HAL
open science

L'accès à la visibilité médiatique du mouvement "Ni putes ni soumises"

Marion Dalibert

To cite this version:

Marion Dalibert. L'accès à la visibilité médiatique du mouvement "Ni putes ni soumises". Colloque international - Voir, être vu. L'injonction à la visibilité dans les sociétés contemporaines, Universités Paris 5 et Paris 7, EHESS, ESCP-EAP, May 2008, Paris, France. hal-01612677

HAL Id: hal-01612677

https://hal.science/hal-01612677v1

Submitted on 7 Oct 2017

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

L'ACCES A LA VISIBILITE MEDIATIQUE DU MOUVEMENT « NI PUTES NI SOUMISES »

Marion Dalibert, Université Charles-de-Gaulle Lille 3

« Ni putes ni soumises » (NPNS) est un mouvement social[i] qui, à sa naissance en janvier 2002, a porté le problème de société des violences machistes subies par les femmes dans les banlieues suite à l'abandon par les « représentants de la République » (Thiéblemont-Dollet, 2003 : 109) des habitants de ces zones géographiques dans l'extrême précarité. En outre, en plus de se battre pour une cause, NPNS, mouvement représentant le groupe social des femmes issues de l'immigration[ii], a dès le départ[iii] revendiqué l'accès à la visibilité sociale de ce groupe, sous-entendant qu'auparavant il était invisible dans l'espace public. NPNS en étant médiatisé a donc porté à la fois la définition d'un problème public (Cefaï, 1996) et a rendu visible socialement le groupe social des femmes issues de l'immigration.
Les mouvements sociaux doivent souvent passer par l'agenda médiatique pour que leur cause accède à l'agenda politique, NPNS a dès lors dû lutter et user de stratégies pour être rendu visible dans les médias. En effet, selon Olivier Voirol (2005a : 99-100), « la scène de visibilité médiatisée est structurée par un ordre du visible qui inclut autant qu'il exclut, qui promeut à l'avant-scène autant qu'il relègue aux coulisses, qui confère de la reconnaissance publique autant qu'il condamne à l'insignifiance ». Comment alors NPNS a-t-il accédé à la visibilité médiatique ? L'une des conditions d'accès à cette visibilité pour les mouvements sociaux est la construction de l'identité du groupe protestataire (Bleil, 2005). Nous nous proposons donc, dans une perspective constructiviste d'analyse de discours[iv] et par le biais d'analyses à la fois quantitatives et qualitatives, d'interroger l'accès à la visibilité médiatique de NPNS en nous intéressant particulièrement à la coconstruction de l'identité discursive du groupe social représenté par le mouvement.

Notre terrain de recherche est un corpus d'articles provenant de la presse quotidienne nationale de référence (*Le Monde*, *Le Figaro* et *Libération*) et d'opinion (*L'Humanité* et *La Croix*) qui permet d'étudier la médiatisation d'un mouvement social à sa naissance ainsi que son évolution dans l'espace public médiatique[v]. Nous avons donc collecté tous les articles parus du 28 janvier 2002 (date du premier article sur le mouvement) au 14 avril 2004 (date du premier anniversaire de l'institutionnalisation du mouvement en association) dans lesquels le nom du mouvement était cité[vi], soit un total de 262 articles. Nous ajoutons que les productions discursives émanant du mouvement (ouvrages, site internet, etc.) ont aussi constitué notre terrain de recherche.

La notion de visibilité médiatique

Nous voudrions dans un premier temps préciser la notion de « visibilité médiatique » Pour Olivier Voirol (2005a : 99), « il faut concevoir la scène médiatisée comme un espace où les acteurs peuvent sortir de l'invisibilité et exister aux yeux des autres sans entrer concrètement en contact avec eux ». En étant médiatisé, le mouvement est donc devenu visible socialement. Mais

peut-on considérer que NPNS a accédé à la visibilité sociale à partir du premier article paru sur le mouvement ?
Pour répondre à cette question, la notion d'*événement médiatique* est particulièrement utile. Un fait - même médiatisé - ne fait pas forcément « événement » dans les médias et un choix s'opère entre ce qui fait « événement » ou pas[vii]. Selon Erik Neveu et Louis Quéré (1996 :12), une occurrence fait événement lorsque celle-ci « reçoit une certaine pertinence (*relevance*), valeur, importance, en fonction d'une perspective et fait l'objet d'une focalisation de l'attention publique. ». De surcroit, nous parlerons de coconstruction d'événements médiatiques par différents acteurs sociaux en nous référant à Harvey Molotch et Marilyn Lester (1996) : les événements médiatiques étant construits à la fois par des acteurs sociaux comme NPNS qui tentent de promouvoir par le biais de stratégies une occurrence ou dans le cas du mouvement, un problème public - comme devant être connu de tous - et d'*assembleurs d'informations*, c'est-à-dire des professionnels des médias qui vont choisir parmi certains critères (tels que la relativité géographique (Tudesq, 1973) ou encore selon leur potentiel d'« actualité », de « sociabilité » et d'« imprévisibilité » (Charaudeau, 1997 : 108-109)), entre différentes occurrences, celles qui devront être rendues visibles socialement.

Le processus d'événementialisation de NPNS

Le mouvement n'a pas fait « événement » dans les médias dès ses premières actions ou dès la publication des premiers articles. De janvier à décembre 2002, la médiatisation de NPNS est extrêmement faible et irrégulière. Seulement 12 articles sont publiés et ce par seulement trois journaux, ce qui représente 4,5% des articles de notre corpus. Pourtant, des stratégies ont été déployées par le mouvement pour accéder à la visibilité médiatique. L'organisation d'Etats généraux en janvier 2002 était une façon d'attirer les médias. Et surtout la diffusion à l'occasion de la Journée Internationale Des Femmes (JIDF) de 2002 - événement médiatique que l'on peut qualifier de « programmé » (Charaudeau, 1997 : 154) ou de « marronnier » - de l'Appel et du Manifeste des femmes des quartiers était une stratégie utilisée par NPNS pour avoir accès aux médias : la journée du 8 mars étant une occasion de traitement médiatique de la condition des femmes, le mouvement avait plus de chance d'être rendu visible. En outre, « la cause » pouvait plus facilement accéder à l'agenda politique car « cette journée est l'occasion, pour le gouvernement, d'annoncer des mesures en faveur des femmes » (Bonnafous et Coulomb-Gully, 2007 : 81). Pourtant, seulement un compte rendu paraîtra en janvier dans *Libération* et une brève paraîtra en mars dans ce même journal.

Le nombre d'articles n'augmentera très fortement qu'à partir du 31 janvier 2003, soit à partir du lancement de « la Marche des femmes des quartiers pour l'égalité et contre les ghettos »[viii]. De janvier à mars 2003, 57 articles seront publiés et NPNS sera même *promu au rang d'événement* (Krieg, 1996 : 114-115) dans la presse lors de la JIDF de 2003. C'est à cette occasion que le mouvement a acquis de la « valeur », de « l'importance » et a fait l'objet d'une focalisation de l'attention publique. 28 articles furent publiés, ce qui représente 10,5% des articles de notre corpus et c'est autour de cette journée que le mouvement a été le plus valorisé dans les journaux (positionnement des articles en une, classement dans des rubriques à visée événementielle, etc.). 15 mois après sa première action et la parution du premier article, le mouvement a accédé à la visibilité sociale et sa cause est passée à l'agenda politique : le Premier ministre de l'époque - Jean-Pierre Raffarin, a en effet reçu les membres du mouvement dans la matinée du 8 mars.
NPNS a aussi usé de stratégies pour accéder aux médias lors de la Marche des femmes. L'utilisation de la marche et de la manifestation sont des moyens de promouvoir un événement : c'est ce que Molotch et Lester (ibid. : 34) nomment *l'accès perturbateur* aux médias. En outre, le bornage chronologique de la Marche est aussi stratégique, à l'image de la diffusion de l'Appel et du manifeste des femmes des quartiers un an auparavant, la Marche se terminant en manifestation à Paris à l'occasion de la Journée du 8 mars. Nous pouvons alors nous demander

pourquoi le mouvement a fait événement à l'occasion de la JIDF de 2003 et non pas lors de celle de 2002.

L'émergence de la figure collective de « la jeune fille des banlieues »

De janvier 2002 à mars 2003, l'augmentation de la visibilité médiatique du mouvement est corrélée à l'émergence de la figure de la « jeune fille des banlieues » comme représentant le groupe protestataire.
En effet, après l'étude du paradigme désignationnel de la figure féminine mise en scène dans la médiatisation du mouvement (défini après le relevé de tous les syntagmes désignant les individus de genre féminin) et qui permet selon Patrick Charaudeau et Dominique Maingueneau (2002 : 416), « d'appréhender la représentation que le journaliste a de cet objet discursif », nous avons remarqué que deux générations représentant les individus de genre féminin étaient mises en scène dans la médiatisation du mouvement : les « femmes » et les « jeunes filles ».

En janvier 2002, 12% des syntagmes utilisés désignent une figure féminine jeune comme « adolescente(s) », « fille(s) » ou encore « lycéenne(s) »[ix] alors que ceux désignant une génération plus âgée tels que « femme(s) » ou encore « mère(s) » représentent 88% des syntagmes. A partir d'avril 2002, les syntagmes désignant la figure de la « jeune fille » augmentent même si ceux désignant une génération plus âgée sont encore majoritaires.
L'identité discursive du groupe protestataire a changé de génération à partir de janvier 2003 et s'est cristallisée au niveau de la figure de la « jeune fille ». En effet, lors de la médiatisation de la Marche des femmes, pour la première fois, les syntagmes désignant la figure de la « jeune fille » seront majoritaires et employés deux fois plus que ceux renvoyant aux « femmes »[x]. La visibilité médiatique du mouvement a donc fortement augmenté lorsque l'identité du groupe protestataire s'est cristallisée sur la figure de la « jeune fille des banlieues ».

En 2002, dans l'Appel et le Manifeste des femmes des quartiers, NPNS utilise majoritairement le syntagme « femme(s) » pour se désigner et toutes les générations de femmes sont incluses dans la lutte. A partir de la Marche des femmes en 2003, le mouvement s'est construit une nouvelle identité publique[xi] qui a contribué à faire émerger la figure de la « jeune fille des banlieues » dans la presse. Tout d'abord, NPNS a choisi pour marraines de la Marche des femmes Samira Bellil - victime de viols collectifs lorsqu'elle était adolescente - et Kahina Benziane - sœur de Sohane qui est morte à 17 ans après avoir été aspergée d'essence par un garçon de 19 ans dans un local à poubelle d'une cité de Vitry-sur-Seine. Ces marraines ont ainsi contribué à promouvoir la figure de la « jeune fille » comme victime de violence. Qui plus est, les membres du mouvement présents lors de la conférence de presse donnée par NPNS la veille du départ de la Marche des femmes et « présentés » sur l'affiche annonçant cette action sont - à l'exception de Fadela Amara (présidente de NPNS à partir du 14 avril 2003) qui représente une génération plus âgée - uniquement des « jeunes filles ».

L'identité discursive de la « jeune fille des banlieues »

« Pour se défendre, raconte encore Safia, elles adoptent le même comportement que les garçons, elles s'habillent avec des baskets et des capuches, parlent mal, sortent en bandes ». (La Croix, 7 mars 2003 : 9)

L'identité discursive du groupe protestataire est coconstruite de la même manière pour tous les journaux de notre corpus. La figure de la jeune fille des banlieues est soumise à la culture du pays d'origine, à savoir la religion musulmane. Cette figure permet en effet d'aborder les mariages forcés et la préservation obligatoire de la virginité, deux exemples de « traditions » dont les journaux ont fait énormément état. Cette figure également mise en scène cloîtrée dans l'espace domestique est victime de la figure du « jeune des banlieues ». Elle est représentée comme asservie et comme la proie de tous les garçons de banlieue dont elle subie la violence : elle est insultée, violée (souvent par son entourage proche) ou assassinée.

Cette figure - soumise à la tradition et victime de la figure du jeune des banlieues - est contrainte de transgresser son genre. Dans le discours médiatique, être émancipée ou « vivre » sa féminité dans les banlieues c'est risquer le viol collectif ou la mort : ce discours sera incarné à travers la médiatisation des deux marraines de la Marche des femmes : Samira Bellil et Kahina Benziane. Cette féminité interdite correspond à la féminité « normative » des sociétés « occidentales ». La jeune fille, qui ne peut plus performer la norme de genre, est obligée de le transgresser et de le trahir en adoptant des vêtements ou des attitudes masculines.

Dans le discours médiatique, la figure de la « jeune fille des banlieues » est opposée à la vision moderne que l'on a de la femme aujourd'hui, c'est-à-dire libre, indépendante et émancipée (Guionnet et Neveu, 2005 : 236). Mais avec Ni Putes Ni Soumises, cette figure lutte pour performer la norme de genre féminin. On peut donc penser que c'est parce que la figure de la jeune fille de banlieue est coconstruite comme se battant pour accéder à cette norme de genre que NPNS, représentant des femmes issues de l'immigration, a accédé à la visibilité sociale mais surtout à la reconnaissance. En faisant référence à G. H. Mead, Olivier Voirol nous informe qu'un individu est perçu positivement (ou en d'autres termes accède à la reconnaissance sociale) lorsqu'il adopte les normes générales de la collectivité : « l'individu participe à la collectivité et s'y fait reconnaître comme membre pour peu qu'il se reconnaisse dans son système de normes et que ce système lui confère une place et une valeur sociale » (Voirol, 2005b : 63). En étant médiatisé comme luttant pour l'accès à la féminité normative, le groupe social protestataire a accédé à la reconnaissance médiatique : la médiatisation coconstruite du problème public porté par NPNS a donc attribué une reconnaissance et une valeur sociale à ce groupe.

L'évolution de la médiatisation du mouvement après le passage de la cause à l'agenda politique

Après que NPNS ait fait événement dans la presse, le mouvement est devenu un *acteur national* (Le Grignou et Patou, 2001 : 47) et a vu son accès routinisé (Molotch et Lester, 1996) dans les médias[xii]. Pour rester à l'agenda médiatique après le passage à l'agenda politique de la cause de départ, les mouvements sociaux doivent renouveler leurs revendications (Lefébure et Lagneau, 2001 : 80). NPNS s'est beaucoup appuyé sur la médiatisation du problème public de la laïcité pour rester visible dans les médias. Tout d'abord interrogée par la Commission Stasi[xiii] en octobre 2003, Fadela Amara prend position contre la création d'une nouvelle loi sur la laïcité. Mais la présidente du mouvement changera de position le 6 décembre 2003 en signant l'Appel du magazine *Elle* réclamant la création d'une loi contre le port du voile. NPNS devient alors l'un des défenseurs de la valeur républicaine de la laïcité et un nouveau slogan est constitué pour définir le mouvement : « Laïcité, Egalité et Mixité »[xiv]. Le fait de se positionner en faveur d'une nouvelle loi sur la laïcité et d'afficher cette valeur républicaine comme constitutive de NPNS peut être perçu comme une réaffirmation de l'identité du groupe protestataire coconstruite dans les médias lorsque le mouvement a accédé à la visibilité sociale. En effet, le discours de NPNS sur la laïcité à partir de décembre 2003 fait écho à celui coconstruit dans les médias lors de la JIDF de 2003. Dans le discours de NPNS, le voile est un symbole de soumission (à la fois aux « traditions » et aux hommes) et la laïcité est le garant de l'égalité entre les sexes et de l'émancipation des femmes[xv]. On peut donc penser que l'identité discursive du groupe social protestataire coconstruite dans les médias comme se battant pour « vivre » une féminité normative, a poussé Fadela Amara à changer de position sur le voile car selon Pierre Lefébure et Eric Lagneau (ibid. : 81), « les acteurs sociaux tendent à modifier le sens, la nature et l'intensité de leur action selon les qualifications dont ils sont l'objet ». Après ce changement de position et en réaffirmant son identité, la visibilité médiatique du mouvement augmentera fortement : avec 34 articles, décembre 2003 correspond au mois où le mouvement a été le plus médiatisé après mars 2003. Pour Marie-France Malonga (2006), les mouvements sociaux représentant les minorités visibles sont aujourd'hui majoritairement invisibilisés ou stigmatisés dans les médias car accusés de communautarisme, c'est-à-dire « allant à l'encontre de l'idéologie républicaine universaliste » (ibid. : 50). En affichant des valeurs républicaines tout en représentant les jeunes

filles issues de l'immigration, NPNS correspond une nouvelle fois aux « normes d'attentes collectives » de la société française et se voit attribuer une valeur sociale et donc la reconnaissance médiatique.

Conclusion

En guise de conclusion, on peut affirmer que l'accès à la visibilité sociale de NPNS s'est produit en lien avec la coconstruction de l'identité discursive du groupe protestataire correspondant à la figure de la « jeune fille des banlieues ».
En outre, on peut se demander si pour accéder à la visibilité médiatique, le mouvement n'a pas « promu » - consciemment ou non - la figure de la « jeune fille des banlieues » à partir de janvier 2003 afin de répondre aux *représentations communautaires* (Boyer, 2003 : 14) relativement figées qui alimentent le traitement médiatique de la banlieue depuis les années 80[xvi]. Dans la médiatisation de Ni Putes ni soumises, les « représentants de la République » désignés responsables par le mouvement n'ont quasiment pas été mis en cause[xvii]: Le groupe social protestataire fut opposé dès le premier article[xviii] à la figure du « jeune des banlieues », figure qui est depuis les années 80, « objet d'angoisse collective et donc de prédilection médiatique » (Boyer et Lochard, 1998 : 121). Dans la médiatisation de NPNS, la figure de la « jeune fille des banlieues » victime du « jeune des banlieues » rappelle la construction discursive télévisuelle qui va dans le sens du stéréotypage repérée par Henri Boyer et Guy Lochard (ibid.), qui a lieu dans le traitement médiatique de la banlieue. Cette construction donne à voir des bandes de jeunes *beurs* responsables de la violence « qui semblent peupler seuls ces quartiers déshérités » (ibid. : 123). Dans cette construction, une seule figure féminine est médiatisée, il s'agit de la figure de la « beurette » mise en scène comme parfaitement intégrée dans la société française. La visibilité médiatique du mouvement s'accroît dès lors que la figure de la « jeune fille » - qui rappelle celle de la « beurette » - est promue par le mouvement. On peut donc penser que NPNS a convoqué ou mobilisé un discours social préexistant et relatif au thème de la banlieue afin d'accéder à la visibilité médiatique.

---

[i] Etant au service d'une cause – les conditions de vie des femmes des cités –, ayant défini des adversaires – les « représentants de la République » et les hommes des banlieues – et revêtant des formes de l'action collective – organisation d'états généraux, pétitions, manifestations –, NPNS correspond à la définition du « mouvement social » énoncée par Erik Neveu (2005 : 10 et 21).

[ii] La banlieue étant depuis les années 80 associée à l'immigration (Boyer et Lochard, 1998), on peut conclure que plus que de représenter les femmes des banlieues, NPNS représente les femmes issues de l'immigration. En outre, pour S. Thiéblemont-Dollet (2005 : 106), les discours médiatiques du mouvement NPNS sont « l'émanation et la synthèse de propos de femmes représentantes de l'immigration ».

[iii] Voir l'Appel et le Manifeste des femmes des quartiers.

[iv] Dans cette perspective, un fait relaté dans un article de presse n'est pas le reflet de la réalité mais selon Bernard Delforce (1996 : 21-22), le résultat « d'une construction sociale de la réalité […] il est à la fois le produit d'un regard porté sur la réalité et d'une mise en forme discursive particulière ».

[v] Un travail est actuellement en cours sur la télévision mais cette communication sera uniquement centrée sur l'accès à la visibilité médiatique de NPNS dans la presse quotidienne nationale de référence et d'opinion.

[vi] Nous avons collecté les articles d'abord sous format électronique à partir des bases de données *LexisNexis Presse* et *Europresse*. Pour cela, nous avons effectué la recherche par le mot-clé « Ni Putes Ni Soumises ». Ensuite, nous avons collecté les articles sous format « papier » afin d'étudier les cadres du traitement du mouvement (comme le positionnement en une ou la mise en rubrique).

[vii] Pour la notion d'événement médiatique voir : ARQUEMBOURG MOREAU J. (2003) : *Le temps des événements médiatiques*, Bruxelles : De Boeck. ; MOUILLAUD M. et TETU J.-F. (1989): *Le Journal Quotidien*, Lyon : PUL. ; VERON E. (1995) : « Médiatisation du politique : Stratégies, acteurs et construction des collectifs » in « Communication et politique » *Hermès* n°17 – 18, Paris : CNRS Editions. p.201-214. ; ainsi que les numéros 75 et 76 de la revue *Réseaux*.

[viii] Marche qui a eu lieu du 1er février au 8 mars 2003 dans toute la France.

[ix] Pour faciliter la compréhension, nous désignerons ces syntagmes par le reformulant « jeunes filles » car il participe au même processus de nominalisation.

[x] Une exception apparaît cependant quant aux journaux : il s'agit du *Monde*. En effet, en octobre 2002, 87% des syntagmes désignant la figure de la « jeune fille » sont utilisés dans ce journal contre 8% se rapportant aux « femmes ».

[xi] Cette notion est empruntée à Janine Barbot (1999 :159) et «doit être ici comprise comme un *choix d'identification* des associations [ou des mouvements sociaux] dans l'espace public, quelle que soit la nature des liens entre ce choix et les identités personnelles des militants qui les composent ». Nous distinguerons cette notion d'identité publique avec celle d'identité discursive. L'identité discursive étant celle coconstruite (à la fois par des acteurs sociaux comme NPNS et par les professionnels des médias) dans l'espace public médiatique.

[xii] En effet, après le passage de la cause du mouvement à l'agenda politique le 8 mars 2003, NPNS fut toujours médiatisé et ce de manière forte : après la publication des articles entourant la JIDF et jusqu'au 15 avril 2004, le nom du mouvement est cité dans 200 articles, ce qui représente 76% des articles de notre corpus. En outre, après mars 2003 les articles de notre corpus sont classés dans des rubriques de plus en plus diversifiées et notamment au sein de rubriques événementialisées renvoyant au débat sur le port du voile. NPNS a donc été médiatisé dans des cadres dépassant la cause de départ du mouvement.

[xiii] Commission chargée de mener une réflexion sur l'application du principe de laïcité dans la société française qui fut mise en place par Jacques Chirac en juillet 2003 et dirigée par Bernard Stasi.

[xiv] Ce renouvellement de revendications trouvera son apogée en février 2004 avec la nouvelle action mise en place par le mouvement : le Tour de France républicain qui aura pour but de promouvoir la laïcité.

[xv] Voir : NPNS : *Campagnes et projets* [en ligne]. Consultée le 02/06/2007. <URL : http://www.niputesnisoumises.com/campagne.php?section=accueil>

[xvi] Concernant la problématique de la médiatisation de l'immigration, voir : BATTEGAY A. (1993) : « La médiatisation de l'immigration dans la France des années 80 » in *Les Annales de la recherche urbaine*, n°57-58. p. 174-184 ; BATTEGAY A. et BOUBEKER A. (1993) : *Les images publiques de l'immigration*, Paris : CIEMI/L'Harmattan. ; BOYER H. (2003) : *De l'autre côté du discours : Recherches sur les représentations communautaires*, Paris : L'Harmattan. ; BOYER H. et LOCHARD G. (1998): *Scènes de télévision en banlieues 1950-1994*, Paris : INA/L'Harmattan. ; BONNAFOUS S. (1991) : *L'immigration prise aux mots*, Paris, Kimé. et BONNAFOUS S. (1999) : « La médiatisation de la question immigrée : Etat des recherches » in « La médiatisation des problèmes publics », *Etudes de Communication* n°22, GERICO –Lille3. p.59-72.

[xvii] NPNS en étant médiatisé a porté la définition du problème public de la condition des femmes dans les banlieues. Lorsqu'un problème public est médiatisé, les médias deviennent un terrain de luttes et d'affrontements entre différents acteurs sociaux dans la définition de ce problème (Cefaï, 1996). Dans la presse, la « lutte » s'est située entre NPNS et les coupables, les hommes des banlieues. Les « représentants de la République », désignés comme responsable des violences par le mouvement ont été relativement peu mis en cause (Dalibert, 2007).

[xviii] L'étude du paradigme désignationnel de la figure masculine mise en scène avec le mouvement a révélé qu'à l'image de la figure féminine, deux générations d'individus de genre masculin étaient mises en scène. Cependant, la figure du « jeune des banlieues » a émergé beaucoup plus rapidement que la figure de la « jeune fille des banlieues » : dès janvier 2002, 43% des syntagmes utilisés désignent une figure « jeune » comme « petit caïd », « garçon(s) » ou encore « élèves de cinquième ». Ces syntagmes deviendront majoritaires à partir d'avril 2002 (56%) et seront utilisés de mai 2002 à mars 2003 au moins cinq fois plus que ceux désignant une figure plus âgée (comme par exemple « père(s) » ou « homme(s) »).

BARBOT J. (1999) : « L'engagement dans l'arène médiatique : Les associations de lutte contre le sida » in « Sciences, malades et espace public » *Réseaux* n°95, CNET/ Hermès Science Publications. p.155-196.

BLEIL S. (2005): « Avoir un visage pour exister publiquement : l'action collective des *Sans Terre* au Brésil » in « Visibilité/invisibilité » *Réseaux* n°129-130, FT R&D/Lavoisier. p.123-153.

BONNAFOUS S. et COULOMB-GULLY M. (2007) : « La journée internationale des femmes en France. Entre marronnier et foulard islamique » in « Femmes et médias : le 8 mars à la « Une ». Une comparaison internationale » *Sciences de la société* n°70, Presses universitaires du Mirail. p.80-94.

BOYER H. (2003) : *De l'autre côté du discours : Recherches sur les représentations communautaires*, Paris : L'Harmattan.

BOYER H. et LOCHARD G. (1998) : *Scènes de télévision en banlieues 1950-1994*, Paris : INA/L'Harmattan.

CEFAI D. (1996) : « La construction des problèmes publics : Définition de situations dans des arènes publiques » in « Le temps de l'événement 1 » *Réseaux* n°75, CNET/Hermès Science Publications. p.43-66.

CHARAUDEAU P. (1997) : *Le discours d'information médiatique : La construction du miroir social*, Paris : Nathan.

CHARAUDEAU P. et MAINGUENEAU D. (dir.) (2002) : *Dictionnaire d'analyse du discours*, Paris : Editions du Seuil.

DALIBERT M. (2007) : *La médiatisation du mouvement « Ni Putes Ni Soumises » dans la presse quotidienne nationale de référence et d'opinion (Le Monde, Le Figaro, Libération, L'Humanité et La Croix) de janvier 2002 à avril 2004*, Mém. M2R : Sciences de l'information et de la communication : Lille 3.

DELFORCE B. (1996) : « La responsabilité sociale du journaliste : donner du sens » in *Les Cahiers du journalisme*, n°2. p.16-32.

GUIONNET C. et NEVEU E. (2005) : *Féminins/Masculins : sociologie du genre* ; Paris : Armand Colin.

KRIEG A. (1996) : « « La purification ethnique » dans la presse. Avènement et propagation d'une formule » in « Les médias dans le conflit Yougoslave » *Mots. Les langages du politiques* n°47, Presses de Sciences-po. p.109-125.

LE GRIGNOU B. et PATOU C. (2001) : « Mouvement des chômeurs : mais que font les médias ? » in GERSTLE J. (dir.): *Les effets d'information en politique*, Paris : L'Harmattan. p.31-54.

LEFEBURE P. et LAGNEAU E. (2001) : « Les mobilisations protestataires comme interactions entre acteurs sociaux et journalistes » in GERSTLE J. (dir.): *Les effets d'information en politique*, Paris : L'Harmattan. p.55-81.

MALONGA M.-F. (2006) : « Les minorités à la conquête du petit écran » in « *Minorités visibles* ? Belgique, France, Canada, Suisse » *MédiaMorphoses* n°17, INA/Armand Colin. p.48-50.

MOLOTCH H. et LESTER M. (1996) : « Informer : une conduite délibérée de l'usage stratégique des événements » in « Le temps de l'événement 1 » *Réseaux*, n°75, CNET/Hermès Science Publications. p.23-41.

NEVEU E. (2005) : *Sociologie des mouvements sociaux*, Paris : La Découverte.

NEVEU E. et QUERE L. (1996) : « Présentation », in « Le temps de l'événement 1 » *Réseaux* n°75, CNET/Hermès Science Publications. p.5-21.

THIEBLEMONT-DOLLET S. (2003) : « Témoignages de femmes immigrantes et construction d'un problème public » in « Interculturalités » *Questions de communication* n°4, Presses Universitaires de Nancy. p.107-126.

THIEBLEMONT-DOLLET S. (2005) : « "Ni Putes Ni Soumises". Emergence et politisation d'un mouvement de femmes dans l'espace public » in « Espaces politiques au féminin » *Questions de communication* n°7, Presses Universitaires de Nancy. p.105-119.

TUDESQ A.-J. (1973) : *La presse et l'événement*, Paris : Mouton.

VOIROL O. (2005a) : « Les luttes pour la visibilité. Esquisse d'une problématique » in « Visibilité/invisibilité » *Réseaux* n°129-130, FT R&D/Lavoisier. p.89-121.

VOIROL O. (2005b) : « Le travail normatif du narratif. Les enjeux de reconnaissance dans le récit Médiatique » in « Les récits médiatiques » *Réseaux* n°132, FT R&D/Lavoisier. p.51-71.

Marion Dalibert est doctorante en sciences de l'information et de la communication (laboratoire GERIICO) à l'Université Lille 3, Domaine universitaire du "Pont de Bois", rue du Barreau - BP 60149 - 59653 Villeneuve d'Ascq Cedex ; mariondalibert@hotmail.com

Résumé

Dans une perspective constructiviste d'analyse de discours et à partir de l'étude du processus d'événementialisation du mouvement Ni putes ni soumises (NPNS), ce travail interroge les conditions d'accès à la visibilité médiatique de NPNS en s'intéressant particulièrement à la coconstruction de l'identité discursive du groupe social représenté par le mouvement.