question se pose dans les termes de la subjectivité et dans ceux des systèmes sociaux, voire du discours de la science « marqué » par le genre, qui relèvent de l'indivision conflictuelle entre nature et culture. Les auteurs interrogent la place assignée aux sexes et particulièrement celle faite aux femmes non seulement dans leur sexualité mais dans la vie sociale et professionnelle, en termes de pouvoir et de travail. Les images projetées par les médias s'inscrivent sans doute dans le même paradigme.

Les représentations sociales du genre, avec leurs stéréotypes et leurs innovations, sont un domaine peu exploré quant à leur transposition dans les médias. Notre étude ne se propose pas d'être une abordation de type féministe, mais une perspective objective, basée sur des données bien analysées sur la représentation linguistique du genre dans les nouvelles roumaines en ligne.

Notre corpus d'étude sera composé de deux journaux en ligne avec un contenu généraliste. Dans ce sens, on tentera de surprendre des aspects généraux et pas particuliers d'un type ou autre de presse.

2.2 Les études de genre en Roumanie

Depuis que Betty Friedan a publié, en 1963 aux Etats-Unis, *The Feminine Mystique* (*La femme mystifiée*), on peut dire que le mouvement des femmes, avec des accents particuliers selon les contextes, a donné aux thèmes et aux actions articulés autour de la représentation de l'image de la femme dans les appareils de communication, une importance cruciale. La reconnaissance unanime de la légitimité du thème femmes/médias n'a jamais signifié qu'il n'ait été travaillé par les divergences de traditions, d'approches heuristiques, de sensibilités politiques et d'appréciations stratégiques, qui se sont exprimées au sein du féminisme. Les recherches féministes ont eu un impact novateur sur les nouvelles problématiques qui se sont développées autour de la question du pouvoir des médias, des modèles qu'ils véhiculent, de la relation texte-sujet, du statut du sujet récepteur dans la production du sens.

L'émergence du domaine de recherche et de l'enseignement labellisé « études sur le genre »/ « études féministes » en Roumanie se circonscrit à la période postcommuniste. De travaux de recherche associés au « féminisme académique¹ » et publiés durant les années 1990-2000, à savoir : les publications de la Société d'analyses féministes AnA de Bucarest (il s'agit d'une série d'ouvrages et de rapports, ainsi que d'une revue trimestrielle, *Analize, revistă de studii feministe*, éditée à partir de 1998), la collection « Etudes sur le genre » lancée au début des années 2000 par les éditions Polirom de Iași, ainsi que plusieurs mémoires de fin d'études soutenus dans le cadre du mastère spécialisé fonctionnant à Bucarest depuis 1998, couvrent les premiers 10 années après la chute du communisme.

De la communauté scientifique roumaine, les chercheuses engagées sont devenues une présence bien visible dans l'espace intellectuel des années 2000. Ces personnes se trouvent également à l'origine de la création, en 1998 à Bucarest, du premier mastère proposant une formation en études sur le genre.

„En l'espace de moins d'une décennie, les préoccupations pour le féminisme, tolérées et exceptionnelles en quelque sorte au sein de l'espace universitaire roumain, changent donc, passant d'un statut marginal à une implantation institutionnelle solide. Cette évolution spectaculaire pour le moins ne peut être comprise sans une reconstitution de l'expérience militante extra-académique des acteurs qui y sont engagés, ainsi que du contexte plus large où les préoccupations pour la recherche féministe s'inscrivent dans les années 1990” (Cîrstocea, 2007).

2.3 Concepts and terminologie

Comme point de départ dans notre étude, on vise la clarification d'une série des concepts comme la **représentation**, l'**égalité sociale**, le **genre**, les **stéréotypes**, les **rôles de genre**, la **socialisation de genre**. Les représentations sociales vont de pair avec les représentations du genre dans le sens de l'imaginaire collectif qui est d'une part composé par l'histoire de l'individu au sein de la société et d'autre part par la projection personnelle de chaque individu. On cherche d'intégrer ici la théorie des représentations sociales parce qu'elle apporte en discussion plusieurs manières de surprendre le concept de genre, des concepts de la psychologie sociale et les études de communication médiatique.

La télévision, la presse, les conversations ordinaires nous fournissent quotidiennement des occasions de constater que les individus déploient bien souvent des modes de raisonnement qui n'ont que peu de

¹ Cette expression est une étiquette qui sert à délimiter les activités des organisations et des associations féminines centrées sur les œuvres sociales ou les activités professionnelles relèveraient de cette dernière catégorie (voire M. MIROIU, « Feminismul academic », in O. DRAGOMIR, M. MIROIU (éds.), *Lexicon feminist* (Dictionnaire féministe), Iași, Polirom, 2002, pp. 123-124).

rapports avec ce que l'on pourrait appeler la logique formelle. On peut ainsi parler des représentations que chaque personne utilise afin de reconstruire l'univers.

À partir des années 1960 et dans cette filiation, la théorie des représentations sociales est celle qui s'attachera le mieux à comprendre comment et pourquoi des groupes sociaux construisent collectivement des visions de leur environnement social qui vont ensuite peser sur leurs modes de raisonnement. Le courant des représentations sociales nous décrit des individus imprégnés de croyances collectives concernant le monde qui les entoure et qui utilisent ces croyances pour donner du sens à leur environnement (Rateau, Molinier, 2007).

Avant tout, une représentation sociale se réfère à « quelque chose », désigné sous le terme générique « d'objet ». Ainsi, la « psychanalyse », la « maladie mentale », la « la nature », « l'émotionnel », le « travail », « l'entreprise », la « santé » ont été considérés, parmi d'autres, comme des objets de représentation sociale. Ensuite, une représentation sociale est appréhendée comme « un ensemble d'informations, de croyances, d'opinions et d'attitudes à propos d'un objet donné » (Abric, 1994, p. 19). Elle est donc une structure cognitive (mentale) agrégeant divers constituants, stockée en mémoire et associée à un « objet ». Par exemple, se représenter un objet comme la psychanalyse implique d'avoir, entre autres, en mémoire des connaissances relatives au contexte dans lequel se déroule cette pratique (cabinet, divan), au thérapeute lui-même (image de S. Freud par exemple), ou encore à quelques notions comme l'inconscient, l'angoisse, etc. (Lo Monaco, Lheureux, 2007).

Les médias, eux-mêmes des véhicules de sens, apportent de multiples images à travers les mots, les expressions, les constructions de phrases, les images de la publicité. Pregnant comme point de départ cette direction, on voit tout clairement la nécessité d'explication du concept de représentation sociale.

En ce qui concerne le genre, on le voit à la façon d'un nouvel objet de recherche mais on tente bien de le considérer comme une perspective à part entière. La sociologie du genre, de son côté, s'est intéressée aux processus d'intériorisation du genre par les individus. La socialisation de genre est une contrainte sur l'individu, mais aussi « *le cadre dans lequel les individus sont "produits" et deviennent des "sujets"* » (Bereni et al., 2008). De cette manière, le genre traverse l'ensemble de la société. Il est l'apprentissage de gestes, de réflexes, de sentiments, de manières de se tenir, d'éprouver le monde. Il est un construit social, mais pas une réalité fixe et éternelle : le genre appris aujourd'hui n'est pas le même que celui des générations précédentes. Le genre appris ici n'est pas le même qu'ailleurs.

Le processus de socialisation de genre commence pour un individu avant même sa naissance par le biais d'actions performatives, lorsque ses parents préparent la chambre qui va l'accueillir ou lui choisissent un nom. Il a également lieu lorsque l'enfant n'est encore qu'un bébé.

3 Catégories, domaines de prédilection et statut des genres dans la presse en ligne

3.1 Perspective genrée sur l'analyse des médias

L'analyse des médias au prisme du genre fait appel non seulement aux Sciences de l'Information et de la Communication mais également à la Sociologie, à l'Histoire, à la Littérature, aux Sciences Politiques. Les différences sexuées ordonnées par une société légitiment une division du travail et des positions de pouvoir, des hiérarchies et des modes de relations normées qui seraient censés relever d'une nature ou autre. Du trouble survient quand cet ordonnancement est remis en question par la modernité socio-politique et que les sujets revendiquent leurs droits à vivre autrement en affirmant leur singularité.

En tant que dispensateurs de discours, les médias participent à l'élaboration de nos représentations du monde. Grâce aux apports théoriques du genre, l'étude des discours médiatiques, des représentations, peut être envisagée sous un nouvel angle: quelles représentations du masculin, du féminin, des identités transgenres sont à l'œuvre dans les discours médiatiques? Les médias « fabriquent-ils » le genre? Contribuent-ils à forger ou à faire évoluer des modèles et des normes genrés? (question des stéréotypes liés aux sexes ou aux rôles sociaux, etc.)

Mais à l'autre bout de la chaîne médiatique, comment ce message est-il reçu en fonction des identités sexuées? Existe-t-il des réceptions différenciées et que nous apprennent-elles sur les dynamiques d'identification et les processus de socialisation? Autant de questions qui peuvent servir de base de réflexion aussi bien sur le message médiatique sous ses différentes formes – discursives, iconiques – que sur le(s) public(s).

Dans notre travail, nous nous proposons de refléter le message médiatique du point de vue du genre au niveau discursif. On insistera sur les aspects identitaires genrés, qui apparaissent dans les nouvelles en ligne, en consultant deux journaux roumains en ligne. **Cela concerne la formation, l'intervention, l'analyse des représentations et des assignations dans les pratiques discursives médiatique.**

3.2. La rubrique « Spécial » du quotidien en ligne Jurnalul Național / Le Journal National

L'objectif principal de notre recherche est de décrypter les modalités de la représentation et de l'expression du genre, à travers l'analyse des **modes de catégorisation, des performances et des traces (ou de l'absence de traces) psychiques** en choisissant parmi différents dispositifs médiatiques le web, et surtout les nouvelles.

L'analyse de texte va nous conduire par l'intermédiaire de l'analyse de contenu vers la confirmation ou la négation de l'hypothèse que la présence des hommes est aussi forte au niveau du texte qu'au niveau des sujets principaux des nouvelles. Dans ce cadre, les sujets mis en questions continuent d'être corrélés traditionnellement avec un genre ou autre des productions des médias: les domaines, les rubriques et les genres textuels considérés prestigieux sont réservés aux hommes journalistes; par contre les domaines considérés faciles sont attribués aux femmes journalistes. Par notre étude, on essaiera d'infirmer cette supposition, si c'est le cas. Le milieu en ligne apporte des particularités en comparaison avec les milieux traditionnels, en considérant les libertés d'expression pas soumises à une réglementation stricte dans la Roumanie. Par conséquent, parfois le milieu en ligne peut être peu surveillé même au niveau de la nondiscrimination des genres.

Les paramètres de base de notre étude seront une série d'indicateurs utilisés dans les études sur l'impact des stéréotypes de genre dans l'éducation, dans la publicité, dans le processus des élections.

La variante en ligne du Jurnalul Național/ Le journal national, un quotidien national généraliste – **www.jurnalul.ro** – présente dans la rubrique « **Spécial** » des histoires sous forme des interviews, des reportages et des enquêtes. Selon notre opinion, ces genres qui s'inscrivent dans la typologie des genres de la presse, sont les plus sollicitants du point de vue du journaliste qui doit chercher, analyser, bien structurer le matériel afin que l'article final soit un produit de qualité. Dans ce sens, on va suivre comme élément de classification le personnage de l'interview et le nombre d'apparitions dans pendant trois mois: janvier, février, mars 2015.

Dans le cadre de cette rubrique, pendant trois mois, on enregistre 11 interviews, dont 7 sont avec des hommes. Voilà une première observation qui n'est pas positive en ce qui concerne le nombre des femmes présentées dans les rubriques d'un journal roumain en ligne. 4 interventions (1, 3,7,10) reviennent aux femmes. Cela veut dire qu'une disproportion évidente est présente. D'autre part, sans

avoir observe dès le début, les domaines professionnels de prédilection sont les arts. Mais ce n'est pas une règle. C'est le motif pour lequel, nous avons continuer de faire cette petite investigation, notre doute initiale étant que le domaine restrictif pourrait représenter une piège pour notre travail. De ce point de vue, on note que les apparitions appartiennent aux professions différentes: musician, balérine, cantatrice, peintre mais aussi psychologue, professeure, spécialiste en médiation juridique.

L'INTERVIEW – www.jurnalul.ro (janvier- mars 2015)

| Date d'apparition | Nom d'article | Fem me/ Homme | Domaine / Profession | Adjectifs /noms/ verbes | Commentaires |
|-------------------|--|---------------|--|--|--|
| (1) 01.02.2015 | Livia Grama Medilanski, ambasadorul neîncoronat al culturii românești în Germania / Livia Grama Medilanski, l'ambassadeur sans couronne de la culture roumaine en Allemagne | F | ARTS/ Balérine | joie/ famille / origines /enfance / éducation / espoir / la meilleure gymnaste / championne / mariage /foi / Coach émérite du Monde / écrivaine/ amis / dette / mécéna de la culture roumaine | |
| (2) 04.02.2015 | Arimune Yamamoto: Marii artiști au pianele lor, în diferite țări ale lumii / Arimune Yamamoto: les grands artistes ont leur piano, dans des diverses pays du monde | M | ARTS/ accordeur de piano | famille/ principe /culture / congé /clients / voyage /musique / piano/ métier / carrière / provocation / ponctualité/ perfection / festival / artiste | son épouse ne travail pas |
| (3) 07.02.2015 | Ramona Zaharia – Povestea Cenușăresei / Ramona Zaharia – L'Histoire de Cendrillon | F | Cantatrice d'opéra | une petite fille talentée / voix / charisme / beauté / succès / stabilité / famille traditionnelle / normalité / famille exemple / musique de l'opéra / musique/ la plus belle de la classe / tomber amoureuse / souffrance / maison /amour / carrière | mère qui ne travaille pas le materiel indique la difficulté d'une jeune fille de dépasser sa condition |
| (4) 8.02.2015 | Ovidiu Lipan (Țândărică) ar vrea să cânte cu foștii membri Phoenix la Bâlea Lac / Ovidiu Lipan (Țândărică) voudrait chanter avec les ex-membres du Phoenix au Bâlea Lac | M | Arts. Musique | ambassadeur du tourisme roumain/ spectacle / plaisir / culture / événement / chaleure spirituelle / charge énergétique | |
| (5) 11.02.2015 | Facebook, virusul care creează handicap emoțional? Cum distruge rețelele de socializare inteligența emoțională / Facebook, le virus qui crée un handicap émotionnel? Comment les réseaux de socialisation détruisent l'intelligence émotionnelle | M | Psychologie | besoin de communication /vulnérabilité / dépendence / communication face en face/ des relations interhumaines altérées /comportement / intérêt / études/ besoins culturels /message adapté / les hommes vendent leur image / \ mauvaise image de soi / analyser / critique/ le besoin d'être différent | |
| (6) 13.02.2015 | Dr. Volkmar Hansen, expert în Thomas Mann, Heinrich Heine și J.W. Goethe: Armonia este victoria mea supremă! / Dr Volkmar Hansen, expert de Thoman Mann, Heinrich Heine și J.W. Goethe: l'Harmonie c'est ma victoire suprême! | M | Professeur / chercheur en littérature / philologue | famille /éducation /respect / éditeur-en-chef / harmonie / épouse / neveux / professeur | mère qui ne travaille pas |
| (7) 17.02.2015 | Medierea, o soluție care costă mai puțin decât instanța de judecată / la Médiation, une solution moins coûteuse que le tribunal | F | Expert médiateur | médiateur/ résoudre des problèmes/ fondatrice du Tribunal d'Arbitrage / formateur / conférencière sur les sujets de la médiation/litige /causes pénales | |
| (8) 25.02.2015 | Rafaelo Varga: "Aș fi ales o mamă care să mă iubească. Asta aș fi ales!" | M | Participant au show-télévisé pour les talents | (17 ans) – candidat à un concours de talents eu musique / un parcours difficile de la vie dans des orphelinats / courageux/ déterminé de réussir dans la vie | enfant abandonné par la mere / j'essaie de ne pas pleurer/ "pleurer n'est pas pour un home" |

| | | | | | |
|------------------------|--|---|-----------------------------------|--|---|
| (9) 03.03.20 15 | Nikolay Kasakov – Kalashnikovul german | M | saxophonist e | talenté, forte personnalité, parcours de vie difficile, ruse venu en Allemagne, avec épouse russe | sa propre école de musique |
| (10) 15.03.20 15 | Ecaterina Andronescu. Meditații fără bani pentru Bacalaureat/ Ecaterina Andronescu. Des méditations gratuites pour le baccalauréat. | F | Education / Professeur e | ex-ministre, promotrice de la preparation en ligne pour l'examen à la faculté, un projet local mais qui va etre soutenu afin de devenir un projet national | femme politicienne ex-Ministre de l'Enseignement |
| (11) 26.03.20 15 | Pictor Florin Șuțu: Metafora nu este un scop în sine / Le peintre Florin Șuțu: La métaphore n'est pas un but en soi | M | Arts / Peintre | accomplissement / maestre / artiste des paysages / inspiration / coregraphie / spontanéité /peinture / spectateur /mémoire affective / exposition/ | |

Dans ce petit tableau sur les images projetées par les associations avec le genre présenté, on essaie d'extraire les cadres-catégorie des traits associées. Si le point de départ dans notre construction a été que le paysage offre des représentations traditionnelles, standardisées, même des stéréotypes du genre, par la manière d'aborder les matériaux de presse, par la publicité, par les éléments visuels intégrés dans les médias, et même par la composition rédactionnelle. On insiste ici sur le fait que nous n'avons pas tenu compte dans notre courte analyse des images projetés dans le milieu en ligne ou de la pub qui apparaît dans tous les cas sur le site Internet. Quant'aux représentations traditionnelles, ici on peut légèrement observer que sous l'aspect du nombre, les interviews avec sujet femme sont peu nombreuses que les interviews avec les homes. Dans notre cas, on doit tenir compte du fait que traditionnellement les domaines des arts sont souvent représentés par des personnages féminins ou masculins mais toujours des personnes sensibles, douées avec des talents inhabitués, proche du public, attachées à leurs métiers. Cette perspective traditionnelle est gardée, la majorité de nos cas étant placés sous le signe de l'artiste. Les exceptions sont représentées par la femme politicienne, par la femme spécialiste dans le domaine juridique et le psychologue.

3.3 Analyse des résultats

Les catégories identifiées dans notre cas sont : des femmes et des hommes attachés à leur profession, cela veut dire des professionnels. Une petite observation mérite notre attention : deux d'entre nos personnages nous donnent des informations sur le statut de leurs mères: elles ne travaillent pas, pendant que leurs pères doivent gagner de l'argent afin de protéger la famille. Dans une autre situation, le personnage interviewé parle de sa mère qui était prostituée et qui l'a abandonné. On observe bien ici la position inférieure du point de vue de la profession, situation qui a changé dans les cas des interviewés. Dans notre tableau, hommes et femmes, avec des sacrifices ou soutenus par leurs parents (la mère étant la protectrice de la maison et le père celui qui gagnait de l'argent) sont des véritable modèles.

Une autre catégorie indiquée dans notre analyse est celle du jeune talent qui a réussi par son travail à quitter un orphelinat et de voir avec ses yeux son rêve. Ici apparaît toutefois l'image de sa mère qui l'a abandonné et qui a plusieurs enfants, en gagnant sa vie pratiquant une profession indigne.

Si on regarde ces classes / catégories sociales, on voit bien qu'au niveau de l'image des personnages masculins on ne rencontre pas des traces négatives: toujours le père est celui qui soutient la famille, qui travaille pour gagner de l'argent. De l'autre côté, la mère parfois réussit de transgresser le milieu familial, mais souvent elle est sans emploi et dédiée entièrement à la famille, aux enfants.

Une différence d'abordation au niveau discursive, on constate si on regarde la rubrique adjectifs/ /noms/ verbes: même si la famille représente un point commun des sujets abordés, on peut bien y réfléchir beaucoup et voir que pour les homes l'accent se situe vers la carrière, vers le plus haut de la situation professionnelle, tandis que pour les femmes, les deux vont ensemble. En effet, les épouses des

hommes sont à la maison, c'est-à-dire qu'elles ne travaillent pas. De l'autre côté, les femmes parlent de leur carrière, mais elles n'oublient jamais de leur famille, de leurs amours dans les cas (1) et (3). Pour les autres deux cas des femmes interviewées (7 et 10), la profession est celle qui dicte leurs vies, ce qui se traduit au niveau discursif dans des mots comme «examen», «projet», «litige», «problème», «tribunal».

L'hypothèse de départ c'est que les femmes sont toujours présentées comme «le groupe marginalisé» en faveur des hommes n'est pas soutenue que partiellement. Dans le fonds familial, il y a eu des exemples des femmes pas nécessairement marginalisées mais qui dérouleraient leur vie autour des enfants, de la famille. Le déséquilibre qui reste constante on le constate en ce qui concerne la présence numérique inférieure des femmes interviewées et la prédilection pour un domaine ou autre de manifestation.

Le genre évalue le rôle construit socialement, les comportements, les activités et les caractéristiques qu'une société considère appropriées pour un homme ou pour une femme. Leurs représentations dans les médias en ligne peuvent être considérées un étalon, en tenant compte du fait que la plupart de la population roumaine utilise les médias comme principales sources d'information.

Du point de vue de la performance, on trouve que par ces interviews, les auteurs cherchent d'apporter devant leurs lecteurs des modèles tant au niveau des hommes, des jeunes, qu'au niveau des femmes. Apart le déséquilibre numérique, les hypostases des hommes et des femmes sont également structurées sur la valorisation de leur domaine d'activité. Qu'il soit l'art, l'enseignement, le domaine juridique ou la littérature, les personnages sont des modèles. En général, l'impression est que la femme n'a pas lieu dans des domaines comme la politique, dans des hautes fonctions et que les arts sont dédiés à la sensibilité des femmes. L'exemple y présent est en effet un contre-exemple, donc on peut affirmer que la situation tend à s'équilibrer, mais que les pas sont petits et que la période nécessaire afin d'établir une balance entre la représentation des deux genres, sera assez longue.

4. Conclusions

La petite phrase de Simone de Beauvoir dans *Le deuxième sexe*, publié en 1949, « On ne naît pas femme. On le devient » qui mettait au jour la construction sociale de la féminité est reconnue comme ayant lancé la question du « genre » dans sa définition de « sexe social », l'expression du masculin et du féminin dans la société. Les théoriciennes anglo-saxonnes ont été inspirées par le courant dit « égalitariste » et « universaliste » représenté par Simone de Beauvoir.

Il faut souligner la complexité croissante du thème femmes/médias, affecté par les bouleversements qui ont marqué aussi bien ce champ de la théorie critique des médias que celui des pratiques et des analyses féministes. Il nous invite à réfléchir sur les ambiguïtés des nouvelles matrices conceptuelles. Ambiguïtés profondément liées, dans le contexte du post-structuralisme, du post-féminisme et du post-modernisme, à la crise des utopies sociales, la crise des identités et des grands récits d'émancipation, la crise enfin des modèles de légitimation des savoirs et des actions.

C'est à la confluence de la théorie féministe du film, de la théorie structurale de l'idéologie, de la sémiologie et de la psychanalyse, que vont se constituer de nouvelles problématiques qui exploreront comment le média « construit » (ce terme va devenir un terme-clé) des définitions de la féminité et de la masculinité, ainsi que leurs rapports et aussi comment ces définitions créent des positions de sujet spécifiques avec lesquelles les spectateurs, les auditeurs ou les lecteurs peuvent s'identifier.

Appréhender le média comme un système de représentation, c'est se poser des questions de lecture culturelle et de lutte culturelle pour la création de modes alternatifs de narration, de production et de distribution de l'image.

5 Acknowledgement

Ce papier a été supporté par le grant stratégique POSDRU/159/1.5/S/133652, co-financé par le Fond Européen Social, le Programme Opérationnel Sectoriel le Développement des Ressources Humaines 2007 – 2013.

6 Références

Bereni, L., Chauvin, S., Jaunait, A, Revillard, A. (2008). *Introduction aux Gender Studies. Manuel des études sur le genre/ Introduction to Gender Studies. Manuel of gender studies.* Bruxelles: de Boeck.

Cîrstocea, I., (2007). Usages du genre à l'Université : sur l'institutionnalisation des études féministes en Roumanie / Uses of Gender at the University : about the Institutionalization of Feminist Studies in Romania, *Genre & Histoire* [En ligne], 1 | Automne 2007, mis en ligne le 17 novembre 2007, consulté le 26 octobre 2014. URL : <http://genrehistoire.revues.org/107>

Clair, I. (2012). *Sociologie du genre / Gender Sociology.* Paris: Armand Colin.

Lo Monaco, G., Lheureux, F., (2007). Représentations sociales : théorie du noyau central et méthodes d'étude, en *Revue électronique de Psychologie Sociale*, 2007, N°1, pp. 55-64. Mattelart, M., « Femmes et medias », *Réseaux* 4/2003 (n° 120), p. 23-51, www.cairn.info/revue-reseaux-2003-4-page-23.htm, DOI : 10.3917/res.120.0023.

Moscovici, S. (1961/1976). *La psychanalyse, son image et son publique. Psychoanalyse, its image and its public.* Paris: Presse Universitaires de France.

Moscovici, S. (1997). Fenomenul reprezentărilor sociale /The phenomenon of social representations. *Psihologia câmpului social: Reprezentările sociale / Social Psychology Field: social representations.* Adrian Neculau (coord.), traducerea Ioana Mărășescu și Radu Neculau, Iasi: Polirom, 15-75.

Rovența-Frumușani, D. (2009). *Concepts fondamentaux pour les études de genre / Basic concepts of gender studies.* Paris: AUF, Ed. des Archives contemporaines.

Rateau, P., Moliner, P. (2009). *Représentations sociales et processus sociocognitifs.* Presses universitaires de Rennes, www.pur-editions.fr.