

Qui fait les nouvelles en Suisse?

Deuxième rapport additionnel au Projet mondial de monitoring des médias (GMMP)

Résumé

Le Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) a lieu tous les cinq ans depuis 1995 et propose une sorte d'instantané des médias d'actualité au regard du genre. Les trois principales régions linguistiques ont à nouveau participé à l'enquête mondiale de 2015 sous l'égide de la Conférence Suisse des Délégué-e-s à l'Égalité entre Femmes et Hommes (CSDE). Cette enquête porte sur l'analyse d'une sélection de journaux, d'émissions de télévision et de radio ainsi que pour la première fois d'informations diffusées sur internet et via Twitter.

Base de données

Le 25 mars 2015 a été choisi comme jour de référence mondial, également par la Suisse, pour examiner les médias d'actualité. En Suisse, l'analyse a porté sur 20 quotidiens, 3 émissions de télévision, 3 émissions de radio, 9 sites internet et 9 canaux Twitter. Au total, 514 nouvelles, réalisées par 582 professionnel-le-s des médias et dans lesquelles apparaissent 1051 personnes, ont été répertoriées.

Les principaux constats

- 75% des personnes mentionnées dans les médias sont des hommes.
- Les résultats varient selon médias: dans la presse écrite traditionnelle, les femmes sont peu mentionnées, elles le sont un peu plus dans les médias électroniques, alors que sur les pages Twitter, les femmes et les hommes apparaissent plus ou moins dans la même proportion.
- Les résultats diffèrent selon la région linguistique: les femmes sont davantage présentes dans les médias en Suisse romande qu'en Suisse allemande et au Tessin.
- Plus de deux tiers des nouvelles diffusées portent la signature d'un homme. Cette proportion a augmenté par rapport à 2010.
- Les résultats varient fortement, aussi bien au sein de la presse écrite que parmi les pages électroniques.
- La proportion de femmes journalistes a baissé d'environ 5 pourcent comparé à 2010 et atteint à peine 30 pourcent.
- Les femmes journalistes ne mentionnent pas davantage de femmes que leurs homologues masculins.
- Dans les rubriques économiques, politiques ainsi que dans celles relatives à la gouvernance, les femmes sont sous-représentées. Ceci est aussi le cas lorsqu'elles apparaissent en qualité d'experte, de commentatrice ou lorsqu'elles sont au centre du sujet traité. A contrario, les femmes sont surreprésentées dans les domaines de la presse people, du sport, dans les sujets relatifs à la parentalité et dans les sondages d'opinions. Cette tendance s'est renforcée depuis 2010.
- L'âge des femmes présentes dans les médias est plus souvent mentionné que celui des hommes.

- Les femmes citées dans les médias sont souvent présentées comme sans activité lucrative, alors même que la Suisse connaît, en comparaison mondiale, une part de femmes actives professionnellement supérieure à la moyenne.
- Les modèles de rôles sont présentés de manière atypique dans 3 pourcent des nouvelles seulement. Dans 97 pourcent d'entre elles, une image traditionnelle du rôle des hommes et des femmes est véhiculée.
- L'égalité est thématiquée dans 6 pourcent des informations.

Les résultats de 2015 ne montrent pas uniquement que les médias véhiculent une image très traditionnelle des genres, mais également que la situation s'est péjorée depuis 2010. Les hommes tiennent le plus souvent un rôle de sujet, d'acteur ou d'expert dans les domaines économiques et politiques alors que les femmes sont majoritairement associées à leur fonction familiale ou mentionnées en tant que célébrités.

La diminution du pourcentage de femmes journalistes mérite réflexion, tout comme le décalage entre l'important taux de femmes suisses exerçant une activité lucrative et leur faible présence dans les médias en qualité de femmes professionnellement actives.

Le Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) et la Suisse

La Conférence mondiale des femmes de l'ONU a cité la représentation équitable des femmes dans les médias parmi les douze objectifs stratégiques qu'elle a formulés à Beijing en 1995. Les médias et les journalistes jouent un rôle central dans la transmission du concept d'égalité des sexes et dans la réduction des stéréotypes liés aux modèles de rôles. Ils endossent dès lors une responsabilité à cet égard.

Depuis 1995, une enquête mondiale est menée tous les cinq ans par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC) afin de mesurer les progrès réalisés. A ce jour, 114 états prennent part à cette enquête et la Suisse y participe pour la deuxième fois suite à l'édition 2010. Lors d'une journée de référence, des médias d'actualité sont analysés sur un plan quantitatif et qualitatif selon un catalogue de questions et un système de codification.

La Suisse s'est engagée, par le biais de sa Constitution et de conventions internationales, à éliminer toutes les formes de discrimination basée sur le genre. Les conventions internationales signées par la Suisse attirent notamment l'attention sur l'importance des médias en matière de progrès à réaliser pour faire évoluer la société.

Le rapport additionnel suisse au GMMP 2015 a été initié par la Conférence Suisse des délégué-e-s à l'Égalité entre Femmes et Hommes (CSDE), laquelle prend connaissance des résultats avec inquiétude. En effet, ce rapport montre que des représentations stéréotypées des rôles sociaux des femmes et des hommes sont toujours fortement propagées par les médias et par les journalistes. Ce faisant, l'occasion de contribuer au changement et à l'égalité entre les sexes est manquée. La CSDE invite par conséquent les maisons d'édition ainsi que les journalistes à faire un effort afin de rééquilibrer la présence des femmes et des hommes dans les rédactions et dans les médias et à assumer leurs responsabilités.

Le rapport complet peut être consulté à l'adresse suivante: www.equality.ch



Schweizerische Konferenz der Gleichstellungsbeauftragten
 Conferenza Svizzera delle Delegate alla Parità fra Donne e Uomini
 La Conférence Suisse des Délégué-e-s à l'Égalité entre Femmes et Hommes

