

REPRÉSENTATION MÉDIATIQUE DES FEMMES

# Recommandations à l'attention des journalistes

Outils de formation pour les médias développés par

**décadré**  
pour l'égalité dans les médias

REPRÉSENTATION MÉDIATIQUE DES FEMMES

# Recommandations à l'attention des journalistes

**Créons de nouveaux modèles !**

Outils de formation pour les médias développés par

**décadré**  
pour l'égalité dans les médias

Septembre 2023 — 2<sup>ème</sup> édition  
Droit de reprise et de mention libre avec la mention  
du © et de décadréE.

# Table des matières

<b>1. Enjeux de représentation</b>	<b>7</b>
<b>2. Chiffres de l'invisibilisation</b>	<b>10</b>
<b>3. Recommandations générales</b>	<b>16</b>
<b>4. Représentation des politiques et personnes de pouvoir</b>	<b>19</b>
<b>5. Biais à l'accessibilité</b>	<b>21</b>
<b>6. Traitement médiatique des manifestations pour l'égalité de genre</b>	<b>25</b>
Impressum	30

RECOMMANDATIONS À L'ATTENTION DES JOURNALISTES

# Enjeux de représentation



L'institut décadréE a analysé les couvertures médiatiques des élections 2020 du Conseil d'administration de la Ville de Genève et des élections cantonales genevoises 2023 du Conseil d'État et du Grand Conseil du point de vue de la visibilité des candidates et des candidats. L'institut a comparé les représentations médiatiques des politiques selon leur genre, croisées avec leur appartenance politique, leur âge ou bien encore d'autres critères sociaux.

De manière générale, les journalistes et les médias se préoccupent à ne pas reproduire de sexisme et à rendre visible les candidates et les candidats de manière paritaire. Des biais sexistes se révèlent pourtant à l'analyse du traitement médiatique des politiques. Si les écueils sont rarement volontaires, ils se manifestent souvent par la reproduction des représentations sociales attendues selon le genre.

Faire attention aux représentations médiatiques des femmes permet de créer de nouveaux modèles et de contribuer à la construction d'une société égalitaire. Les médias ont une responsabilité dans la perception et l'évolution des représentations collectives. C'est pour cela qu'ils sont un formidable outil de déconstruction des stéréotypes, si ces biais sont conscientisés afin d'être évités.

Ce livret de recommandations permet de prendre conscience des biais et des écueils qui perpétuent des représentations sexistes et invisibilisent les femmes dans les médias. Il propose également des solutions pour réfléchir sur nos représentations et outille les journalistes au quotidien pour de nouvelles représentations où le focus genre ne hiérarchise ni essentialise les personnes.

Dans ce livret, décadréE propose de comprendre les enjeux d'invisibilisation des femmes et de s'équiper pour proposer de meilleures représentations. En qualité de tribune politique, de

diffuseur d'idées et de débats d'actualités, les médias sont des contributeurs du paysage politique suisse. Il est primordial que les politiciennes soient représentées de manière égalitaire et sans biais afin qu'elles ne paraissent pas contre-nature dans le milieu politique, améliorant ainsi le système démocratique.

Au constat du peu de femmes mentionnées dans les médias, soit 28% des personnes, on y répond qu'elles ne veulent pas y être. Or de nombreuses personnes, en majorité des femmes, témoignent de résistances internes telles le syndrome de l'imposture et le manque de confiance en soi. Retrouvez également des recommandations pour contourner ces enjeux.

Enfin, l'égalité est inscrite dans la Constitution suisse depuis 1981. Mais, de fait, elle n'est aujourd'hui toujours pas atteinte. Différents outils -par exemple législatifs- contribuent à promouvoir l'égalité et lutter contre les discriminations, tels la loi sur l'égalité en vigueur depuis 1996. Avant de devenir des révolutions sociétales, ces outils sont impulsés par différents mouvements -politiques, sociaux, démocratiques- pour l'égalité de genre, dans une dynamique de s'émanciper des préjugés et de dénoncer les inégalités.

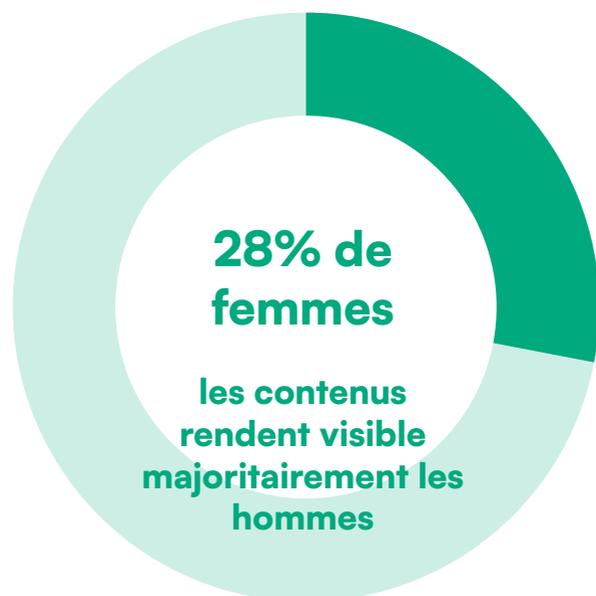
Ces mouvements sont multiples et indispensables à la construction d'une société durable, juste et solidaire, à l'instar d'autres mouvements luttant contre les discriminations. De l'organisation d'une soirée non mixte à l'appel général d'une grève nationale, ces manifestations proposent d'interpeler l'opinion publique et sont relayées par les médias. Sujets clivants, de nombreux biais non intentionnels peuvent être évités, grâce aux recommandations pour un traitement médiatiques des manifestations pour l'égalité de genre, afin d'offrir un éclairage approprié sur les questions d'égalité de genre sans délégitimer ces mouvements.

# Chiffres

## Visibilité

**28% des personnes mentionnées par la presse suisse sont des femmes.** Global Media Monitoring Project (GMMP) 2020

Les femmes représentent à peine plus d'un quart des personnes mentionnées dans les médias suisses. Seulement 20% des personnes appelées pour leur expertises sont des femmes contre 50%, s'il s'agit de témoigner ou d'exprimer une opinion.

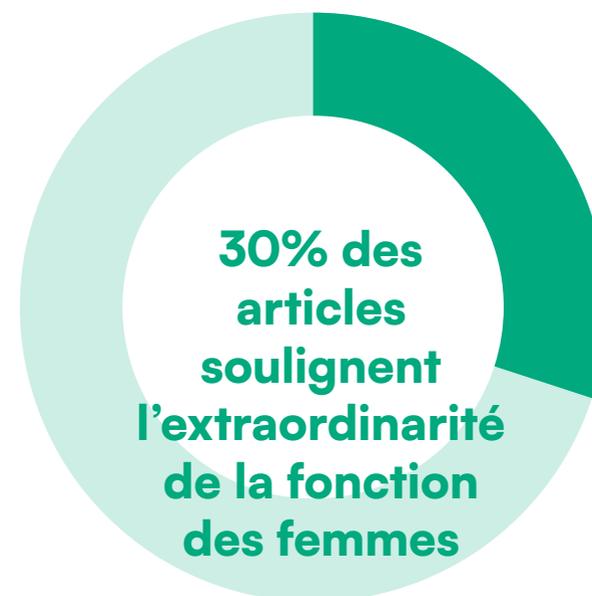


## Représentativité

**30% des articles de la presse francophone traitant des femmes entrepreneuses ou dirigeantes mentionnent le caractère exceptionnel, voire anormal, de leur fonction.** Etude MOTS-CLÉS pour SISTA x Mirova Forward 2022

En Suisse, seuls 5% des contributions défient les stéréotypes, presse féminine comprise (GMMP 2020). Quant aux femmes dirigeantes, leur nombre dans les directions des grandes entreprises en Suisse est estimée à 19% en 2021.

Étude de l'agence de placement Russel Reynolds Association



# Chiffres

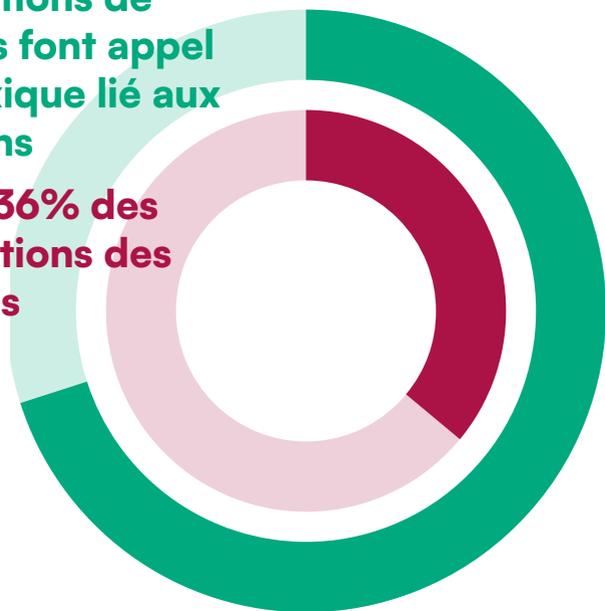
## Essentialisation

**70% des articles portant sur des femmes contiennent un vocabulaire lié aux émotions.** Étude décadréE, 2020.

Ces descriptions vont des émotions vives -voire incontrôlées- aux émotions liées à l'amour, comme par exemple le « coup de sang » ou la « passionaria ». Seuls 36% des articles portant sur des hommes contiennent un vocabulaire lié aux émotions.

**70% des descriptions de femmes font appel à un lexique lié aux émotions**

**contre 36% des descriptions des hommes**



## Description selon le genre

**100% des avis personnels de tiers cités dans l'article mentionnent le savoir-être des femmes.** Étude décadréE, 2023.

Les femmes sont perçues et valorisées professionnellement avant tout pour ce qu'elles sont ainsi qu'à travers de leur intelligence émotionnelle. Les hommes, pour ce qu'ils font et au travers de leurs accomplissements.



**100% des avis mentionnent le savoir-être des femmes**

**42% leur savoir-faire**



**67% des avis mentionnent le savoir-être des hommes**

**44% leur savoir-faire**

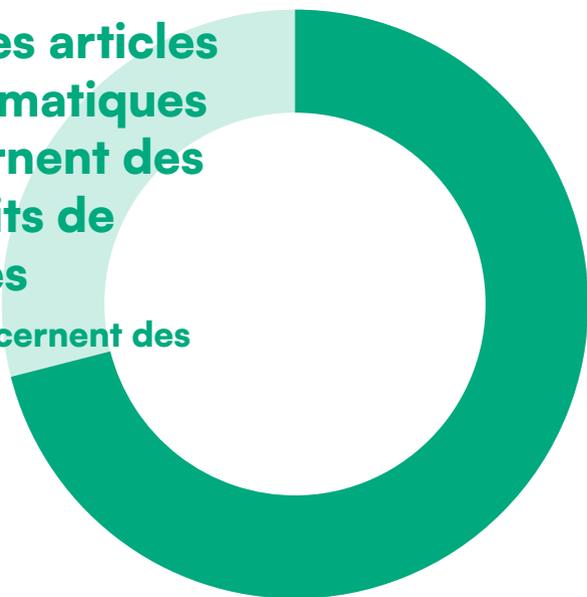
## Reproduction de discriminations basées sur le genre

**Plus d'un quart des articles analysés reproduisent des biais de manière problématique dont 71% concernent des portraits de femmes.** Étude décadréE, 2023

Une représentation médiatique différenciée selon le genre renvoie les femmes et les hommes à des stéréotypes qui décrédibilisent en particulier les femmes. Si les écueils sont rarement volontaires, ils se manifestent souvent par la reproduction des représentations sociales attendues selon le genre.

**71% des articles problématiques concernent des portraits de femmes**

**29% concernent des hommes**



# Recommandations générales



## 1. Chercher la parité

Les études montrent que seulement 20% des expert-es interrogé-es sont des femmes. Ces dernières ne sont représentées au total qu'à hauteur de 28% dans les médias, alors qu'elles représentent plus de la moitié de la population.

Il est important de tendre vers une parité de représentation hommes-femmes en visibilisant activement celles-ci.

## 2. Nommer les femmes

Lorsqu'une femme prend un poste à responsabilité, on focalise sur son genre et on omet de mentionner son nom et son prénom. Réduire les femmes à leur genre participe à effacer la diversité des vécus et des parcours et à invisibiliser les compétences de chaque femme.

Il est important de nommer les femmes par leur nom et prénom dès le titre de l'article et mettre en avant leurs compétences et leur poste plutôt que leur genre.

## 3. Visibiliser des femmes dans tous les domaines

Lorsqu'elles sont nommées et visibilisées, les femmes sont souvent interrogées dans les domaines perçus comme typiquement féminins, comme le soin à l'autre ou encore la famille ou la culture. Elles interviennent également majoritairement en qualité de témoin ou pour donner une opinion courante.

Il est important d'éviter d'essentialiser l'expertise des femmes et de prendre en compte la pluralité des domaines de compétences.

## 4. Éviter les descriptions liées au physique et à la tenue vestimentaire

Le physique des femmes est plus souvent décrit et leur tenue commentée. On observe également que l'on s'attarde plus sur certaines parties du physique des femmes comme les cheveux, les

yeux, la bouche ou la taille. Des parties du corps qui s'ancrent dans un imaginaire stéréotypé du féminin.

Il est important d'éviter de s'attarder sur le physique et la tenue des femmes et de se concentrer uniquement sur leur discours.

### 5. Faire attention aux biais et aux clichés dans le vocabulaire utilisé

Les articles portant sur des femmes contiennent en moyenne plus de mots liés au champ lexical de l'amour et de l'émotion. Une écriture qui renvoie les femmes à un stéréotype et qui renforce le système de genre. De plus, les femmes sont réduites à certaines expressions sexistes et à certains stéréotypes genrés dans le titre et le corps du texte, comme la « muse » ou « le garçon manqué ».

Il est important d'éviter les biais de genre dans l'écriture et d'utiliser un vocabulaire neutre.

### 6. Eviter de mentionner le statut familial des femmes

Souvent les femmes sont renvoyées à leur rôle de mère ou d'épouse. Lorsqu'elles sont célibataires, ce statut est lui-même interrogé.

Il est important d'éviter de mentionner la situation familiale des femmes et de ne pas l'utiliser afin d'interroger leur légitimité à prendre un poste de pouvoir.

### 7. Sur les images, éviter de demander des poses aux attitudes douces ou infantiles

Le regard de côté, la bouche ouverte, les mains délicatement posées sur un objet sont autant de signes d'une pose photographique renvoyant à la douceur et à la féminité.

Il est important d'inviter les femmes à regarder droit et à prendre une pose assurée représentative de leur responsabilité.

# Représentation des politiques et personnes de pouvoir

Ces recommandations ont été adaptées à partir de l'étude Mots-Clés pour SISTA X Mirova Forward sur Le traitement médiatique des entrepreneuses et dirigeantes, mars 2022

## 1. Conciliation des vies

La thématique de conciliation des vies n'est quasiment jamais abordée pour les hommes, rappelant bien que le rôle d'assumer les charges domestiques reste assigné aux femmes. Dans la presse suisse, le statut familial des femmes est mentionné presque trois fois plus que pour les hommes. Demandez-vous si vous aborderiez le thème de l'égalité lors d'un portrait d'homme et si l'angle choisi contribue à défier les stéréotypes. Et si la question est pertinente, est-ce que vous interrogez sa légitimité à candidater à un poste de pouvoir?

Il est important de juger de la pertinence d'aborder les questions de conciliation de vie. Est-ce que vous questionnez spontanément les femmes sur ces thématiques ou ce sont-elles qui les abordent en premier?

## 2. Expertise professionnelle diluée ou renforcée selon le genre

Les femmes sont perçues professionnellement au travers de leurs attitudes, soit leur savoir-être, et non au travers de leurs réalisations, un attribut très masculin. On définit les femmes pour leur nature féminine et non pour ce qu'elles font.

Il est important d'éviter les stéréotypes de genre (associer les hommes avec un vocabulaire actif, les femmes avec un vocabulaire passif).

## 3. Infantilisation des femmes

La jeunesse est associée à l'inexpérience et remet en question la légitimité à prendre un poste de pouvoir. La limite d'âge est appréciée différemment selon le genre. Qu'elles soient patronnes de grandes entreprises, politiciennes aguerries ou entrepreneuses à leurs débuts, les femmes semblent renvoyées à une forme d'« éternelle jeunesse » professionnelle, quel que soit leur âge. La présence d'un mentor masculin ou paternel est également quasi omniprésent dans les portraits féminins.

Il est important de vérifier que le vocabulaire utilisé n'infantilise pas les carrières féminines. Est-ce que l'influence d'un mentor dans le récit aurait eu la même importance dans le portrait d'un homme?

## 4. Remise en question de l'équilibre politique

Les femmes, dangereuses pour l'équilibre politique ? Un leitmotiv souvent repris par la presse quand il s'agit de couvrir des élections. Les femmes deviennent une menace pour les hommes en politique. La presse suisse en 2022 a largement véhiculé cette image de déferlante féminine menaçante pour les (hommes) politiques, les titres illustrant des femmes menaçant « les sièges masculins », allant jusqu'à craindre pour « leur existence politique ».

Lorsque vous interrogez la présence des femmes, basez-vous sur des faits : donnez-leur un caractère objectif, éclairez-les ou quantifiez-les. Vérifiez également que vous mettez en concurrence les individus et non les femmes contre les hommes.

## Biais à l'accessibilité



### 1. Moins nombreuses à accorder une interview

De nombreuses femmes témoignent de résistances internes telles que le syndrome de l'imposture et le manque de confiance en soi. La prise de parole dans les médias demande de se sentir légitime. Une mauvaise expérience médiatique est également source de craintes et de refus de s'exposer.

Il est important de référer à une personne concernée par le sujet et d'assurer un entretien en toute sécurité. Utilisez les plateformes d'expertes et informez les femmes de leurs droits de relecture de citations et laissez un délai suffisant pour se préparer.

Utilisez des sites d'expertes :

La plateforme des expertes suisses [www.sheknows.ch](http://www.sheknows.ch)

La base de données d'expertes suisses [lesexpertes.ch](http://lesexpertes.ch)

### 2. Urgence des demandes

Un manque d'organisation ou des demandes de disponibilité en soirée peuvent mettre à l'échec une demande d'interview, surtout s'il s'agit d'une femme. Notamment pour des raisons structurelles car les hommes sont principalement responsables des tâches domestiques et familiales dans seulement 6% des ménages de couples (Office fédéral de la statistique, 2019).

Il est important de prévoir du temps et de prévenir les personnes à l'avance. Une demande d'interview pour le soir même a plus de chance d'être refusée, notamment pour des raisons de disponibilité.

### 3. Risques de commentaires toxiques

Prendre la parole dans les médias, s'exprimer sur les réseaux sociaux est une exposition qui comporte aussi des risques. En effet, certaines personnes subissent des campagnes de haine, reçoivent des messages toxiques voire des menaces, parce qu'elles prennent la parole et exposent leurs opinions ou leurs idées. Les femmes et les personnes minorisées sont particulièrement victimes de ces violences.

Il est important de s'assurer que les débats que vous modérez restent constructifs et équilibrés. Proposez également, dans la mesure du possible, que l'option commentaire soit désactivée sur les portraits et ayez conscience de l'importance des discours toxiques de haine sur les réseaux sociaux.

Pour aller plus loin : [stophatespeech.ch/fr/](http://stophatespeech.ch/fr/)

RECOMMANDATIONS À L'ATTENTION DES JOURNALISTES

## Traitement médiatique des manifestations pour l'égalité de genre

Ces recommandations ont été élaborées avec la participation des Collectifs romands de la Grève féministe.

## 1. Visibiliser les différentes luttes

Les enjeux et luttes pour l'égalité de genre sont multiples. Évitez d'euphémiser les luttes par un traitement médiatique représentant les gestes et les engagements comme des comportements émotionnels, irrationnels ou infantiles. Par exemple, la question « d'aller trop loin » dans les luttes féministes réapparaît fréquemment et interroge leur rationalité ou leur légitimité.

Il est important d'éviter de hiérarchiser les luttes. Les formes d'engagement sont multiples. Pensez également à nuancer les sources en évitant les amalgames entre les expertises, prises de position collectives militantes et opinions personnelles.

## 2. Donner la parole aux personnes expertes, militantes et/ou concernées

Seuls 20% des personnes interrogées pour leur expertise dans les médias sont des femmes (GMMP, 2020). Il arrive que, sous couvert de transmettre une information impartiale, les phénomènes discriminants ne soient pas éclairés correctement et que les contenus médiatiques soulignent et reproduisent une forme de discrimination. Lorsque vous donnez la parole, basez-vous sur des faits : pour leur donner un caractère objectif, demandez à ce qu'ils soient éclairés ou quantifiés et identifiez ensemble les problématiques.

Il est important d'avoir conscience de l'importance des médias dans la construction des représentations. Ne pas hésiter à discuter avec des personnes expertes, militantes et concernées pour éviter de reproduire des stéréotypes ou de les relayer sans les questionner.

## 3. Veiller à la mise en récit

Seuls 5% des contenus médias en Suisse remettent en question les stéréotypes (GMMP, 2020). A titre d'exemples, l'accès à l'espace public reste un enjeu majeur d'émancipation. Or, l'usage du terme « bisbille » -une querelle pour motif futile- pour parler du droit de manifester ou l'usage de l'adjectif « sauvage » pour aborder une manifestation non autorisée ou interdite porte un jugement sur le bien fondé des luttes. Également, le mot « ségrégation » remplace parfois le mot « non-mixité ».

Il est important d'utiliser un vocabulaire précis et d'éviter celui des discours hégémoniques, trop souvent porteurs de préjugés.

## 4. Avoir conscience des thèmes clivants

Prendre la parole dans les médias est une exposition qui comporte des risques. Certains sujets sont clivants et génèrent quasi systématiquement des nuées de commentaires toxiques et haineux notamment sur les réseaux sociaux. Ils nuisent au débat et banalisent le sexisme ainsi que d'autres formes de discrimination. Les actions pour l'égalité font parti de ces sujets clivants. Les femmes et les personnes minorisées, entre autres LGBTIQ+, sont particulièrement victimes de ces violences.

DécadréE attire l'attention sur la modération des commentaires toxiques, sexistes et de haine autour des questions féministes et LGBTIQ+.

La qualité très variable des commentaires vous interpellent aussi ? Le projet Stop Hate Speech propose des outils et conseils pour contrer ces discours.

[www.stophatespeech.ch](http://www.stophatespeech.ch)

Il est important d'assurer un entretien en toute sécurité. Ayez conscience à l'écriture que certains sujets provoquent des réactions violentes de haine et de sexisme.

## 5. Choisir des images

En 2020, les femmes sont encore largement objectifiées dans les médias et « les images les représentant ne sont incluses que pour attirer l'attention des lecteurs » (GMMP, 2020). Il convient donc d'attirer l'attention sur le choix des photographies illustrant les mouvements pour l'égalité de genre et de leurs place dans les articles.

Il est important de représenter chaque personne sans sexualisation abusive et de prendre conscience de l'impact des images. Les corps, notamment féminins, ne doivent pas être réduits à un faire-valoir ou une aguiche, notamment lors du choix de photographies où ils sont dénudés.

## 6. Éviter les biais et clichés dans le vocabulaire

Les articles portant sur des femmes contiennent en moyenne plus de mots liés au champ lexical de l'amour et de l'émotion. Les militantes sont des « passionnaries » ou alors il est précisé que les manifestantes sont « capables de répondre sans hostilité ». Cette écriture renvoie les femmes à des stéréotypes, tels des êtres passionnés enclins à l'hystérie ou bien agressifs et renforce les stéréotypes sexistes.

Il est important de se demander si vous questionnez spontanément les femmes sur leur supposé féminisme ou si ce sont-elles qui abordent ces thématiques. Attention à ne pas essentialiser les militant-e-xs et les allié-e-xs par un vocabulaire sexiste.

## 7. Utiliser l'écriture inclusive

Les collectifs et mouvements pour l'égalité de genre sont attentifs à visibiliser les questions d'identité de genre ainsi que les personnes concernées. Il est important de reprendre leurs formulations inclusives et le langage non genré lors de la reprise de leurs communications officielles. L'institut a développé en partenariat avec la Fédération Genevoise des Associations LGBT un livret en libre accès de recommandations à l'attention des journalistes pour le traitement des questions LGBTIQ+.

[www.decadree.com/recommandations/](http://www.decadree.com/recommandations/)

Il est important de ne pas nominaliser et d'utiliser le terme « personnes » avant les adjectifs trans\*/non-binaires/intersexes par exemple. Demandez aux personnes concernées comment il faut les genrer et respectez leurs limites, comme par exemple l'anonymat.

Ce livret a pu être mis en place  
grâce au soutien du Bureau  
de promotion de l'égalité et de  
prévention des violences du  
Canton de Genève



REPUBLIQUE  
ET CANTON  
DE GENEVE

POST TENEBRAS LUX

#### Impressum

Rédaction  
Aurélie Hofer et Valérie Vuille

Édition  
Aurélie Hofer

Design graphique  
Vanessa Cojocar

**décadré**  
pour l'égalité dans les médias

rue de la Coulouvrenière 8  
1204 Genève

[info@decadree.com](mailto:info@decadree.com)  
[www.decadree.com](http://www.decadree.com)