



Canadian Study
of Parliament Group

Vera Cross

Baccalauréat, troisième année

C'est un « monde d'hommes » :

Le portrait sexualisé des politiciennes et de la politique

au Canada

October 2019

Lorsqu'il est question du genre et de la politique au Canada, un aspect dont on discute fréquemment est la participation des femmes – ou leur manque de participation – à la vie politique. Avec un féministe avoué comme premier ministre sur la Colline du Parlement (Carpenter, 2018) et une société qui semble revendiquer de plus en plus l'égalité entre les sexes, c'est inquiétant de constater qu'il existe toujours un écart perceptible entre la proportion de femmes dans la société et leur degré de participation à la politique canadienne. De nombreux universitaires ont proposé diverses théories pour expliquer cet écart, invoquant des obstacles institutionnels comme le système électoral, le manque d'efforts sérieux de la part des partis pour recruter des candidates, la réticence de la part des femmes à se présenter comme candidates politiques et l'hésitation de certains électeurs à appuyer les femmes candidates. En plus de ces facteurs communément admis, il y a aussi la représentation sexuée des politiciennes et le cadre sexué adopté par les grands médias pour couvrir la politique. C'est sur ces deux derniers facteurs que portera le présent essai. Cumulativement, ils créent un environnement dans lequel les femmes ne considèrent pas comme naturelle leur participation aux élections. Celles qui choisissent de présenter leur candidature sont traitées différemment de leurs homologues masculins et, typiquement, ce traitement les désavantage.

Les médias de masse ont le pouvoir de perpétuer la « normalisation véhiculée par les médias », c'est-à-dire qu'ils ont tendance à communiquer les normes sociétales établies. Ensuite, les citoyens adoptent et renforcent ces normes (Trimble, *Ms Prime Minister*, 2017). C'est le cas de la banalité attribuée à l'idée d'une femme en position de pouvoir politique (Trimble, *Ms Prime Minister*, 2017). Le processus de normalisation met à profit les cadres médiatiques pour nier ou conférer la légitimité politique, et, souvent, reflète les normes et les suppositions liées au sexe qui sont largement répandues (Trimble, *Ms Prime Minister*, 2017). La

politique est généralement présentée comme étant un domaine masculin, écartant davantage la participation tout à fait naturelle des femmes.

Melanee Thomas (2018), une spécialiste du genre et de la politique canadienne, écrit que les politiciennes sont placées dans ce qu'on appelle un « cadre de nouveauté » par les médias, ce qui distingue encore plus le leadership féminin de la norme. Ce cadre représente les « femmes désireuses de poursuivre une carrière politique comme étant une nouveauté ou une anomalie en raison de leur sexe » (Thomas, 2018, 205) et dépeint chaque femme qui s'implique dans la politique comme brisant le plafond de verre, au lieu d'accepter la participation des femmes à la politique comme la norme. Selon Melanee Thomas, « ce genre de couverture met en évidence le sexe par-dessus toute autre qualité ou caractéristique et, ce faisant, il attire l'attention du public sur la personne en question, plutôt que sur sa politique » (2018, 205).

De plus, Melanee Thomas a publié des articles sur la différence entre le traitement réservé aux politiciens et celui réservé aux politiciennes en ce qui a trait à la privatisation par les médias, autrement dit, lorsque les médias présentent un renseignement non politique au sujet d'un politicien et que l'on perd de vue les questions pertinentes à la carrière politique de la personne. Melanee Thomas trouve que les femmes en politique sont évaluées beaucoup plus souvent en fonction de contenus privés que le sont les hommes (Thomas, 2018). Les contenus privés incluent l'état civil, la situation parentale, les relations personnelles et l'apparence physique – des aspects qui n'entrent pas en ligne de compte lorsqu'il s'agit de décider de la légitimité de la candidature des hommes.

Les effets de l'acceptation par la société de la représentation médiatique personnalisée et privatisée des femmes en politique méritent de faire l'objet de recherches et de discours plus approfondis, car ils permettent d'analyser les raisons pour lesquelles les femmes représentent

50 % de la population, mais seulement 26 % des sièges au Parlement et seulement 33 % des candidats aux élections de 2015 (Equal Voice, 2015; Cross, 2016). Vu cette sous-représentation significative des femmes en politique, l'examen des médias de masse comme obstacle potentiels à l'égalité des genres dans le monde de la politique s'avère un important sujet de recherche.

Lorsqu'on examine le portrait dressé par les médias des personnes politiques, il est clair que les médias de masse traitent les politiciennes différemment des politiciens. Les femmes sont souvent victimes des normes et des stéréotypes sexistes, et une attention disproportionnée est accordée à leur état civil, leur situation parentale et leur apparence physique. De plus, elles sont souvent associées à un personnage masculin populaire de la politique pour établir leur légitimité auprès du public, tandis qu'on ne voit jamais cette stratégie employée pour un homme (Thomas, 2018). Un exemple récent en est la référence faite de façon répétée au père de Caroline Mulroney pendant sa campagne électorale en Ontario.

Dans le présent article, je compte défendre la thèse selon laquelle le portrait sexualisé des politiciennes par les médias constitue un obstacle à l'égalité entre les sexes dans la politique au Canada. Pour ce faire, j'examinerai deux arguments principaux, soit que l'accent mis sur les aspects personnels des candidates par les médias nuit à leur succès électoral, car cette pratique met de l'avant des stéréotypes et des normes sexistes, et que le monde politique est présenté par les médias comme étant dominé par les hommes, ce qui renforce l'impression que la participation des femmes y est étrange. Les deux pratiques ont comme conséquence de diminuer la représentation des femmes sur la scène politique canadienne.

D'entrée de jeu, il faut comprendre la situation actuelle en ce qui a trait à la représentation des femmes. La première femme à être élue à la Chambre des communes a été Agnes Macphail, en 1921. Même si la représentation s'est accrue, surtout pendant les années 1980 et 1990, le

Canada est encore loin d'avoir atteint la parité des sexes (Trimble et Arscott, 2013). Comme le souligne Brenda O'Neill, « malgré les progrès à certaines échelles politiques, ceux-ci n'ont pas toujours été constants et soutenus » (2015, 22).

Les auteurs de nombreuses études constatent que les électeurs ont la volonté de voter pour des candidates (Thomas, 2018). L'opinion publique a été extrêmement positive face à la parité hommes-femmes au Cabinet de Justin Trudeau (Ditchburn, 2015). Cependant, la croissance dans la représentation des femmes semble avoir atteint un plateau, ce qui pousse de nombreuses personnes à se demander si le système politique officiel permettra vraiment un jour d'atteindre l'égalité entre les sexes (Trimble et Arscott, 2013). La question qui mérite d'être posée est donc la suivante : si la société est prête à accepter l'égalité des femmes dans la politique, qu'est-ce qui nous empêche de réaliser ce progrès?

La représentation des candidates par les médias

L'électeur canadien moyen reçoit des quantités considérables d'informations sur les candidats politiques des médias de masse, ce qui démontre clairement le rôle important des médias dans la politique (Curry, 2018). Les reportages sur les candidates politiques sont rédigés en employant une quantité disproportionnée de normes et d'affirmations sexistes (Trimble, 2017) qui établissent des liens entre les candidates et la sphère privée en inondant la couverture médiatique d'idées de maternité et de domesticité (Thomas et Bittner, 2017). Cette pratique s'appelle la privatisation. Il s'agit de présenter des renseignements privés de nature « non politique » sur une personne politique (Thomas, 2018). Les femmes font l'objet de la privatisation beaucoup plus souvent que ne le font les hommes, car les renseignements privés et personnels de ces derniers sont souvent jugés comme non pertinents par rapport à leur candidature. Or, pour leurs homologues féminins, ces renseignements sont jugés comme étant

très pertinents (Thomas, 2018). Les électeurs et les médias se servent souvent de ce contenu personnel et privé pour évaluer la légitimité politique des candidates, ce qui nuit activement à leur réussite dans les campagnes électorales. Puisque l'accent est mis sur l'aspect privé plutôt que sur l'aspect politique, comme c'est le cas à cause de la privatisation, les renseignements personnels sont pris en compte au moment d'évaluer les qualifications pour la participation politique des femmes, beaucoup plus souvent que pour celle de leurs homologues masculins.

Deux exemples de privatisation sexiste aux États-Unis sont les cas de Hillary Clinton et d'Elizabeth Dole, deux candidates politiques dont la personnalité et la vie privée ont attiré beaucoup plus d'attention des médias que pour les candidats masculins, et qui ont subi des évaluations plus négatives pendant leurs campagnes électorales primaires pour la présidence que leurs concurrents masculins (Thomas, 2018). L'apparence physique et l'état civil sont examinés attentivement et sont des facteurs considérables de la réussite des candidates, à un niveau inimaginable pour les candidats masculins. Les médias accordent autant d'importance à la coiffure, l'habillement et l'état civil des candidates qu'à l'orientation politique, l'éducation et l'expérience politique des candidats masculins. Ce genre de couverture met en relief le sexe de la personne plutôt que ses autres qualités et diminue ses chances de succès électoral. Lors des élections présidentielles de 2016, les médias semblaient accorder plus d'importance aux pantailleurs de Hillary Clinton qu'à ses orientations politiques ou à ses expériences pertinentes en politique. Il serait difficile de réfuter que la nature sexuée de la couverture médiatique a contribué à sa défaite finale.

De façon semblable, au Canada, la ministre de l'Environnement, Catherine McKenna, a été traitée de « poupée Barbie climatique » par des membres de l'opposition; ces propos ont mis l'accent sur ses cheveux blonds et sa féminité dans le but de délégitimer sa position politique

et son travail de ministre de premier plan. L'emploi d'une telle terminologie sexiste et méprisante ne fait que renforcer l'idée que la politique n'est tout simplement pas un domaine pour les femmes. En 2017, la ministre McKenna a demandé officiellement à l'organe de presse « Rebel Media » de ne pas utiliser le surnom lorsqu'il était question de sa personne, disant par la suite qu'elle se préoccupe que l'emploi de ce genre de langage pourrait dissuader les jeunes femmes de se lancer en politique (Zimonjic, 2017).

Bien que de nombreuses personnes défendent l'emploi du surnom, disant que les politiciens devraient simplement se faire une carapace, car la réalité de la scène publique inclut ce genre d'attaques, il est essentiel d'avoir un sens critique lorsqu'il s'agit du traitement différentiel réservé aux politiciennes, comparé aux politiciens. Je n'ai encore jamais vu les médias suivre de près le moindre geste d'un politicien en raison de la couleur de ses cheveux ou de ses choix vestimentaires.

Dans *Mothers and Others*, les auteurs examinent l'énorme tort fait aux politiciennes du fait de leur maternité, car le rôle parental est une identité sexualisée qui influe sur la manière, la raison et la mesure dans laquelle les femmes peuvent participer à la politique (Thomas et Bittner, 2017). La maternité présente une dichotomie dans laquelle les femmes sont toujours critiquées, quoi qu'elles fassent, ce qui n'est jamais le cas des politiciens qui sont pères. Si une femme a des enfants, sa capacité de concilier la vie parentale et la vie politique est remise en question par les médias, mais si elle n'a pas d'enfants, les médias laissent entendre qu'elle manque d'empathie et qu'elle n'a aucune idée des besoins des femmes du pays (Thomas et Bittner, 2017). Cette conversation n'a rarement – voire, jamais – eu lieu au sujet des hommes politiques qui ont des enfants, car le fait d'être parent ne fait pas partie des attentes de la société envers les hommes. On ne pose rarement, sinon jamais, de questions à Justin Trudeau sur sa

capacité de concilier le rôle de père de trois enfants et ses fonctions de premier ministre, tandis que Catherine McKenna a dû répondre d'innombrables fois, tout au long de sa carrière politique, à des questions sur sa volonté de quitter souvent sa famille pour des voyages d'affaires et sur sa façon de gérer la culpabilité qu'on présume qu'elle ressent (Taber, 2018). À cause de telles questions, l'attention est détournée des réalisations de Catherine McKenna dans l'exercice de ses fonctions de ministre de l'Environnement. L'accent est plutôt mis sur le fait qu'elle est une femme et une mère. Il en résulte que des renseignements personnels qui ne devraient pas être perçus comme pertinents à son rôle deviennent les éléments de base de la couverture médiatique.

La personnalisation sexospécifique et la privatisation médiatique répercutent aussi bien sur l'offre que sur la demande de politiciennes, car il est moins probable que les femmes s'estiment être qualifiées pour participer à la politique et les électeurs sont à leur tour moins susceptibles de les considérer comme des candidates viables. La représentation sexospécifique des renseignements personnels des femmes par les médias contribue au fait que, à des rares exceptions près, les politiciennes doivent être plus qualifiées que les hommes pour jouir du même niveau de succès électoral, ce qui limite davantage le rayon d'action des femmes qui participeront à la politique (Thomas, 2018). Tant et aussi longtemps que les médias continuent de rattacher les hommes au sphère public et les femmes au domaine privé, ils perpétueront un système de croyances qui décourage directement les femmes de se voir comme candidats réalistes.

Les qualités et les traits masculins sont perçus comme étant la norme politique. La capacité des politiciennes à exercer le pouvoir de manière authentique et compréhensible est continuellement remise en question à cause de leur sexe, en raison d'une association

profondément ancrée des hommes et du leadership, et les normes de masculinité hégémoniques (Trimble, 2017). La couverture médiatique des femmes leaders insiste indûment sur leur identité sexuelle, leur corps et leur vie familiale – un traitement auquel les hommes ne sont pas soumis. Dans son livre *Ms. Prime Minister*, Linda Trimble se penche sur la couverture médiatique de quatre premières ministres – l’ancienne première ministre canadienne Kim Campbell, deux anciennes premières ministres néo-zélandaises, Jenny Shipley et Helen Clark, et la 27^e première ministre de l’Australie, Julia Gillard – pour examiner la différence entre la couverture de leur exercice du pouvoir et de leur démonstration de force comparée à la couverture des hommes premiers ministres. Au total, 2 250 articles de nouvelles ont été recueillis, analysés et codifiés, et les résultats ne sont pas surprenantes. Les politiciens sont couverts d’éloges lorsqu’ils font preuve de détermination, de fermeté et de passion, mais ces traits de personnalité sont critiqués chez les candidates. Kim Campbell en est un exemple. Ses tactiques de débat étaient constamment « qualifiées de bruyantes, de stridentes, d’enfantines et de pleurnichardes, ce qui laissait entendre qu’elle manquait des qualités de leadership essentielles » (Trimble, 2017, 185). Les reportages sur sa façon de parler ont été comparés à ceux qui portaient sur le langage de l’ancien premier ministre Jean Chrétien, puisque les deux ont fait campagne pour devenir premier ministre en 1993. Encore que la majorité des reportages sur la parole de Jean Chrétien ont été positifs, Kim Campbell a reçu plus que deux fois plus de reportages négatifs que de reportages positifs (Trimble, 2017). La voix « stridente » de Kim Campbell était souvent l’objet des reportages, qui critiquaient sa parole « féminine ». Même si Jean Chrétien a été critiqué au sujet de sa capacité de parler avec raffinement (Trimble, 2017), sa façon de parler a fait l’objet de critiques beaucoup moins fortes et moins sévères que celle de Kim Campbell.

De plus, Elisabeth Gidengil, une des premières spécialistes de la politique des genres et de la politique électorale du Canada, a conclu que les cadres médiatiques conventionnels appuient la politique masculine stéréotypée en employant un langage très intense dans la couverture des politiciennes. Pendant les campagnes électorales canadiennes, la parole des leaders féminins est moins susceptible que celle de leurs homologues masculins d'être rapportée à l'aide de verbes neutres comme « dire » « informer » et « parler ». Des termes plus agressifs étaient davantage utilisés, comme « descendre en flammes » et « marteler ». Ces verbes agressifs pour décrire la parole créent des effets négatifs pour les candidates, car elles sont décrites comme provocatrices et accusatrices, ce qui suscite chez les électeurs une impression négative d'elles (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003). En outre, lorsque la couverture médiatique des campagnes électorales est comparée au comportement des dirigeants des partis au cours des débats, c'est évident que les médias une attention démesurée aux démonstrations de combativité par les dirigeantes de parti, mais semblent les ignorer lorsqu'elles adoptent une attitude plus réservée (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003).

Représentation médiatique de la politique comme étant un monde d'hommes

Malgré que l'expression qui décrit la politique comme un « monde d'hommes » est considérée comme passée de mode, elle a toujours sa part de vérité, même si on n'aime pas l'admettre. La pratique de la vie politique est présentée par les médias essentiellement comme une activité d'hommes ayant un programme masculin. Cette idée est maintenue et renforcée par l'emploi du langage des grands cadres médiatiques, qui soutient la masculinité comme norme politique et qui perçoit les politiciennes comme des étrangetés. Des préjugés sexistes sont assimilés dans le langage même de la politique.

Les métaphores de la guerre et des sports comme « il a frappé un véritable coup de circuit avec son discours » ou « il a asséné un puissant coup knockout dans le débat de ce soir » décrivent la politique en termes masculins, écartant davantage la possibilité d'y admettre une présence féminine (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003). Ce genre de langage est très sexiste et il crée une structure narrative très masculine. Les médias de masse produisent souvent des reportages d'événements politiques en employant l'imagerie du ring de boxe, de l'arène sportif, du champ de bataille ou du couloir de fond des perturbateurs de la paix, exploitant la ténacité masculine et renforçant l'image de la politique comme un jeu d'homme (Gidengil et Everitt, *Convention Coverage*, 2003). Ce n'est peut-être pas choquant d'entendre parler d'un « coup knockout » au cours d'un débat des chefs, mais quelle serait la réaction du public si un journaliste rapportait qu'une candidate avait réussi un axel triple ou qu'elle avait dansé un fox-trot autour de ses adversaires?

Le fait d'aborder la politique en termes masculins nuit aux chances de succès électoral des femmes, car cela encourage les électeurs à considérer la politique comme une activité d'hommes et à interpréter toute expression de féminité comme étrange et contraire à l'image du candidat politique légitime (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003). Elisabeth Gidengil propose la thèse de la médiatisation sexospécifique qui reconnaît que les cadres médiatiques conventionnels considèrent le masculin comme étant la norme dans la politique et qu'ils préconisent en général un reportage des événements politiques en termes typiquement masculins. Cette thèse soutient que le langage même qu'on emploie communément pour discuter de la politique perpétue les comportements sexistes, occultant davantage les efforts visant à normaliser la présence des femmes dans le domaine et privilégiant grandement la participation des hommes.

L'emploi d'une imagerie masculine stéréotypée sert subtilement à renforcer la perception que les femmes n'ont pas leur place dans la politique (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003).

Les hommes étant la norme politique, les femmes sont souvent traitées d'étrangetés, comme si chaque politicienne avait personnellement cassé le plafond de verre pour que les autres femmes puissent suivre ses traces. Ce cadre d'étrangeté continue à décrire les femmes comme des anomalies et des intrus, les écartant davantage du statu quo de la politique (Thomas, 2018). La perception des femmes comme nouvelles arrivantes dans le monde politique remet davantage en question la légitimité de leurs qualifications, c'est une autre façon dont les médias nuisent au succès politique des femmes, limitant ainsi la représentation féminine dans la politique au Canada.

Même lorsque les femmes essaient de se conformer aux idéaux masculins de la politique, la médiatisation sexiste joue contre elles. La couverture médiatique a tendance à exagérer tout comportement autoritaire adopté par les candidates et à leur accorder un caractère agressif. Le comportement des femmes chefs qui contreviennent aux rôles des sexes est présenté comme étant plus extrême et donc pire que le comportement semblable chez leurs homologues masculins (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003). Pour montrer qu'elles ont leur place dans le monde masculin de la politique, les femmes qui postulent un mandat électif ont tenté de faire ressortir leurs traits masculins en adoptant des positions fermes et soulignant leur ténacité (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003). Cependant, cela joue souvent contre elles, car les femmes sont jugées négativement lorsqu'elles manifestent des styles de leadership masculin. Les femmes qui adoptent des traits masculins sont perçues comme étant émotives, agressives et accusatoires, plutôt que comme étant aptes à participer la politique, comme le sont leurs homologues masculins. Les médias sont plus susceptibles de décrire les candidates qui affichent

de tels comportements en termes négatifs, car ils les perçoivent comme étant trop agressives. Aucune preuve ne permet de confirmer que les hommes sont pénalisés de façon semblable pour les comportements qui vont à l'encontre des stéréotypes masculins (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003).

La société adopte la description sexualisée de la politique comme étant un monde d'homme, ce qui joue contre le succès politique des femmes en raison de la préférence des électeurs pour des candidats masculins. Les bons dirigeants sont généralement caractérisés par des traits typiquement masculins, car la société a essentiellement été conditionnée pour considérer la masculinité comme étant essentielle à la politique. Les qualités féminines sont utilisées contre les femmes pour les rendre indésirables comme dirigeantes, car elles sont souvent décrites comme étant empathiques, honnêtes et axées sur la famille, tandis que les hommes sont perçus comme étant fermes et capables de s'attaquer aux « questions masculines » comme le terrorisme et l'économie. De tels stéréotypes ont des effets profonds sur l'influence liée à l'électorat, car les électeurs sont moins susceptibles d'appuyer des candidates qui sont perçues en ces termes.

Elizabeth Gidengil souligne que ce problème des médias est ancré à un profond niveau structurel et qu'il est intégré aux conventions qui encadrent la couverture médiatique de la politique (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003). La façon adoptée par les médias pour décrire la politique est loin d'être non discriminatoire, ce qui envoie le message « pas trop subtil » que la politique n'est qu'un autre jeu d'hommes » (Gidengil et Everitt, *Talking Tough*, 2003, 288). En outre, il serait « naïf de présumer que les médias ne font que refléter la réalité de la politique » en la décrivant en ces termes masculins (Gidengil et Everitt, *Conventional Coverage*, 2003, 210). Il importe plutôt de reconnaître qu'ils participent

activement pour perpétuer le préjugé que la politique est un jeu qui convient seulement aux hommes.

Étant donné ce portrait de la politique comme activité réservée aux hommes, il n'est pas étonnant que de nombreuses études montrent que les femmes sont plus hésitantes que les hommes à se lancer dans l'espace électoral. Dans un recensement des candidats aux élections fédérales de 2011, Cross et Young (2013) ont trouvé que les femmes étaient beaucoup plus susceptibles d'être invitées à poser leur candidature que les hommes, qui étaient plus susceptibles de prendre eux-mêmes cette initiative – ce qui ressort d'ailleurs également d'autres études. De façon semblable, Cross (2016) a trouvé que les candidates aux élections de 2015 étaient beaucoup moins susceptibles de penser que poser leur candidature est une étape naturelle de leur cheminement de carrière et elles se considéraient beaucoup moins comme « accros de la politique » que les candidats masculins. Une grande partie de tout cela est probablement le résultat de la perception persistante que la politique électorale est un monde d'homme.

Conclusion

En examinant la représentation des femmes dans la politique au Canada, il est impossible de ne pas voir que les médias sont une force dominante qui joue contre l'engagement politique féminin. Le présent essai a avancé l'argument que le portrait sexualisé de la politique dans les médias est un obstacle à l'égalité des sexes, sur deux plans importants. Premièrement, la politique est présentée dans une optique masculine. Deuxièmement, les candidates font l'objet de reportages défavorables et sexistes.

Les médias entravent l'égalité des sexes en présentant un portrait intrinsèquement masculin de la politique à l'aide d'un langage sexiste. En employant des images et un langage

masculins, les médias perpétuent activement l'idée que la politique est un monde d'hommes, ce qui a pour effet que les candidates sont écartées de la norme politique et sont piégées dans le cadre de l'étrangeté. Même lorsqu'elles se conforment aux attentes masculines en affichant des traits masculins considérés comme désirables dans le monde de la politique, cela joue contre elles, car elles sont perçues comme étant trop agressives.

À cause de ces pratiques médiatiques, les femmes sont dissuadées de se lancer en politique, car elles ne se sentent pas les bienvenues et elles ont l'impression d'être sous-qualifiées. Dans le cas des femmes qui arrivent à surmonter ce sentiment, un obstacle de plus se dresse contre elles, car les médias les décrivent en termes sexistes qui nuisent à leurs chances de succès électoral. Ainsi, les qualités et les caractéristiques personnelles, comme l'état civil, l'apparence physique et la situation familiale sont mis à l'avant-plan de la couverture de leur mise en candidature. Ces facteurs sont présentés aux électeurs comme une base légitime sur laquelle ils fondent leurs opinions, ce qui joue contre le succès politique des candidates, car la médiatisation sexualisée les défavorise et les décrit comme étant plus faibles, moins qualifiées et hors norme.

En adoptant consciemment une approche à la politique qui emploie un langage et des images non discriminatoires, en représentant les candidats des deux sexes en décrivant les mêmes qualités – tout en évitant la personnalisation –, il y a de l'espoir que les répercussions des pratiques médiatiques sur la participation des femmes à la politique puissent être renversées. Il est clair que pour accroître la représentation des femmes dans la politique canadienne, nous devons nous attaquer aux grands changements structuraux qui s'imposent quant à la manière dont les principaux organes de presse traitent de la politique et surtout des candidatures féminines.

Ouvrages cités :

- « About Equal Voice. », *Women in Politics: Our Mission | Equal Voice*, Equal Voice, www.equalvoice.ca/mission.cfm.
- CARPENTER, J. (12 novembre 2018). « Justin Trudeau is a feminist. For him, that's a given », <https://www.cnn.com/2018/11/12/success/justin-trudeau-feminism/index.html>.
- CROSS, William (2016). « The Importance of Local Party Activity in Understanding Canadian Politics: Winning from the Ground Up in the 2015 Federal Election. », *Revue canadienne de science politique*, 49:4, p. 601–620.
- CROSS, William et Lisa YOUNG (2013). « Candidate Recruitment in Canada: The Role of Political Parties » dans Amanda Bittner et Royce Koop, dir., *Parties, Elections and the Future of Canadian Politics*, (Vancouver: UBC Press) p. 24–46.
- CURRY, Bill (30 avril 2018). « Canada's First Social Media Election Is on, but Will People Vote? », *The Globe and Mail*, www.theglobeandmail.com/news/politics/canadas-first-social-media-election-is-on-but-will-people-vote/article574263/.
- DITCHEBURN, Jennifer (6 novembre 2015). « Women No Longer a ‘Curiosity’ in Cabinet | CBC News. », *CBC News*, CBC/Radio Canada, www.cbc.ca/news/politics/canada-trudeau-liberal-government-cabinet-1.3304590.
- GIDENGIL, Elisabeth et Joanna EVERITT (2003). « Talking Tough: Gender and Reported Speech in Campaign News Coverage. », *Political Communication*, vol. 20, n° 3, p. 209–232.
- GIDENGIL, Elisabeth et Joanna EVERITT (2003). « Conventional Coverage/Unconventional Politicians: Gender and Media Coverage of Canadian Leaders' Debates », *Revue canadienne de science politique*, vol. 36. p. 559–577.
- O'NEILL, B. (2015). « Analyse du rôle sexuel dans la représentation politique au Canada », *Revue parlementaire Canadienne*, été 2015. p. 22–30.
- TABER, J. (16 mai 2018). « For Catherine McKenna, balancing politics and family means setting boundaries », <https://www.theglobeandmail.com/news/politics/for-catherine-mckenna-balancing-politics-and-family-means-setting-boundaries/article28737484/>.
- THOMAS, M. (2013). « Barriers to Women’s Political Participation in Canada », *University of New Brunswick Law Review*, 64, p. 218–233.

THOMAS, M. et A. BITTNER (2017). *Mothers and Others: The Role of Parenthood in Politics* (Vancouver: UBC Press).

THOMAS, M. (2018). « Personalism, Personalization and Gender » dans William P. Cross, Richard S. Katz, Scott Pruysers, dir., *Personalization of Democratic Politics and the Challenge for Political Parties* (London: Routledge), p. 197–214.

TRIMBLE, L. et J. ARSCOTT (2013). *Stalled: The Representation of Women in Canadian Governments* (Vancouver: UBC Press).

TRIMBLE, L. J. (2017). *Ms. Prime Minister: Gender, Media, and Leadership* (Toronto: University of Toronto Press).

ZIMONJIC, P. (5 novembre 2017). « Environment Minister Spars with Reporter over 'Climate Barbie' Nickname », *CBC News*,
<https://www.cbc.ca/news/politics/catherine-mckenna-rebel-media-exchange-1.4387510>.