

Chapitre 5 : Les réactions aux cadres genrés

Ce chapitre traite des réactions des citoyens à la couverture médiatique genrée des chef(fe)s de parti politique en campagne électorale. Ils sont issus de notre deuxième collecte de données : l'enquête en ligne menée durant la campagne électorale provinciale de 2014. Elle comprend un questionnaire et une séance de listage d'idées.

Cette collecte répond aux deux questions de recherche suivantes :

Q3. Comment les récepteurs réagissent-ils à l'exposition d'un cadre médiatique genré à propos d'un chef(fe) de parti politique?

Q4. Quelles variables sociodémographiques et politiques expliquent pourquoi les réactions de certains individus sont plus genrées que celles d'autres individus?

Pour répondre à la première question, nous proposons de regarder les 987 réponses cognitives spontanées (RCS) émises par les 249 répondants de notre enquête en ligne. Dans un premier temps, nous analysons les types de RCS, puis la place qu'y occupe le genre.

5.1 La nature des réponses cognitives spontanées collectées

Pour comprendre la nature des réponses cognitives spontanées émises par les répondants, il faut observer deux éléments clés : le type de réactions et la présence du genre dans ces réactions. Pour ce faire, nous avons établi deux sous-questions spécifiques :

Q3.1. Quelles sont les réactions des récepteurs lorsqu'ils sont soumis à un cadre médiatique genré?

Q3.2. Comment le genre est-il mobilisé dans leurs réactions s'ils sont exposés à un cadre médiatique genré ou non?

5.1.1 Les types de réponses cognitives spontanées collectées

Selon Daignault (2007), il y a dix types de réponses cognitives spontanées. Il est possible de trier chacune de ces réponses en fonction de l'effort mental requis par le répondant pour la réaliser. Par exemple, les rappels sont vus comme demandant peu d'effort alors que l'énonciation d'une intention de comportement (c'est-à-dire lier le contenu de la condition à son propre comportement) demande un grand effort de cognition (Daignault, Giasson et

Soroka, 2013). Tel qu'il est possible de le constater dans le tableau 7, les types de réponses demandant le moins d'effort (surlignées en clair) sont plus souvent mobilisés par les répondants. Ils représentent environ 78 % de l'ensemble des réponses émises lors de notre expérience en ligne, indépendamment des conditions expérimentales d'assignation des participants (Condition 1 – Pauline Marois et la féminité : 78,96; Condition 2 – Philippe Couillard et la masculinité : 75,7; Condition 3 – François Legault et l'absence de genre : 79,62). Il est donc possible de conclure que les répondants ont eu une réaction cognitive superficielle à nos conditions, ce qui corrobore d'autres travaux sur les réactions cognitives (Petty et Cacioppo 1981, 1986; Daignault, 2007; Daignault, Giasson et Soroka, 2013).

Tableau 7 : Types de réponses cognitives spontanées par conditions

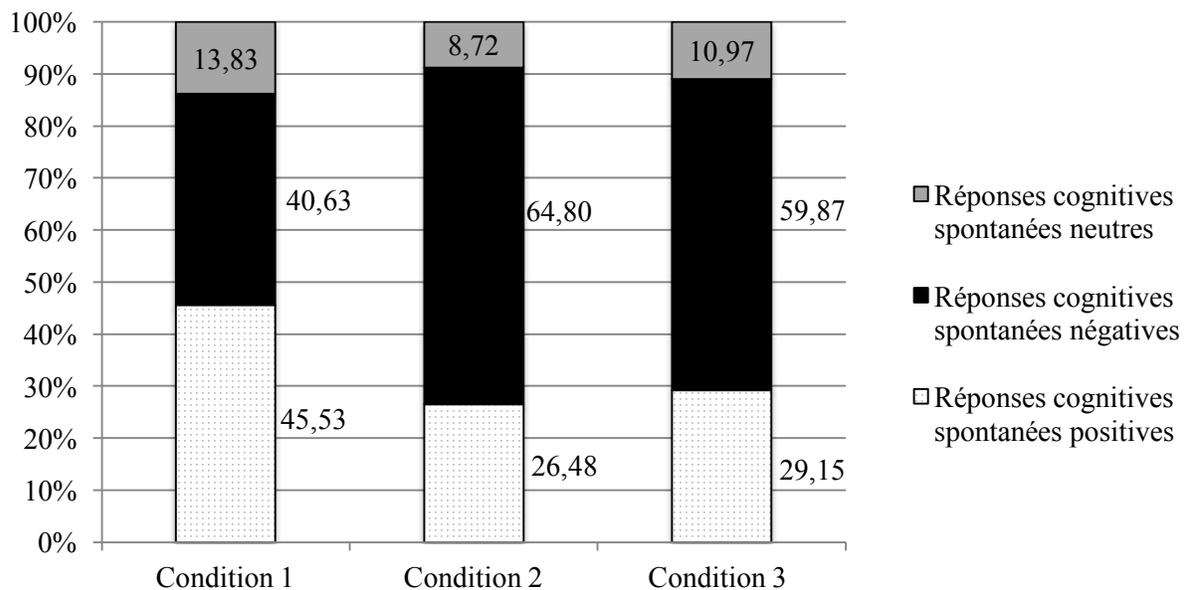
Type de réponses cognitives spontanées	Condition			Total
	Condition 1	Condition 2	Condition 3	
	% par condition (N)	% par condition (N)	% par condition (N)	% par types (N)
Rappel	12,68 (44)	7,48 (24)	9,72 (31)	10,03 (99)
Jugement positif	10,66 (37)	3,43 (11)	2,82 (9)	5,78 (57)
Jugement négatif	26,22 (91)	43,61 (140)	43,89 (140)	37,59 (371)
Corroboration standard	29,39 (102)	21,18 (68)	23,20 (74)	24,72 (244)
Corroboration élaborée	5,19 (18)	0,31 (1)	2,82 (9)	2,84 (28)
Contre-argument	14,12 (49)	19,94 (64)	13,48 (43)	15,81 (156)
Connexion positive	0,29 (1)	0,93 (3)	0,31 (1)	0,51 (5)
Connexion négative	0	0,62 (2)	2,19 (7)	0,91 (9)
Intention de comportement positive	0	0,62 (2)	0	0,2 (2)
Intention de comportement négative	0,29 (1)	0,62 (2)	0,31 (1)	0,41 (4)
Autres	1,15 (4)	1,25 (4)	1,25 (4)	1,22 (12)
Total	100 (347)	100 (321)	100 (319)	100 (987)

Nous pensons, à l'instar d'autres chercheurs, que cela s'explique par le fait que l'effort cognitif demandé pour lier l'information lue à un comportement est très important (Lau et Redlawks, 2006) et requiert donc une motivation plus grande (Lilleker, 2014). Dans notre listage d'idée, aucun renforcement pour accroître la motivation n'était proposé. Il est alors possible que les efforts cognitifs moins élevés exprimés par nos répondants s'expliquent par un niveau de motivation plus faible.

5.1.1.1 Les différences dans les types de réponses selon les conditions

Les résultats obtenus en ce qui a trait aux types de réponses entre les trois conditions sont relativement similaires, et ne diffèrent pas de manière statistiquement significative. Par contre, sur la tonalité des réponses, nous constatons que les réponses négatives sont plus fréquentes dans les conditions 2 et 3, mettant en scène les deux politiciens masculins.

Graphique 7 : Proportion de réponses cognitives spontanées, selon le ton, par condition



Comme il est possible de le constater dans le graphique 7, les réactions négatives (incluant : les jugements négatifs, les connexions négatives, les contre-arguments et les intentions de comportement négatives) représentent respectivement 64,8 % et 59,9 % des réponses émises dans les conditions 2 et 3, contre seulement 40,6 % dans la condition 1. Ces chiffres sont étonnants, car la littérature sur le genre souligne que les éléments féminins en politique devraient être mal reçus par la population puisqu'ils ne correspondent pas au modèle normatif masculin du milieu (Carroll et Fox, 2006; Dolan, 2010; Goodyear-Grant, 2013). Pourtant les réactions positives aux traits féminins comme l'écoute et la conciliation sont nombreuses dans la première condition consacrée à Pauline Marois :

P45402297 : « C'est rafraichissant de voir une politicienne surtout une PM qui est à l'écoute de ses députés et de l'entourage ».

P45364843 : « C'est un style de leadership qu'on voit moins souvent, mais ça en vaut bien un autre. J'apprécie malgré les critiques que ça suscite ».

P45334101 : « Une personne organisée, qui est à l'écoute et qui tient compte de ce que les autres pensent. C'est bien ».

Ces réactions positives pourraient s'expliquer de deux manières. D'abord, en adoptant un comportement axé sur le consensus et l'écoute, Pauline Marois respecte les principes normatifs d'une identité genrée féminine traditionnelle, ce qui correspond aux attentes basées sur son sexe (Bystrom et collaboratrices, 2004). Les électeurs semblent donc réagir positivement, et ce, même si ses traits de caractère s'éloignent du modèle masculin du milieu politique. Dans un deuxième temps, les notions d'écoute et d'empathie présentes dans cette condition peuvent être liées aux traits de l'honnêteté et de la compassion, éléments clés de l'évaluation de la performance des leaders, selon Blais et ses collaborateurs (2002). En mobilisant ses traits, Pauline Marois n'est pas dépeinte comme étant en opposition avec le milieu politique, ce qui peut expliquer les nombreuses réactions positives de nos participants de la condition 1.

Notre étude met plutôt en lumière des réactions négatives dans la seconde condition, présentant un cadrage de Philippe Couillard suivant l'identité genrée du « Mâle Alpha » et mobilisant des attaques menées par ce dernier. Les cadres utilisés dans cette condition suivent également le cadre stratégique (*game frame*) en mobilisant des métaphores sportives, ce qui est très fréquent lorsqu'il est question d'élections dans les médias (Sampert et Trimble, 2003). Par contre, nos participants ont réagi négativement devant les attaques présentées dans cette condition.

P45443301 : « Je ne suis pas en faveur de plusieurs aspects de chacun des partis, mais les attaques et l'intimidation me gênent ».

P45332503 : « C'est de la guéguerre partisane qui n'a rien à voir avec les enjeux démocratiques ».

P45392709 : « Il faut vraiment être dépourvu pour rabaisser les gens directement plutôt que de vendre ses idées ».

Les attaques menées par Philippe Couillard suscitent une importante quantité de réactions négatives. Il est possible que cela s'explique par l'incohérence entre ce comportement et les

traits de caractère attendus pour ce leader de parti, comme ceux d'être visionnaire ou rassembleur (Miller et collaborateurs, 1986). De plus, en adoptant un comportement si loin de son image préalable, il est possible que les répondants y aient vu un manque de cohérence et d'honnêteté, ce qui nuit à la performance politique des leaders (Blais et collaborateurs, 2002). Il faut aussi souligner que Goodyear-Grant propose que l'agressivité en général, lorsqu'elle dépasse un certain niveau, soit rejetée par les citoyens, et ce peu importe qu'elle soit exprimée par une femme ou un homme (2013 : 153). Il est possible que ce soit ce que l'on observe ici.

Dans notre troisième condition, les réponses les plus négatives sont émises en lien avec la position présentée dans l'article. En effet, François Legault revenait sur une promesse réalisée lors de l'élection précédente, soit d'augmenter le salaire des enseignants. Il justifiait son choix par le fait que le budget actuel ne le permettait pas. Ceci semble avoir été perçu par les participants assignés à cette condition comme une promesse brisée, ce qui explique le ton parfois acrimonieux des réactions de nos participants. Par exemple :

P45357405 : « Legault ne sait plus où donner de la tête ».

P45392887 : « François Legault est un virevent et un opportuniste ».

P45331935 : « Il est une girouette »

P46211661 : « François Legault ne sait plus quoi faire pour attirer quelques électeurs vers la Coalition Avenir Québec ».

Le ton de ces réactions permet de voir que ce qui est décrié ici est le bris de la promesse électorale. Ceci est cohérent avec les études sur la performance des chef(fe)s de parti politique qui indiquent que la capacité de décider (Bass, 1990) et la cohérence (notamment, van Zoonen, 2005) sont des traits de caractère recherchés par les électeurs chez leurs leaders politiques. De plus, le fort taux de réponses négatives peut aussi être expliqué par les intentions de vote des participants puisque 64 % des participants de cette condition ont indiqué qu'il y aurait « *peu de chance* » qu'ils votent pour la CAQ lors de cette élection.

5.1.2 Le genre dans les réponses cognitives spontanées selon la condition

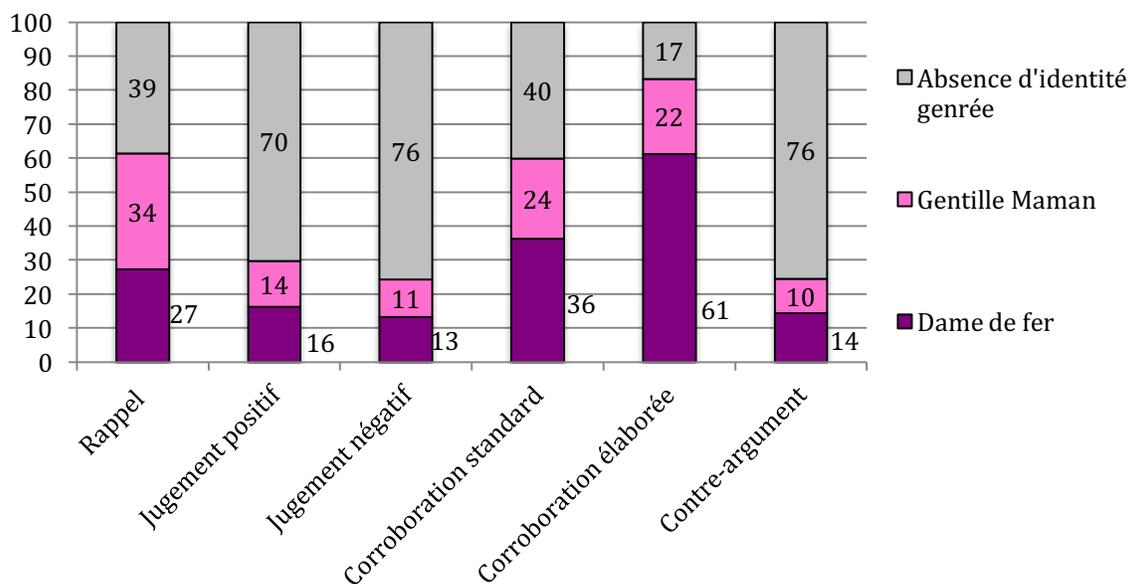
Afin de voir si le genre est mobilisé dans les réactions des participants lorsqu'ils sont exposés à un cadre médiatique genré ou non (Q3.2), nous avons porté une attention particulière à l'utilisation d'éléments genrés (mots, comportements associés aux identités genrées, traits de caractère, etc.) dans leurs réponses cognitives.

5.1.2.1 Condition 1 : Pauline Marois et la féminité

La première condition de notre expérience en ligne présente alors un article dont les cadres sur Pauline Marois l'orientent à 60 % sous l'identité genrée de la « Dame de Fer » et sont majoritairement positifs (80 %). Globalement, lorsque l'on regarde les réactions obtenues à cet article, seulement 24 % des réponses cognitives spontanées mobilisent l'identité de la « Dame de Fer » et 18,2 % celle de la « Gentille Maman ». Donc, au niveau agrégé, le genre reste minoritaire dans les réponses puisque 57,3 % ne mobilisent pas d'éléments explicitement liés au genre.

Par contre, cette condition a généré 43 % des réponses mobilisant un élément associé à une de nos identités genrées, dépassant les deux autres conditions (contre 31 % dans la condition 2 et 6 % dans la condition 3). Ce constat pourrait s'expliquer par le fait que Pauline Marois soit une femme. En effet, cette explication suffirait, selon Goodyear-Grant (2013), à activer le schéma genré dans la réception et la cognition réalisée par nos participants. Selon cette chercheuse, comme les cadres féminins ne correspondent pas aux schémas narratifs habituels du monde politique, le fait que cette condition mobilise des éléments féminins, pouvant être perçus comme anormaux, augmente les possibilités de voir l'activation du schéma genré. Le graphique 8 présente les types de réponses cognitives spontanées catégorisés dans cette condition, ainsi que les identités genrées qui s'y retrouvent.

Graphique 8 : Proportion (%) d'identités genrées par type de réponses cognitives spontanées (Condition 1)



Comme il est possible de le constater, certains types de réponses sont plus genrés que d'autres chez les répondants associés à la première condition montrant Pauline Marois; c'est le cas des rappels et des corroborations standard et élaborées.

Dans un premier temps, notre analyse indique que les rappels sont parmi les types de réponses les plus genrés proportionnellement. En effet, et bien que 39 % ne mobilisent aucun élément genré, près de 60 % des réponses cognitives spontanées de ce type sont genrées (34 % suivant la « Gentille Maman » et 27 % la « Dame de Fer »). Ceci est intéressant compte tenu que 60 % du contenu de l'article présentait Pauline Marois comme une « Dame de Fer », alors que notre analyse de contenu de la couverture médiatique de la première ministre pendant la campagne montre plutôt qu'elle était cadrée selon cette identité dans une proportion de 42 %. L'identité de la « Gentille Maman » est marginale dans les cadres médiatiques analysés lors de la campagne (environ 13 %). Nous pensons que la présence d'autant d'éléments de réponses cognitives spontanées liés à l'identité de la « Gentille Maman » peut s'expliquer par le fait que les éléments sur sa grande capacité d'écoute dans l'article de la condition 1 étaient placés au début. En effet, les travaux sur la cognition montrent que les éléments susceptibles

d'être emmagasinés dans la mémoire à court terme sont souvent les premiers items auxquels les récepteurs sont exposés en raison de l'effet de primauté (Fortin et Rousseau, 2012). Voici quelques exemples de rappels utilisés par les répondants :

P45490567 : « écoute »,

P45411053 : « Prends le temps d'écouter les gens autour d'elle ».

Tous ces éléments sont des rappels de cette phrase tirée du début du second paragraphe de l'article à lire dans la première condition : « Les fonctionnaires qui ont travaillé sous les ordres de la ministre Pauline Marois ont toujours vanté sa grande capacité d'écoute ». Il semble que par la position de cet énoncé dans l'article, les répondants ont retenu et traité davantage cet élément genré, lié à l'identité de la « Gentille Maman » et à l'univers féminin (Fee, 1981; Harding, 1995).

Dans un deuxième temps, le genre est très présent dans les corroborations standard (60 % des réponses de ce type sont genrées) et les corroborations élaborées (83 % des réponses de ce type sont genrées). Rappelons que les corroborations standard sont des énoncés qui vont dans le même sens que le texte d'origine, tout en restant très proches soit des mots, soit des idées présentées. Comme le précise Daignault (2007), il s'agit d'une première forme de cognition, signifiant que le répondant a assimilé une partie du message et qu'il est d'accord avec ce qui y est énoncé. Dans cette condition, les répondants semblent avoir mobilisé davantage le genre pour construire leurs corroborations standard. Voici des exemples :

P45464345 : « Femme de consensus »

P45351001 : « Elle sait faire valoir son point »

Ces énoncés sont inspirés du contenu du texte, mais reprennent davantage l'idée centrale émise dans le second paragraphe de la condition. Par contre, le second énoncé est plus près de l'identité de la « Dame de Fer » de par l'idée d'affirmation de soi. Le répondant a alors mobilisé une part de connaissances préalables qu'il possède sur la cheffe, soit la détermination, mais corrobore les propos du texte.

Dans le cas des corroborations élaborées, l'effort mental exigé est plus grand (Daignault, 2007). Ce type de réponse cognitive spontanée met en lumière le genre dans une grande proportion et surtout des éléments liés à l'identité de la « Dame de Fer ». Selon les

conclusions de Winter (2008), ceci pourrait s'expliquer par le fait que les cadres genrés permettent d'activer les schémas cognitifs genrés s'ils sont congruents avec les attitudes et croyances préalables du lecteur (2008 : 141). Comme démontré dans notre analyse de contenu médiatique de la campagne électorale de 2014, Pauline Marois est souvent dépeinte suivant l'identité de la « Dame de Fer », tout comme le portrait dressé par nos participants. En d'autres mots, les participants semblent avoir suivi leur attitude préalable envers elle (et cohérente avec la manière dont les médias parlent d'elle) et réagi aux éléments du texte correspondant à leur vision initiale de cette cheffe.

Par ailleurs, les réponses cognitives spontanées négatives (jugement négatif et contre-argument) ne sont pas celles qui mobilisent le plus le genre. En effet, seulement 9,8 % de toutes les réponses négatives mobilisent des éléments de l'une ou l'autre des identités genrées. En ce sens, le genre ne semble pas avoir été mobilisé par les répondants pour produire une évaluation négative. Selon la littérature, les cadres qui suivent les identités genrées féminines devraient nuire à l'évaluation du leader politique (notamment, van Zoonen, 2005; Trimble et collaboratrices, 2015), ce qui ne semble pas le cas ici. Cette question sera aussi abordée dans nos groupes de discussions pour tenter de comprendre cet écart avec la littérature.

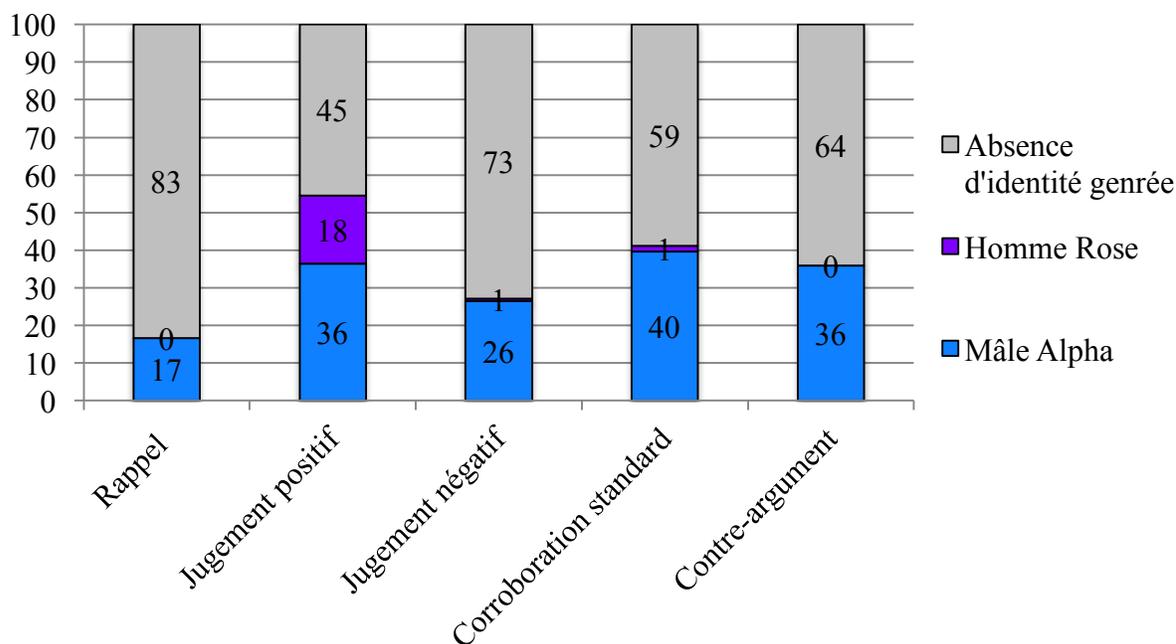
5.1.2.2 Condition 2 : Philippe Couillard et la masculinité

La seconde condition présente un article cadrant Philippe Couillard à 100 % dans l'identité du « Mâle Alpha ». L'article utilise des cadres stratégiques à 50 % et des cadres de la sphère publique à 40 %. Philippe Couillard y est aussi présenté négativement dans 90 % des cadres compris dans l'article. Au niveau agrégé, les réponses cognitives spontanées des répondants mobilisent peu le genre, puisque 68,5 % des réponses ne comprennent aucun élément genré. Ceci n'est pas étonnant, car selon la théorie de la médiation du genre, le masculin est la norme politique (Trimble et ses collaboratrices, 2015) et il n'activera pas le schéma genré lors de l'interprétation.

Par contre, les réponses qui mobilisent le genre utilisent majoritairement des éléments provenant de l'identité du « Mâle Alpha » (à 30,2 %, contre environ 1,2 % de l'« Homme

Rose »). Ceci est intéressant puisque l'identité préalable de Philippe Couillard n'allait pas dans ce sens, ce que les médias ont souligné à de nombreuses reprises au départ de la campagne. Nos participants ont donc davantage utilisé le cadrage proposé dans leur condition pour réagir. De plus, comme que le présente le graphique 9, les jugements négatifs et les contre-arguments sont les types de réponses mobilisant le plus l'identité du « Mâle Alpha ». Si l'on transfère le nombre de réponses en pourcentage, 36 % des contre-arguments et 26 % des jugements négatifs utilisaient des éléments liés à cette identité.

Graphique 9 : Proportion (%) d'identités genrées par type de réponses cognitives spontanées (Condition 2)



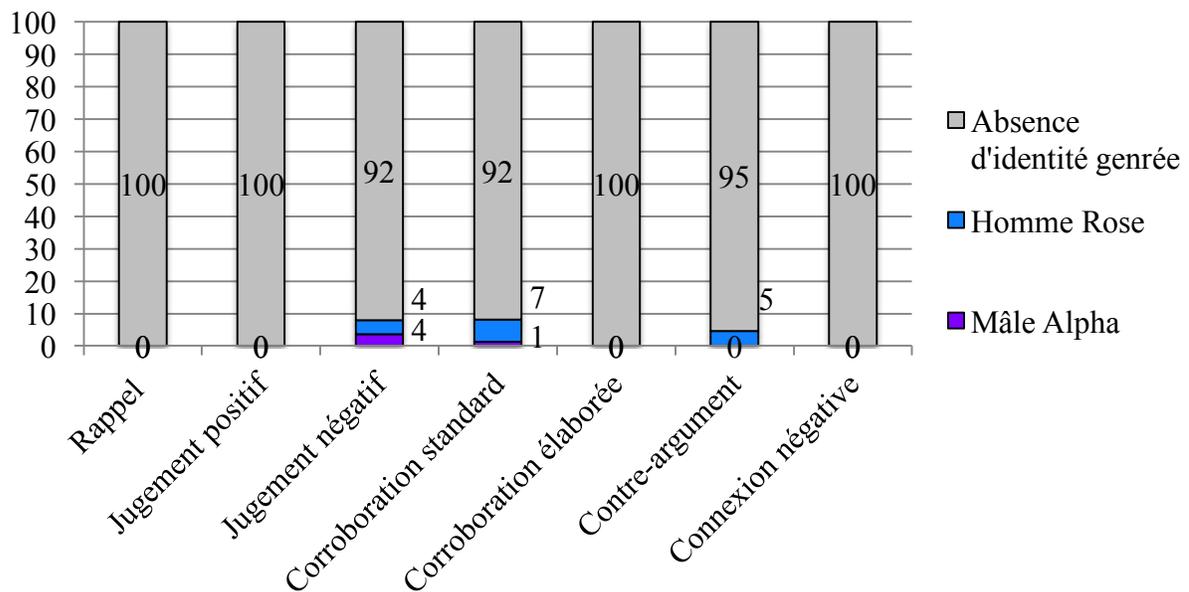
L'utilisation d'éléments liés à l'identité du « Mâle Alpha » dans les jugements négatifs s'explique par le fait que l'agressivité de Philippe Couillard décrite dans l'article a été mal reçue par les participants de la seconde condition expérimentale. Plusieurs pistes peuvent expliquer ses réactions. Selon Winter (2008), lorsque les connaissances préalables de l'individu diffèrent du cadre qui leur est présenté, les individus peuvent réagir par effet d'opposition. C'est-à-dire qu'ils peuvent retenir et traiter de façon négative une information qui ne correspond pas à leur schéma cognitif, justement en raison du décalage entre leur connaissance préalable et le cadre. Comme Philippe Couillard a tenté de changer son image

au cours de la campagne de 2014, il est réaliste de croire que certains participants ont mal réagi à ce changement.

5.1.2.3 Condition 3 : François Legault et l'absence de genre

Enfin, notre troisième condition présente un article non genré sur François Legault. Les cadres à son endroit le posent sur un ton positif à 50 % et suivant un cadre stratégique à 100 %, car l'article parle des promesses électorales en éducation proposées par la CAQ. Les réactions à cette condition ne sont presque pas genrées, puisque 94 % sont neutres. Ceci concorde avec le contenu de la condition 3. Ainsi lorsque le schéma genré d'une couverture journalistique n'est pas explicite, les participants ne mobilisent pas le genre dans leurs réactions cognitives spontanées.

Graphique 10 : Proportion (%) d'identités genrées par type de réponses cognitives spontanées (Condition 3)



Le graphique 10 confirme qu'au niveau agrégé, les réactions spontanées genrées sont minimales. Seuls les jugements négatifs et les corroborations standard ont parfois mis en lumière des éléments genrés, dans des proportions similaires de 8 %. Tous les autres types de réponses ne mobilisent pas ou peu le genre. Ces résultats confirment les études de Winter (2008) sur l'activation du schéma genré. Ce dernier avance que le schéma genré ne sera pas activé s'il n'est pas présent dans les cadres médiatiques de manière explicite.

À la lumière de ces résultats, il est possible d'affirmer que la présence du genre est beaucoup plus importante dans les réponses émises dans la première condition. Elle est aussi plus importante dans les jugements et les corroborations standard, et ce, au sein des trois conditions. Toutefois l'analyse agrégée des réponses fournies par les participants ne permet pas d'expliquer les disparités dans les types de réponses ou dans la place qu'occupe le genre selon les types de réponses. La section qui suit présente une analyse individuelle des réponses selon les caractéristiques des participants.

5.1.3 Le genre dans les réponses cognitives spontanées des répondants

Pour éclairer les particularités de chacune des conditions, il nous semble important d'associer les réponses aux caractéristiques sociopolitiques des 249 répondants de notre enquête en ligne. Cela permet, entre autres, de comparer et de croiser le niveau de genre d'un individu avec des variables de contrôle et indépendantes relevées dans le questionnaire que les participants ont dû compléter avant de prendre part aux expériences. Par ailleurs, cela met en lumière les réactions sur le plan individuel de chacun des répondants, et permet de voir comment ces derniers mobilisent le genre distinctement.

Pour mieux comprendre comment le genre est mobilisé dans les réponses cognitives spontanées des participants, nous avons regroupé les réponses genrées émises par répondant. Nous avons pu ainsi établir un indice de genre en divisant le nombre de réponses cognitives spontanées mobilisant le genre émis par un participant par le nombre de réponses totales énoncées par ce même participant. Cela nous a permis d'obtenir un indice entre 0 et 1, où 1 est équivalent à 100 % de présence du genre dans des réponses cognitives spontanées. Nous avons considéré comme une absence de genre les indices de 0, comme un indice de genre bas entre 0 et 0,49 puis comme un indice de genre élevé ceux de 0,5 et plus. Un indice élevé correspond ainsi à un taux de genre supérieur à 50 % des réponses émises par un participant.

Tableau 8 : Proportion des répondants en fonction de leur indice de genre, selon les conditions

Condition	Absence de genre	Indice de genre bas	Indice de genre élevé	Total
	% par condition (N)	% par condition (N)	% par condition (N)	% par condition (N)
Condition 1	25,9 (20)	29,9 (23)	44,2 (34)	100 (77)
Condition 2	26,5 (22)	31,3 (26)	42,2 (35)	100 (83)
Condition 3	82,0 (73)	14,6 (13)	3,4 (3)	100 (89)
Total	46,2 (115)	24,9 (62)	28,9 (72)	100 (249)

L'indice de genre démontre que les participants soumis à la condition 3, donc celle ne proposant pas de cadres genrés, n'ont pas produit autant de réponses mobilisant les identités genrées que leurs collègues des deux autres conditions expérimentales. Un test ANOVA indique que cette différence est statistiquement significative ($p=0,05$) avec les deux autres conditions. Il est également intéressant de remarquer que les réponses cognitives spontanées émises dans les conditions genrées 1 et 2 sont similaires. Ce résultat s'inscrit dans la lignée de travaux sur le genre, notamment ceux de Winter (2008), qui expliquent que les schémas cognitifs sont activés en raison de leur accessibilité cognitive. Pour Price et Tewksbury (1997), l'accessibilité des schémas cognitifs se produit lorsque les connaissances ou comportements normés sont présents dans la construction mémorielle produite par les individus (1997 : 189). Ainsi, un seul cadre pourrait suffire à activer les schémas genrés, qui sont déjà saillants chez l'individu lorsqu'il est question du monde politique, ce qui semble être le cas dans nos conditions.

Par ailleurs, l'indice de genre permet également de constater que certains répondants mobilisent davantage le genre dans leurs réactions que d'autres. En effet, 44,2 % et 42,2 % des répondants des conditions 1 et 2, contre 3,4 % de la condition 3 ont un indice de genre supérieur à 50 %. Nous avons alors tenté de comprendre pourquoi ces écarts.

5.2 Analyse des variables sociodémographiques et politiques expliquant la variation du genre dans les réponses cognitives émises par les répondants

Afin de répondre à cette question, nous avons énoncé cinq hypothèses qui s'inspirent de conclusions d'autres travaux sur la médiation genrée et la formation des attitudes politiques :

H1 : L'indice de genre des individus plus religieux sera plus élevé.

H2 : L'indice de genre des individus qui ne s'identifient pas à une identité genrée traditionnelle sera plus élevé.

H3 : L'indice de genre d'individus campés idéologiquement à droite sera plus élevé.

H4 : L'indice de genre des individus ayant un bas niveau de connaissances politiques sera plus élevé.

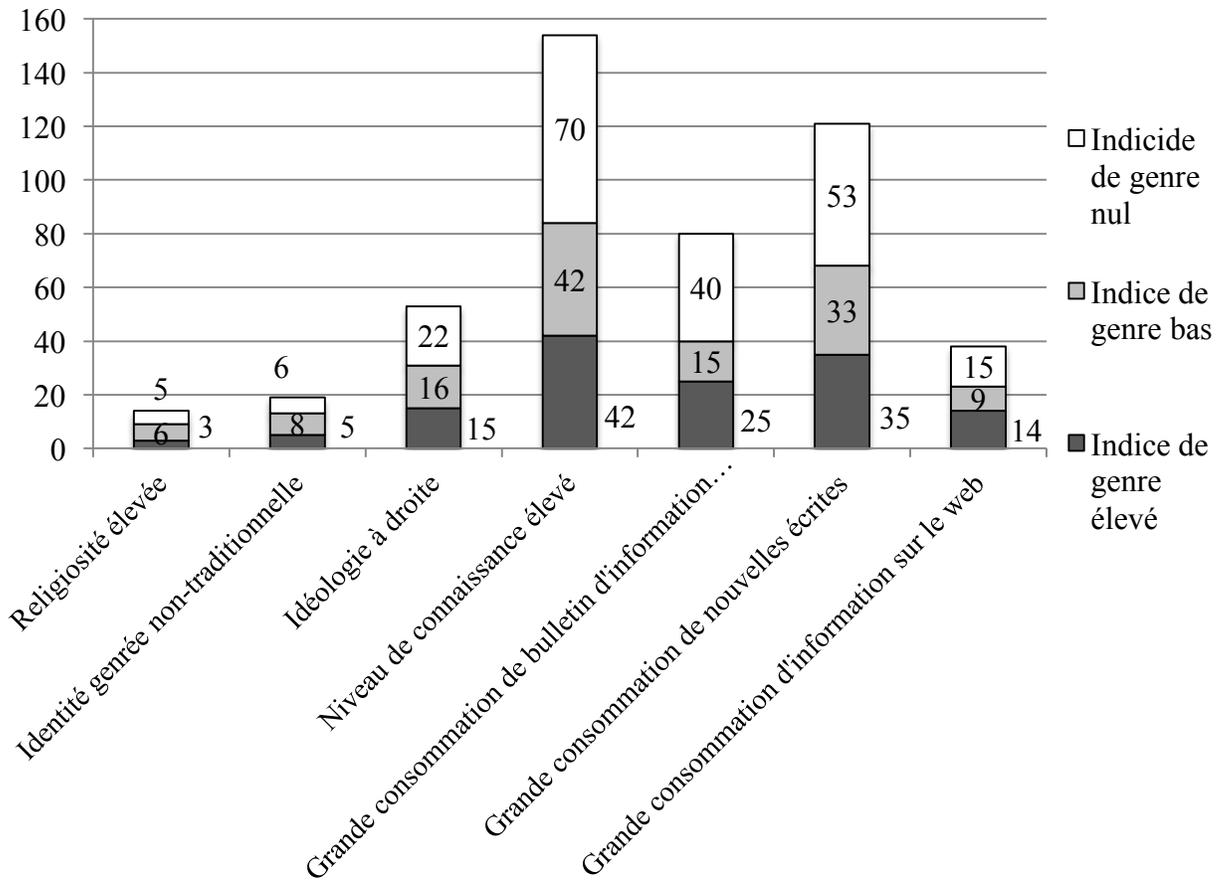
H5 : L'indice de genre des individus qui consomment le plus aux médias d'information sera plus élevé.

Des analyses inférentielles ont été menées afin de comprendre si l'une ou plusieurs variables sociopolitiques expliquent les variations dans l'indice de genre des participants de notre étude.

5.2.1 Analyses statistiques des variables et explications des écarts

En nous basant sur nos hypothèses, nous avons commencé par chercher une corrélation directe entre notre variable dépendante (indice de genre) et nos cinq variables indépendantes (religiosité, auto-évaluation de l'identité genrée, idéologie politique, niveau de connaissance et consommation des médias). D'abord, lorsque l'on regarde la distribution des répondants en fonction de leur indice de genre et des cinq variables mesurées (présentée dans le graphique 11), on constate que les répondants se distribuent de manière homogène entre les trois indices.

Graphique 11 : Répartition des répondants en fonction des variables testées, selon leur indice de genre.



Les écarts de distribution de nos participants entre les indices de genre ne sont souvent pas très grands. Cette distribution peut s'expliquer en raison de la nature de notre échantillonnage (appel de volontaires) qui pourrait avoir conduit à l'homogénéité de notre échantillon de participants (notamment, Beaud, 2003).

Ainsi, une première série d'analyses bivariées (ANOVA, corrélations), n'a pas permis de rejeter les hypothèses nulles et donc de confirmer nos hypothèses de recherche, comme le montre le tableau 9.

Tableau 9 : Corrélation entre l'indice de genre et les variables indépendantes

Indice de genre	Corrélation de Pearson	Sig. (bilatérale)	Somme des carrés et produits croisés	Covariance :	N
Indice de genre	1		179,574	,724	249
Conditions soumises	-,475**	,000	-81,928	-,330	249
Religiosité	,043	,504	172,382	,695	249
Auto-évaluation du genre	,032	,617	12,948	,052	249
Idéologie politique (Droite-Gauche)	-,007	,907	-3,241	-,013	249
Niveau de connaissance politique	,001	,982	,082	,000	249
Fréquence consommation de télévision	-,001	,984	-,406	-,002	249
Fréquence consommation de journal	-,059	,354	-76,952	-,310	249
Fréquence consommation de médias alternatif	-,015	,817	-32,743	-,132	249
** . La corrélation est significative au niveau 0,01 (bilatéral).					

Seule la condition à laquelle nos participants ont été soumis entretient une corrélation positive ($p=0,01$) avec l'indice de genre des participants. Ainsi, il semble que le simple fait d'être en contact avec des cadres genrés véhiculés dans l'information politique augmente les chances de produire des réponses cognitives genrées (puisque nos conditions ont été codées de la plus genrée [1] à la moins genrée [3], expliquant le lien négatif entre les variables). En ce sens, nous pensons que nous sommes peut-être face à un effet de *priming* (Domke, Shaw et Wackman, 1998; Arendt et Marquart, 2015). En effet, comme le milieu politique est associé à l'univers genré masculin, il ne faudrait qu'une exposition limitée à des cadres médiatiques genrés pour activer les connaissances préalables des répondants. Lorsque les médias mobilisent des cadres genrés, ils stimulent les schémas cognitifs genrés du public, ce qui influence l'évaluation des leaders politiques.

Même si nos corrélations n’ont pas souligné de lien entre nos variables indépendantes, nous avons conduit une régression multivariée, avec la méthode pas-à-pas. Rappelons que cette technique permet de créer un modèle où les variables sont hiérarchisées selon leur force de prédiction sur la variable dépendante. Elle élimine dans la production du modèle les variables dites extrêmes qui ne contribuent pas de manière significative à prédire le comportement de la variable dépendante. En produisant un modèle avec nos variables indépendantes (religiosité, auto-évaluation du genre, idéologie politique, niveau de connaissance, consommation du journal, consommation de la télévision, consommation de médias alternatifs), une seule a une force de prédiction significative ($p=0,001$). Il s’agit encore de la condition à laquelle le participant a été soumis. Dans le tableau 10, l’importance de la variable indépendante qu’est « la condition soumise » arrive au premier rang des effets mesurés. Les autres variables ont été retirées du modèle, car leur impact sur la variable dépendante est minime.

Tableau 10 : Coefficient du modèle de régression multivariées ascendante

Source	Somme des carrés	df	Carré moyen	F	Sig	Importance
Modèle corrigé	4,971	1	4,971	73,258	0,000	
Article_transformed	4,971	1	4,971	73,258	0,000	1,000
Résiduel	16,76	247	0,068			
Total corrigé	21,731	248				

L’analyse de ce modèle nous permet alors d’affirmer qu’il ne semble pas y avoir de variables dans celles que nous avons testées venant modérer l’effet de l’exposition à un cadre genré sur les réactions des répondants, du moins à court terme. Dans le cas de la religiosité et de l’auto-évaluation du genre, nous pensons que la taille des groupes pourrait expliquer l’absence d’effet direct. Par exemple, les répondants s’étant identifiés comme pratiquant une religion (N=14) et ceux qui s’étaient autoévalués dans un genre non traditionnel (N=19), ne représentent qu’une minorité de participants. Cela rend donc les comparaisons difficiles à établir entre les groupes.

Ces analyses statistiques indiquent que la médiation genrée de la politique peut conduire à une évaluation genrée chez les citoyens exposés à ce type de cadrage. Des recherches futures

sur de plus grands échantillons ou qui ont recours à une méthode expérimentale en laboratoire pourraient toutefois permettre de pousser davantage l'analyse des variables sociopolitiques pouvant agir sur l'indice de genre des réactions individuelles à des reportages politiques genrés.

[Mycours.com](https://www.mycours.com)