

Programme média

En route vers l'égalité

Représentations genrées des politiques dans la presse

RAPPORT INTERMÉDIAIRE - juillet 2022

réalisé par DécadréE, institut de recherches et de formations,
laboratoire d'idées pour l'égalité dans les médias
Rue de la Coulouvrenière 8 - 1204 Genève
www.decadree.com

Contact : Aurélie Hofer, aurelie.hofer@decadree.com

2. Le projet en bref

Genèse

En mars 2020, l'institut décadréE mène une étude sur la représentation des politiciennes et des politiciens dans les médias à l'occasion des élections du Conseil d'État genevois. L'idée de départ : vérifier comment les chiffres du dernier monitoring mondial des médias persistent en Suisse romande, la mention des femmes dans les médias étant quantifiée à hauteur de 24% (Global Media Monitoring Project, 2015).

L'étude de décadréE de 2020 compare les portraits des politiques : d'un côté, les articles parlant de femmes mentionnent deux fois plus le statut familial et le champs lexical évoquant des sentiments et des émotions est beaucoup plus utilisé. D'un autre, les portraits des hommes se centrent sur leurs parcours et leurs accomplissements. L'étude confirme des biais dans les représentations. Suite à ce constat, le programme média de l'institut se dote d'un volet sur les représentations genrées des politiques dans la presse intitulé « En route vers l'égalité ».

En septembre 2021, la Conférence suisse des délégué·e·s à l'égalité (CSDE) annonce que les stéréotypes de genre restent très ancrés dans les médias. Les mentions de femmes dans les médias ont augmenté de 4% en 5 ans. Elles représentent, selon le Global Media Monitoring Project (GMMP) de 2020, seulement 28% des personnes mentionnées. Parallèlement, le premier rapport intermédiaire « En route vers l'égalité » démontre la pertinence du projet et présente les premiers résultats de 2020-2021.

Aujourd'hui

En mars 2022 le canton de Vaud élit son nouveau Conseil d'État. L'institut décadréE se penche sur la médiatisation de ses candidat·es. Il s'intéresse alors aux dossiers consacrés aux élections de 3 médias, soit le 24 Heures, le Temps et le Courrier. Le constat est à nouveau sans appel : une grande disparité de traitement de l'information selon le média est observée. Notamment concernant le genre des portraiturés·es. Les candidates sont invisibilisées.

Grâce aux veilles médiatiques, décadréE s'équipe à déconstruire les stéréotypes de genre et visibiliser les femmes dans les médias. Le projet dans son ensemble a pour but de sensibiliser les journalistes et les rédactions à ces thématiques ainsi que de leur proposer des outils concrets. L'institut pourvoit également des formations et des ateliers sur les enjeux de la médiatisation des femmes, pour les femmes. En sus de ces activités, il agit régulièrement auprès du grand public afin de sensibiliser l'ensemble de la population sur ces questions.

3.

La recherche nourrit l'expertise et l'innovation, la formation transmet les outils et la sensibilisation contribue à la promotion de ses buts

La force du projet s'appuie notamment sur une méthodologie agile et ancrée dans l'actualité, permettant d'adapter et de développer les actions et les outils de sensibilisation. Décliné en 3 pans -l'évaluation, la sensibilisation et la réaction- le projet de sensibilisation « En route vers l'égalité » propose ainsi une prise en charge globale des questions de représentations des genres. Le pôle de recherche nourrit et actualise les pôles de formation et de sensibilisation : s'appuyant sur les veilles médiatiques, en réagissant auprès des médias et par l'organisation d'événements et de formations avec les journalistes, l'objectif vise à améliorer le dialogue et la compréhension des enjeux afin d'attaquer les biais sexistes à la racine.

Public

- journalistes, partis politiques, grand public

Objectifs

- amélioration de la représentation des politiques, afin que les hommes et les femmes, soient portraitureés de la même manière

Actions

- les professionnel-les, le grand public et les partis politiques en Suisse romande sont sensibilisé-es aux questions de sexisme et des représentations des politiques dans les médias.
- un espace de réflexion sur les pratiques est mis à disposition des journalistes
- des stratégies pour agir et équilibrer les représentations sont proposées aux partis politiques

Impact

- 400 personnes touchées directement par les événements ou les formations

Budget

CHF 54 742

Géographie

- Suisse romande, avec un focus sur le canton de Genève

Planification

1er août 2020 au 31 décembre 2023

4. Impact par public

Presse

155

professionnel-les
abonné-es à la lettre
mensuelle de
sensibilisation

réalisation de **deux**
lunch média en ligne
avec

15

professionnel-les

STÉRÉOTYPÉE, LA
REPRÉSENTATION
DES POLITIENNES ?

FEMMES DIRIGEANTES :
EXPERTES, FEMMES ET
MÈRES

1

workshop

ÉGALITÉ ET IDÉES
REÇUES DANS LES
MÉDIAS

plus de
50

personnes atteintes aux
2 formations du Centre de
formation au journalisme et aux
médias

1

rencontre à
Femina

RÉSEAU



5

réactions suite à des
articles problématiques

VEILLE



Femmes

sensibilisation auprès
des réseaux de
femmes de
l'entrepreneuriat à
Genève

Premiers échanges
avec Genuine
Women

2 media training d'une
durée de 2 jours avec

9

participantes

Tout public

3

interviews

cioè, à paraître...

Blick, 21.05.2022 *Et si on
s'intéressait aux idées des
politiciennes plutôt qu'à
leur physique*

Le Nouvelliste, 18.11.2021
*Femmes et médias : sur le
chemin de l'égalité*

45

personnes ont participé aux
2 formations pour jeune public



5. Bilan financier

Dépenses

Charges salariales 2021	CHF 4'077
Charges salariales 2022	CHF 8'736
Frais d'événementiel	CHF 750
Mandat	CHF 1'000
Structure 12%	CHF 1'748

Recettes

Subvention du canton de Genève 2021	CHF 4'160
Subvention du canton de Genève 2022	CHF 9'070
Fonds propres	CHF 2'000

Total CHF 16'311

Total CHF 15'230

Différence CHF -1'081

6. Réalisations

A l'approche des prochaines élections genevoises prévues en 2023, l'institut décadréE enrichit sa recherche et ses outils d'analyse.

En mars 2022, la population vaudoise élit un nouveau Conseil d'Etat. C'est pourquoi décadréE saisit l'occasion pour enrichir ses constats et son expérience terrain ainsi qu'actualiser ses outils en vue des élections genevoises en 2023. Les résultats de cette veille spécifique permettent également d'adapter avec agilité les recommandations aux journalistes et contribuent à la propagation des outils de sensibilisation. Réactions, réponses à des interviews et lunch média pour les journalistes succèdent à cette période.

Le cas des élections du Conseil d'Etat vaudois

24 Heures, Le Temps et Le Courrier, chacun crée un dossier en ligne spécial élections. L'institut s'est focalisée sur ces dossiers, car ils proposent une visibilité idéale de la couverture des élections et limitent le champs de la recherche de manière claire. Le constat de cette étude fait état de l'invisibilisation des candidates. Cette invisibilisation se formalise de deux manières principales : la sous-représentation et la délégitimation par la peur.

Echantillon non représentatif

Le dossier du 24 Heures crée un dossier nommé « Boîte à questions » et donne la parole, sous la forme de capsules vidéos, des 6 candidates et 7 candidats. Le Temps angle les portraits selon la diversité des régions représentées. Le dossier, intitulé « Elections vaudoises: des candidats en leurs fiefs », représente 2 femmes et 5 hommes. Enfin, Le Courrier choisit de couvrir uniquement l'entre-deux tour, c'est pourquoi il est le seul média à représenter, à un moment donné, l'ensemble des candidat-es dans la course au Conseil d'Etat. « Les candidat-es sur le gril » dresse le portrait des 5 candidates et 3 candidats encore en lice.

Sur les 25 candidat-es au Conseil d'Etat vaudois, il y a 14 femmes et 11 hommes, soit une majorité de femmes.

Au final, tandis que les femmes représentent plus de la moitié de l'ensemble des personnes candidates, soit 56%, 24 Heures les représente à 46% et Le Temps à 29%. Le Courrier s'en sort équitablement en représentant 100% des candidates et candidats, grâce à son choix rédactionnel de couvrir le deuxième tour.

Invasion lexicale

Pendant cette période, plusieurs médias publient des articles mentionnant une forme d'assaut des femmes dans le domaine politique.

« Une majorité de femmes briguent un siège au château cantonal »

24 Heures, janvier 2022

« Vier junge Frauen – ein älterer Mann. Sie machen die Zürcher Politik der Zukunft »

Neue Zürcher Zeitung, février 2022

« La vague féminine déborde les hommes de gauche »

L'écart entre les femmes et les hommes qui votent socialiste n'a jamais été aussi grand. Conséquence: le parti perd des sièges masculins

La Tribune de Genève, février 2022

L'article de la Tribune de Genève va encore plus loin et cite un politologue en parole d'expert : « C'est un phénomène violent. Le PS voit ses hommes s'effondrer ». L'article reprend celui de la Neue Zürcher Zeitung qui, 3 jours avant, mentionne notamment la victoire féminine de deux partis -die grüne Parteien et die bürgerliche Mitte- aux élections de la Ville de Zürich. Puis, le média zurichois rappelle que les femmes représentent un peu plus de 40% des élu-es du parlement cantonal.

Au niveau lexical, les mots choisis par la presse suisse romande ne sont pas anodins : les femmes font peur et représentent une menace pour la gent masculine. Elles ne sont pas légitimes au pouvoir. Peintes comme majoritaires, elles « débordent » les hommes qui « perdent alors des sièges », autrement dit du pouvoir, et « s'effondrent » littéralement. A Zürich, elles sont jeunes et, lui, il est âgé : une image littéraire souvent utilisée pour évoquer une immaturité professionnelle face à une incontestable expertise.

8.

« Les partis de gauche subissent désormais le revers de la médaille: suite à leur politique de discrimination positive très volontariste, il y a désormais une absence de relève masculine »

Propos rapporté par Le Temps, mars 2022

L'effet d'exceptionnalité

Le pouvoir des mots, notamment dans les titres, chapô et mise en exergue des articles, a un impact particulier. De fait, leur sens domine l'article et guide la lecture. De la répétition de ces mots et de l'association des champs lexicaux naissent des idées et des émotions contribuant à la représentation sexiste des femmes et des hommes. Leur mise en évidence les accentue doublement et rend l'information extraordinaire.

Les quelques exemples mentionnés plus hauts soulignent ainsi un effet d'exceptionnalité, certes justifiés conjoncturellement ; il n'y a jamais eu autant de femmes candidates depuis la grève de 2019. Toutefois, ces exemples sont biaisés ; les candidates en deviennent anormales et menaçantes pour les hommes. De plus, le nombre réel de candidates, voire le nombre d'élues est loin d'atteindre la parité : cette information est partielle et ne représente pas une réalité puisque les femmes restent minoritaires dans l'ensemble des instances gouvernementales suisse. Bien que leur nombre progresse, s'ajoute à l'effet d'exceptionnalité l'hyperbole d'un tsunami féminin frappant l'imagination du lectorat. En d'autres termes, les images littéraires sont exagérées afin de frapper les esprits. Enfin, l'idée de concurrence entre les genres gomme tout principe d'égalité.

9. Prochaines actions

Un contenu de sensibilisation qui implique les cibles, interagit et est ouvert au dialogue. Les messages sont adaptés aux pratiques professionnelles et valorisent les compétences et expertises de chacun-e.

50

personnes atteintes par les formations

- organisation de **lunch média** en ligne avec des journalistes

LA POLITIQUE ET LES PRESSES FÉMININES

- mise en place d'**interventions de sensibilisation** auprès des partis politiques

REPRÉSENTATION DES FEMMES DANS LES MEDIAS

media training d'une durée de 2 jours avec une

15

aine de participantes

STRATÉGIE

renforcée de communication, de publication et de recommandations avec les publics



nouveau site web
messages adaptés aux pratiques
communication responsable

OUTILS

renforcement du réseau



VEILLE

renforcement de la veille, avec un focus sur les élections genevoises 2023

RÉACTIONS

- **cadrage** sur les portraits de politicien-nes
- **étude lexical** selon la grille d'analyse