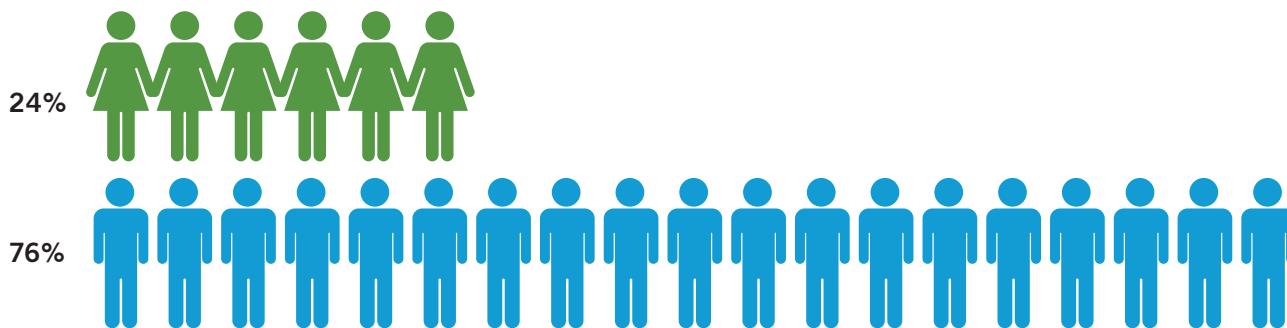


# QUI

FIGURE DANS LES  
NOUVELLES?



Seulement 24% des personnes qui figurant dans les nouvelles sont des femmes



## Projet mondial de monitoring des médias

Le Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) représente la recherche la plus étendue et la plus substantielle au monde portant sur le genre dans les médias d'information. Ce succès est en grande partie fondé sur la participation volontaire des coordinateurs nationaux et régionaux et des milliers de moniteurs du monde entier, qui depuis plus de quinze ans organisent et mènent à bien le monitoring. Les bénévoles du GMMP ont des antécédents diversifiés, provenant tour à tour de groupes communautaires, de groupes de la société civile voués au travail sur le genre et les communications, de syndicats de journalistes, d'associations professionnelles des médias et des universités.

Les trois dernières études du GMMP démontraient que dans les actualités, les femmes étaient largement sous-représentées par rapport aux hommes, ce qui entraînait une représentation du monde dans laquelle les femmes étaient largement absentes. Ces études ont également révélé la rareté du point de vue et des opinions des femmes dans les médias par rapport aux perspectives masculines, phénomène débouchant sur une représentation du monde centrée sur l'homme.

Dans le cadre du quatrième GMMP, le 10 novembre 2009, 1 281 journaux et stations de radio et de télévision ont fait l'objet de monitoring, dans 108 pays du monde. La recherche a couvert 16 734

reportages, auxquels participaient 20 769 personnel des médias des nouvelles (annonceurs, présentateurs et reporters) et un total de 35 543 sources ou sujets de nouvelles, c'est-à-dire les personnes interviewées et celles qui sont les sujets des nouvelles.

Pour la première fois, le monitoring des nouvelles Internet a été intégré au GMMP à titre de projet pilote. Soixante-seize sites Web de nouvelles nationales, dans 16 pays et huit sites Web de nouvelles internationales, comportant 1 061 reportages, 1 044 membres du personnel et 2 710 sujets de nouvelles ont été examinés.

[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

Projet mondial de monitoring  
des médias 2010

Pour le rapport complet, visitez [www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)



GMMP  
Projet  
mondial de  
monitoring  
des médias

## Sujets des nouvelles

■ **Seulement 24 % des personnes que l'on entend ou desquelles il est question dans les nouvelles de la presse écrite, de la radio et de la télévision sont des femmes. En revanche, 76 % – plus de 3 sur 4 – des personnes dans les nouvelles sont des hommes.**

Il s'agit d'une amélioration considérable par rapport à 1995, où seulement 17 % des personnes vues et entendues dans les nouvelles étaient des femmes. Toutefois, malgré une lente mais constante progression de la présence des femmes dans les nouvelles au cours des dix dernières années, le monde que décrivent les nouvelles demeure majoritairement masculin. Ce portrait ne correspond pas à la réalité, les femmes représentant plus de la moitié de la population mondiale.

■ **Les nouvelles représentent toujours un monde dans lequel les hommes sont plus nombreux que les femmes dans presque toutes les catégories d'occupations, la disparité la plus marquée se trouvant dans les professions.**

Au cours des dix dernières années, la proportion de femmes comme sujets des nouvelles identifiées, représentées ou décrites comme travailleuses ou professionnelles a augmenté dans certaines catégories d'emploi. Les femmes sont plus nombreuses que les hommes dans seulement deux catégories d'emploi sur 25 : les sujets des nouvelles représentés comme personnes au foyer (72 %) et les sujets représentés comme étudiants (54 %). Le tableau que nous dépeignent les nouvelles est un monde où les femmes sont pratiquement invisibles comme participantes actives au travail à l'extérieur du foyer.

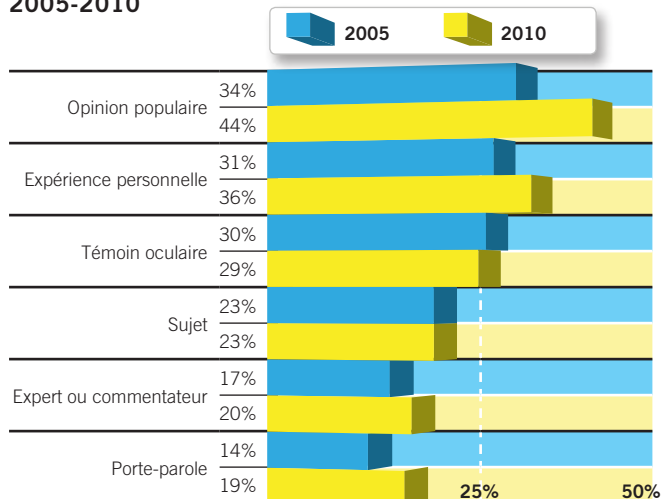
■ **À titre de personnes interviewées ou entendues dans les nouvelles, les femmes demeurent confinées au rang de « personnes ordinaires », alors que les hommes continuent d'être principalement représentés comme « experts ».**

Les femmes avancent lentement vers la parité comme personnes exprimant l'opinion populaire dans les nouvelles, représentant 44 % des personnes interviewées à ces fins dans les nouvelles, comparativement à 34 % en 2005. Malgré les progrès, seulement 19 % des porte-parole et 20 % des experts sont des femmes.

■ **Quelque 18 % des femmes sujets de nouvelles sont représentées comme victimes en comparaison avec 8 % des sujets masculins. Par contre, les femmes sont désormais deux fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme survivantes.**

Bien que l'écart entre le pourcentage de femmes et le pourcentage d'hommes décrits comme victimes demeure considérable, il diminue graduellement depuis 1995.

Fonction des sujets féminins dans les nouvelles: 2005-2010



## Transmettre les nouvelles

■ **Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes à la télévision, à la radio et dans les journaux est exactement le même qu'en 2005, soit 37 %.**

Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes, tous médias confondus, a augmenté jusqu'en 2005. Il importe de souligner les statistiques relatives à la radio, où l'on a constaté une progression significative entre 2000 et 2005 (de 27 % à 45 % des reportages présentés par des femmes), suivie cinq ans plus tard d'une régression marquée de 8 %. La stagnation des statistiques d'ensemble en 2010 est issue de la variation négative observée à la radio entre 2005 et 2010.

■ **Un total de 52 % des reportages télévisés et de 45 % de ceux entendus à la radio sont présentés par des femmes.**

La moyenne totale de reportages à la télé et à la radio présentés par des femmes est de 49 %, soit moins de la moitié du nombre total de reportages présentés dans les deux médias combinés, une régression de 4 % depuis 2005 et elle est moins élevée qu'en 1995, où elle atteignait 51 %.

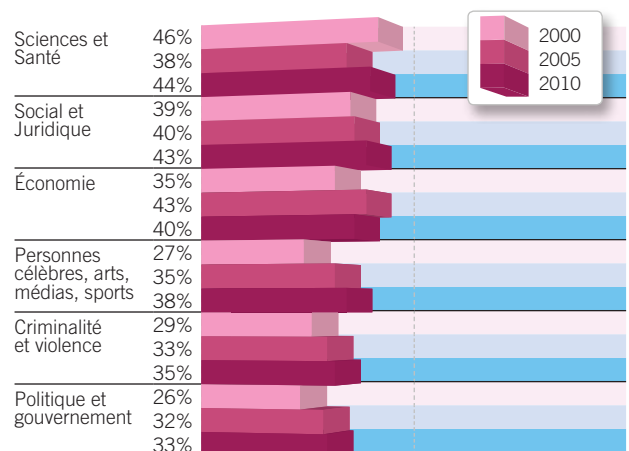
■ **Depuis l'an 2000, le pourcentage de reportages présentés par des femmes en comparaison avec ceux que produisent les hommes a augmenté sous tous les thèmes majeurs, à l'exception de « sciences/santé ». Néanmoins, les reportages produits par les journalistes masculins continuent d'être plus nombreux que ceux des femmes dans tous les sujets.**

Les changements varient entre 3 et 11 %, l'augmentation la plus élevée se trouvant dans la catégorie « personnes célèbres/arts ». Les hommes produisent 67 % des reportages sur la politique/gouvernement, 65 % des histoires relatives à la criminalité/la violence et 60 % des nouvelles sur l'économie. Le pourcentage des reportages sur les sciences/la santé présentés par des femmes a considérablement décliné entre 2000 et 2005, passant de 46 % à 38 %. Ce déclin fut suivi d'une augmentation atteignant 44 % en 2010, ce qui n'est toutefois pas suffisant pour rejoindre les niveaux observés il y a dix ans.

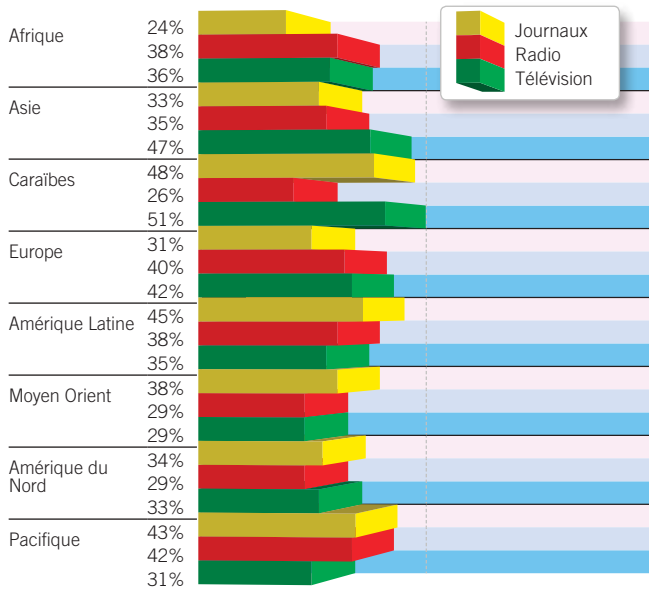
■ **Les reportages présentés par des femmes journalistes comportent plus de femmes sujets des nouvelles que les reportages présentés par des hommes.**

Cette tendance s'est maintenue au cours des dix dernières années. En 2000, 24 % des sujets des reportages présentés par les femmes journalistes étaient des femmes, contrairement aux 18 % des reportages présentés par les journalistes masculins. Actuellement, les statistiques se trouvent à 28 % et 22 % respectivement.

Reportages par des femmes journalistes, selon les thèmes principaux. 2000-2010.



## Reportages par des femmes journalistes, par région, par média: 2010.



Cette conclusion suggère que de nombreux reportages manquent l'occasion de générer une sensibilisation à l'égard des instruments visant à protéger les droits humains, les droits des femmes ou l'égalité des sexes, ce qui suggère la relative invisibilité des droits humains/des femmes dans le contenu de l'information grand public.

## Qui figure dans les nouvelles du cyberespace?

■ Les femmes représentaient seulement 23 % des sujets dans les nouvelles dans les reportages de 84 sites Web ayant fait l'objet de monitoring.

Cette conclusion suggère que la sous-représentation des femmes dans les médias d'information conventionnels se propage dans le monde virtuel de l'information.

■ Un total de 16 % des femmes sujets des nouvelles en ligne étaient décrites comme victimes, par rapport à 5 % des hommes sujets des nouvelles.

■ Seulement 36 % des nouvelles de l'échantillon étaient présentées par des femmes, en comparaison aux 64 % qui étaient présentées par des hommes.

■ On a jugé que 42 % des nouvelles en ligne renforçaient les stéréotypes sexuels, alors que seulement 4 % les contestaient et que la majorité (54 %) ne faisaient ni l'un ni l'autre.

Dans l'ensemble, les différences parfois statistiquement significatives, suggèrent que les nouvelles sur Internet représentent un format sous lequel les préjugés liés au genre deviennent non seulement plus visibles, mais aussi plus concentrés qu'ils ne le sont dans les médias traditionnels.

## Contenu des nouvelles

■ Quelque 13 % de tous les reportages sont centrés spécifiquement sur les femmes.

Il s'agit d'un changement considérable si on compare ce chiffre aux 10 % de la recherche en 2005. Sous le thème majeur « politique/gouvernement », les femmes sont au centre de 13 % des reportages, en comparaison avec 8 % en 2005. Sous le thème « sciences/santé », l'on observe une augmentation de 6 % en 2005 à 16 % en 2010, et dans les reportages sur « l'économie », le taux augmente de 3 à 11 %.

■ Seulement 6 % des reportages soulignent des questions d'égalité ou d'inégalité des sexes.

Les thèmes majeurs « sciences/santé » et « social/juridique » comportent une proportion plus élevée de reportages qui mettent en évidence les questions d'(in)égalité, que les thèmes « politique » et « l'économie ». Ces deux derniers thèmes dominent les actualités et sont les thèmes où les femmes ont traditionnellement été marginalisées.

■ Quelque 46 % des reportages renforcent les stéréotypes sexuels, presque huit fois plus que les histoires qui contestent ces stéréotypes (6 %).

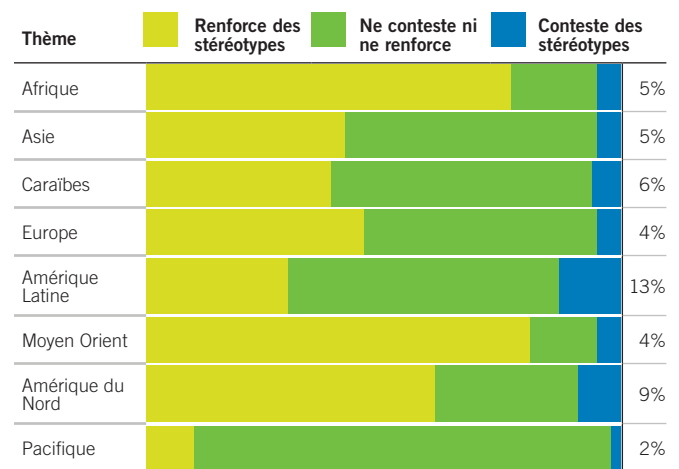
Plus de 50 % des reportages sur la « criminalité » renforcent les stéréotypes, suivis de près par les nouvelles portant sur les célébrités ou la politique. Le fait que deux de ces thèmes occupent une large part de l'ordre du jour des nouvelles implique leur incidence démesurée sur le renforcement des stéréotypes.

■ Les reportages présentés par les femmes journalistes sont manifestement plus susceptibles que ceux qui sont soumis par les hommes de contester les stéréotypes et ils sont également moins susceptibles de renforcer les stéréotypes que ceux des hommes.

Quelque 7 % des reportages présentés par des femmes contestent les stéréotypes, par rapport à 4 % des reportages soumis par des hommes. Un total de 35 % des reportages présentés par les femmes reporters renforcent les stéréotypes, comparativement à 42 % de ceux des hommes.

■ Seulement 10 % des reportages citent ou font référence aux instruments juridiques pertinents à l'échelle locale, nationale, régionale ou internationale en matière d'égalité des sexes et/ou de droits humains.

## Reportages et stéréotypes sexuels, par région : 2010



« La représentation impartiale des genres est une aspiration professionnelle et éthique, similaire au respect pour la vérité, l'équité et l'honnêteté ».

Aidan White, Secrétaire général de la Fédération internationale des journalistes dans Rétablir l'équilibre : L'égalité des genres dans le journalisme. FIJ. 2009

Constatations principales	1995		2000		2005		2010	
	% FEMMES	% HOMMES	% FEMMES	% HOMMES	% FEMMES	% HOMMES	% FEMMES	% HOMMES
<b>Sujets d'actualité</b>								
<b>Tous les médias</b>	17	83	18	82	21	79	24	76
<b>Sujet principal du reportage :</b>								
Célébrités, arts, sports	24	76	23	77	28	72	26	74
Social et juridique	19	81	21	79	28	72	30	70
Criminalité et violence	21	79	18	82	22	78	24	76
Science et santé	27	73	21	79	22	78	32	68
Économie	10	90	18	82	20	80	20	80
Politique et gouvernement	7	93	12	88	14	86	19	81
<b>Fonction dans le reportage :</b>	N/A	N/A	N/A	N/A				
Exprimer une opinion					34	66	44	56
Expérience personnelle					31	69	36	64
Témoin oculaire					30	70	29	71
Sujet du reportage	N/A	N/A	N/A	N/A	23	77	23	77
Expert					17	83	20	80
Porte-parole					14	86	19	81
<b>Occupation</b>	N/A	N/A						
Non indiqué			44	56	42	58	41	59
Célébrité			45	55	42	58	41	59
Académicien, pédagogue			24	76	27	73	31	69
Activiste dans une ONG			24	76	23	77	34	66
Fonctionnaire	N/A	N/A	12	88	17	83	17	83
Personnalité sportive			9	91	16	84	11	89
Homme/femme d'affaires / Droit			11	89	14	86	16	84
Politicien			10	90	12	88	17	83
% Décrit comme victime	29	10	19	7	19	8	18	8
% Décrit par son statut familial	N/A	N/A	21	4	17	5	18	5
% Dans les photos de presse écrite	N/A	N/A	25	11	23	16	26	17
<b>Rapporter et présenter les nouvelles</b>	% FEMMES	% HOMMES	% FEMMES	% HOMMES	% FEMMES	% HOMMES	% FEMMES	% HOMMES
<b>% Reportages présentés à la télé et à la radio</b>	51	49	49	51	53	47	49	51
<b>% Reportages</b>	28	72	31	69	37	63	37	63
<b>% Reportages – Thèmes principaux :</b>	N/A	N/A						
Célébrités, arts, sports			27	73	35	65	38	62
Social et juridique			39	61	40	60	43	57
Criminalité et violence			29	71	33	67	35	65
Science et santé	N/A	N/A	46	54	38	62	44	56
Économie			35	65	43	57	40	60
Politique et gouvernement			26	74	32	68	33	67
% de femmes comme sujets des nouvelles par sexe du journaliste	N/A	N/A	24	18	25	20	28	22
<b>Contenu des nouvelles</b>	1995		2000		2005		2010	
<b>% Reportages centrés sur les femmes</b>	N/A		10		10		13	
Célébrités, arts, sports			16		17		16	
Social et juridique			19		17		17	
Criminalité et violence			10		16		16	
Politique et gouvernement	N/A		7		8		13	
Science et santé			11		6		16	
Économie			4		3		11	
% Reportages qui défient les stéréotypes de genre	N/A		N/A		3		6	
% Reportages qui renforcent les stéréotypes de genre	N/A		N/A		6		46*	
% Reportages qui soulignent l'égalité/inégalité entre les sexes	N/A		N/A		4		6	
% Reportages qui font référence aux instruments relatifs à l'égalité des sexes, aux droits humains ou aux droits des femmes.	N/A		N/A		N/A		10	

\*La différence marquée entre les conclusions de 2005 et 2010 est le résultat d'une précision et d'une clarté accrues.

### Qui Figure Dans Les Nouvelles Du Cyberspace?\*

% femmes comme sujets dans les reportages	23	% Reportages par les femmes	36	% Dans les images et les éléments multimédias	
Célébrités, arts, sports	27	Célébrités, arts, sports	25	Femmes	26
Social et juridique	32	Social et juridique	47	Hommes	21
Criminalité et violence	22	Criminalité et violence	31		
Science et santé	33	Science et santé	45	<b>% Reportages qui renforcent les stéréotypes de genre</b>	42
Économie	24	Économie	36	<b>% Reportages qui défient les stéréotypes de genre</b>	4
Politique et gouvernement	17	Politique et gouvernement	42	<b>% Reportages qui ni renforcent ni défient les stéréotypes de genre</b>	54
<b>% Reportages centrés sur les femmes</b>	<b>11</b>				

Projet pilote : 76 sites Web de nouvelles nationales et huit sites Web de nouvelles internationales.