

2025 RAPPORT

Recherche

Traitement médiatique
des thématiques LGBTIQ+
en Suisse romande

Novembre 2025

décadréE
Rue de la Coulouvrenière 8
1204 Genève
www.decadree.com

Préambule 3.



Institut de recherche et de formation et laboratoire d'idée pour l'égalité dans les médias, décadréE propose de créer des ponts entre la recherche et la sensibilisation en menant des actions duales. Spécialisé dans l'égalité de genre dans les médias, l'institut, unique en Europe, mène des projets sur le traitement des violences sexistes, des femmes et des thématiques LGBTIQ+. Il propose des outils de sensibilisation, des formations ainsi que des recherches.

4.

Table des matières

Préambule	3
Introduction	8
Méthodologie	9
Cadre méthodologique	9
Catégories	11
Analyse	12
Présentation du corpus	13
Analyse en fonction de la moyenne	17
Analyse en fonction des critères	21
Les titres, les images et les chapôs sont majoritairement adéquats	21
Les termes utilisés sont corrects mais restent encore nominalisés	22
Le peu de définitions données est plus adéquat	22
Les stéréotypes baissent mais le voyeurisme reste encore présent	23
Les voix LGBTQ+ ou expertes sont toujours majoritairement absentes	24
Les éléments de sensibilisation sont légèrement plus présents	25
La comparaison des critères en fonction des identités de genre et des orientations sexuelles et affectives	26
Conclusion et recommandations générales	30

6.

Annexes	32
Analyse par médias	32
Le Courrier	32
La Tribune de Genève	34
Le Temps	36
RTS	38
24 Heures	40
Le Nouvelliste	42
Léman Bleu	44
20 minutes	46
La Télé	48
lematin.ch	50
Canal 9	52
swissinfo.ch	54
La Liberté	56
Le Matin Dimanche	58
Arcinfo	60
watson.ch	62
L'Illustré	64
Femina	66
blick.ch	68
ATS	70
Radio Chablais	72
Rhône FM	74
Bibliographie	76
Références	76
Impressum	78

8. Introduction

Cette recherche s'intéresse aux représentations LGBTQ+ (lesbiennes, gays, bies, trans, intersexes, queer) dans les médias d'information de Suisse romande. Elle est basée sur une veille médiatique (juillet 2024 à juin 2025) et fait partie du projet de sensibilisation des médias romands aux thématiques LGBTQ+, mis en place par décadréE et la Fédération genevoise des associations LGBTQ+. Ce projet propose également des formations et des outils pour les journalistes¹.

DécadréE a déjà sorti deux rapports sur le sujet : un premier début 2021 établissant un état des lieux² et un second en 2023, basé sur des articles de juillet 2021 à novembre 2022³. Ce rapport va permettre une comparaison avec les chiffres précédemment analysés pour voir d'éventuelles évolutions. Nous nous référons aux précédents rapports cités ci-dessus pour le contexte, l'entier de la méthodologie et les définitions et ne les répétons pas ici.

« **Les questions intersexes
sont présentes dans
moins de 1% des sujets
médiatiques analysés.** » »

1 La présentation et les liens vers ces outils sont disponibles dans la conclusion.

2 décadréE, 2021, Recherche exploratoire, « Médias et représentations des personnes LGBTQ+ », https://decadree.com/wp-content/uploads/2022/08/Rapport_MediasRepresentationLGBTIQ+_v3.pdf

3 décadréE, 2023, Recherche, « Traitement médiatique des thématiques LGBTQ+ en Suisse romande », https://decadree.com/wp-content/uploads/2023/06/Recherche_Rapport2023_Medias-LGBTIQ_.pdf

Méthodologie

Avant de passer à l'analyse, nous allons rappeler brièvement la méthodologie utilisée dans ces études (pour plus de détails, consultez le précédent rapport⁴).

Notre corpus est composé de 22 médias : Le Courrier, La Tribune de Genève, Le Temps, RTS, 24 Heures, Le Nouvelliste, Léman Bleu, 20 minutes, La télé, lematin.ch, Canal 9, swissinfo.ch, La Liberté, Le Matin Dimanche, Arcinfo, watson.ch, l'Illustré, blick.ch, Femina, Radio Chablais, Rhône FM (uniquement durant l'année 2024) et l'ATS.

Différents mots-clés sur ces thématiques nous permettent de recenser les sujets médiatiques qui traitent des questions LGBTQ+. La majorité sont des articles de presse mais il y a aussi des sujets radios et TV. Ensuite, nous codons différentes informations sur ces sujets médiatiques (taille, gratuit/payant, thème, rubrique, etc.) et nous procédons à une analyse textuelle de quatorze critères (voir ci-dessous). Ce rapport voit l'arrivée d'un nouveau critère, le chapô, pour mieux comprendre où peuvent se situer les biais journalistiques. Une moyenne est ensuite établie et quatre catégories ont été créées selon les moyennes obtenues par sujet pour évaluer la qualité du traitement médiatique – plus ou moins respectueux – des thématiques LGBTQ+.

Cadre méthodologique

Tableau 1
Grille d'analyse et système de notation

	1	0	-1
Titre	Le titre est adéquat.	Le titre utilise des raccourcis.	Le titre se veut sensationnel.
Image	L'image est correcte.	L'image représente l'acronyme LGBTQ+ sans lien direct avec le sujet.	L'image est stéréotypée.
Chapô	Le chapô est adéquat.	Le chapô est neutre mais ne fait pas de lien avec les thématiques LGBTQ+.	Il y a un biais dans le texte (terme, nominalisation, etc.).

4 https://decadree.com/wp-content/uploads/2023/06/Recherche_Rapport2023_Medias-LGBTIQ.pdf

10.

	1	0	-1
Termes	Les termes utilisés sont adéquats.	Les termes utilisés sont génériques, sans cibler d'identité précise.	Les termes utilisés sont inadéquats.
Nominalisation	Les termes sont utilisés comme des adjectifs.	Les termes utilisés ne ciblent pas une identité précise.	Les termes sont nominalisés.
Définitions	Les définitions données sont correctes.	Les termes utilisés ne sont pas définis, ou pas complètement.	Les définitions données sont inadéquates.
Voyeurisme	Les informations sont apportées pour représenter de manière adéquate les personnes.	Le sujet reprend les informations données, sans en mettre certaines en avant.	Le sujet donne et met en avant des informations privées, touchant à l'intime, sans consentement de la personne.
Informations juridiques	Les informations juridiques données sont correctes.	Aucune information juridique n'est donnée.	Les informations juridiques sont inadéquates ou incomplètes.
Positionnement et angle	Le sujet met en avant les termes des personnes concernées et/ou expertes pour traiter les informations.	Le sujet médiatique traite de manière neutre des informations fournies.	Un positionnement journalistique est présent avec des choix de termes stéréotypés / victimisants.
Stéréotypes	Les stéréotypes sont présentés pour être déconstruits.	Il n'y a pas de stéréotype.	Des stéréotypes sont présents et non questionnés.
Personnes concernées	Une ou des personnes concernées ont la parole.	Une/des personnes concernées ont la parole à travers un discours rapporté (direct ou indirect).	Aucune personne concernée n'a la parole dans le sujet médiatique.

	1	0	-1
Avis expert	Le sujet interroge une personne ou une association experte de la thématique.	Le sujet mentionne une personne experte / association/institution travaillant sur ces questions.	Le sujet ne fait aucune référence à des structures ou personnes expertes.
Statistiques et aspect sociétal	Des statistiques ou informations sont utilisées pour montrer l'aspect sociétal et la réalité des thématiques LGBTQ+.	Un lien est fait entre les différentes thématiques LGBTQ+.	Aucune statistique n'est présentée, ni lien effectué.
Ressources	Le sujet présente des associations ou ressources LGBTQ+.	Le sujet mentionne une ressource pouvant aider les personnes LGBTQ+ (loi, organisme aidant, etc.).	Le sujet ne mentionne aucune ressource utile aux personnes LGBTQ+.

Catégories

Catégorie 1 – moyenne de 1 à 0,51

Le sujet médiatique traite des thématiques LGBTQ+ de manière neutre et adéquate et permet de sensibiliser l'opinion publique aux vécus des personnes concernées.

Catégorie 2 – moyenne de 0,5 à 0,01

Le sujet médiatique met en avant les questions LGBTQ+ de manière neutre et adéquate.

Catégorie 3 – moyenne de 0 à -0,49

Le sujet médiatique contient des éléments inadéquats pouvant perpétuer l'ignorance et les stéréotypes sur les questions LGBTQ+.

Catégorie 4 – moyenne de -0,5 à -1

Le sujet médiatique contient des éléments problématiques concernant les thématiques LGBTQ+ et participe à justifier les discriminations à l'égard des personnes concernées.

12. Analyse

Les chiffres présentés ci-après se basent sur 1'302 sujets médiatiques recensés dans les médias romands de notre veille, durant la période du 1^{er} juillet 2024 au 30 juin 2025 (excepté pour Rhône FM, la veille est du 1^{er} janvier au 31 décembre 2024). La moyenne générale est de 0,21.

Tableau 2
Analyse du traitement médiatique LGBTQ+ en Romandie

	Nombre sujets	Nombre sujets par semaine	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	1'302 (1'241 articles, 29 sujets TV et 32 sujets radio)	25	0,21	51 (3,9%)	1'114 (85,6%)	155 (11,9%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	2'940 (2'890 articles, 53 sujets TV et 27 sujets radio)	42	0,06	50 (1,7%)	1'524 (51,8%)	1'350 (45,9%)	16 (0,54%)

Entre la recherche précédente et celle-ci, moins de sujets médiatiques ont été analysés. En effet, la durée d'analyse s'est réduite (17 mois précédemment contre douze mois dans cette recherche) et il n'y a pas eu de votation politique sur les questions LGBTQ+. De plus, nous voyons que la moyenne générale des médias s'est améliorée, passant de 0,06 à 0,21. Dans les sujets analysés, aucun n'est en catégorie 4 et la grande majorité sont en catégorie 2.

Cette amélioration est une bonne nouvelle pour les représentations LGBTQ+ ! Les journalistes semblent ainsi être plus à l'aise avec ces thématiques et avoir un meilleur accès à des ressources. D'autres changements peuvent également expliquer cette différence de moyenne, tel que l'ajout du critère « chapô ». Il est positif dans la majorité des médias, ce qui montre que les biais journalistiques en Suisse romande ne sont que rarement dans le titre/l'image/le chapô et augmentent ainsi la moyenne générale. De plus, le contexte politique durant cette recherche était moins centré sur des votations liées aux droits des personnes LGBTQ+, ce qui peut avoir une influence sur le voyeurisme et les stéréotypes par exemple.

Enfin, l'ajout de deux radios à notre veille peut également participer à améliorer la moyenne, car les sujets TV ou radio ont souvent des moyennes plus élevées que les articles⁵. Le corpus ainsi que les analyses des critères permettront de mieux comprendre le traitement médiatique romand des thématiques LGBTIQ+.

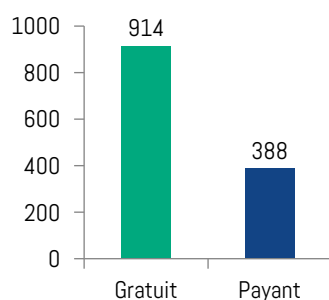
Présentation du corpus

Nous commençons par les données générales relevées sur les sujets médiatiques analysés. D'abord le type de sujets, il y a une forte majorité d'articles de presse (1'241) par rapport aux sujets TV (29) ou radio (32). Cela s'explique par les conditions de recensement simplifiées pour les articles grâce au logiciel swissdox, qui permet une forme d'exhaustivité comparé à rechercher les sujets LGBTIQ+ sur les sites des radios/TV.

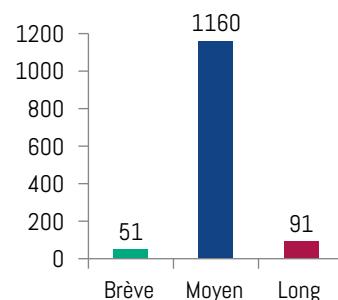
Graphiques 1

Caractéristiques générales des sujets médiatiques analysés

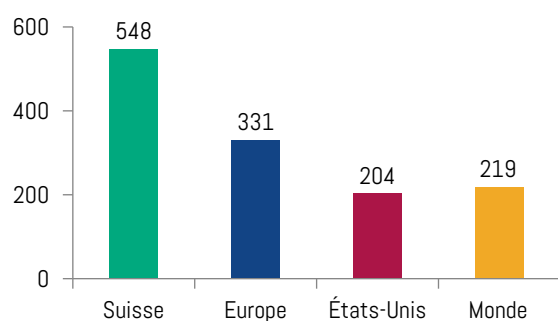
Accès



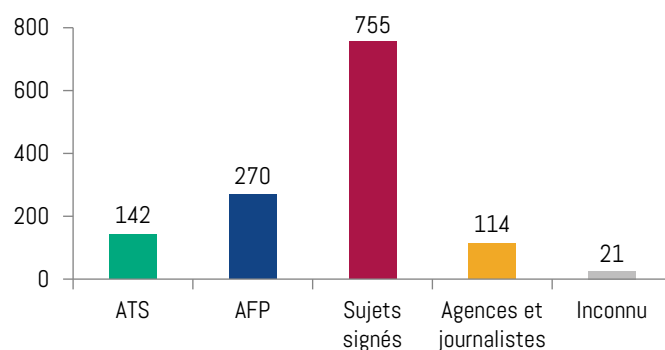
Taille



Provenance



Signatures

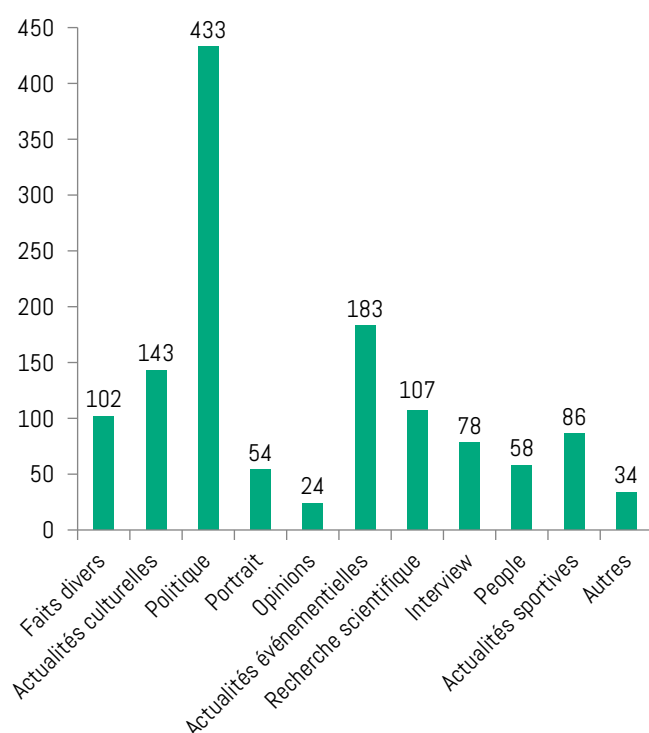


Ces données montrent que les sujets médiatiques sont majoritairement signés, de taille moyenne, accessibles gratuitement et sur des actualités suisses. Les articles de presse se répètent souvent entre les différents médias, à travers les reprises d'agences mais également les liens entre médias (groupe Tamedia, lien entre La Liberté et Le Courrier, etc.). Nous relevons également que 15,7% des articles sont des actualités états-uniennes (12,7% dans le précédent rapport), cela s'explique entre autres par le fait que la première Pride a eu lieu dans ce pays mais aussi par les politiques du président Trump qui ciblent particulièrement les personnes trans et qui sont médiatisées dans les autres pays du monde étant donné la position des États-Unis d'Amérique dans la politique mondiale.

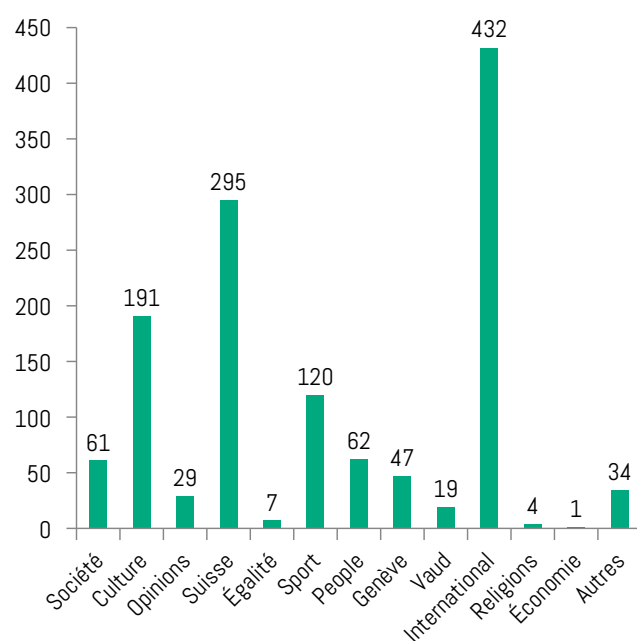
Graphiques 2

Contexte et rubrique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



Rubrique



Le premier graphique nous montre que 33,3% des sujets médiatiques sont liés à une actualité politique (42,3% lors de la précédente recherche), bien qu'il n'y ait pas eu de votation spécifique à ce sujet durant la période analysée. Il y a d'ailleurs eu proportionnellement moins de sujets dans la rubrique « Opinions » (2,2% contre 8%).

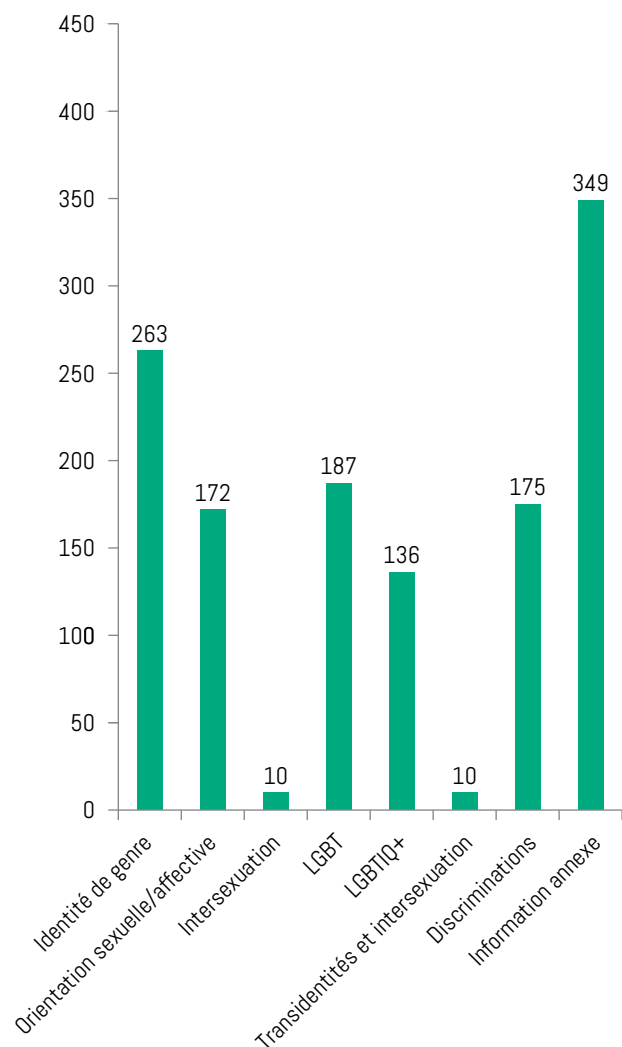
Ainsi, même si les thématiques LGBTIQ+ peuvent être vues comme à débattre (Schotel, 2022, p. 9) il y a eu moins de débats lors de cette recherche, les opinions pouvant être plutôt liées à des votations.

Les actualités événementielles (14,1%), principalement les Pride/Marche des fiertés, sont la deuxième raison pour laquelle les thématiques LGBTIQ+ sont thématisées. La rubrique du Sport (9,2%) est également plus représentée que lors de la dernière recherche, entre autres à cause des politiques contre les athlètes trans aux États-Unis ainsi qu'avec la médiatisation d'athlètes LGBTIQ+ lors des Jeux Olympiques de Paris.

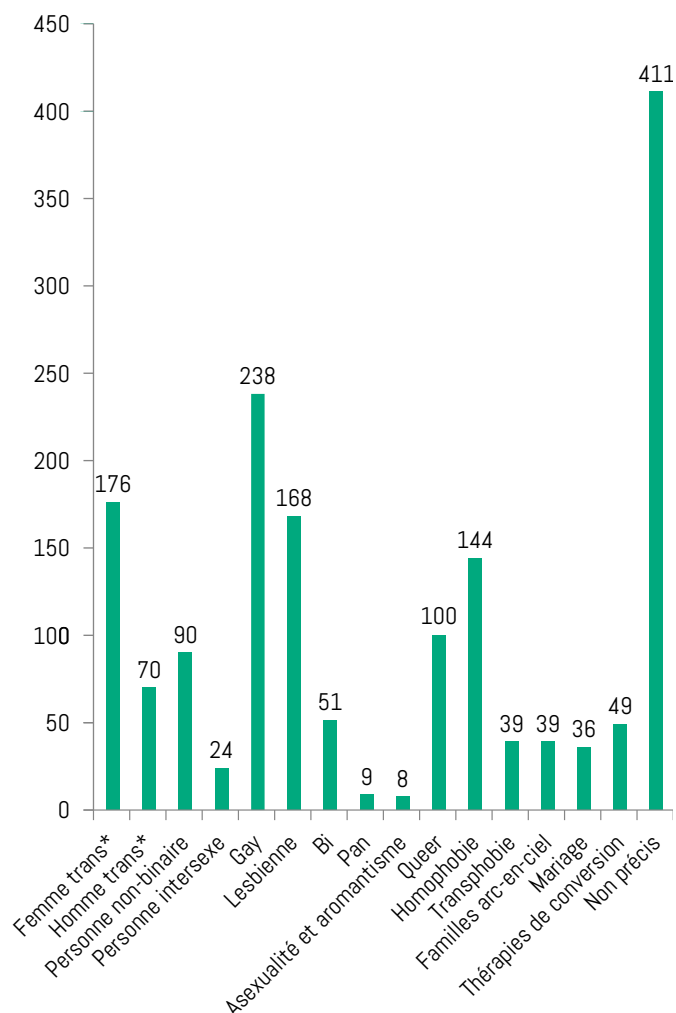
Graphiques 3

Contenu et thématisation des sujets médiatiques analysés

Thématiques générales du sujet médiatique



Thématiques spécifiques (mots utilisés)



16.

Le codage des thématiques s'effectue en fonction des mots ou acronymes utilisés par les journalistes. De ce fait, si un article parle des droits LGBT, il sera codé sous « LGBT » (14,4%). Si les journalistes parlent des questions d'homosexualité directement, alors le sujet sera codé sous « orientation sexuelle et/ou affective » (13,2%). Pour une partie des sujets, l'information est traitée de manière « annexe » (26,8% contre 29,9% lors de la précédente recherche): ces thématiques sont abordées comme information parmi d'autres. Il s'agit là d'une pratique positive qui participe à normaliser la diversité présente au sein de la société. En effet, parler d'une personne LGBTQ+ dans un autre contexte ou sans que son identité soit au cœur du sujet médiatique permet de voir qu'outre le fait d'être LGBTQ+, c'est un être humain « comme tout le monde ». C'est par exemple le cas de la série « Plaisirs partagés » du journal *Le Temps* par la journaliste Pauline Verduzier qui s'intéresse aux pratiques sexuelles et interrogent des personnes qui ont des partenaires de genre différent mais également de même genre, sans que cela soit le sujet principal des articles.

Ces données montrent en outre que les questions d'identités de genre (20,2%) ont été plus traitées que celles sur les orientations sexuelles/affectives (13,2%), alors que lors de la précédente recherche ce sont ces dernières qui étaient plus présentes médiatiquement (29,8% et 12,6% pour les questions d'identités de genre). Cela peut s'expliquer par le contexte politique : lors de la précédente recherche, la veille médiatique a eu lieu autour de la votation sur l'ouverture du mariage civil au niveau fédéral, ce qui a généré un bon nombre de sujets médiatiques (plus de 600 sujets sur le mariage alors qu'il y en a eu 36 durant cette recherche). De plus, depuis la nouvelle élection de Donald Trump aux États-Unis, les questions trans sont souvent abordées par les médias. D'ailleurs, le deuxième sujet précis le plus mis en avant est celui concernant les femmes trans (13,5%, contre 10,9% lors de la précédente recherche), ce qui est cohérent avec l'actualité politique mondiale (restrictions d'accès aux espaces non-mixtes dont les compétitions de sports pour les femmes trans par exemple). Les personnes non-binaires (6,9%) et les hommes trans (5,4%) sont moins visibles dans les médias, ce qui est corroboré par d'autres recherches (Beaubatie, 2021), les femmes trans étant vues comme remettant plus en question les normes de genre.

Le premier sujet précis traité médiatiquement est celui concernant les hommes gays (18,3%). Il n'y a pourtant pas eu d'actualité précise les concernant mais les hommes gays sont plus souvent cités dans les exemples, notamment sur les thérapies dites « de conversion » (3,8% contre 1,8% lors de la précédente recherche). Le troisième sujet précis traité est celui des femmes lesbiennes (12,9%) puis le quatrième l'homophobie (11,1%).

Comme lors du précédent rapport avec huit sujets médiatiques, les questions intersexes (cette fois dix sujets) restent très marginales dans les médias et souvent peu connues par les journalistes. C'est également le cas dans d'autres médias européens, par exemple allemands et néerlandais (Schotel, 2022, p. 11-13). Le terme de « personne intersexe » apparaît néanmoins 24 fois (1,8%) dans les sujets médiatiques analysés. Les sujets portant sur l'asexualité et l'aromantisme (8) et la pansexualité (9) sont également très peu présents dans les médias.

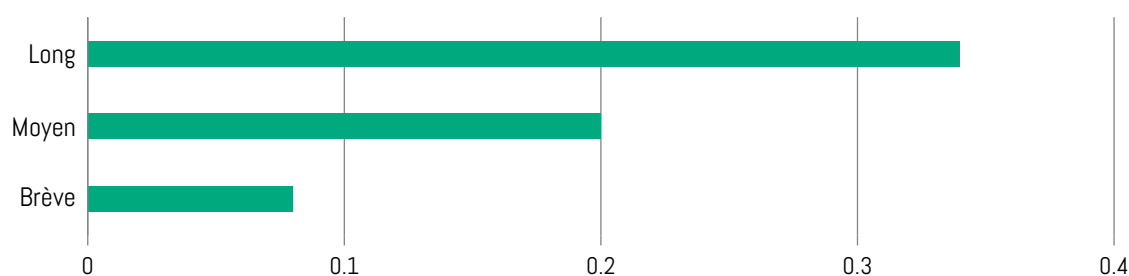
Analyse en fonction de la moyenne

Nous allons maintenant croiser la moyenne générale et les thématiques traitées avec d'autres données générales pour mieux comprendre quels types de sujets sont produits et où les biais potentiels surviennent.

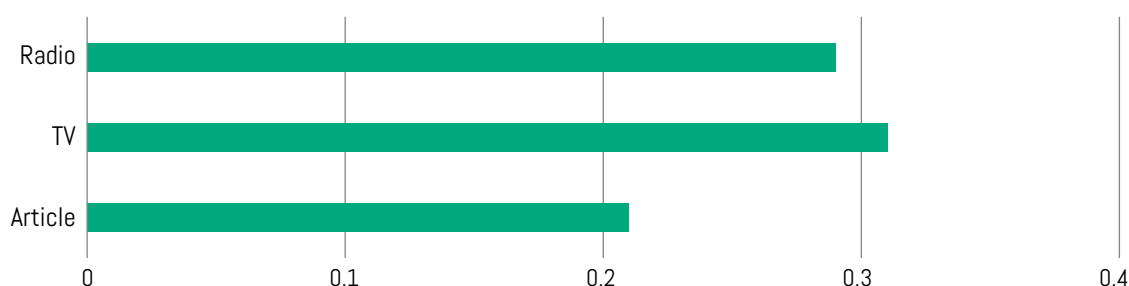
Graphiques 4

Moyenne des sujets médiatiques selon caractéristiques et contextes

Moyenne en fonction de la taille des sujets

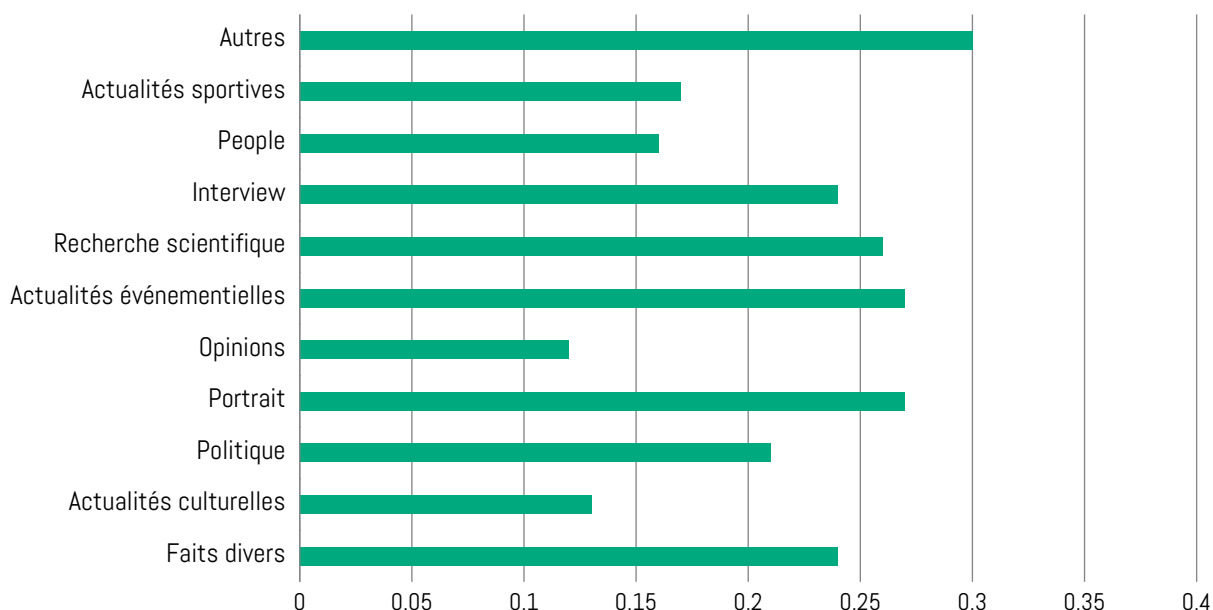


Moyenne en fonction du type de sujets



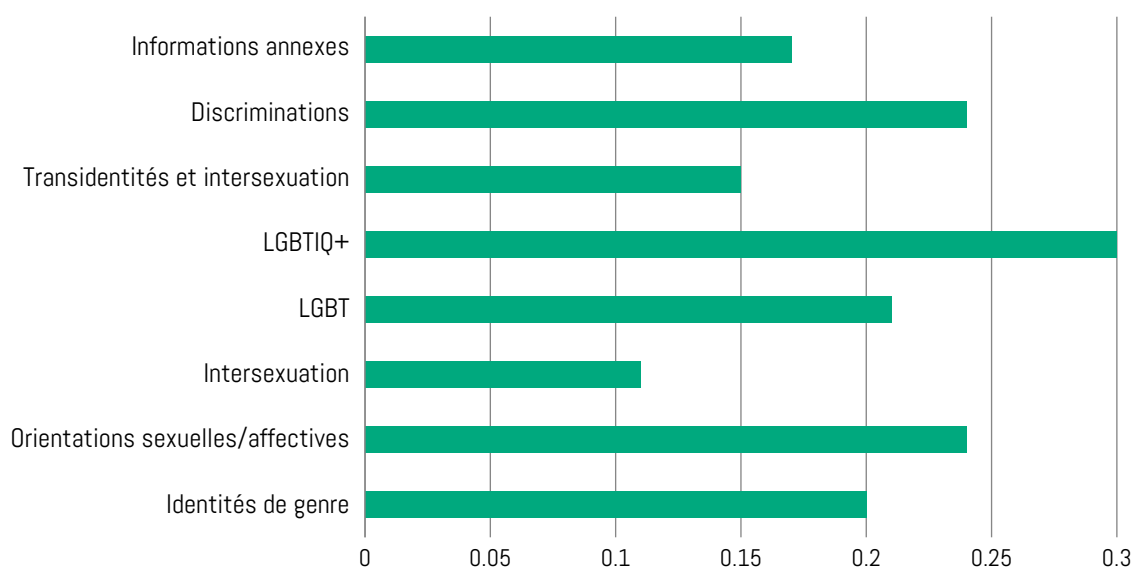
18.

Moyenne en fonction de la raison du sujet



Nous remarquons ainsi que plus le sujet médiatique est long, plus sa moyenne est élevée. Cela peut s'expliquer par le fait qu'il y a suffisamment de place pour donner plusieurs informations sur ces questions (par exemple ajout de statistiques, etc.) ou pour donner la parole aux personnes LGBTIQ+ et expertes. Lorsque la taille est plus importante, la nominalisation peut également être évitée. C'est peut-être également pour ces raisons que les sujets radio ou TV ont une meilleure moyenne que les articles. Il faut néanmoins tenir compte du fait que les articles de presse sont bien plus nombreux dans l'analyse, la comparaison ne doit donc être faite qu'avec prudence.

Enfin, ces informations nous permettent de voir que la raison du sujet influence la moyenne. Les portraits, interviews, les actualités événementielles et les sujets liés à des recherches scientifiques ont de meilleures moyennes que les opinions, les actualités people, sportives ou culturelles.

Graphique 5**Moyenne des sujets selon thématiques générales****Moyenne en fonction de la thématique générale**

Les sujets sur les thématiques LGBTQ+ en général, sur les orientations sexuelles / affectives et sur les discriminations ont les meilleures moyennes. De l'autre côté, nous avons les sujets médiatiques sur les questions intersexes. Les journalistes avec qui nous avons pu échanger⁶ disaient souvent moins connaître l'intersexuation, ce qui peut expliquer la moyenne plus basse.

Graphique 6**Moyenne des sujets selon thématiques spécifiques**

Moyenne en fonction de la thématique spécifique



Les sujets sur les personnes intersexes et les femmes trans ont les moins bonnes moyennes, cela peut s'expliquer par un manque de connaissances mais aussi un aspect voyeuriste et exotisant (mégénrage, définition inadéquate, etc.). Suivent les sujets sur les thérapies dites « de conversion » et les personnes non-binaires. Au contraire, les sujets sur les familles arc-en-ciel ainsi que le mariage civil des couples de même genre ont les meilleures moyennes. C'est une amélioration en comparaison de la précédente recherche. Comme ils sont aujourd'hui traités moins directement avec l'actualité politique (votation) où certains stéréotypes étaient régulièrement présents, ils peuvent donc être traités plus en profondeur et moins sous forme de débat d'opinions.

Analyse en fonction des critères

L'analyse par critères, avec les graphiques ci-dessous, permet de mettre en évidence les points forts et à améliorer du traitement médiatique des thématiques LGBTQ+. Nous allons les comparer avec les chiffres de la précédente recherche.

Tableau 3
Code couleur des graphiques de critères

● -1 inadéquat, stéréotypé	● 0 neutre, générique	● 1 adéquat, correct
--	---	--

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

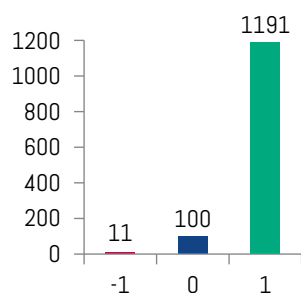
Les titres, les images et les chapôts sont majoritairement adéquats

La précédente recherche a montré qu'il y avait peu de sensationnalisme dans les titres et les images. C'était près de 90% des sujets qui détenaient un titre adéquat et les images qui étaient également correctes, même si des photos de la Pride sont régulièrement utilisées sans que cela ait un lien pertinent avec le sujet. Pour cette recherche, nous voyons que 91,5% des titres et 86,1% des images sont adéquates (malgré la persistance des images de Pride sans lien avec le sujet traité). Le critère du chapô a été ajouté et appuie ce résultat avec 90,2% de chapôts qui sont corrects.

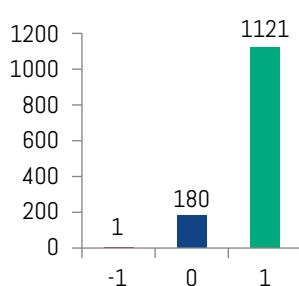
Il reste néanmoins des titres inadéquats tels que « Les femmes changent plus souvent de sexe que les hommes », qui montrent le manque de clarté des enjeux trans chez des journalistes, avec des termes incorrectement utilisés.

Graphiques 7
Adéquation des contenus d'accroche

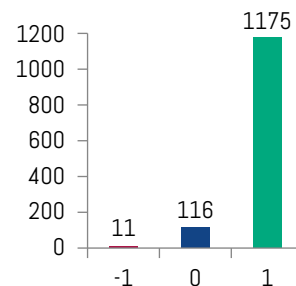
Titre



Image



Chapô



22.

Les termes utilisés sont corrects mais restent encore nominalisés

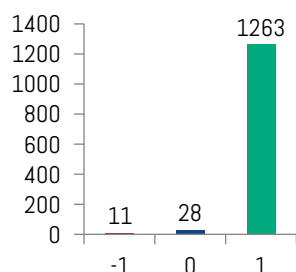
Dans le précédent recensement (juillet 2021 à novembre 2022), les termes utilisés étaient en majorité corrects (88%). En revanche, leur utilisation précise et généralisée comme adjectifs (dire « les personnes transgenres » et non « les transgenres » par exemple) n'était réalisée que dans 17,4% des sujets médiatiques. Cette nouvelle analyse montre que les termes sont adéquats dans 97% des cas. Les journalistes ont donc accès à certaines informations et les mettent en pratique, même si certaines fois le terme « transsexualité » est utilisé, ce qui n'est pas adéquat car il pathologise et médicalise les personnes trans.

L'utilisation des termes comme des adjectifs et non des noms est faite dans 32,2%, ce qui montre une amélioration importante.

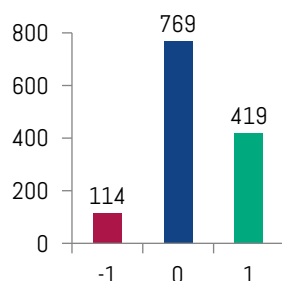
Graphiques 8

Utilisation et adéquation du langage

Termes



Nominalisation



Le peu de définitions données est plus adéquat

Les données précédentes montrent que 89,3% des sujets médiatiques ne comportaient pas de définitions et que lorsqu'il y en avait, dans 75,2% des cas, elles étaient inadéquates. Cette nouvelle recherche montre que les définitions restent absentes des sujets médiatiques (94% n'en contiennent pas). Pourtant, les journalistes nous disent régulièrement que les thématiques LGBTIQ+ sont complexes et qu'il faut les rendre accessibles au grand public. L'ajout des définitions serait donc utile sur ces thématiques. À noter que lorsque les définitions sont données, 30,8% sont inadéquates, ce qui est une amélioration mais il est important de continuer à progresser là-dessus pour donner des informations correctes et pertinentes au grand public.

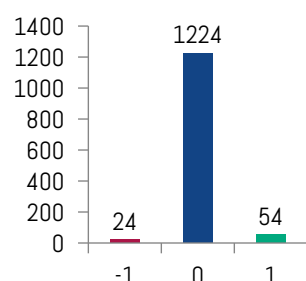
Par exemple, le fait de parler de « métamorphose » ou de « transformation » pour les questions trans n'est pas adéquat. Cela met en avant un imaginaire monstrueux qui déshumanise les personnes, tout en mettant l'accent uniquement sur les transitions médicales.

Enfin, comme durant la précédente recherche, les données montrent que les informations juridiques données sont en grande majorité correctes.

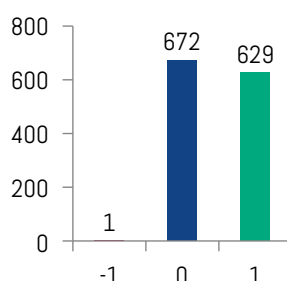
Graphiques 9

Exactitude et complétude de l'information

Définitions



Informations juridiques



Les stéréotypes baissent mais le voyeurisme reste encore présent

Dans la précédente recherche, la moyenne du critère « voyeurisme » était de 0,02 et 4,2% des sujets en contenaient. Dans 3,3% des sujets, les journalistes se positionnaient avec des choix de mots victimisants par exemple. Pour le critère « stéréotypes », il ressortait dans 6,7% des sujets, à travers des amalgames entre l'homosexualité masculine et la pédocriminalité et/ou le VIH/SIDA, par exemple lors de l'actualité du virus mpox.

Avec les données actuelles, nous voyons que la présence de stéréotypes a baissé (0,23%) ce qui est important pour un traitement médiatique respectueux. Le positionnement s'est également amélioré, moins de 1% des sujets ont mis en avant des mythes sans qu'ils soient caractérisés comme tels, par exemple. Néanmoins, le voyeurisme persiste en étant présent dans 5,1% des sujets, par exemple lorsque des informations intimes ou privées sont données ou mises en avant (photos avant transition, deadname⁷, etc.). Ainsi, lorsque les mots « le chanteur », « il » sont utilisés pour désigner Nemo, cela est du mégenrage⁸. En effet, Nemo utilise des pronoms et terminaisons non-binaires, il convient ainsi de les respecter et de respecter son intimité. De ce fait, il est important de continuer à travailler pour améliorer ces critères car ils influencent négativement la perception des personnes LGBTIQ+ tout en participant à des micro-violences à leur égard (Vuille, Schorer, Gutierrez Barrios, à paraître).

7 Le deadname, ou morinom, est le prénom donné à la naissance et qui n'est plus utilisé par certaines personnes trans.

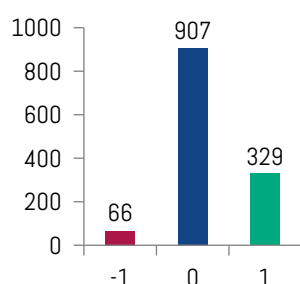
8 Le fait de ne pas utiliser le bon genre pour désigner des personnes.

24.

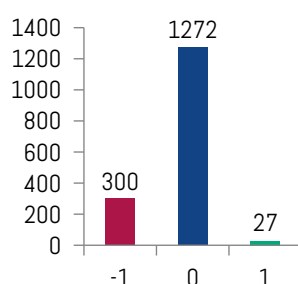
Graphiques 10

Usage de la déontologie et de la focalisation

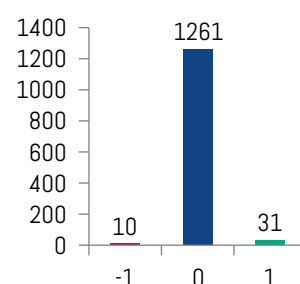
Voyeurisme



Stéréotypes



Positionnement et angle



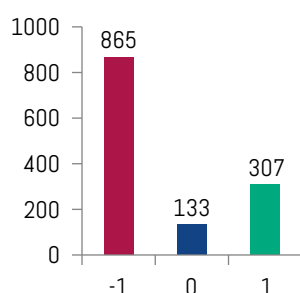
Les voix LGBTIQ+ ou expertes sont toujours majoritairement absentes

Les précédentes données montraient une absence dans les sujets médiatiques analysés des personnes LGBTIQ+ (70,3%) et expertes (76,3%). Ces critères n'ont pas connu de nette amélioration dans la présente recherche. Les personnes LGBTIQ+ sont absentes dans 66,4% des sujets médiatiques et leur parole est directe dans moins d'un article sur quatre (23,6%). Les voix expertes sont toujours absentes dans 75,8% des cas, avec seulement 10% des sujets qui leur donnent directement la parole. D'autres recherches arrivent aux mêmes conclusions (Fongkaew et al., 2019, p. 264, Billard, 2016, p. 14). Ces données sont importantes car les journalistes nous disent trouver important de faire appel aux personnes LGBTIQ+ ou expertes. Pourtant, ces chiffres montrent que les recommandations ne sont pas suivies, ce qui participe à biaiser et invisibiliser les représentations LGBTIQ+ dans les médias.

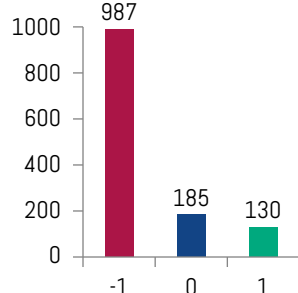
Graphiques 11

Inclusion des voix concernées et expertes

Personnes LGBTIQ+



Avis experts

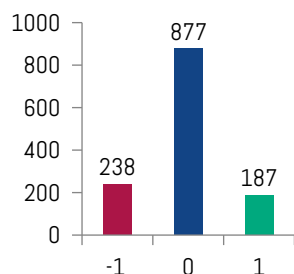


Les éléments de sensibilisation sont légèrement plus présents

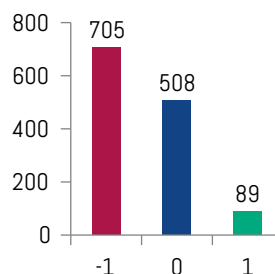
La précédente recherche a montré que 57,3% des sujets mettent en lien les thématiques LGBTQ+ et 15% donnent des statistiques pertinentes sur ces questions. Néanmoins, 68,4% des sujets médiatiques ne mentionnent aucune ressource. Sans obligation journalistique, rappelons que la présence de ressources participe à une certaine sensibilisation sur ces questions et offre un soutien aux personnes LGBTQ+ ou aux proches. Les données actuelles montrent que 14,4% des sujets donnent des statistiques pertinentes et que 67,4% font des liens. De plus, 54,1% des sujets médiatiques ne mentionnent aucune ressource. Nous voyons ainsi une légère amélioration, qui permet une meilleure reconnaissance et compréhension des personnes LGBTQ+.

Graphiques 12 Sensibilisation

Statistiques et aspect sociétal



Ressources



En conclusion, nous avons vu que les portraits, interviews, les actualités événementielles et les sujets liés à des recherches scientifiques ont de meilleures moyennes que les opinions, people, les actualités sportives ou culturelles. Les portraits, interviews et même actualités événementielles (qui sont en majorité des Prides) permettent de mettre en avant les personnes LGBTQ+ ou expertes qui peuvent raconter leur réalité, ce qui améliore la moyenne. Dans la précédente recherche, les sujets liés au sport étaient aussi dans les moyennes les plus basses entre autres car ils contiennent des définitions incorrectes dans 16,9% des cas et de la nominalisation dans 26,9%, par exemple. Dans cette recherche, ces critères se sont améliorés. Néanmoins, parmi les onze sujets contenant des termes inadéquats, cinq proviennent d'actualités sportives. Il s'agit quasiment de la moitié. De plus, 93% des sujets d'actualités sportives ne contiennent pas d'avis expert, 51,1% ne donnent pas la parole aux personnes concernées et 20,9% ne donnent pas de statistiques. Ainsi, les sujets en lien avec le sport peuvent participer à invisibiliser la réalité des personnes concernées ainsi qu'à les déshumaniser (Ravel, 2024, p. 407).

La comparaison des critères en fonction des identités de genre et des orientations sexuelles et affectives

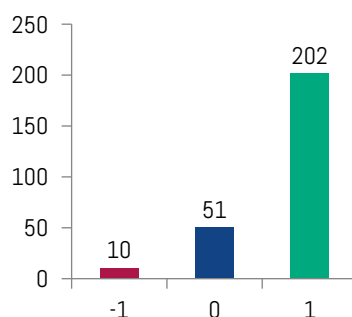
Dans les recherches et dans les discours, il est souvent dit que les thématiques liées aux identités de genre (IG) sont traitées différemment que celles liées aux orientations sexuelles et affectives (OSA). Nous proposons ainsi de croiser plusieurs critères de ces deux grandes thématiques générales. Nous avons analysé 263 sujets sur les questions IG pour une moyenne de 0,2 et 172 pour OSA avec une moyenne de 0,24. Nous n'avons pas assez de données pour le faire avec les questions intersexes (dix sujets).

Graphiques 13

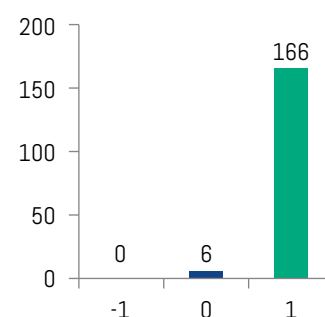
Identités de genre vs orientations sexuelles/affectives : comparaison des critères d'analyse

La différence pour les titres et les chapô est importante et intéressante. Il n'y a aucun critère avec notation négative pour OSA mais dix pour IG. L'ensemble de la recherche compte onze critères négatifs pour les titres et les chapô et dix d'entre eux sont liés aux questions IG.

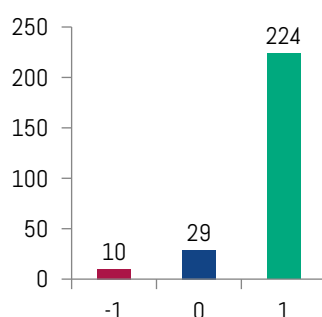
Titre IG



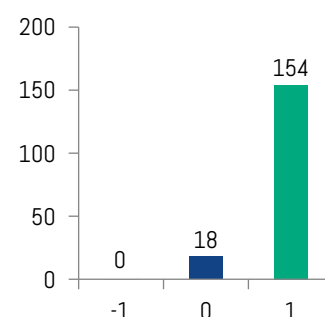
Titre OSA



Chapô IG

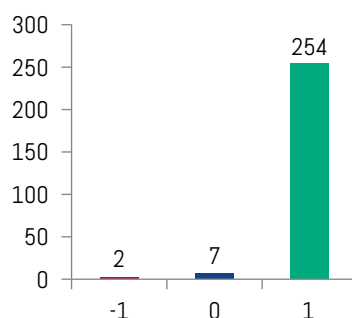


Chapô OSA

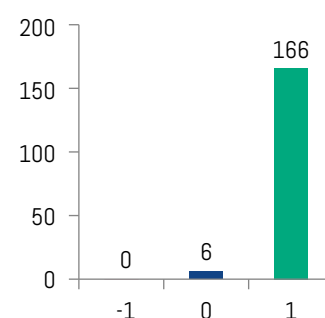


À nouveau, pas de critère négatif pour OSA, il y en a deux pour IG (sur onze pour la recherche entière). C'est une amélioration car la précédente recherche montrait que 9,5% des termes étaient incorrects pour IG (il y a en avait 35, et 95 dans la recherche entière).

Termes IG

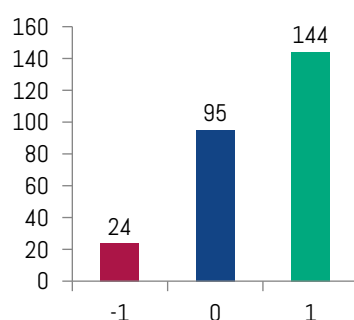


Termes OSA

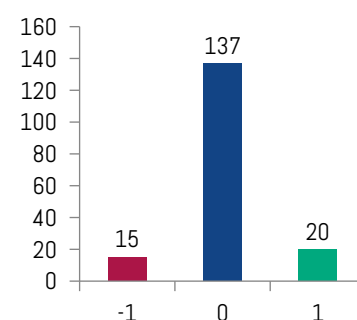


Alors qu'il y avait environ 20% (IG) et 18% (OSA) de nominalisation dans la précédente recherche, ce critère s'est amélioré. Cependant, les journalistes utilisent encore les termes comme des noms et non des adjectifs dans 9,1% (IG) et 8,7% (OSA) des sujets.

Nominalisation IG

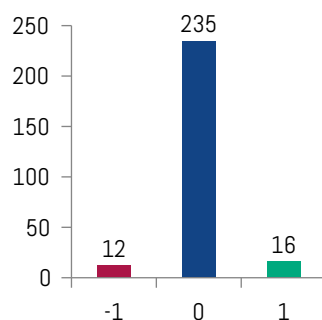


Nominalisation OSA

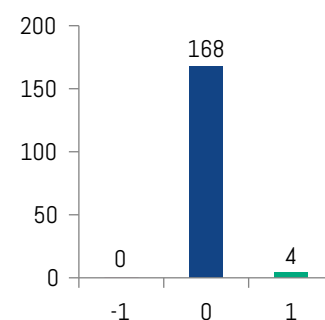


Comme la recherche précédente, il y a plus de définitions données sur les IG. La thématique reste plus récente que les OSA. Néanmoins, lorsque des définitions/explications sont données, dans 40% des cas elles sont inadéquates. Il y a ainsi encore un besoin d'informations pour les journalistes.

Définition IG



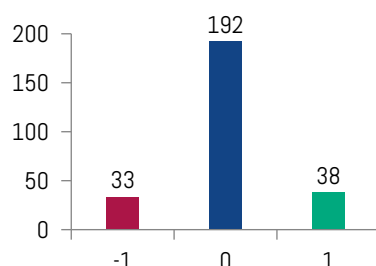
Définition OSA



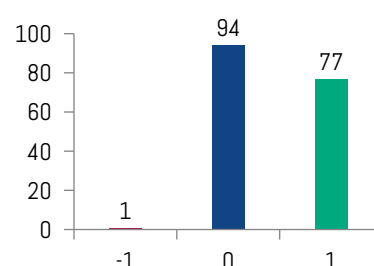
28.

Lors de la précédente recherche, le voyeurisme était plus présent pour IG (18,3%). Cela est encore le cas aujourd'hui (12,5%) même si le critère s'est amélioré.

Voyeurisme IG

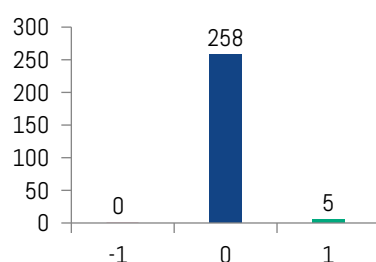


Voyeurisme OSA

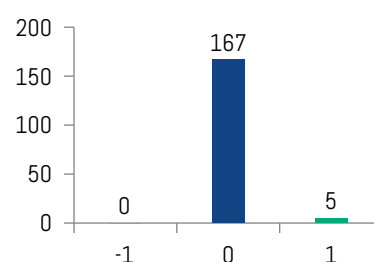


Lors de la précédente recherche, il y avait plus de stéréotypes (déconstruits ou réaffirmés) chez OSA, potentiellement dûs à l'épidémie de mpox. Les chiffres actuels montrent qu'il y a globalement peu de stéréotypes présents.

Stéréotypes IG

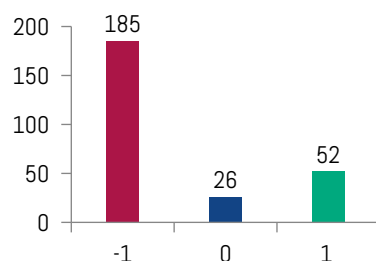


Stéréotypes OSA

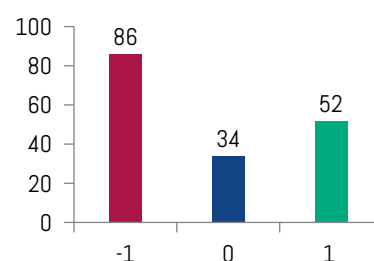


La recherche précédente montrait que les personnes trans avaient plus la parole (41,4% contre 29,3%). Cela s'inverse dans les données actuelles, puisque les personnes concernées sont absentes dans 70,3% des sujets pour IG et 50% pour OSA. Quand bien même, 26 sujets portraits+interviews concernent IG et 15 OSA (sur 132 portraits+interviews en tout).

Personnes concernées IG



Personnes concernées OSA

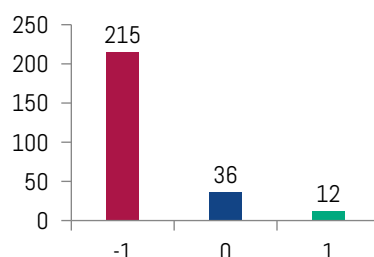


Les personnes trans semblent être plus interrogées pour des raisons individuelles que sociétales ou politique (Gauthier, 2018, p. 42). En effet, dans les raisons politiques, sur 164 sujets IG, 142 (86,6%) n'ont pas la voix de personnes trans.

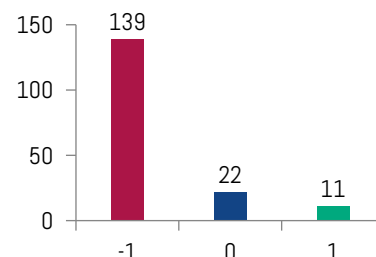
Dans ce critère aussi, la précédente recherche montrait que les sujets IG avaient plus souvent des avis experts (30,2% contre 20,9%).

Tandis que les chiffres actuels montrent une autre tendance avec 18,3% des sujets IG qui ont un avis expert (et 19,2% des OSA). Ainsi, si le nombre d'expertise est presque resté constant pour OSA (alors qu'il n'y avait pas de votation sur le sujet), il a diminué pour les IG, quand bien même les IG sont vues comme plus nouvelles et complexes par des journalistes.

Avis expert IG

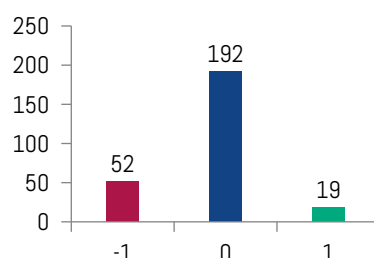


Avis expert OSA

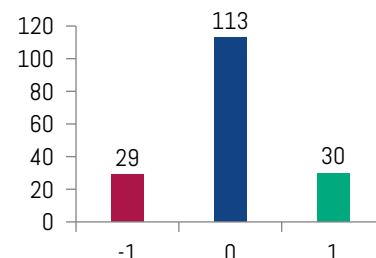


Les médias donnent un peu plus de statistiques selon les chiffres actuels. Lors de la dernière recherche, 75,4% des sujets OSA et 71,6% IG avaient des statistiques, c'est désormais 83,1% pour les OSA et 80,2% IG.

Statistiques et aspect sociétal IG



Statistiques et aspect sociétal OSA



Enfin, les questions d'identités de genre ont une moins bonne moyenne que celles sur les orientations sexuelles et affectives. Ces premières sont vues comme plus récentes par les journalistes et aussi plus compliquées à expliquer à un large public. Des journalistes nous ont dit plusieurs fois ne pas devoir parler qu'à des jeunes, mais également « à leur grand-maman ». Ce qui amène à plus de définitions données mais elles restent en partie inadéquates. De plus, l'actualité politique internationale met régulièrement en avant la question des droits des personnes trans (sport, accès aux espaces mixtes, etc.). C'est donc un sujet d'actualités pour les journalistes. Ainsi, il est important de prendre conscience des biais existants, de faire attention au vocabulaire utilisé et d'éviter le sensationnalisme et le voyeurisme.

30. Conclusion et recommandations générales

Avec la comparaison de la précédente recherche, nous voyons que le traitement médiatique des thématiques LGBTQ+ s'est amélioré et est très majoritairement non-discriminant. Les titres, les images et les chapôs ne sont pas, en grande majorité, sensationnalistes, et les termes sont globalement adéquats.

Malgré la polarisation du débat autour de ces thématiques, les sujets médiatiques analysés montrent que les journalistes arrivent globalement à se focaliser sur les faits et ont de meilleures connaissances des enjeux.

Néanmoins, plusieurs points restent à améliorer :

1. Parler des questions intersexes

Extrêmement peu présentes dans les médias, il est pourtant important de parler du sujet de l'intersexuation pour représenter une réalité sociétale.

2. Améliorer les définitions

Une minorité de sujets médiatiques donne des définitions, et lorsque c'est le cas, elles restent inadéquates une fois sur trois, montrant une marge de progression encore importante.

3. Donner la voix aux personnes LGBTQ+ et/ou expertes

Dans plus de sept sujets médiatiques sur dix, elles ne sont pas représentées, alors que c'est un point important d'une production journalistique. Dans le contexte actuel, donner la parole aux personnes LGBTQ+ et/ou expertes permet une meilleure représentation de ces réalités.

« **Les titres, images et chapôs
sont majoritairement adéquats,
sauf sur les questions trans.** »

Pour accompagner les journalistes, décadréE et la Fédération genevoise des associations LGBTIQ+ mettent en place différents outils⁹. Ils sont basés sur la veille médiatique ainsi que sur des échanges et des co-constructions, pour être au plus proche des besoins des journalistes. Il existe un lexique, ainsi que des recommandations et des fiches thématiques, sur :

- les transidentités et non-binarités
- l'intersexuation
- les familles arc-en-ciel
- les orientations sexuelles et affectives bi et pan
- La santé des personnes LGBTIQ+
- les personnes LGBTIQ+ en situation de migration forcée
- la Pride/Marche des fiertés
- les besoins des jeunes LGBTIQ+ face aux médias

De plus, nous avons régulièrement proposé des focus d'analyse sur certaines thématiques, sous forme de décryptages, disponibles en ligne¹⁰.

- Comment parler d'une personne non-binaire ? Le cas de Nemo
- Transidentités et intersexuation : éviter la confusion
- Les jeunes trans* et non-binaires dans les médias
- Le traitement médiatique des pratiques dites « de conversion »
- La diffusion médiatique de la décision de la Cour suprême britannique sur le genre

9 Les outils sont disponibles sur notre site :

<https://decadree.com/recommandations/#1661496830532-5df88292-c153>

10 **Comment parler d'une personne non-binaire ? Le cas de Nemo** [publié en ligne le 14.05.2024].

<https://decadree.com/2024/05/14/le-cas-de-nemo/>

Transidentités et intersexuation : éviter la confusion [publié en ligne le 26.11.2024].

<https://decadree.com/2024/11/26/decryptage-transidentites-et-intersexuation-eviter-la-confusion/>

Les jeunes trans* et non-binaires dans les médias [publié en ligne le 11.10.2024].

<https://decadree.com/2024/10/11/les-jeunes-trans-et-non-binaires-dans-les-medias-decryptage/>

Le traitement médiatique des pratiques dites « de conversion » [publié en ligne le 26.06.2025].

<https://decadree.com/2025/06/26/decryptage-le-traitement-mediatique-des-therapies-dites-de-conversion/>

La diffusion médiatique de la décision de la Cour suprême britannique sur le genre [publié en ligne le 15.09.2025].

<https://decadree.com/2025/09/15/decryptage-la-diffusion-mediatique-de-la-decision-de-la-cour-supreme-britannique-sur-le-genre/>

32. Annexes

Analyse par médias

Nous présentons enfin les données spécifiques des médias analysés, dont certaines sont comparées aux données du précédent rapport.

Le Courrier

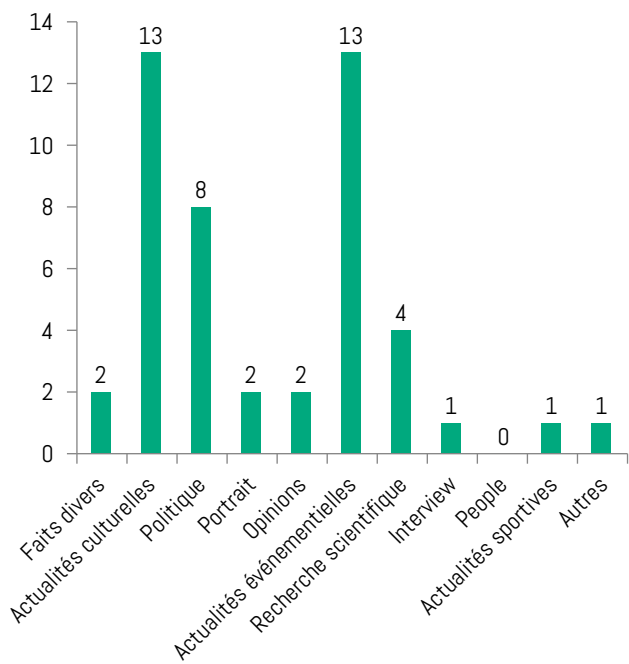
Tableau 4
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	47	0,32	6 (12,8%)	40 (85,1%)	1 (2,1%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	122	0,13	3 (2,5%)	81 (66,4%)	37 (30,3%)	0

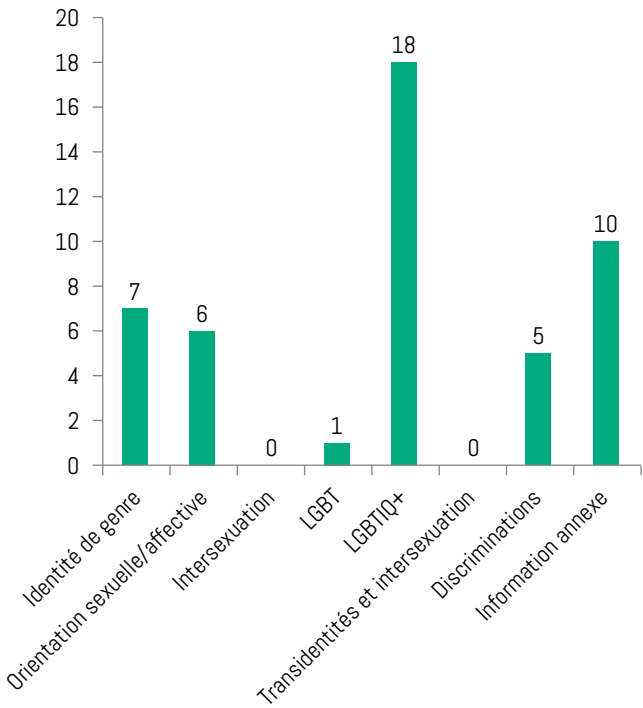
Le traitement médiatique s’est amélioré, les articles sont pratiquement uniquement dans les catégories 1 et 2. Nous recommandons de parler des questions intersexes et d’interroger les personnes LGBTIQ+.

Graphiques 14
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



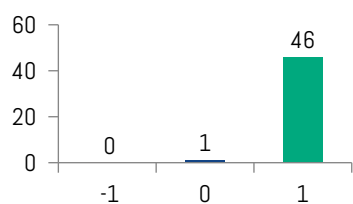
Thématiques générales



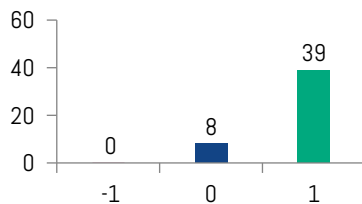
Graphiques 15

Analyse en fonction des critères

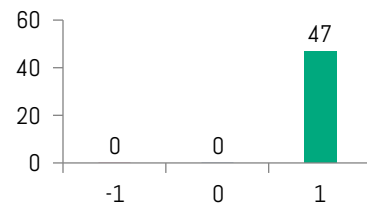
Titre



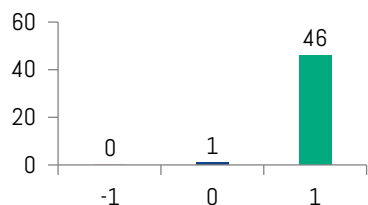
Image



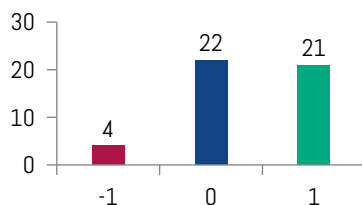
Chapô



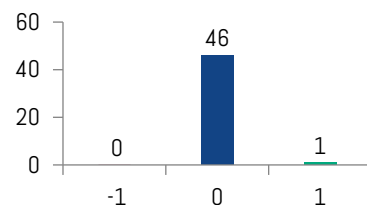
Termes



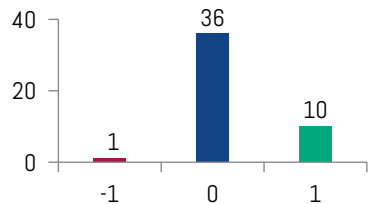
Nominalisation



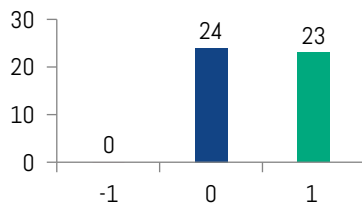
Définitions



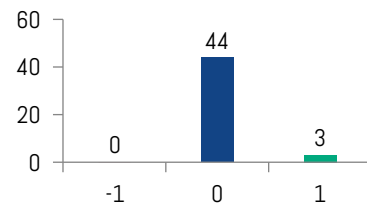
Voyeurisme



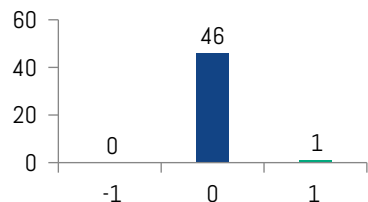
Infos juridiques



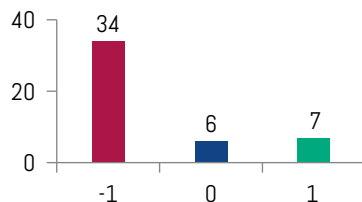
Positionnement et angle



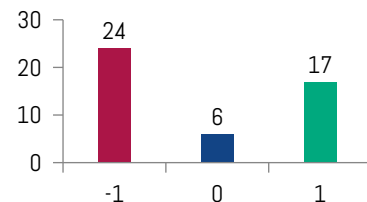
Stéréotypes



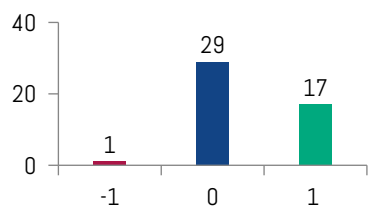
Personnes concernées



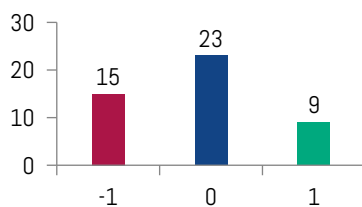
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

La Tribune de Genève

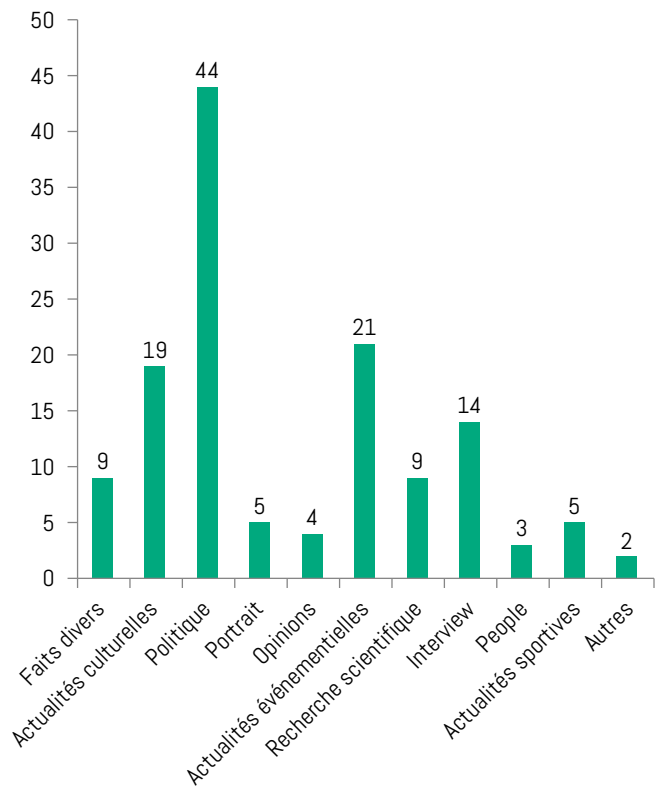
Tableau 5
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	135 (134 articles et 1 vidéo)	0,24	6 (4,4%)	115 (85,2%)	14 (10,4%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	327	0,05	4 (1,2%)	148 (45,3%)	171 (52,3%)	13 (4%)

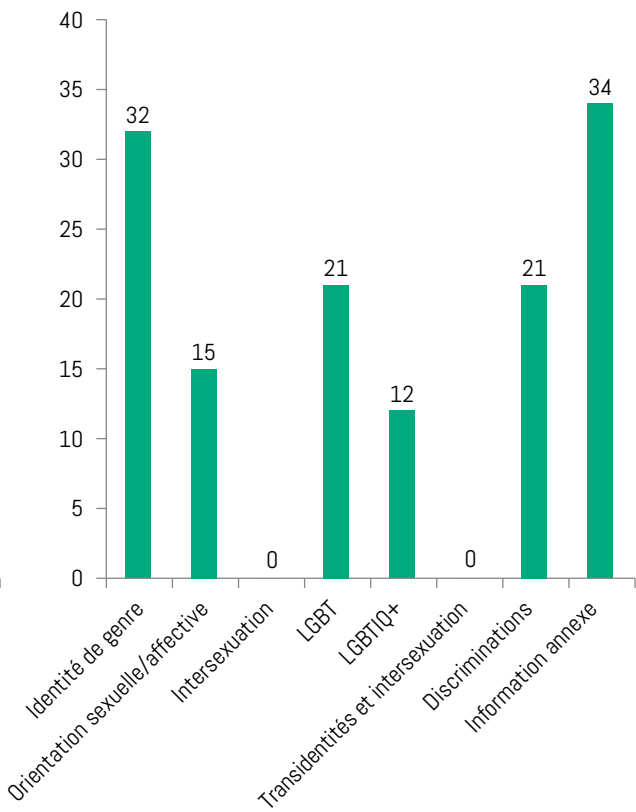
Une amélioration est notable avec une diminution des articles en catégorie 3. Il est important de faire attention à la nominalisation des termes et aux définitions proposées, ainsi que de donner la parole aux personnes LGBTIQ+ et/ou expertes.

Graphiques 16
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



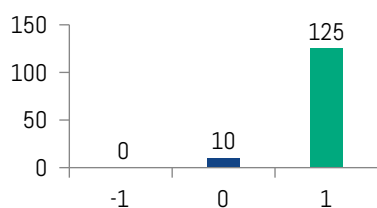
Thématiques générales



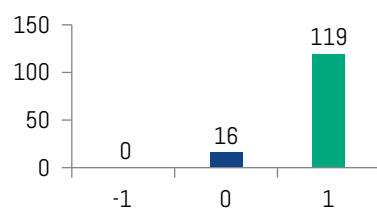
Graphiques 17

Analyse en fonction des critères

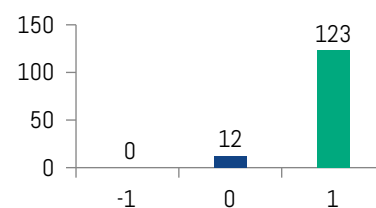
Titre



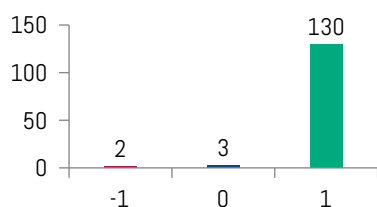
Image



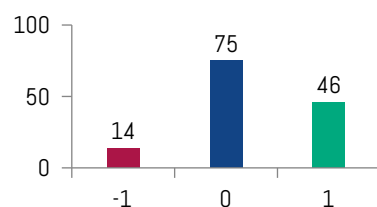
Chapô



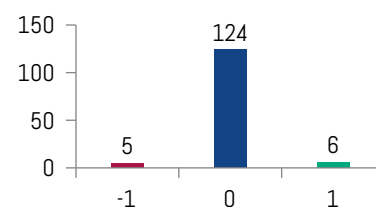
Termes



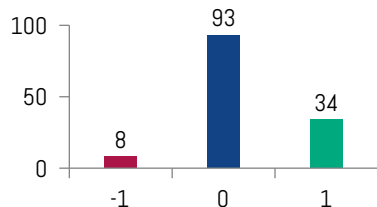
Nominalisation



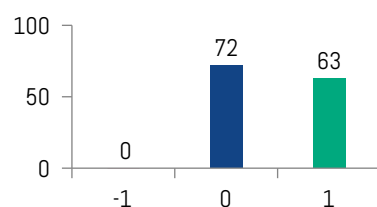
Définitions



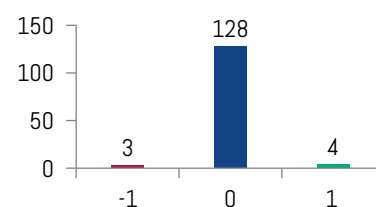
Voyeurisme



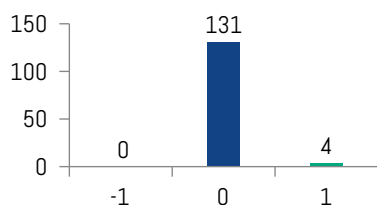
Infos juridiques



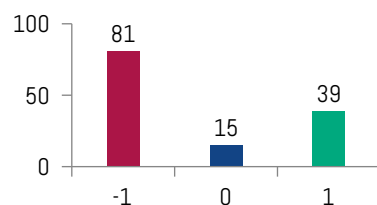
Positionnement et angle



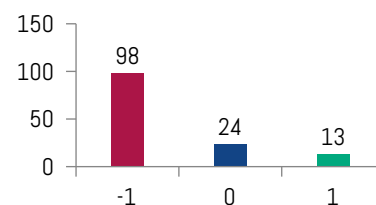
Stéréotypes



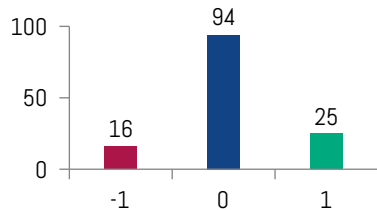
Personnes concernées



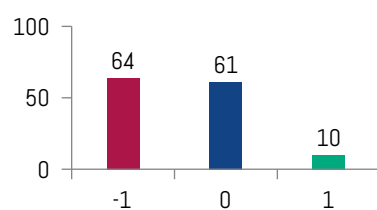
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Le Temps

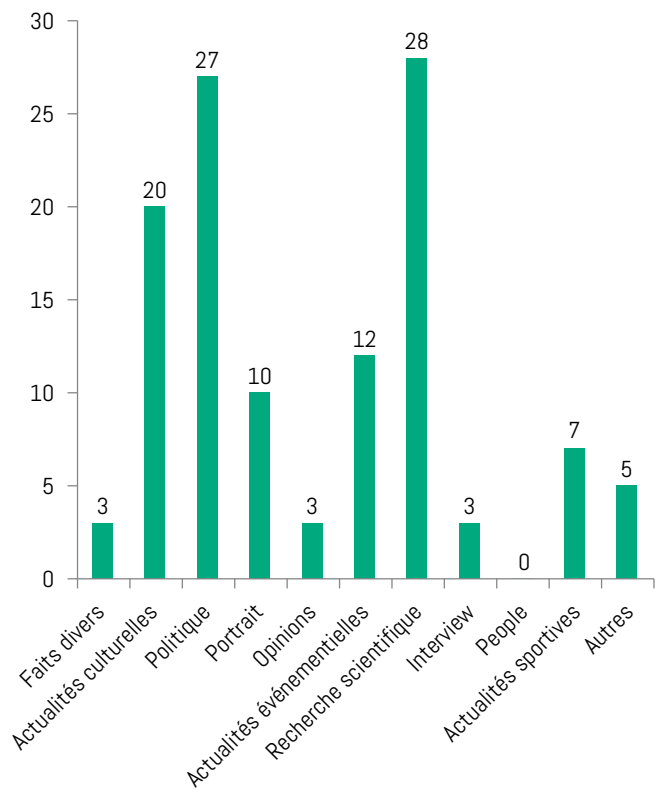
Tableau 6
Analyse du traitement médiatique LGBTQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	118 (116 articles et 2 vidéos)	0,24	7 (5,9%)	101 (85,6%)	10 (8,5%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	279	0,07	2 (0,7%)	154 (55,2%)	122 (43,7%)	11 (3,9%)

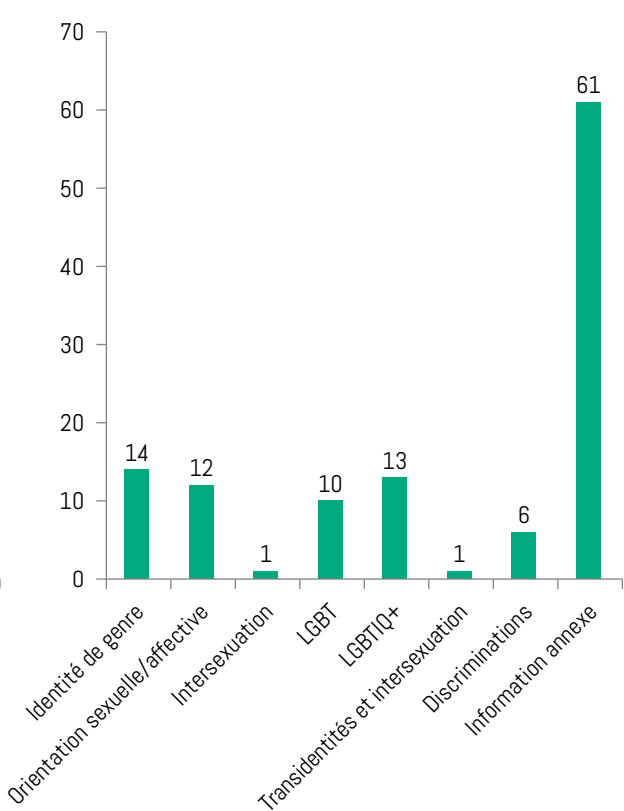
La moyenne s’est améliorée et nous notons que lorsque des définitions sont données, elles sont correctes. En effet, dans les versions en ligne, Le Temps a ajouté des définitions pour les mots de l’acronyme LGBTQ+ ce qui permet une meilleure compréhension pour le lectorat. Nous recommandons de donner la parole à des personnes LGBTQ+ et/ou expertes ainsi que de faire attention au voyeurisme.

Graphiques 18
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



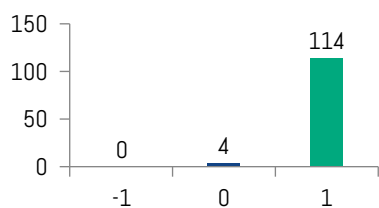
Thématiques générales



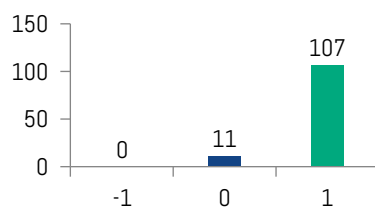
Graphiques 19

Analyse en fonction des critères

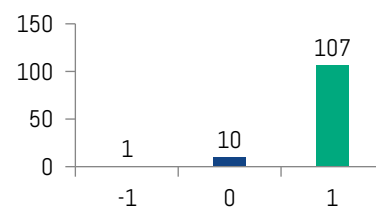
Titre



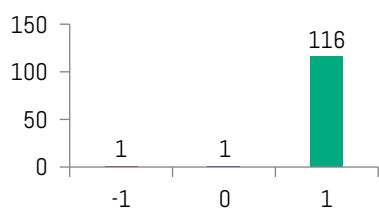
Image



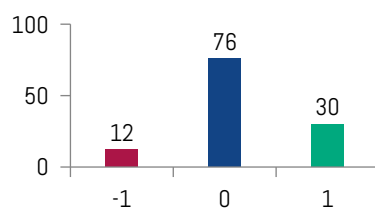
Chapô



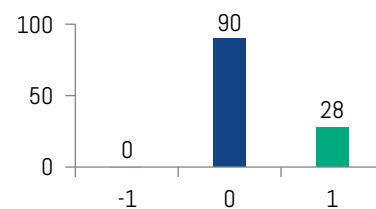
Termes



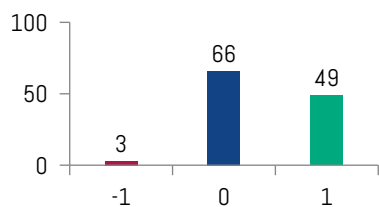
Nominalisation



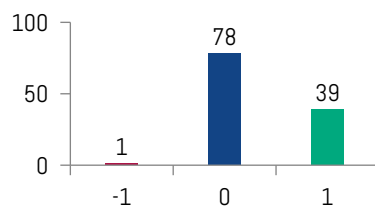
Définitions



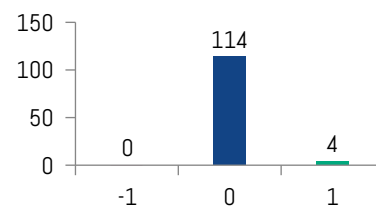
Voyeurisme



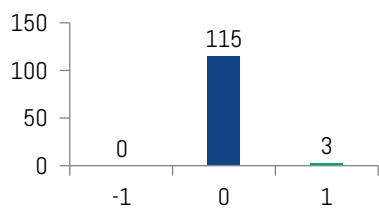
Infos juridiques



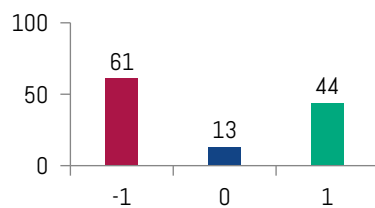
Positionnement et angle



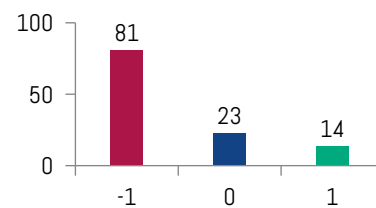
Stéréotypes



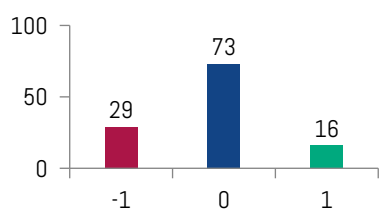
Personnes concernées



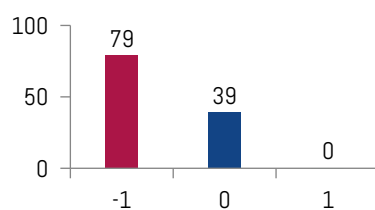
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

RTS

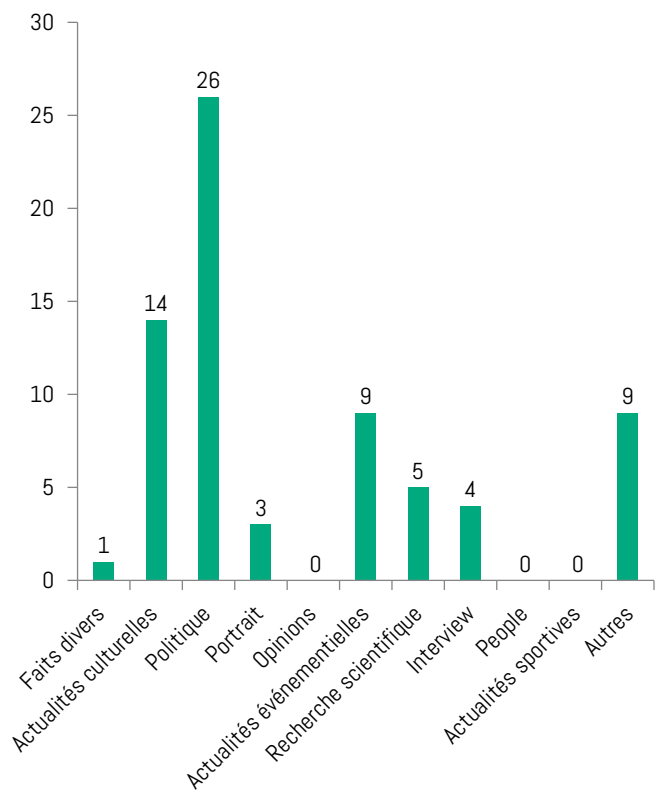
Tableau 7
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	71 (59 articles, 2 sujets TV, 10 radio)	0,29	11 (15,5%)	55 (77,5%)	5 (7%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	211 (172 articles, 12 TV, 26 radio)	0,13	9 (4,3%)	137 (30,8%)	65 (52,3%)	0

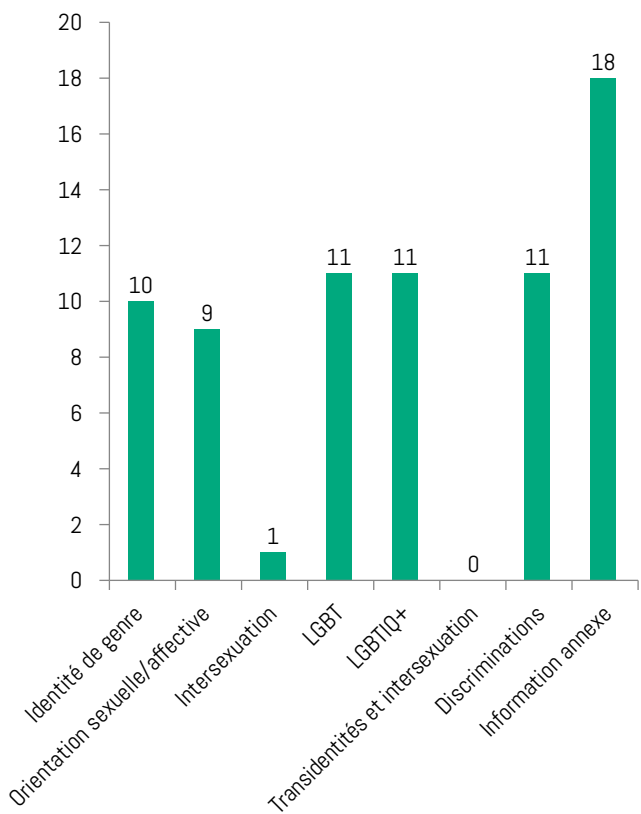
Les sujets de la RTS se sont améliorés. Les formats comme les sujets radio et TV ont particulièrement une bonne moyenne. Nous recommandons de faire attention aux définitions, qui sont inadéquates une fois sur deux lorsqu'elles sont données.

Graphiques 20
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



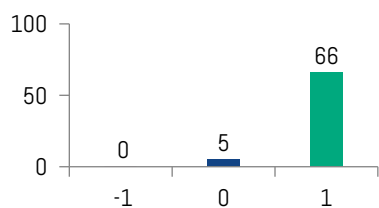
Thématiques générales



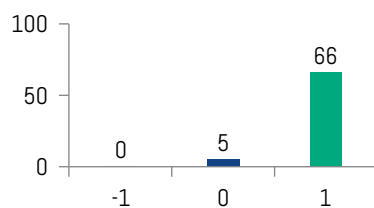
Graphiques 21

Analyse en fonction des critères

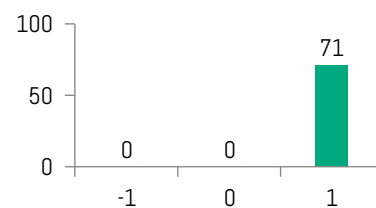
Titre



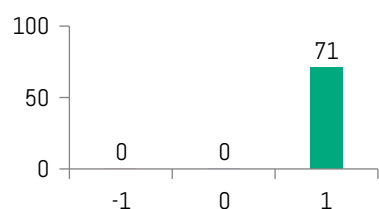
Image



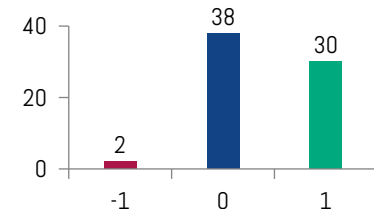
Chapô



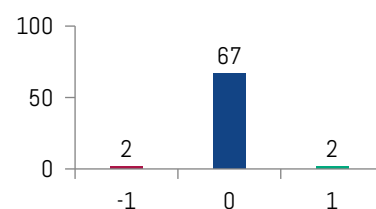
Termes



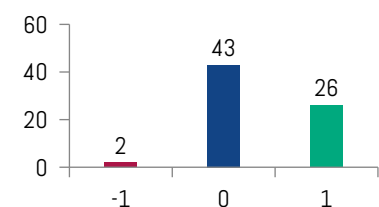
Nominalisation



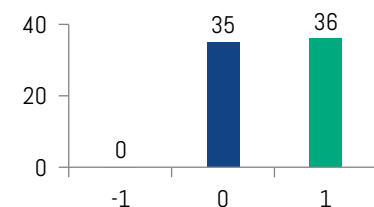
Définitions



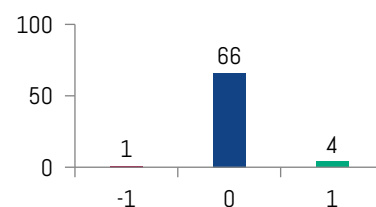
Voyeurisme



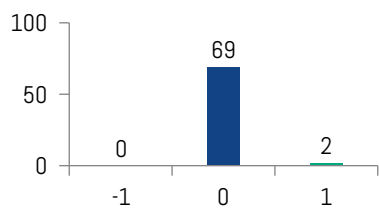
Infos juridiques



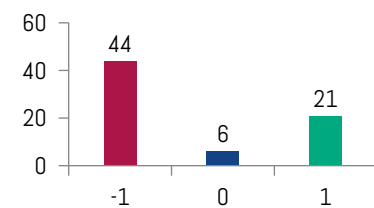
Positionnement et angle



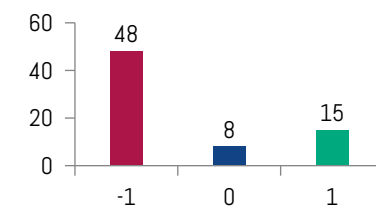
Stéréotypes



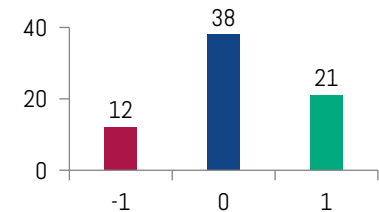
Personnes concernées



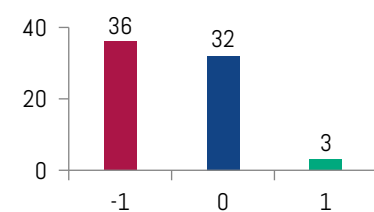
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

24 Heures

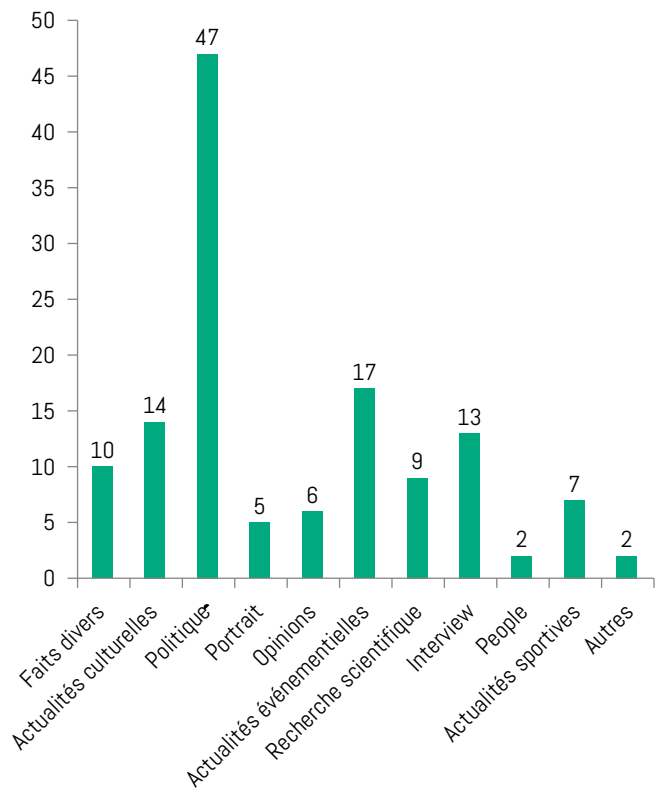
Tableau 8
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	132 (131 articles et 1 vidéo)	0,21	4 (3%)	110 (83,3%)	18 (13,6%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	322	0,06	6 (1,9%)	159 (49,4%)	153 (47,5%)	4 (1,2%)

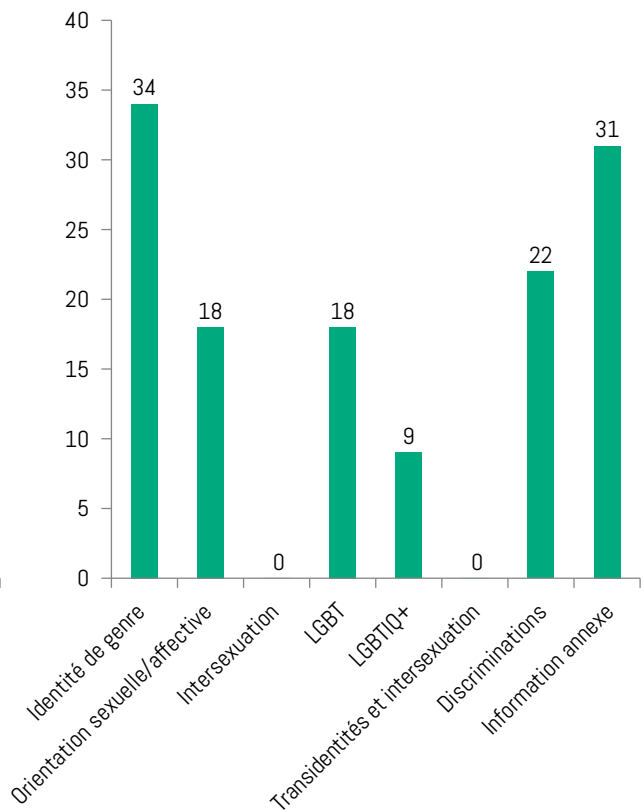
Une amélioration de la moyenne est à noter et plus aucun sujet médiatique ne se trouve en catégorie 4. Nous recommandons de continuer sur cette lancée et de faire attention aux définitions inadéquates presque une fois sur deux lorsqu'elles sont données. Il est également important d'interroger des personnes LGBTIQ+.

Graphiques 22
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



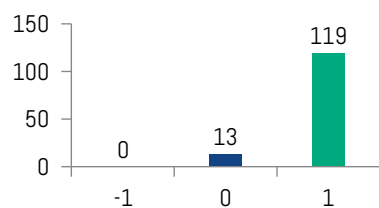
Thématiques générales



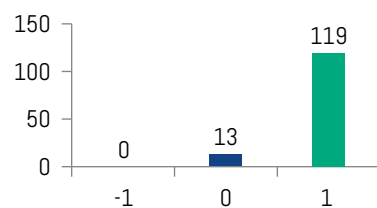
Graphiques 23

Analyse en fonction des critères

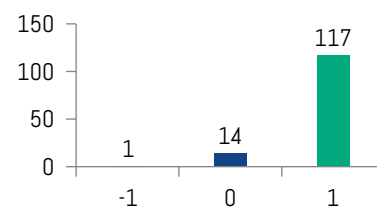
Titre



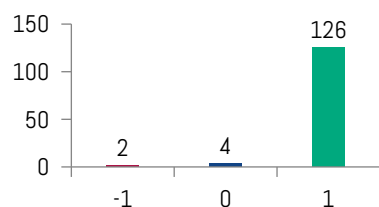
Image



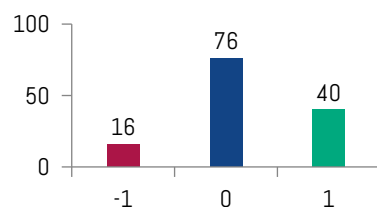
Chapô



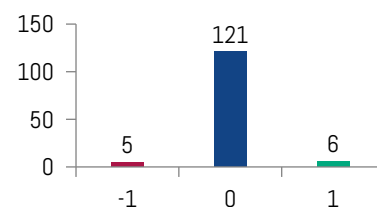
Termes



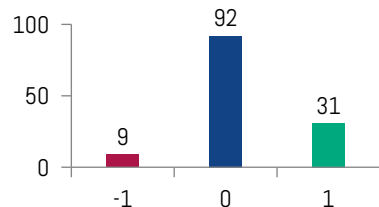
Nominalisation



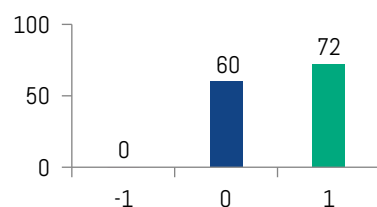
Définitions



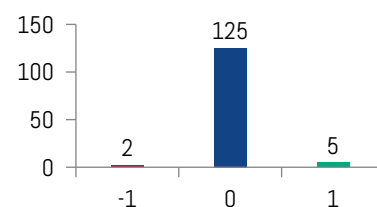
Voyeurisme



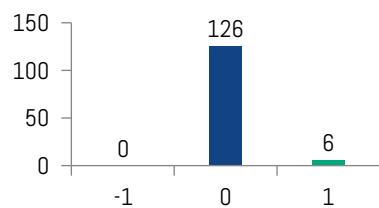
Infos juridiques



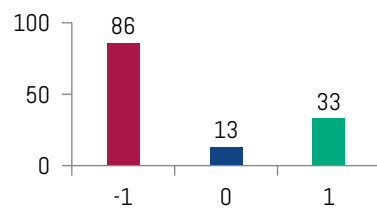
Positionnement et angle



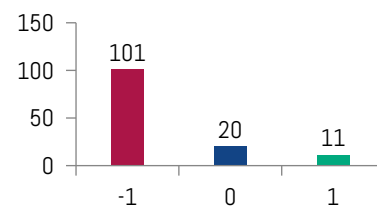
Stéréotypes



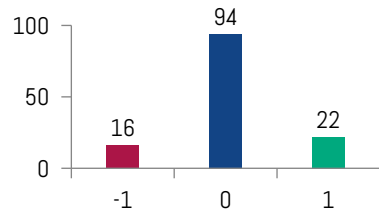
Personnes concernées



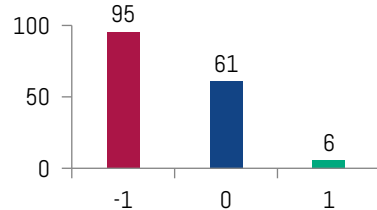
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Le Nouvelliste

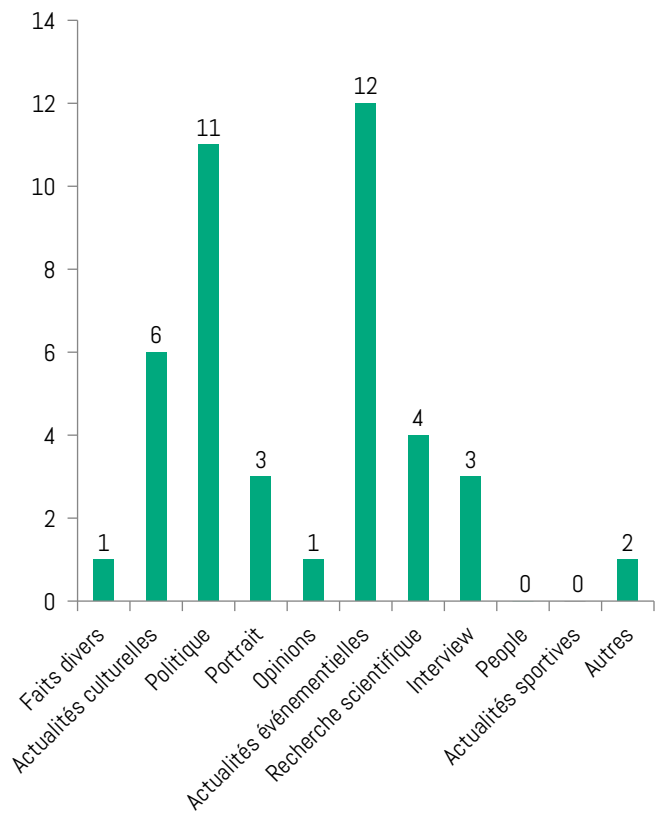
Tableau 9
Analyse du traitement médiatique LGBTQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	42 (41 articles et 1 vidéo)	0,19	3 (7,1%)	32 (76,2%)	7 (16,7%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	110	0	4 (3,6%)	38 (34,5%)	64 (58,2%)	4 (3,6%)

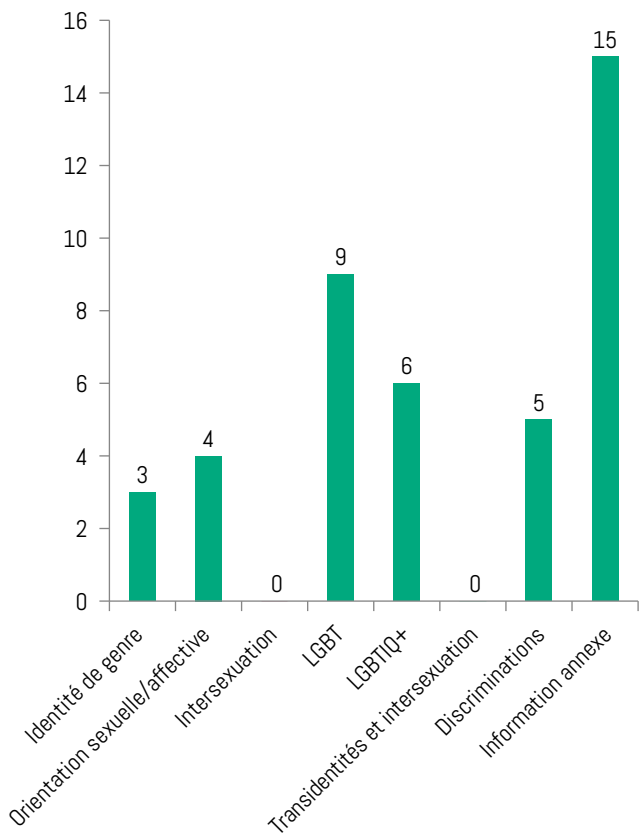
Une amélioration est à noter avec une majorité des articles en catégorie 2. Nous recommandons de faire attention à la nominalisation et de plus donner la parole à des personnes LGBTQ+ et/ou expertes pour permettre de questionner des idées reçues.

Graphiques 24
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



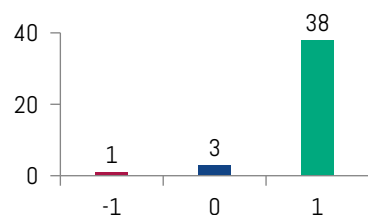
Thématiques générales



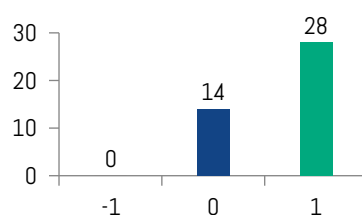
Graphiques 25

Analyse en fonction des critères

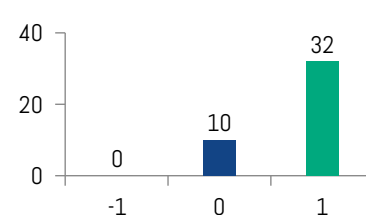
Titre



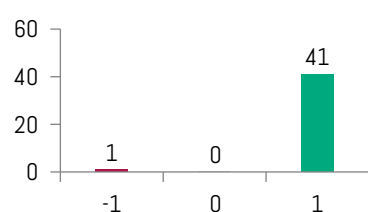
Image



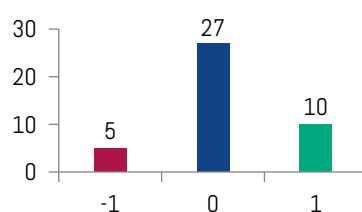
Chapô



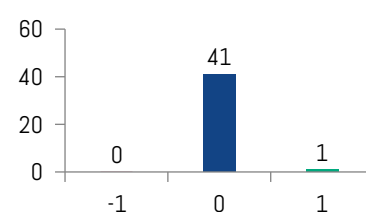
Termes



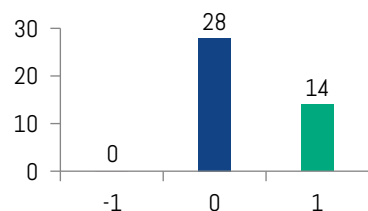
Nominalisation



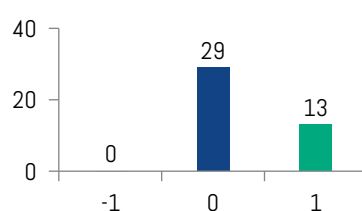
Définitions



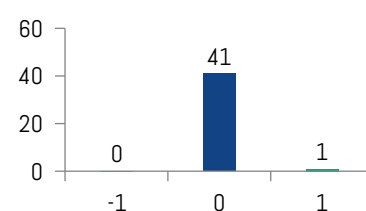
Voyeurisme



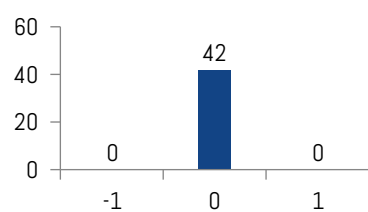
Infos juridiques



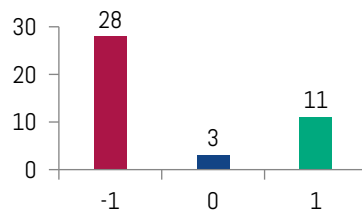
Positionnement et angle



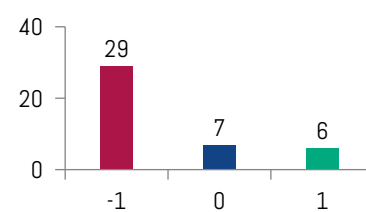
Stéréotypes



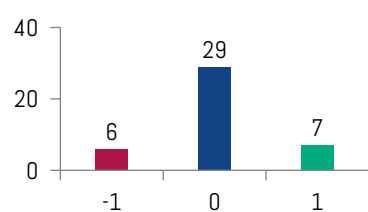
Personnes concernées



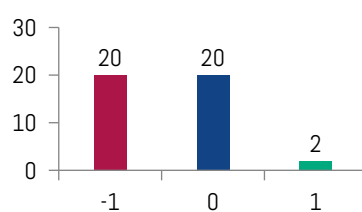
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Léman Bleu

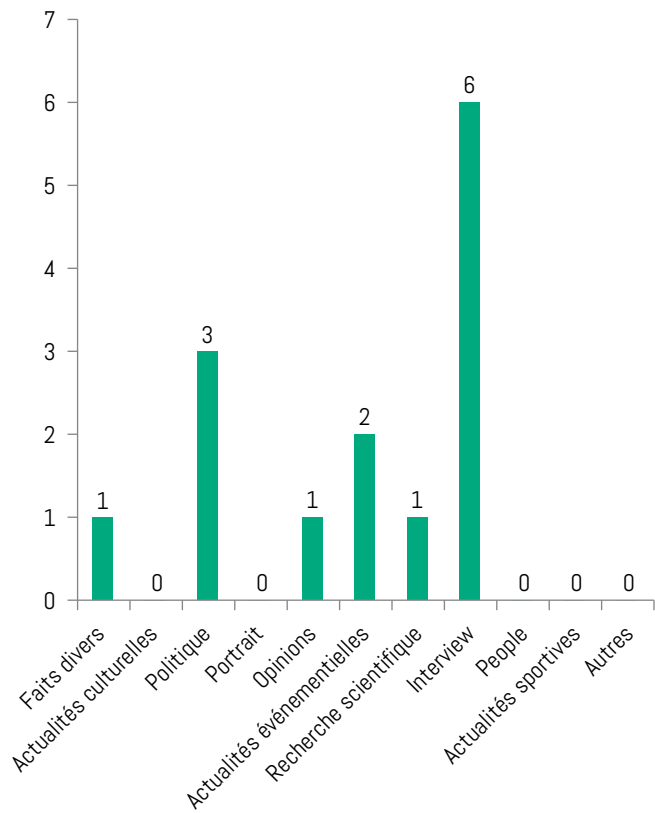
Tableau 10
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	15 (10 articles et 5 vidéos)	0,23	0	14 (93,3%)	1 (6,7%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	29 (18 articles et 11 sujets TV)	0,11	1 (3,4%)	20 (69%)	8 (27,6%)	0

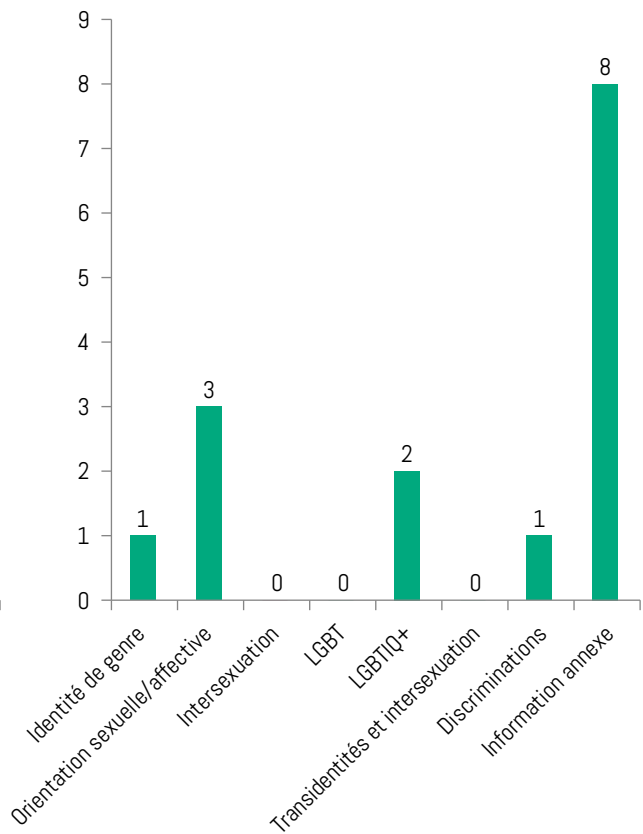
L'échantillon est assez petit, mais nous notons qu'il n'y a toujours aucun sujet en catégorie 4, par contre il n'y en a plus en catégorie 1. Nous recommandons de faire attention à la nominalisation et à donner la parole à des personnes LGBTIQ+ et/ou expertes.

Graphiques 26
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



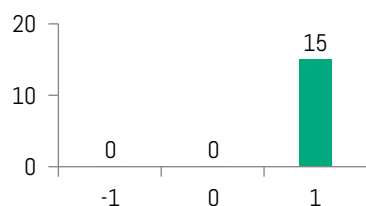
Thématiques générales



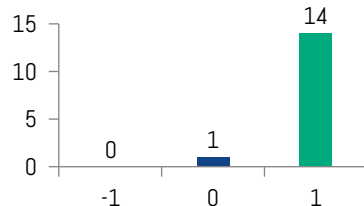
Graphiques 27

Analyse en fonction des critères

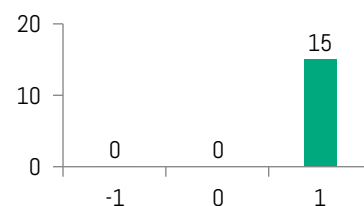
Titre



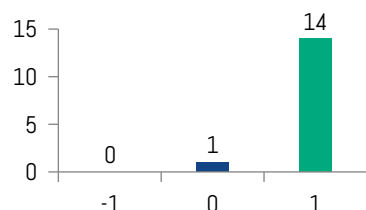
Image



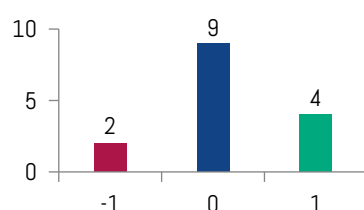
Chapô



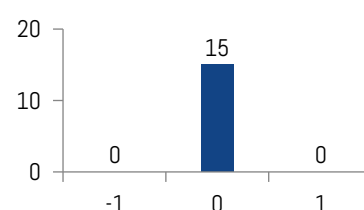
Termes



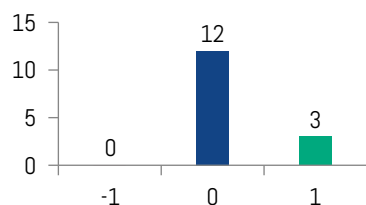
Nominalisation



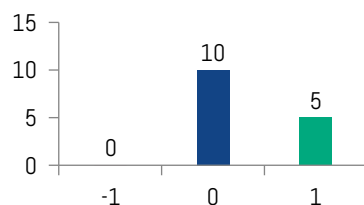
Définitions



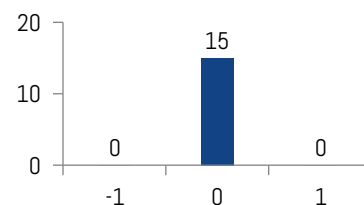
Voyeurisme



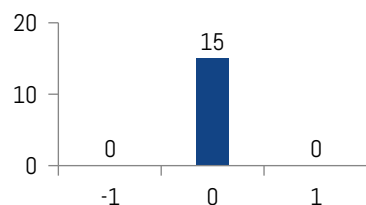
Infos juridiques



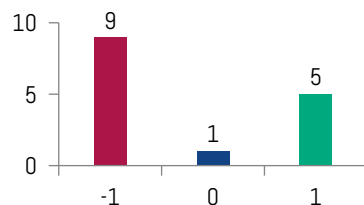
Positionnement et angle



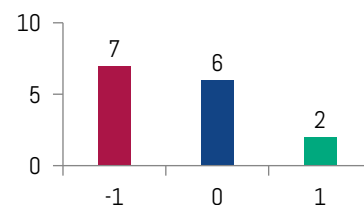
Stéréotypes



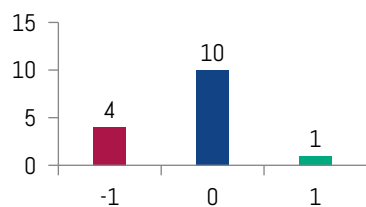
Personnes concernées



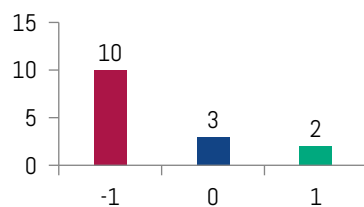
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

20 minutes

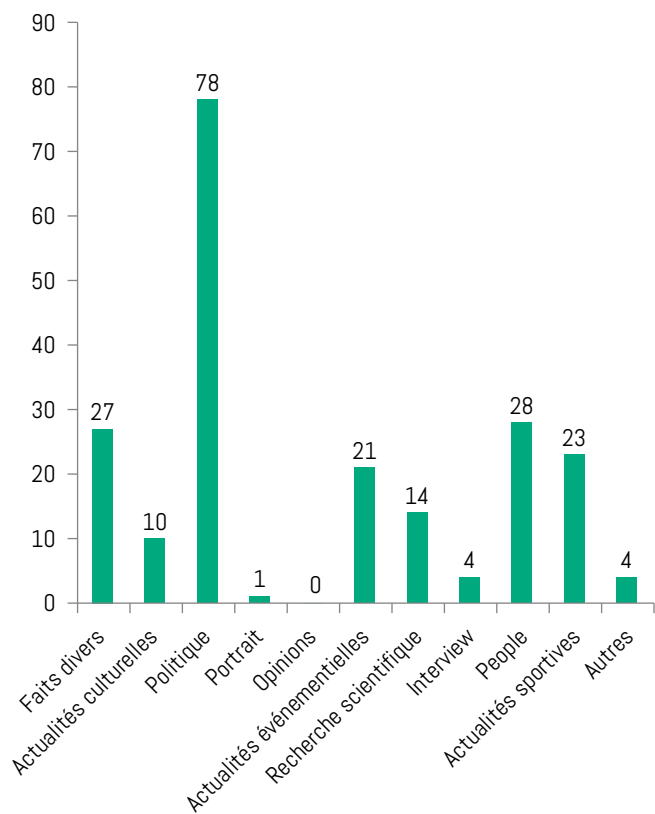
Tableau 11
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	210 (209 articles et 1 vidéo)	0,22	5 (2,4%)	189 (90%)	16 (7,6%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	449	0,06	1 (0,2%)	244 (54,3%)	204 (45,4%)	0

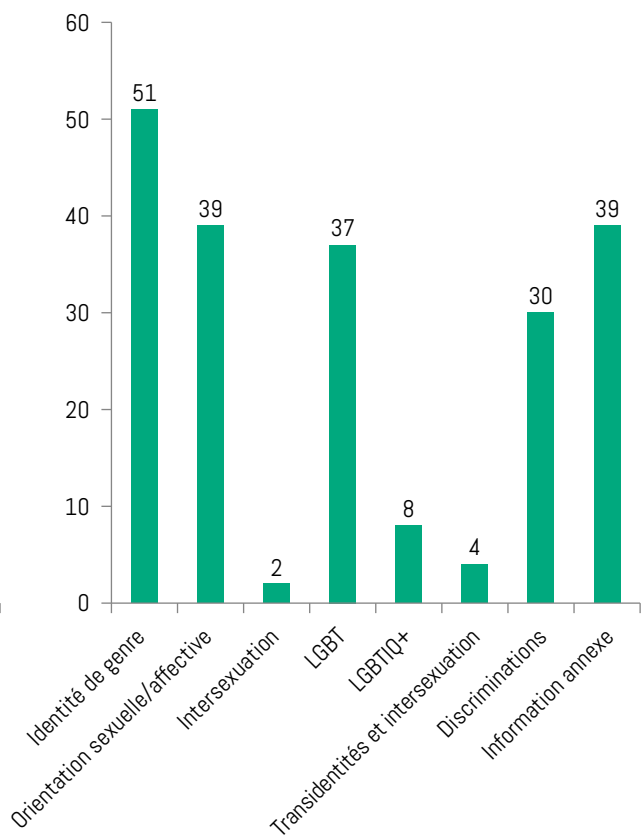
La proportion d’articles en catégorie 3 a bien diminué. Des ressources d’aides sont incluses sous certains articles en ligne, ce qui est une démarche importante de sensibilisation, il serait intéressant de les rendre visibles dans le texte avec la mise en avant de personnes expertes. Nous recommandons aussi de faire attention aux définitions qui peuvent être inadéquates lorsqu’elles sont données.

Graphiques 28
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet

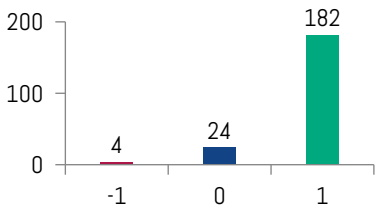


Thématiques générales

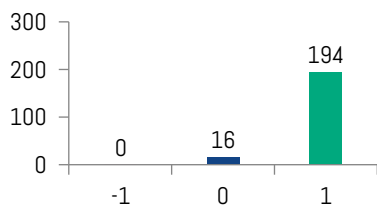


Graphiques 29
Analyse en fonction des critères

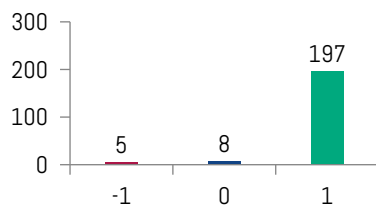
Titre



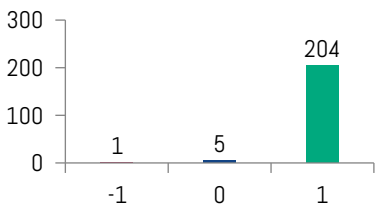
Image



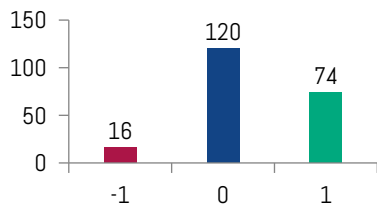
Chapô



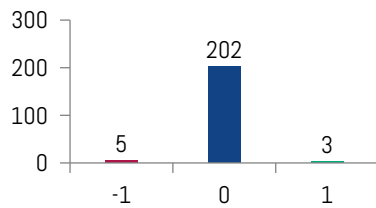
Termes



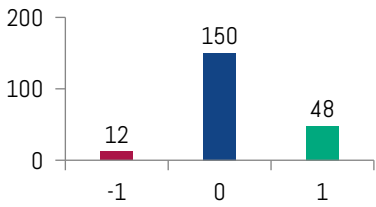
Nominalisation



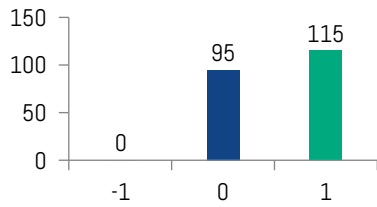
Définitions



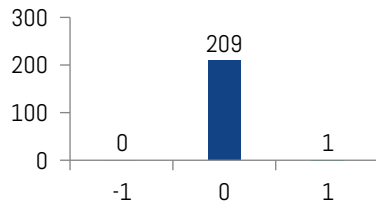
Voyeurisme



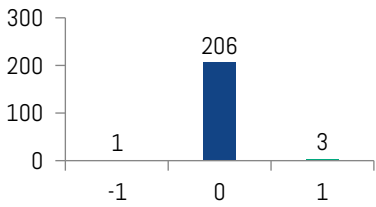
Infos juridiques



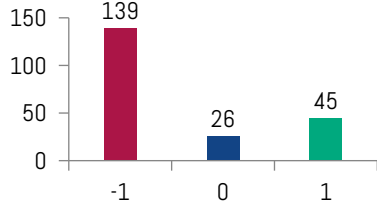
Positionnement et angle



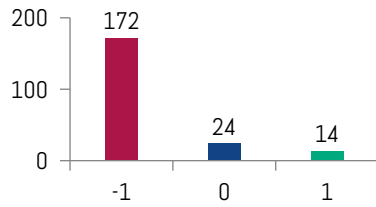
Stéréotypes



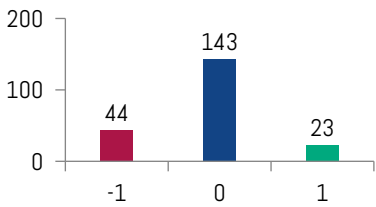
Personnes concernées



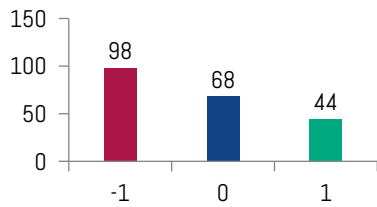
Avis expert



Statistiques
et aspect sociétal



Ressources



- 1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

La Télé

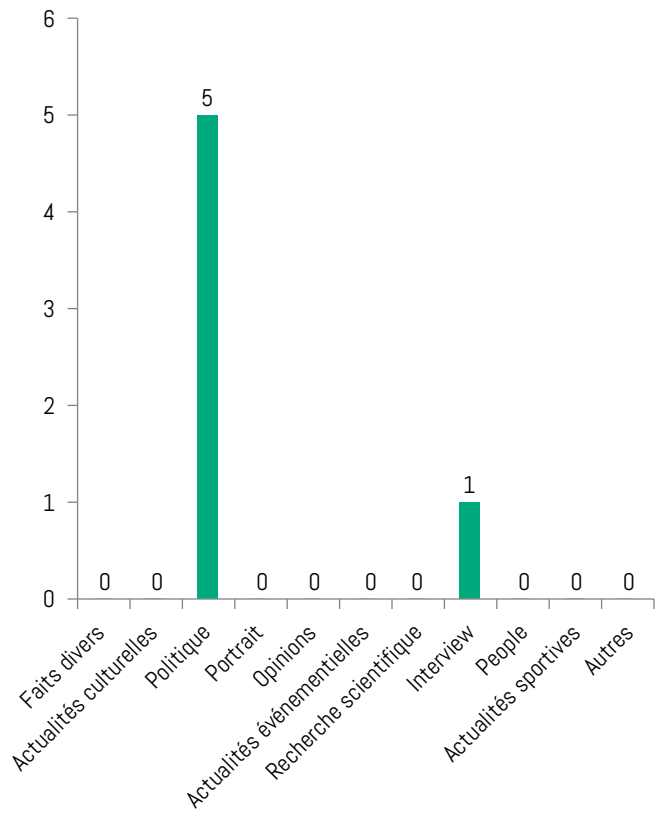
Tableau 12
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	6 sujets TV	0,18	0	6 (100%)	0	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	15 sujets TV	0,19	0	12 (80%)	3 (29%)	0

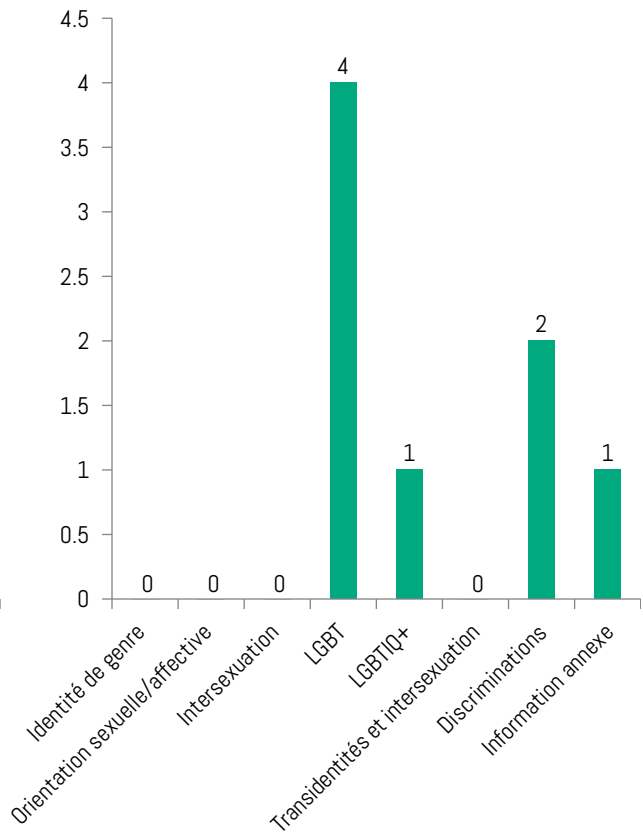
L'échantillon analysé est très petit, il n'est pas possible d'en tirer des conclusions significatives, mais il n'y a plus de sujets en catégorie 3. Nous recommandons de faire attention au voyeurisme et aux stéréotypes qui peuvent être présents et de donner la parole aux personnes LGBTIQ+.

Graphiques 30
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



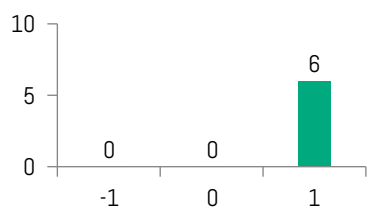
Thématiques générales



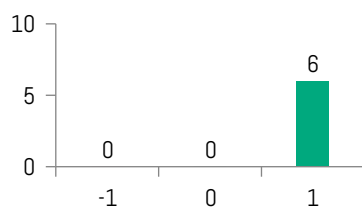
Graphiques 31

Analyse en fonction des critères

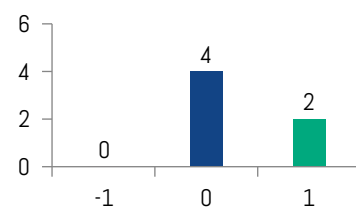
Titre



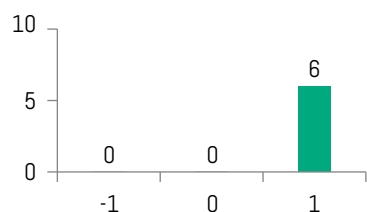
Image



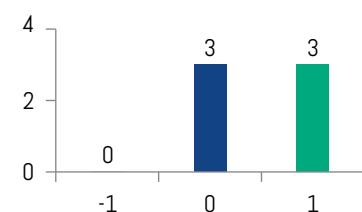
Chapô



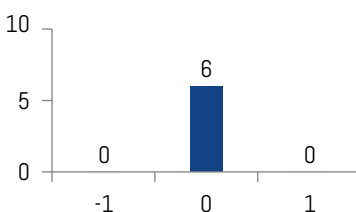
Termes



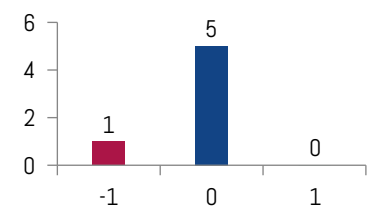
Nominalisation



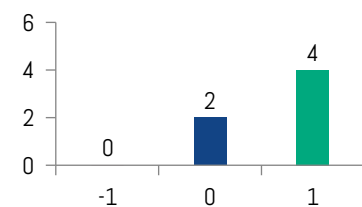
Définitions



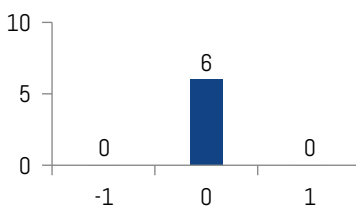
Voyeurisme



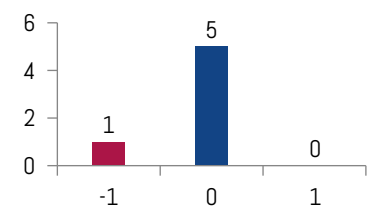
Infos juridiques



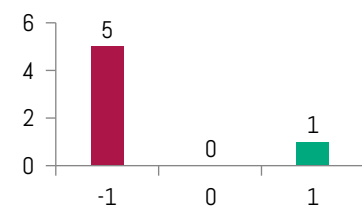
Positionnement et angle



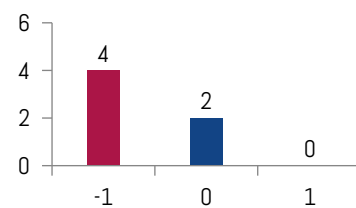
Stéréotypes



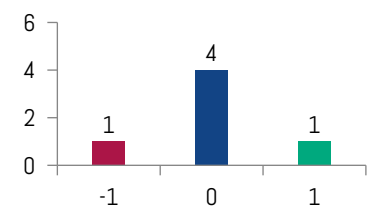
Personnes concernées



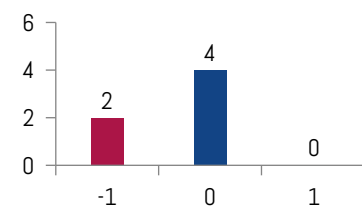
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

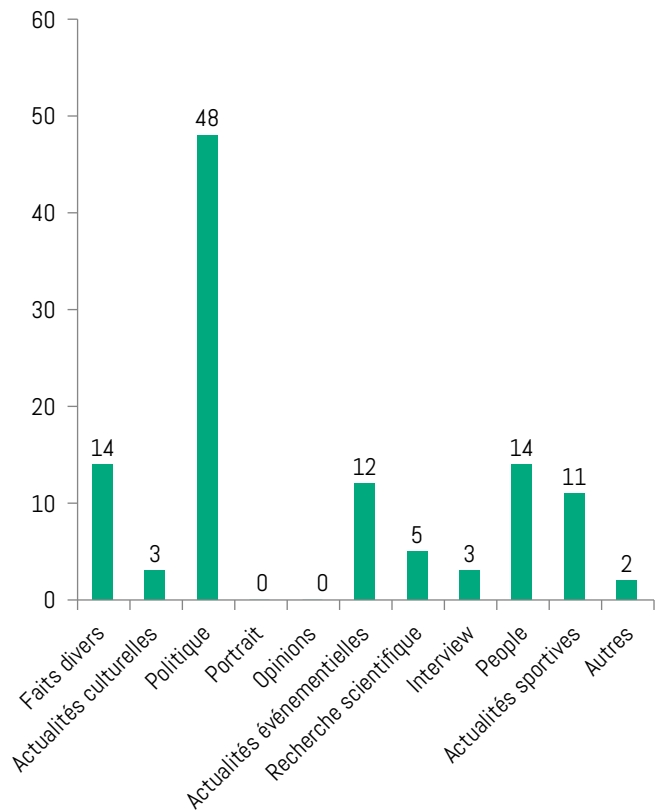
Tableau 13
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	112	0,19	1 (0,9%)	100 (89,3%)	11 (9,8%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	302	0,06	1 (0,3%)	165 (54,6%)	136 (45%)	0

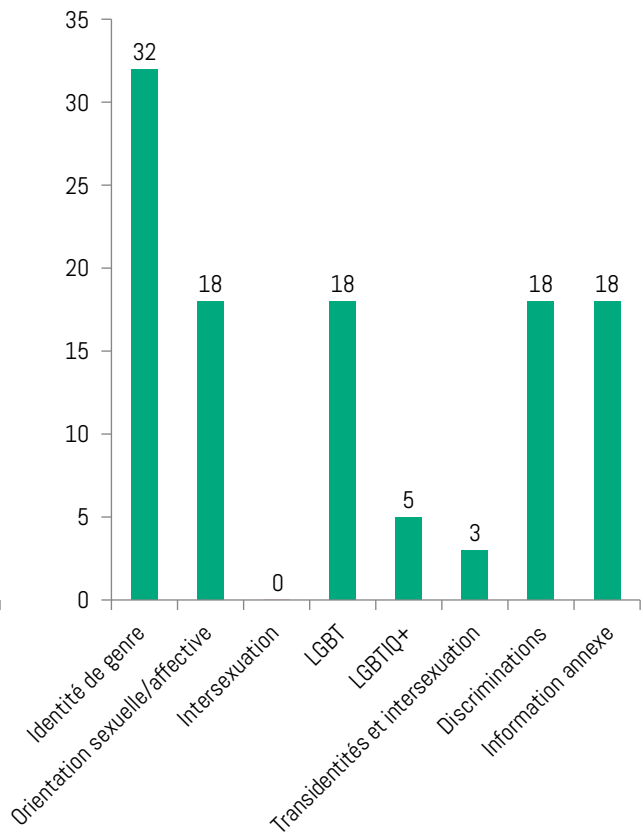
La moyenne s’est améliorée et les articles en catégorie 3 ont diminué. Nous recommandons de faire attention au voyeurisme et de donner la parole à des personnes LGBTIQ+ et/ou expertes de ces questions.

Graphiques 32
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



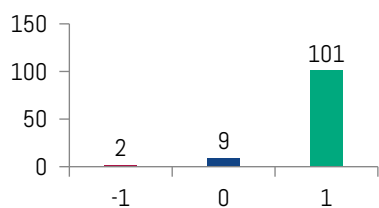
Thématiques générales



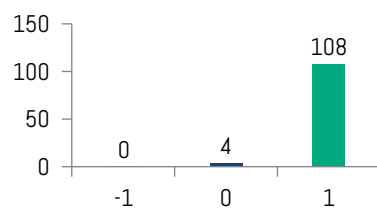
Graphiques 33

Analyse en fonction des critères

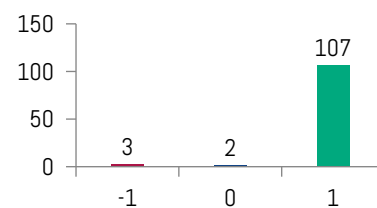
Titre



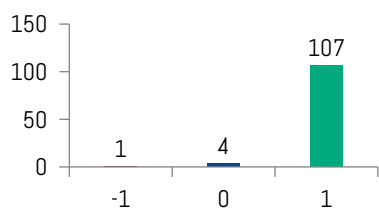
Image



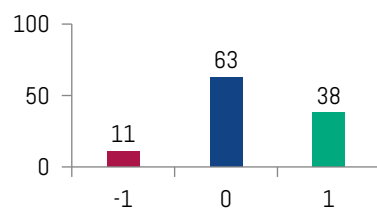
Chapô



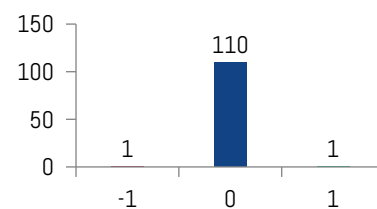
Termes



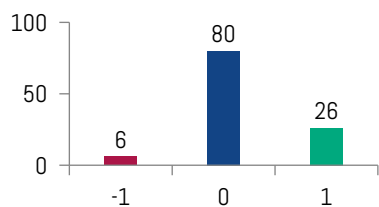
Nominalisation



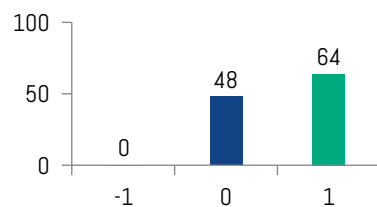
Définitions



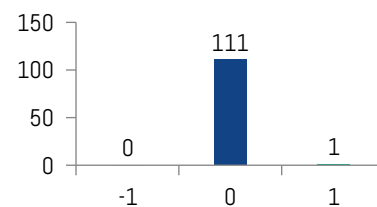
Voyeurisme



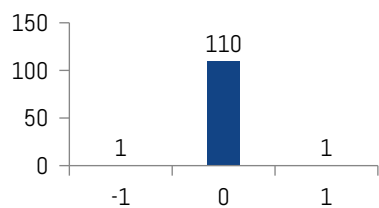
Infos juridiques



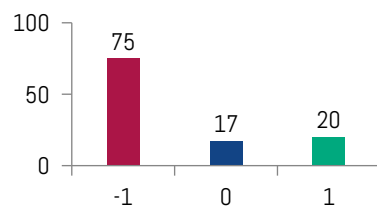
Positionnement et angle



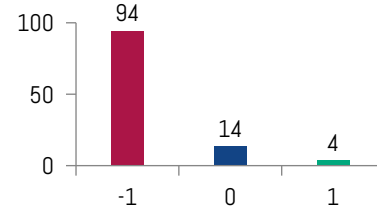
Stéréotypes



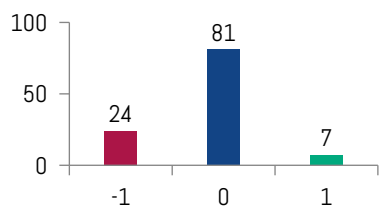
Personnes concernées



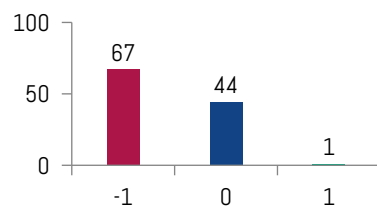
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Canal 9

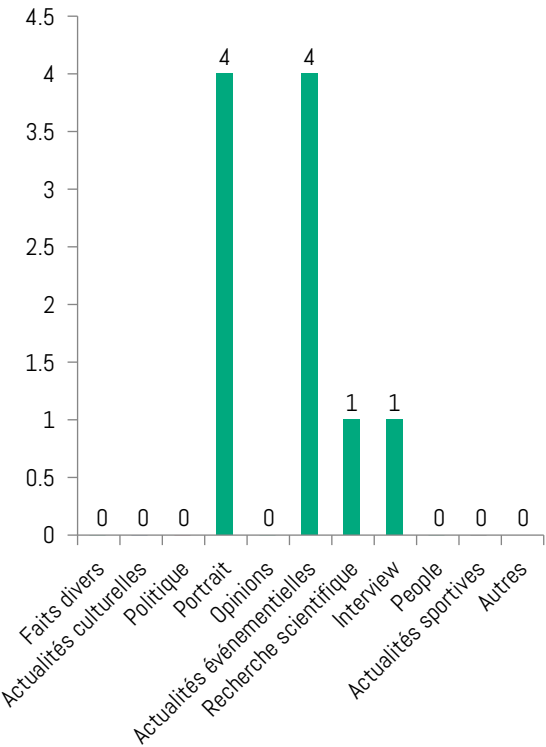
Tableau 14
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	10 sujets TV	0,45	3 (30%)	7 (70%)	0	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	12 sujets TV	0,26	1 (8,3%)	11 (91,7%)	0	0

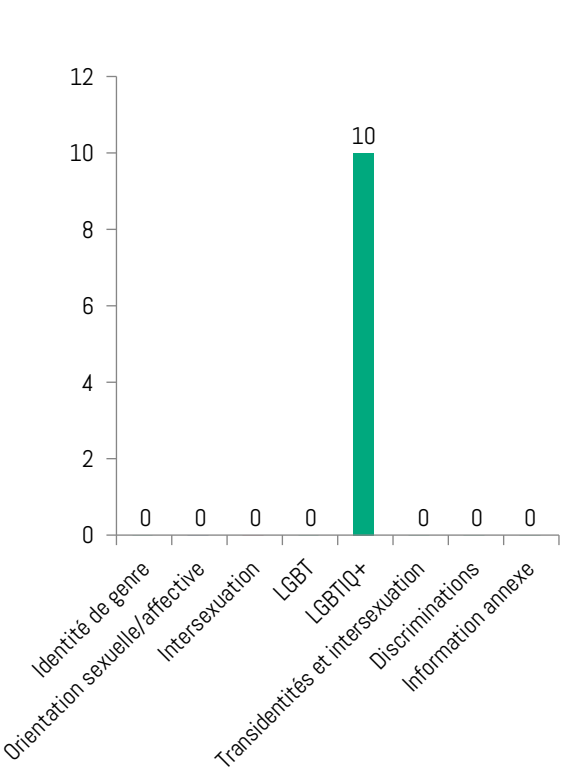
L'échantillon est petit, les résultats doivent être appréhendés avec prudence. La moyenne est bonne et en augmentation, d'ailleurs seuls trois critères ont des points négatifs. Nous recommandons ainsi de donner plus la parole aux personnes LGBTIQ+ et/ou expertes et de faire des sujets plus précis, et non génériques, sur les thématiques LGBTIQ+.

Graphiques 34
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



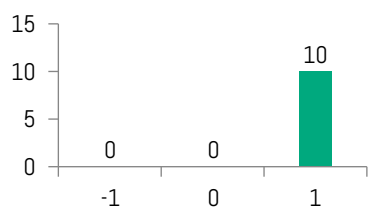
Thématiques générales



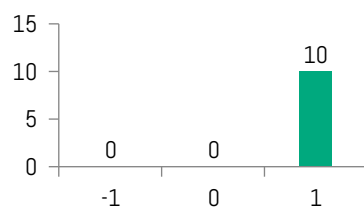
Graphiques 35

Analyse en fonction des critères

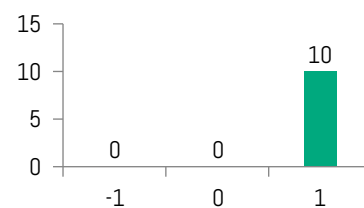
Titre



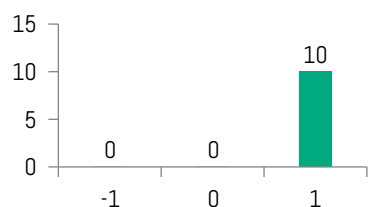
Image



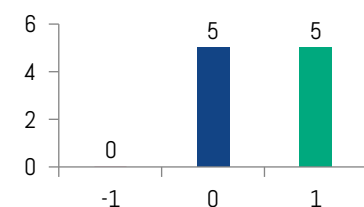
Chapô



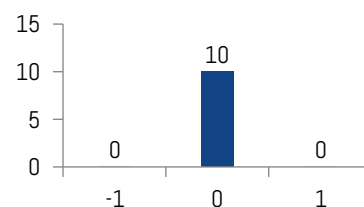
Termes



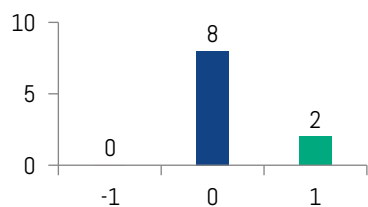
Nominalisation



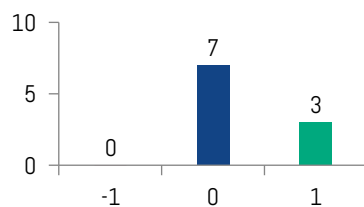
Définitions



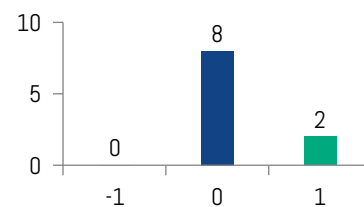
Voyeurisme



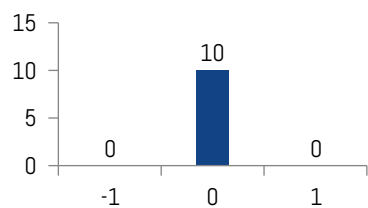
Infos juridiques



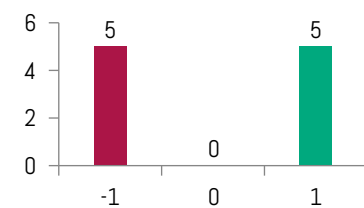
Positionnement et angle



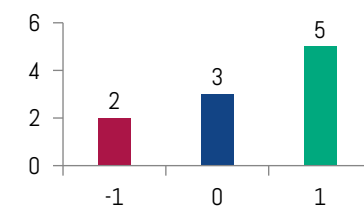
Stéréotypes



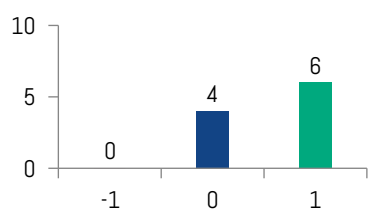
Personnes concernées



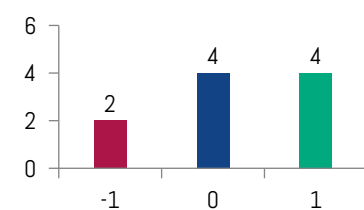
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

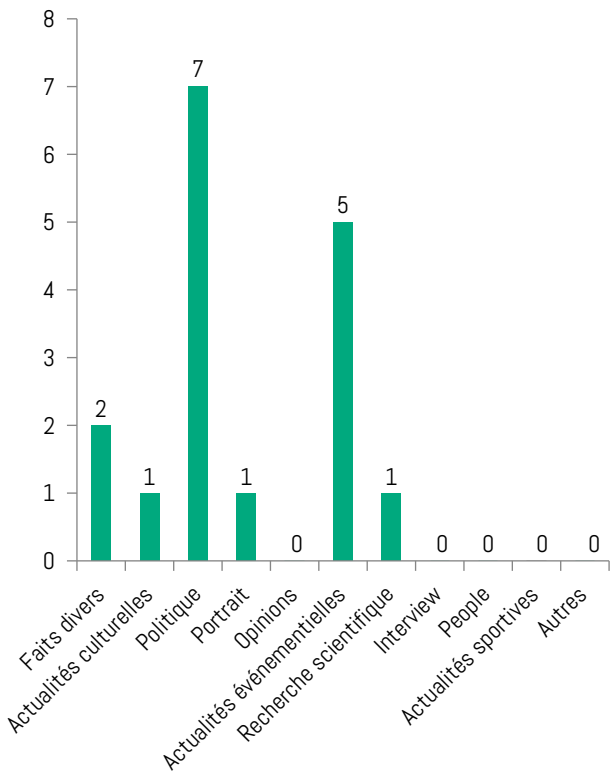
Tableau 15
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	17	0,18	0	15 (88,2%)	2 (11,8%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	31	0,14	1 (3,2%)	20 (64,5%)	10 (32,3%)	0

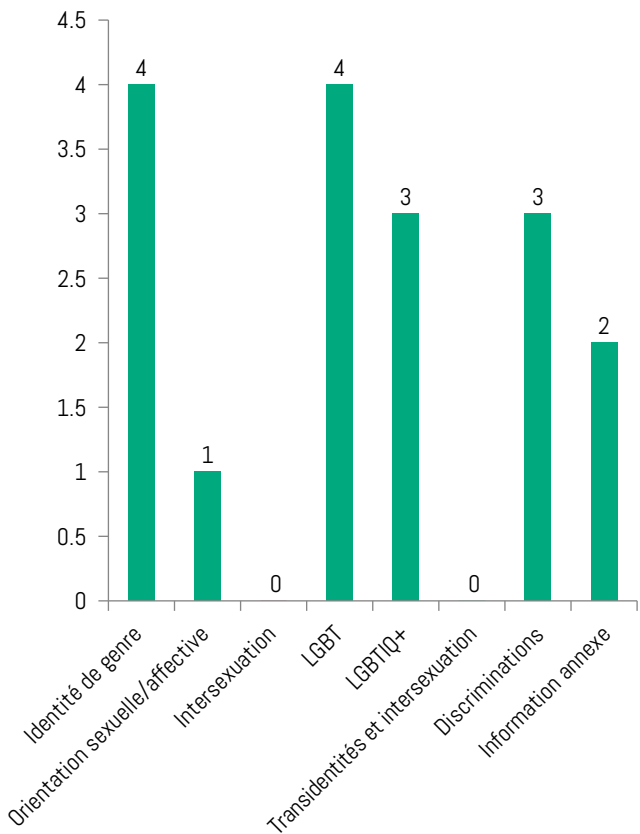
À nouveau, l'échantillon de ce média est plutôt petit, mais il y a une diminution des articles en catégorie 3. Nous recommandons de faire attention aux définitions comme la seule donnée est inadéquate et de mettre l'accent sur les discours des personnes LGBTIQ+ et/ou expertes.

Graphiques 36
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



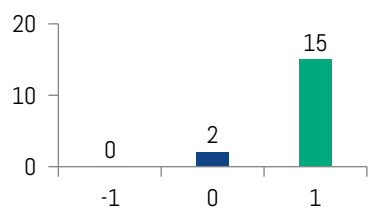
Thématiques générales



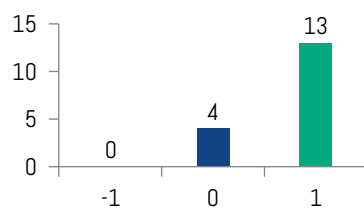
Graphiques 37

Analyse en fonction des critères

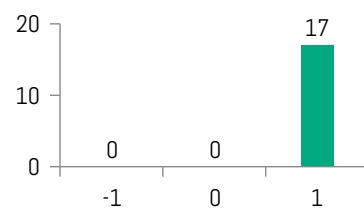
Titre



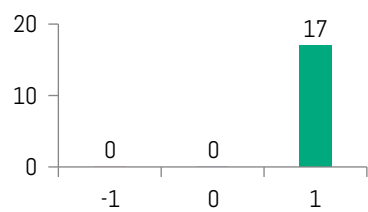
Image



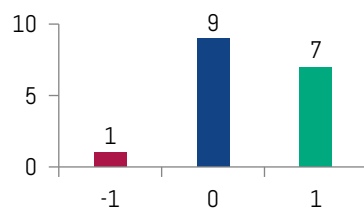
Chapô



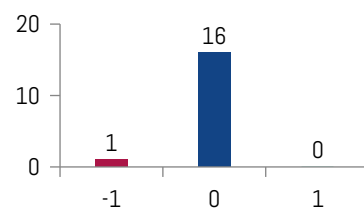
Termes



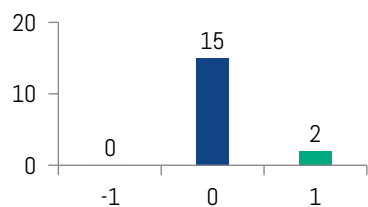
Nominalisation



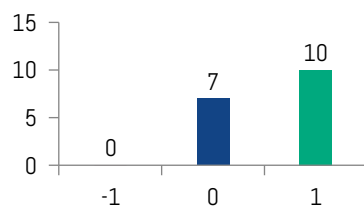
Définitions



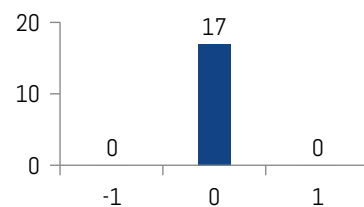
Voyeurisme



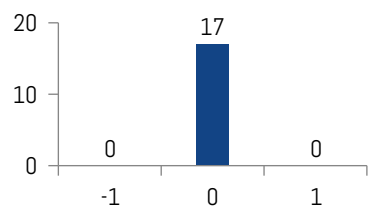
Infos juridiques



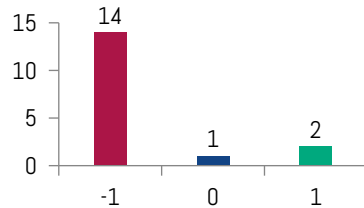
Positionnement et angle



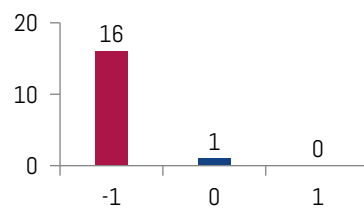
Stéréotypes



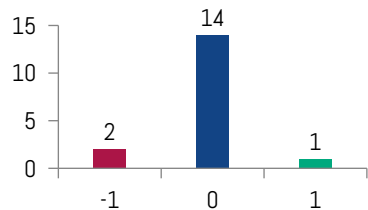
Personnes concernées



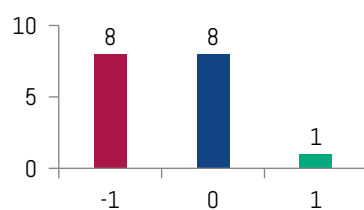
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

La Liberté

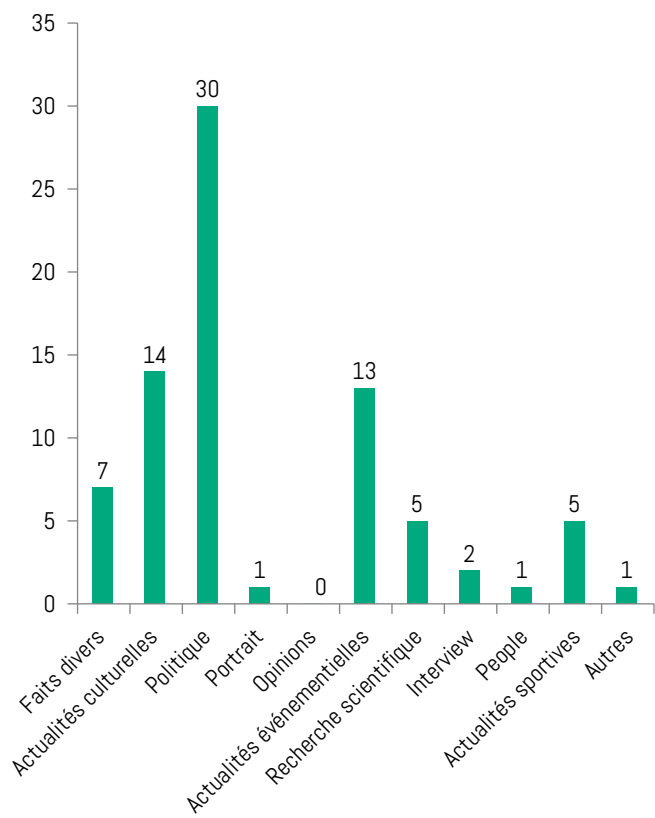
Tableau 16
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	79	0,15	1 (1,3%)	65 (82,3%)	13 (16,5%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	205	0,01	4 (2%)	71 (34,6%)	127 (62%)	3 (1,5%)

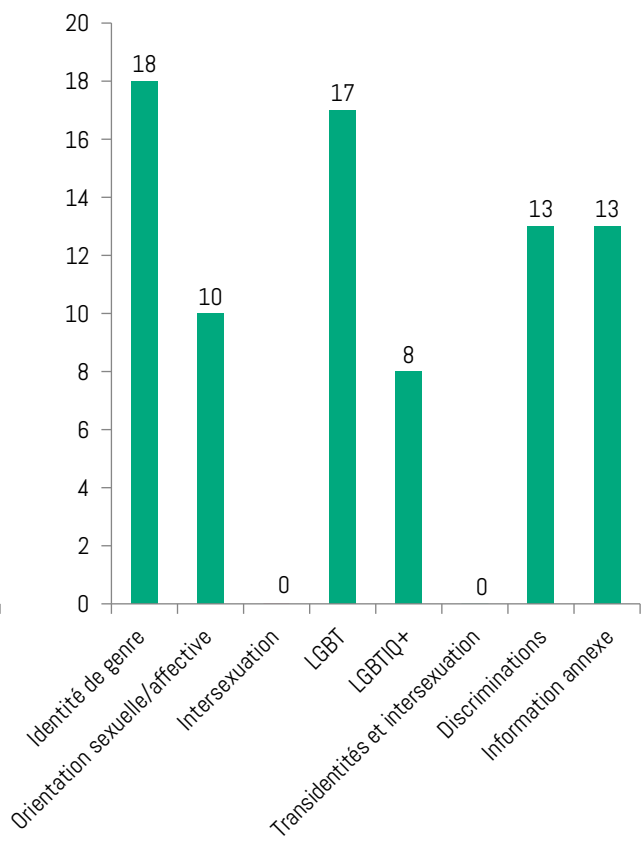
La moyenne de ce média a augmenté et les articles en catégorie 3 ont diminué. Nous recommandons néanmoins de faire attention à la nominalisation et au voyeurisme, et de continuer à mettre en avant la parole des personnes LGBTIQ+ et/ou expertes.

Graphiques 38
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



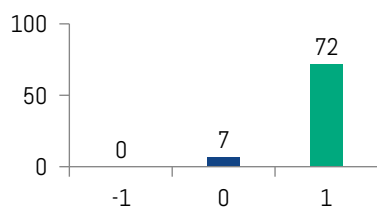
Thématiques générales



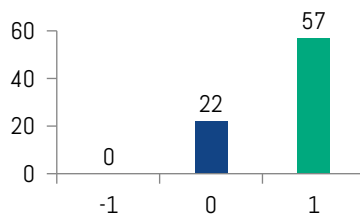
Graphiques 39

Analyse en fonction des critères

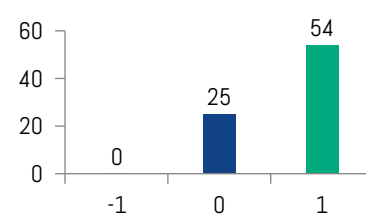
Titre



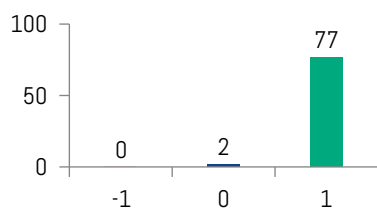
Image



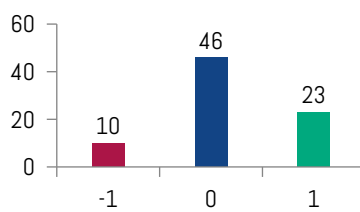
Chapô



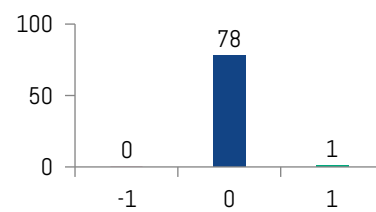
Termes



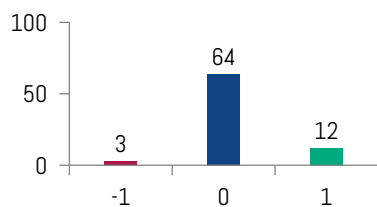
Nominalisation



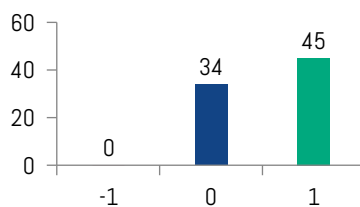
Définitions



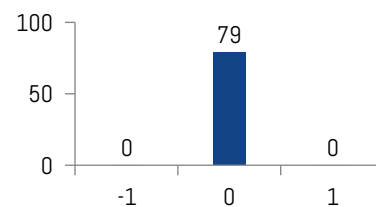
Voyeurisme



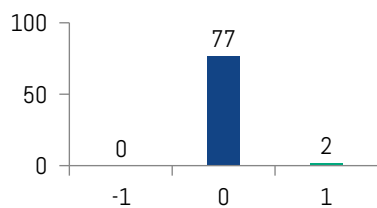
Infos juridiques



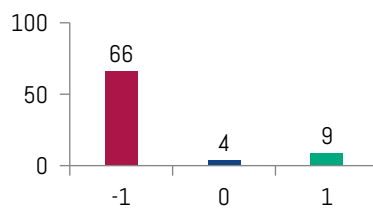
Positionnement et angle



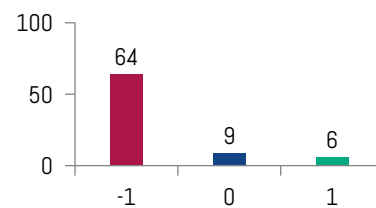
Stéréotypes



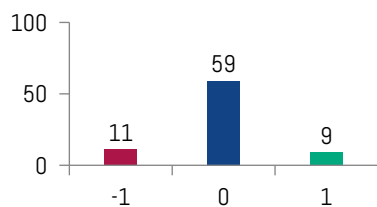
Personnes concernées



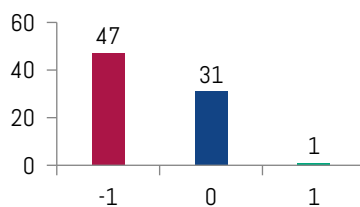
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Le Matin Dimanche

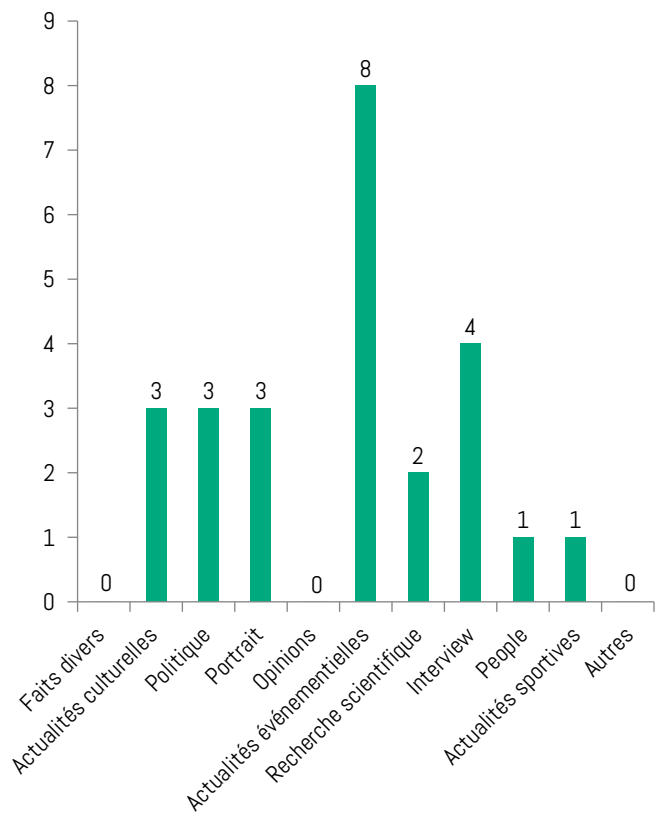
Tableau 17
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	25	0,13	1 (4%)	15 (60%)	9 (36%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	48	0,03	1 (2,1%)	22 (45,8%)	25 (52,1%)	0

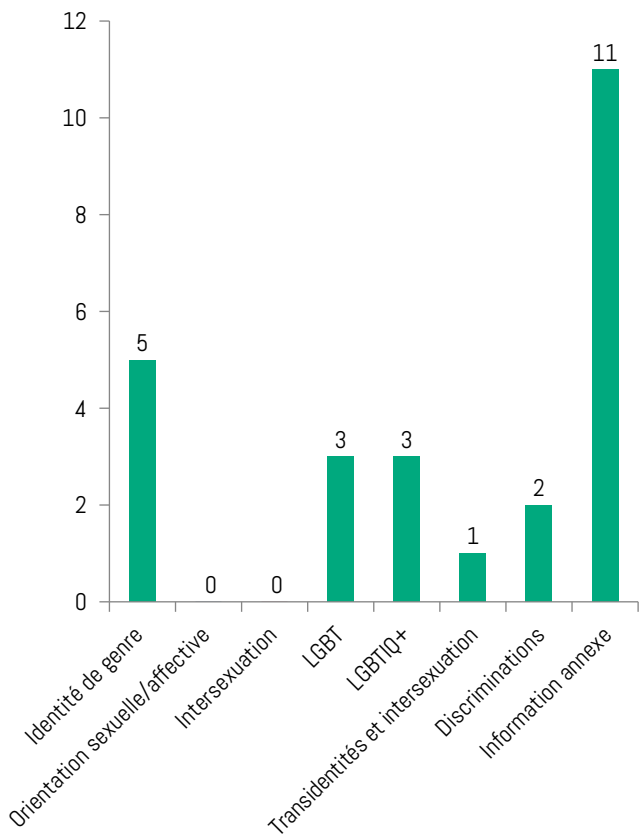
L'échantillon du Matin Dimanche est restreint mais les articles en catégorie 3 ont diminué. Nous recommandons de faire attention aux définitions inadéquates et au voyeurisme.

Graphiques 40
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



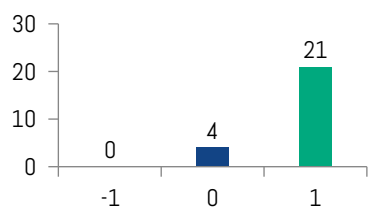
Thématiques générales



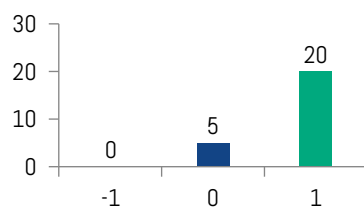
Graphiques 41

Analyse en fonction des critères

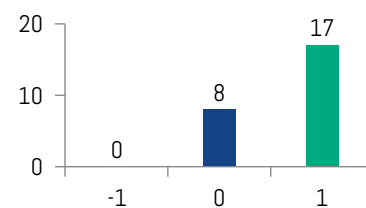
Titre



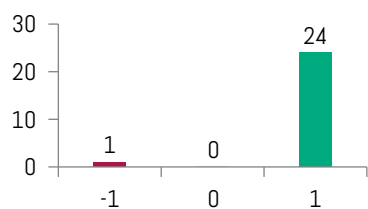
Image



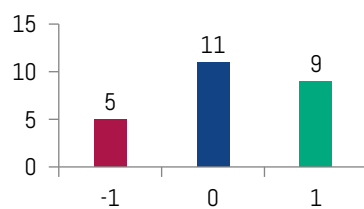
Chapô



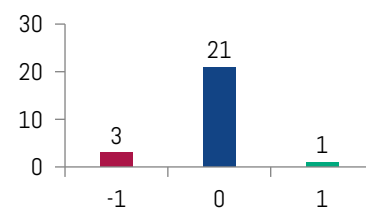
Termes



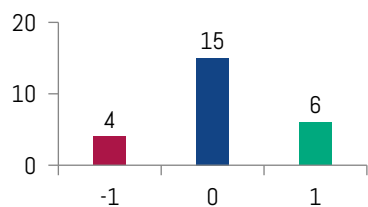
Nominalisation



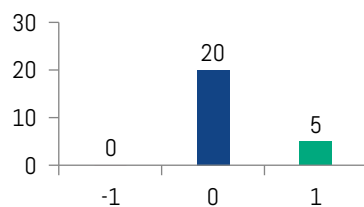
Définitions



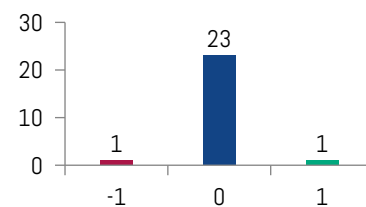
Voyeurisme



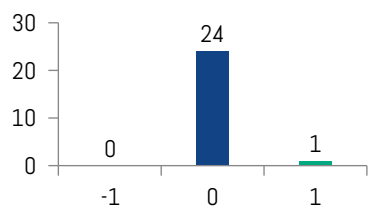
Infos juridiques



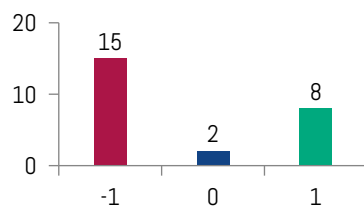
Positionnement et angle



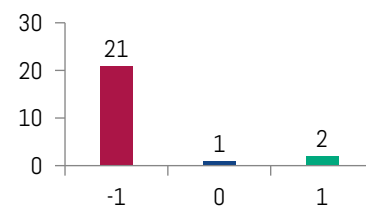
Stéréotypes



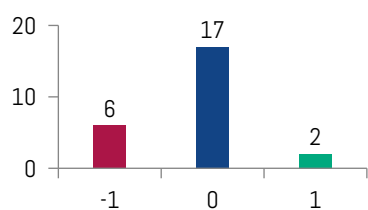
Personnes concernées



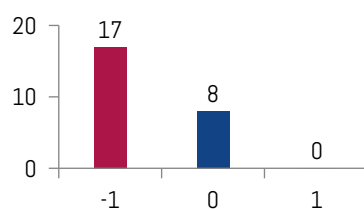
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Arcinfo

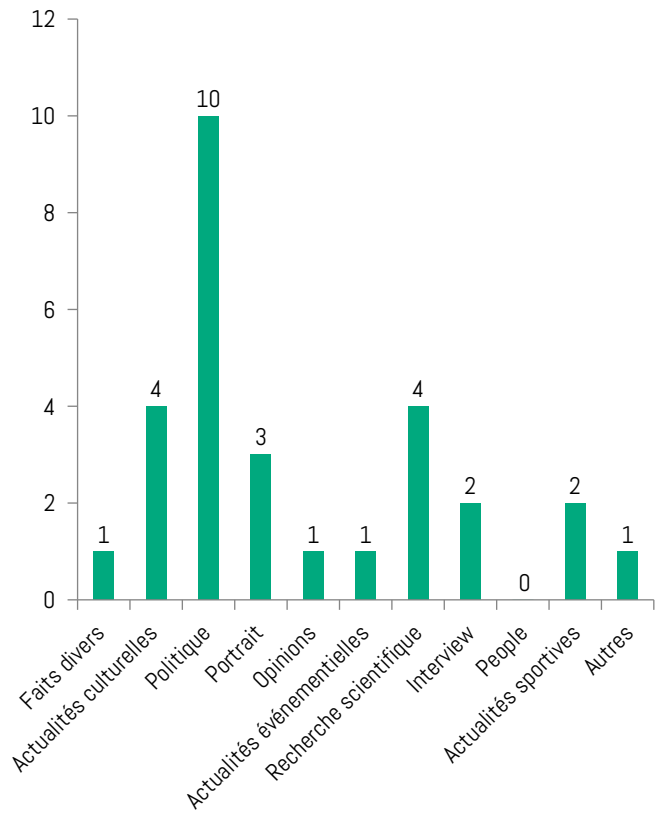
Tableau 18
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	34	0,13	0	29 (85,3%)	5 (14,7%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	78	0,05	2 (2,3%)	34 (43,6%)	45 (53,8%)	0

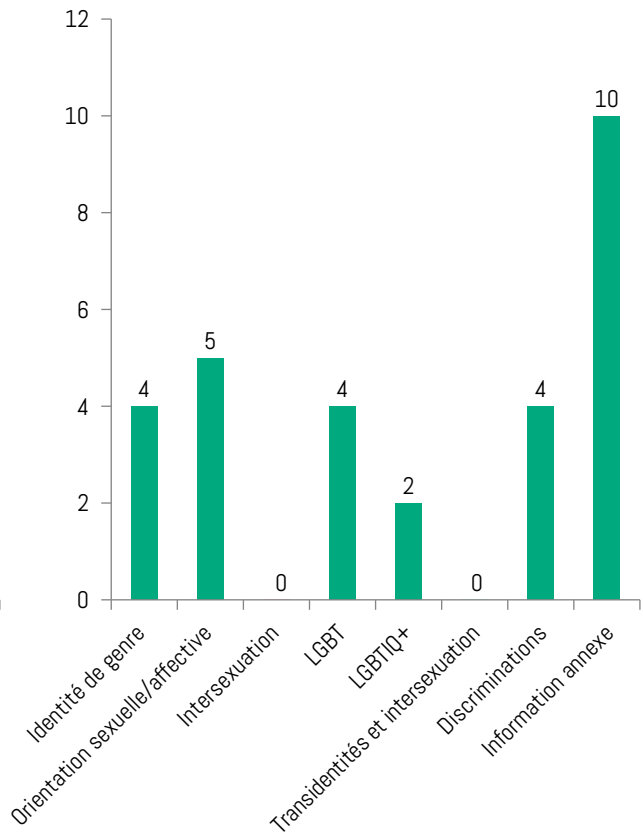
Une amélioration est à noter avec la diminution des articles en catégorie 3 (mais plus aucun en catégorie 1). De plus, aucune voix experte des thématiques LGBTIQ+ n’a été directement présente dans le média, nous recommandons ainsi de les inviter.

Graphiques 42
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



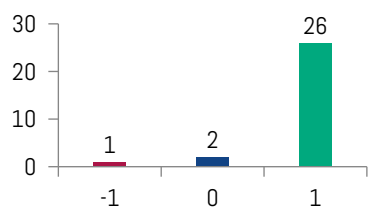
Thématiques générales



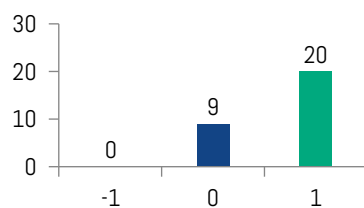
Graphiques 43

Analyse en fonction des critères

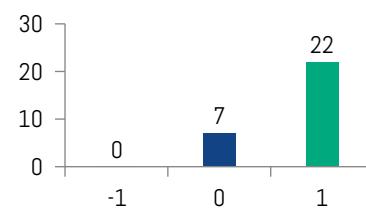
Titre



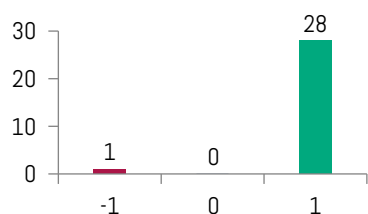
Image



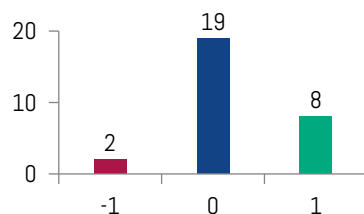
Chapô



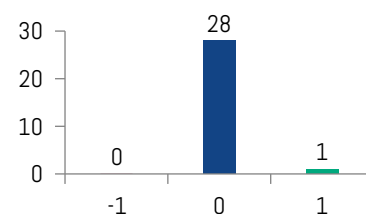
Termes



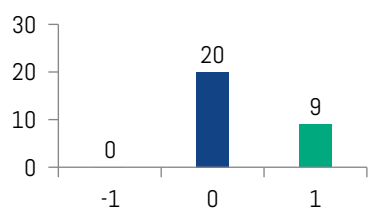
Nominalisation



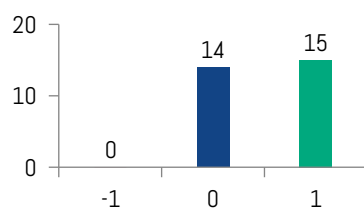
Définitions



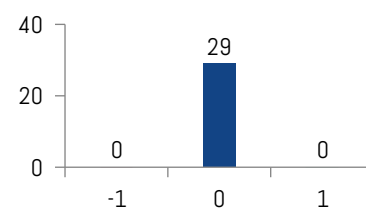
Voyeurisme



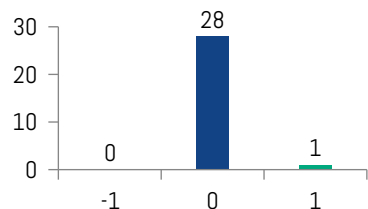
Infos juridiques



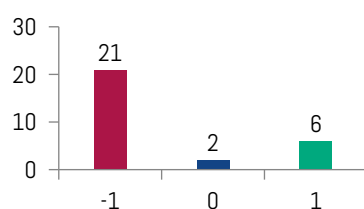
Positionnement et angle



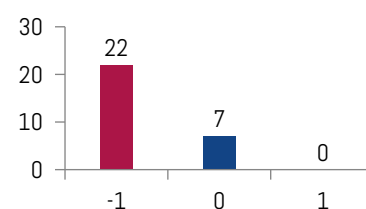
Stéréotypes



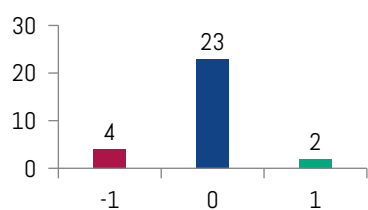
Personnes concernées



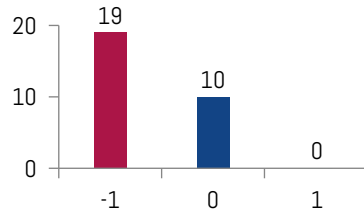
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

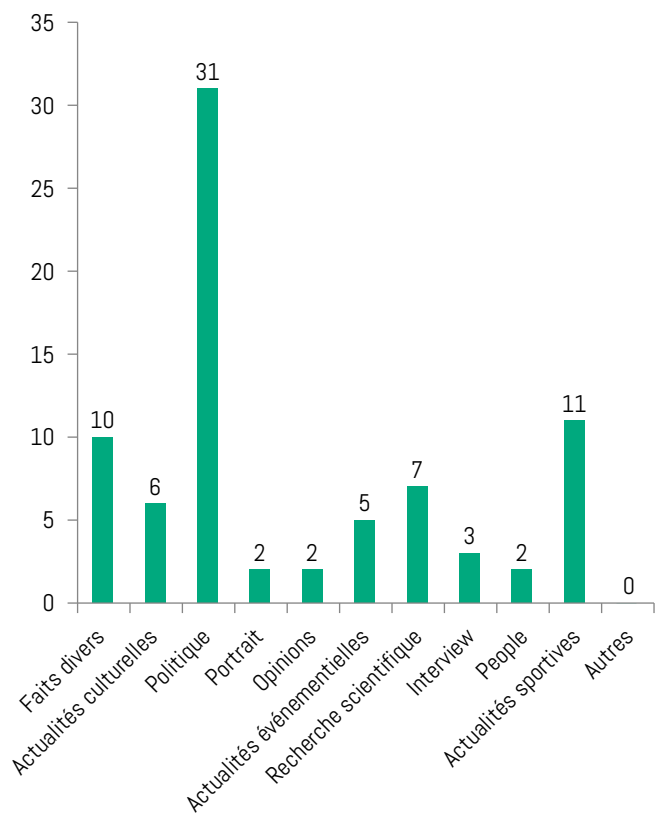
Tableau 19
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	79 (78 articles et 1 vidéo)	0,19	1 (1,3%)	71 (89,9%)	7 (8,9%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	204 (202 articles et 2 vidéos)	0,04	3 (1,5%)	90 (44,1%)	110 (53,9%)	1 (0,5%)

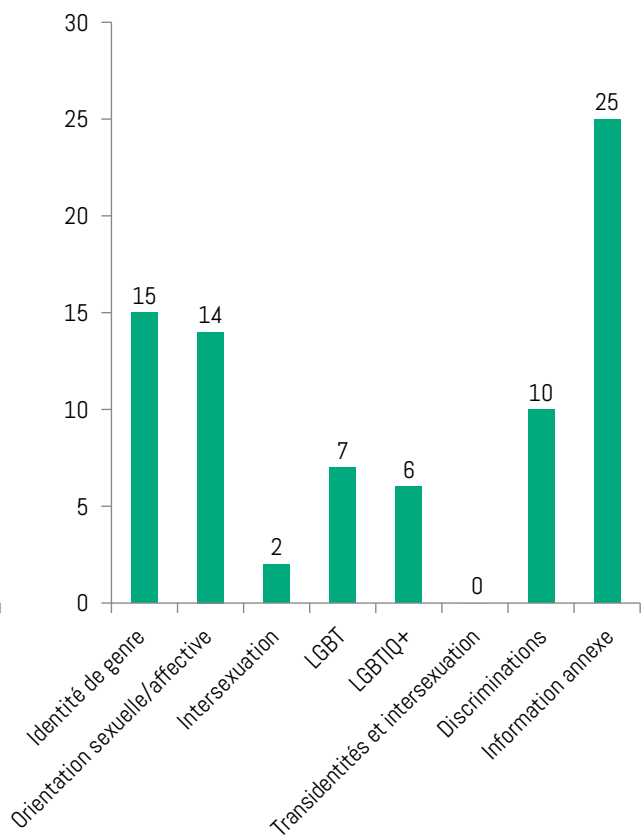
Il y a eu une amélioration avec une diminution des articles en catégorie 3. Nous recommandons de faire attention à la nominalisation et au voyeurisme ainsi qu'à interroger davantage de personnes expertes sur les questions LGBTIQ+.

Graphiques 44
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



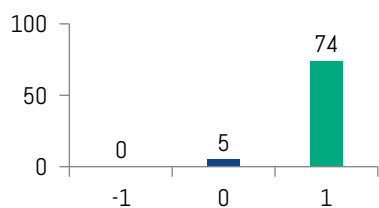
Thématiques générales



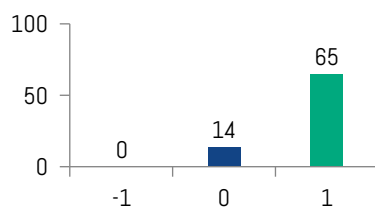
Graphiques 45

Analyse en fonction des critères

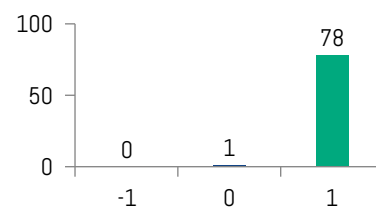
Titre



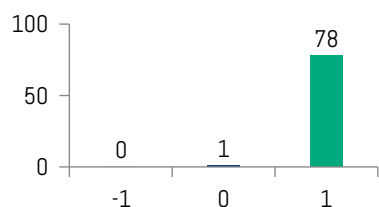
Image



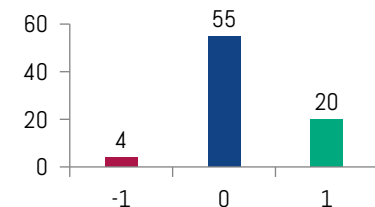
Chapô



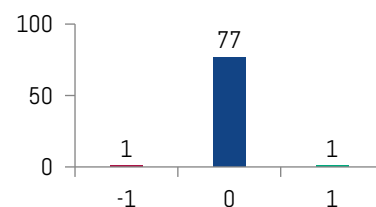
Termes



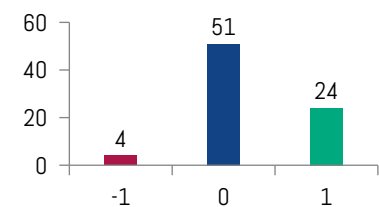
Nominalisation



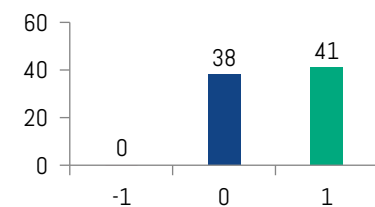
Définitions



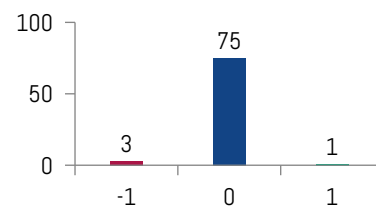
Voyeurisme



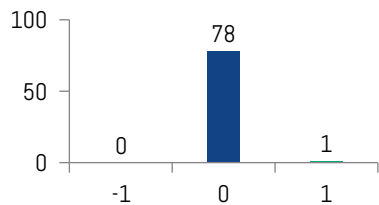
Infos juridiques



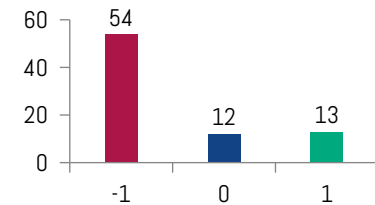
Positionnement et angle



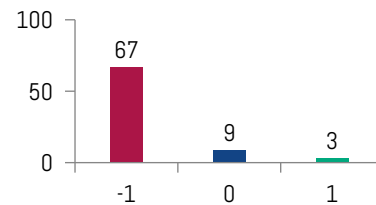
Stéréotypes



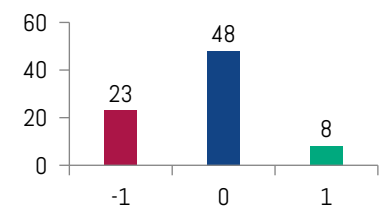
Personnes concernées



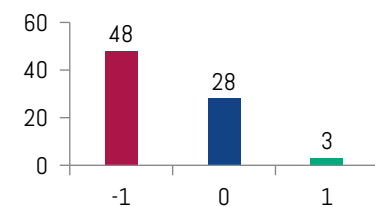
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

L'illustré

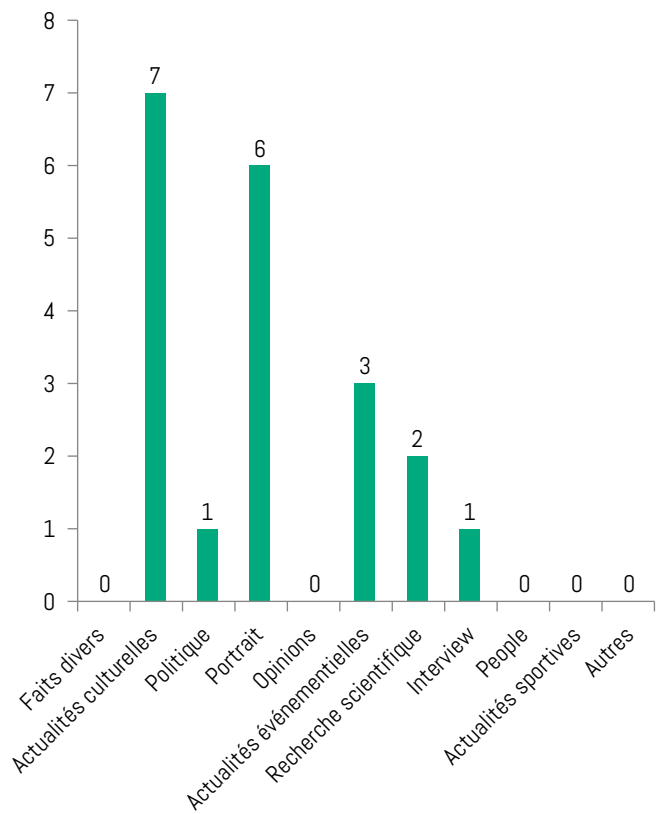
Tableau 20
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	17	0,15	1 (5,9%)	12 (70,6%)	4 (23,5%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	31 (30 articles et 1 podcast)	0,12	3 (9,7%)	20 (64,5%)	8 (25,8%)	0

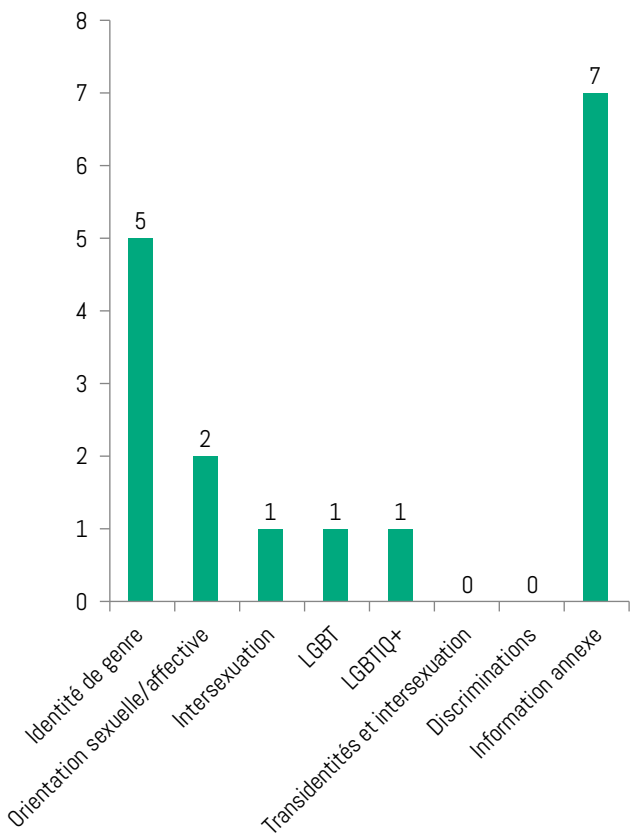
Bien que l'échantillon soit petit, nous notons une légère diminution des articles en catégorie 3. Nous recommandons de donner plus régulièrement la parole à des personnes LGBTIQ+ et/ou expertes, ainsi que de faire attention aux définitions lorsqu'elles sont données (une sur deux inadéquate).

Graphiques 46
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



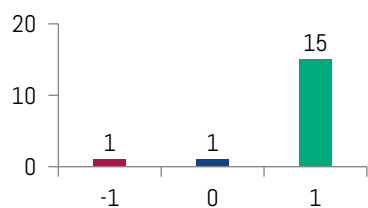
Thématiques générales



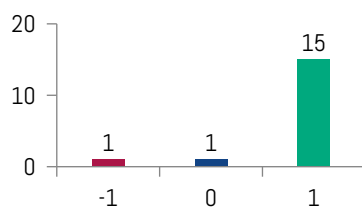
Graphiques 47

Analyse en fonction des critères

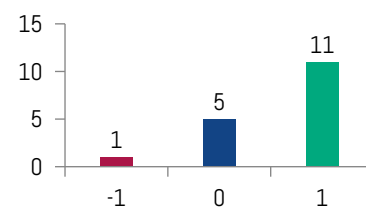
Titre



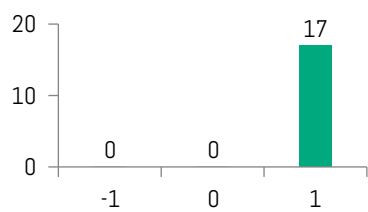
Image



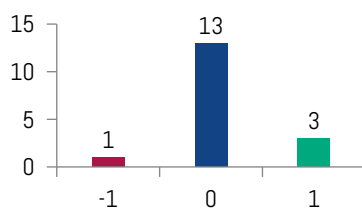
Chapô



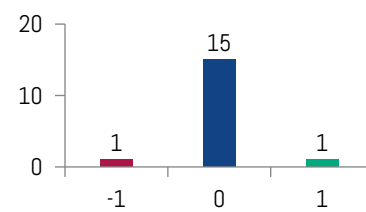
Termes



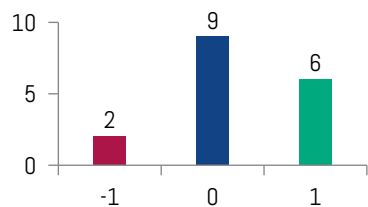
Nominalisation



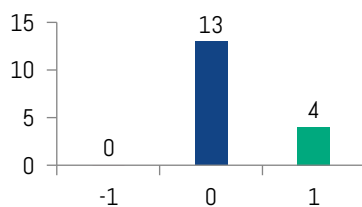
Définitions



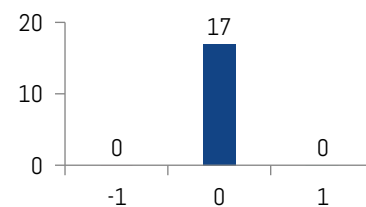
Voyeurisme



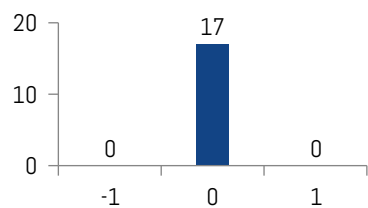
Infos juridiques



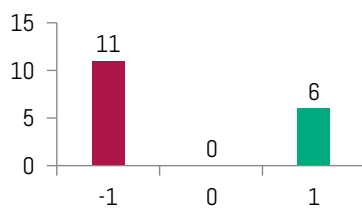
Positionnement et angle



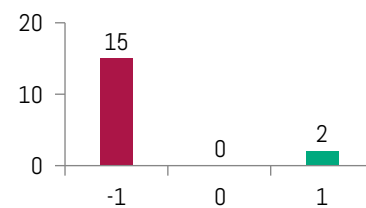
Stéréotypes



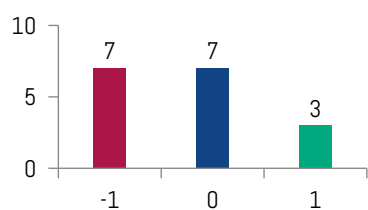
Personnes concernées



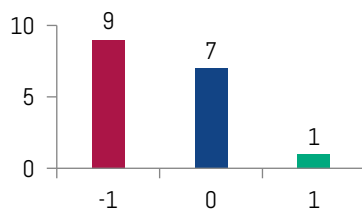
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Femina

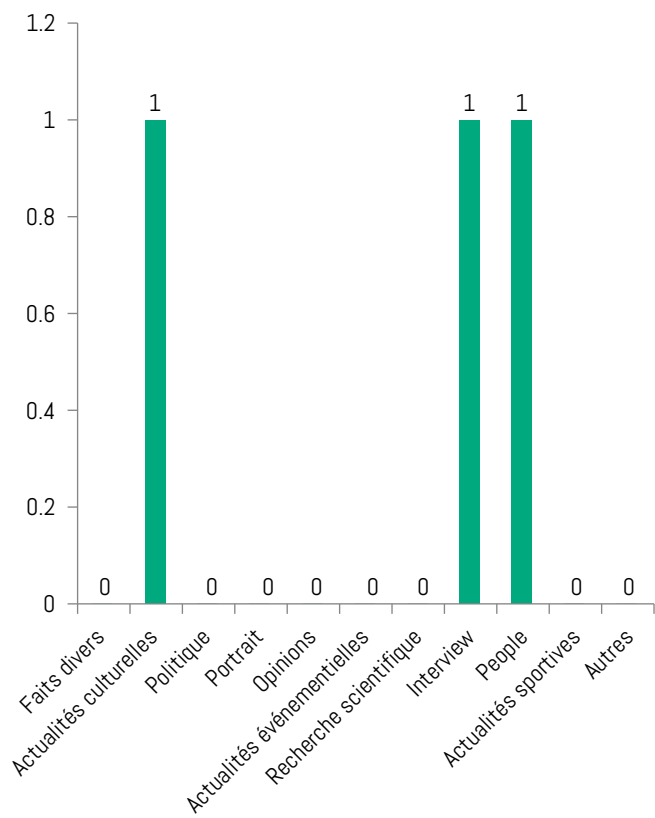
Tableau 21
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	3	0,17	0	3	0	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	35	0,07	1 (2,9%)	21 (60%)	13 (37,1%)	0

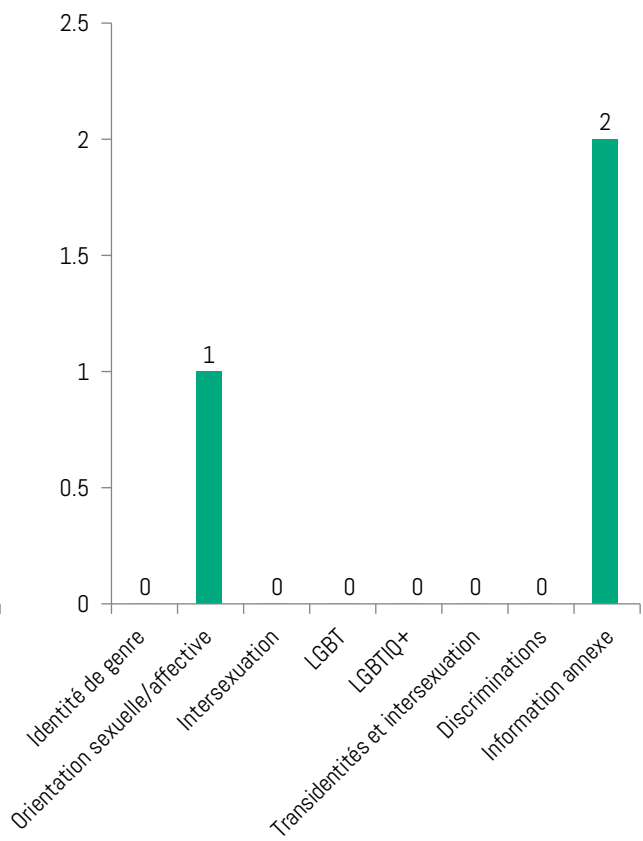
L'échantillon est trop restreint pour pouvoir être analysé, mais nous relevons qu'il n'y a plus d'articles en catégorie 3. De plus, comme dans les autres médias, il manque la parole des personnes LGBTIQ+ et/ou expertes de ces questions.

Graphiques 48
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet

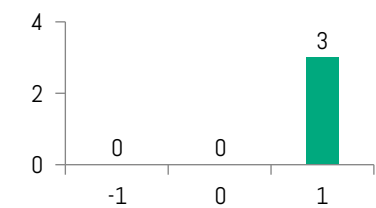


Thématiques générales

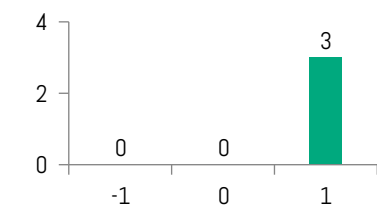


Graphiques 49
Analyse en fonction des critères

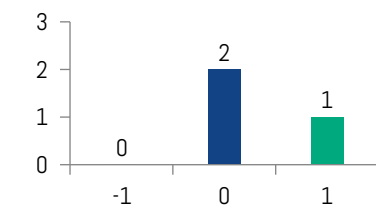
Titre



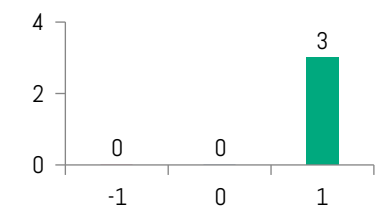
Image



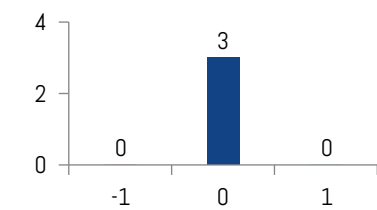
Chapô



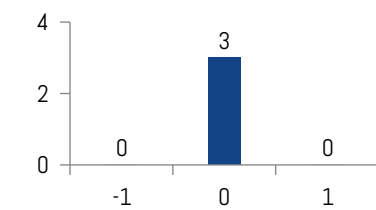
Termes



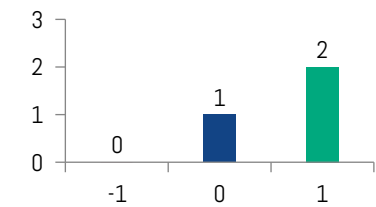
Nominalisation



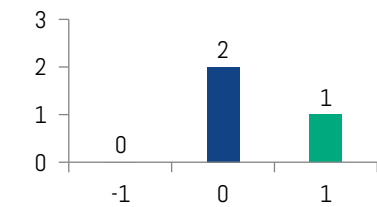
Définitions



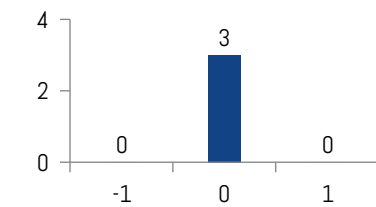
Voyeurisme



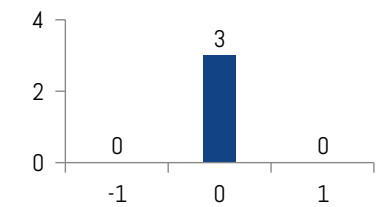
Infos juridiques



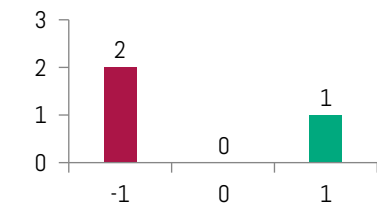
Positionnement et angle



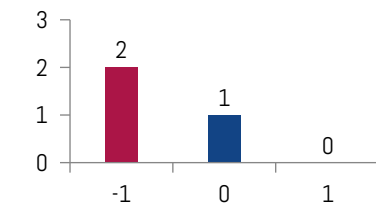
Stéréotypes



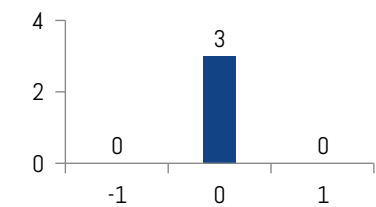
Personnes concernées



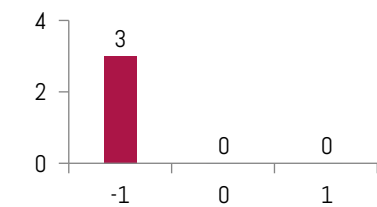
Avis expert



Statistiques
et aspect sociétal



Ressources



- 1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

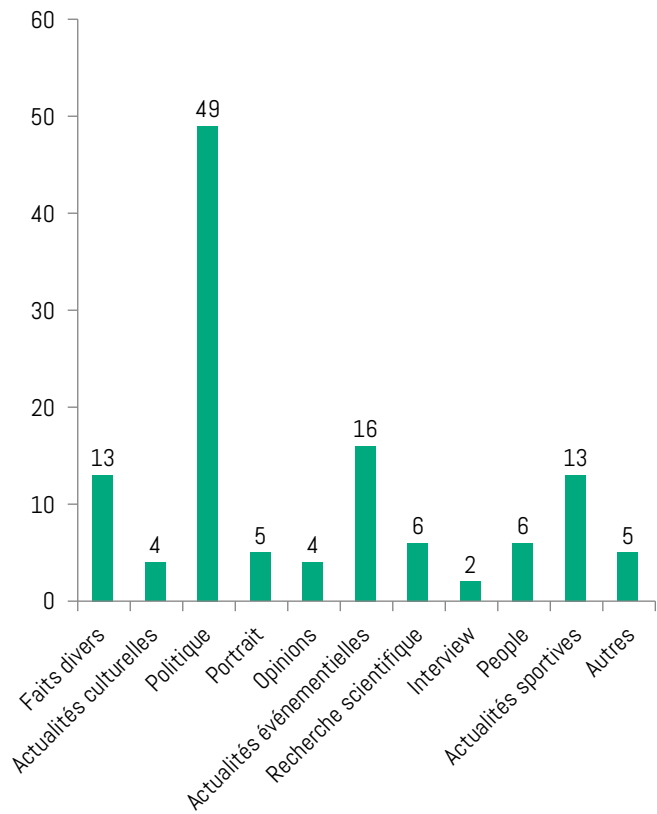
Tableau 22
Analyse du traitement médiatique LGBTQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	123	0,20	1 (0,8%)	111 (90,2%)	11 (8,9%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	105	0,09	1 (1%)	61 (58%)	43 (41%)	0

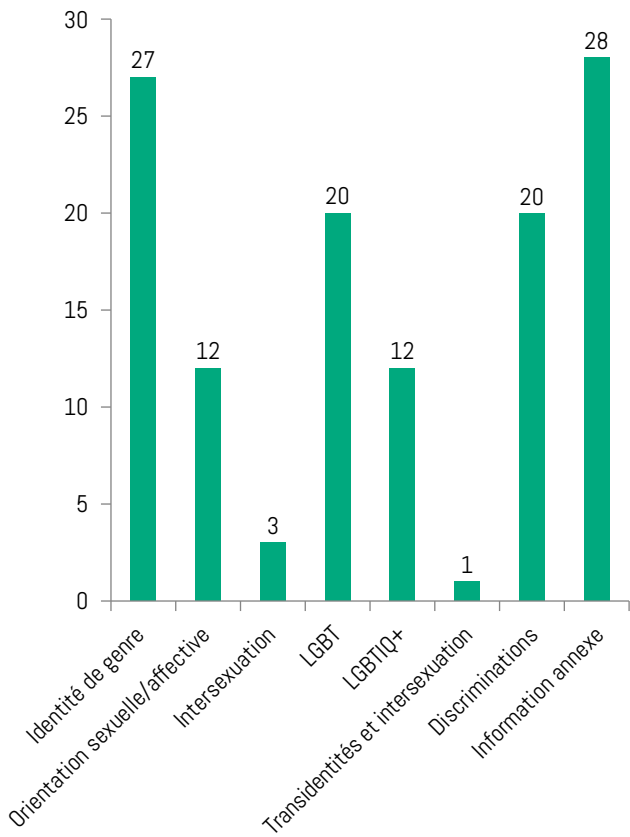
Le journal s’est amélioré avec plus d’articles en catégorie 2. Nous recommandons de faire attention au voyeurisme ainsi que de faire plus souvent appel à des personnes LGBTQ+ et/ou expertes pour témoigner.

Graphiques 50
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



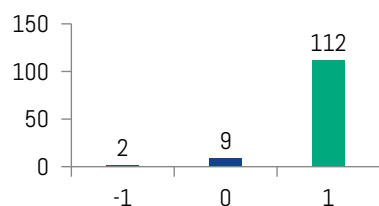
Thématiques générales



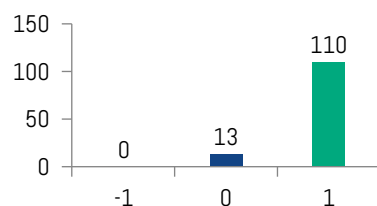
Graphiques 51

Analyse en fonction des critères

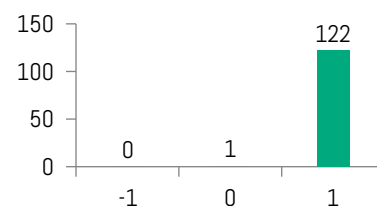
Titre



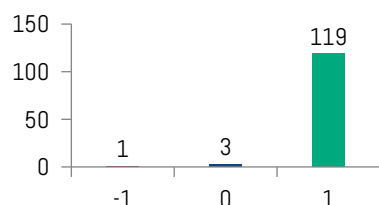
Image



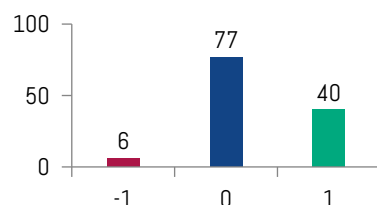
Chapô



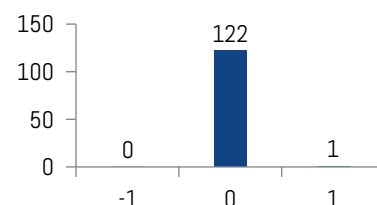
Termes



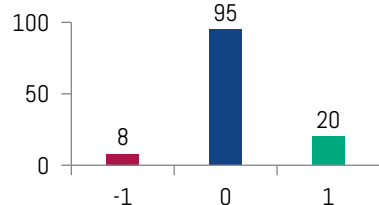
Nominalisation



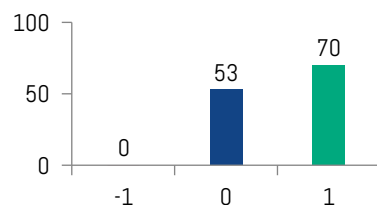
Définitions



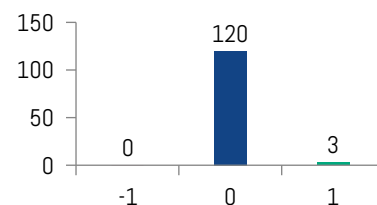
Voyeurisme



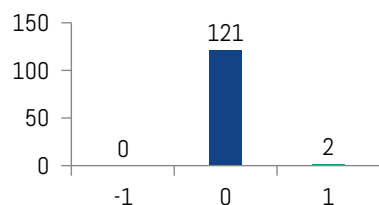
Infos juridiques



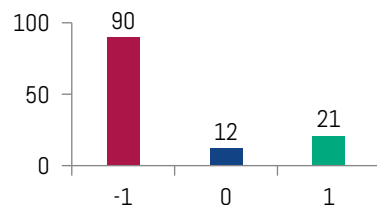
Positionnement et angle



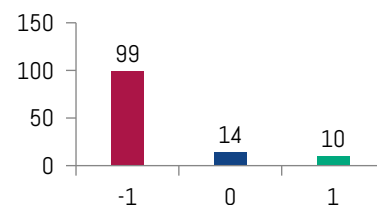
Stéréotypes



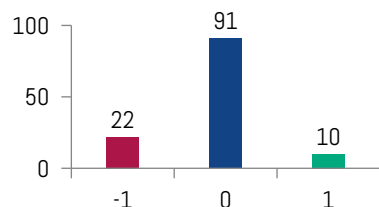
Personnes concernées



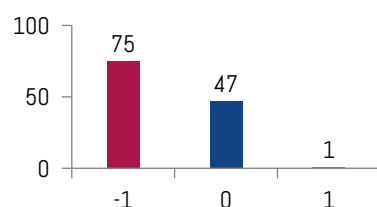
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

ATS

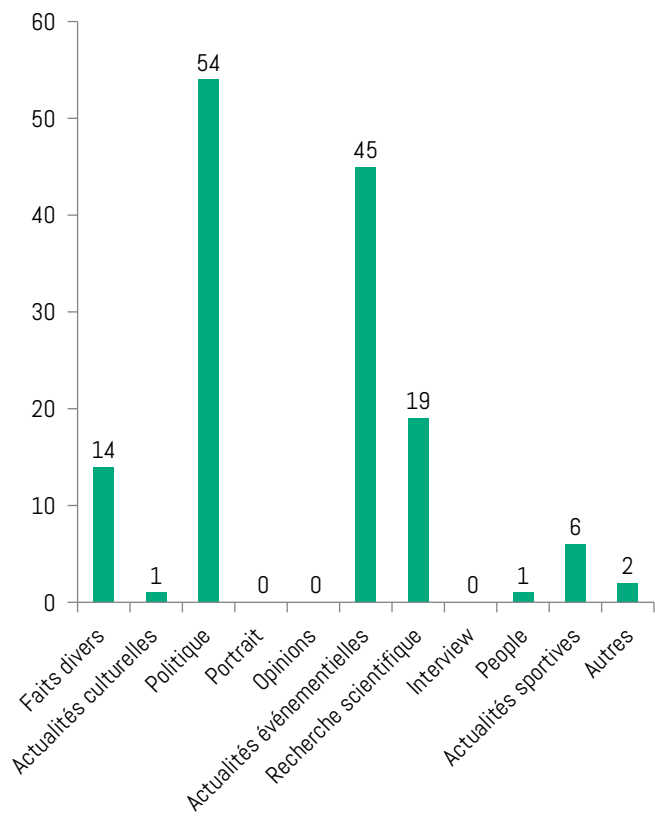
Tableau 23
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	142 (dont 3 directement depuis ATS)	0,15	4 (2,8%)	114 (80,3%)	24 (16,9%)	0
Recherche précédente (1.07.21 au 30.11.22)	316 (dont 25 directement depuis ATS)	-0,01	0	103 (32,6%)	212 (67,1%)	1 (0,3%)

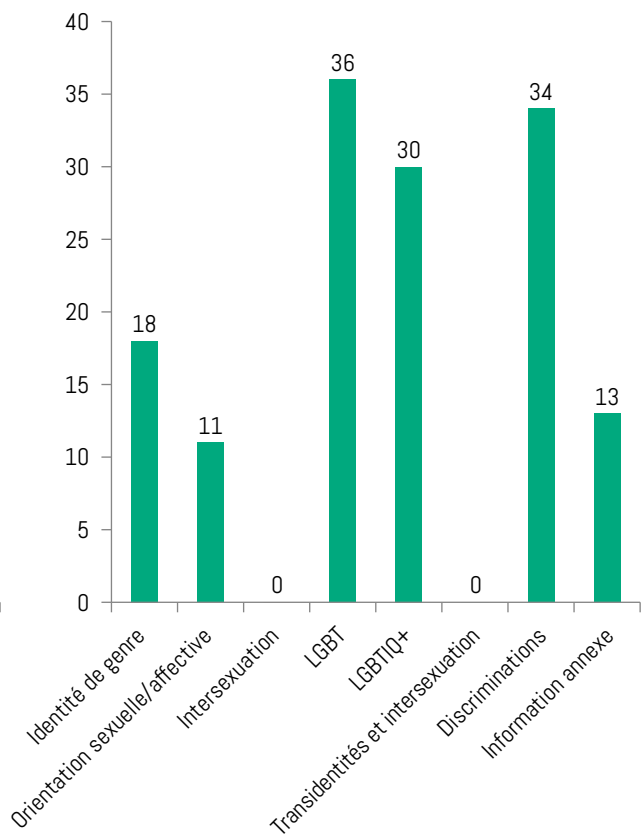
Il y a eu une amélioration avec la diminution des articles en catégorie 3. Nous notons que les informations données par l’ATS sont reprises par d’autres médias, il est donc important de faire attention à la nominalisation. Enfin, même si ce n’est pas sa vocation première, il serait intéressant que l’ATS mette plus en avant la parole des personnes LGBTIQ+.

Graphiques 52
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



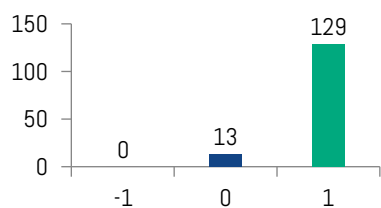
Thématiques générales



Graphiques 53

Analyse en fonction des critères

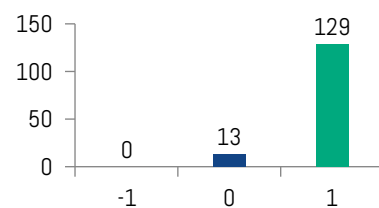
Titre



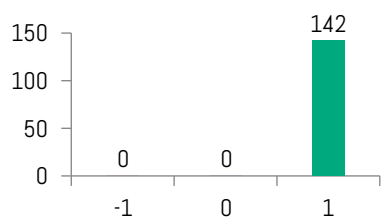
Image

Média
non concerné

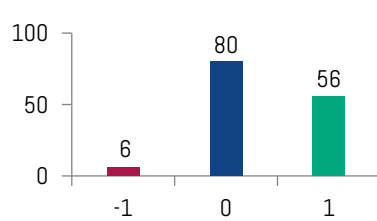
Chapô



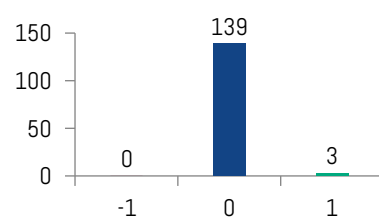
Termes



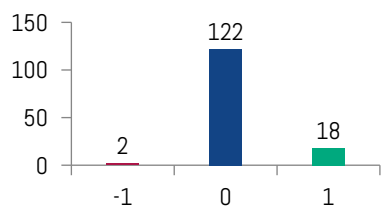
Nominalisation



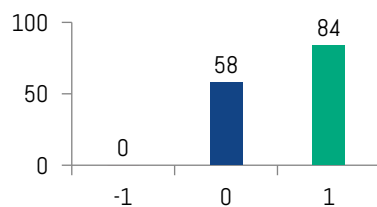
Définitions



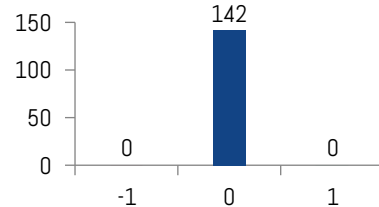
Voyeurisme



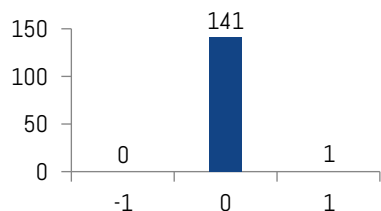
Infos juridiques



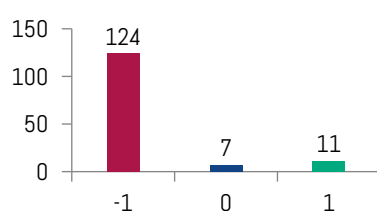
Positionnement et angle



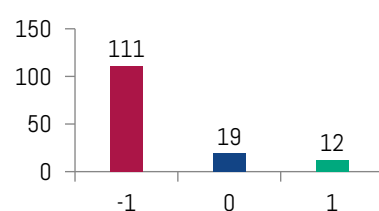
Stéréotypes



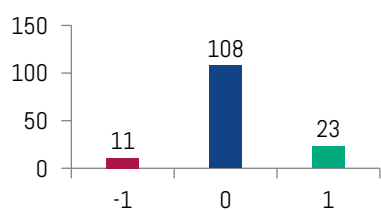
Personnes concernées



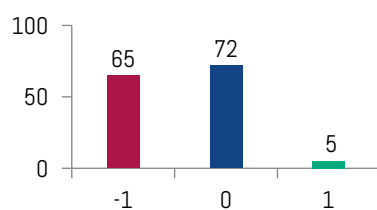
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Radio Chablais

Radio Chablais a été ajoutée à la veille médiatique en 2023, il n’y a donc pas de chiffres comparatifs.

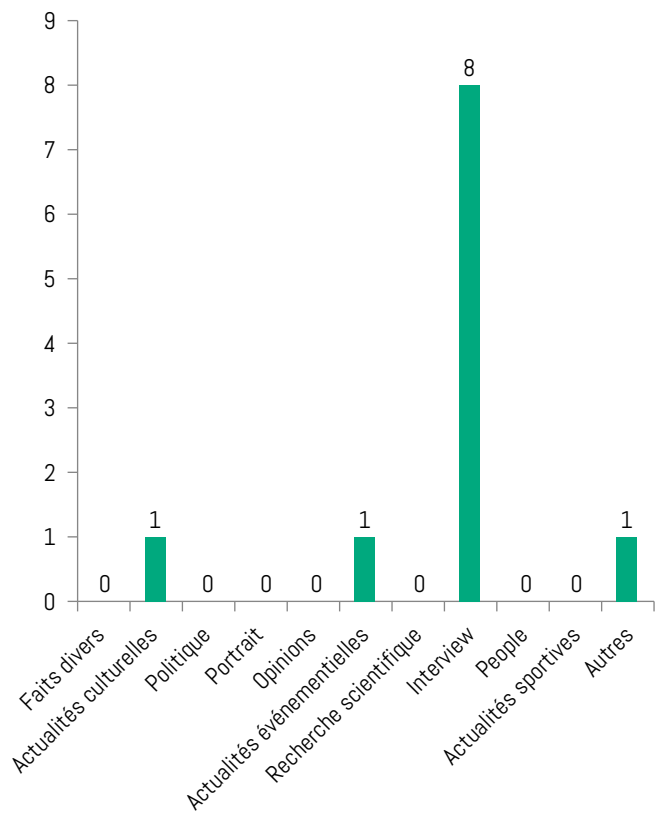
Tableau 24
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Recherche actuelle (1.07.24 au 31.06.25)	11	0,08	0	9 (81,8%)	2 (18,9%)	0

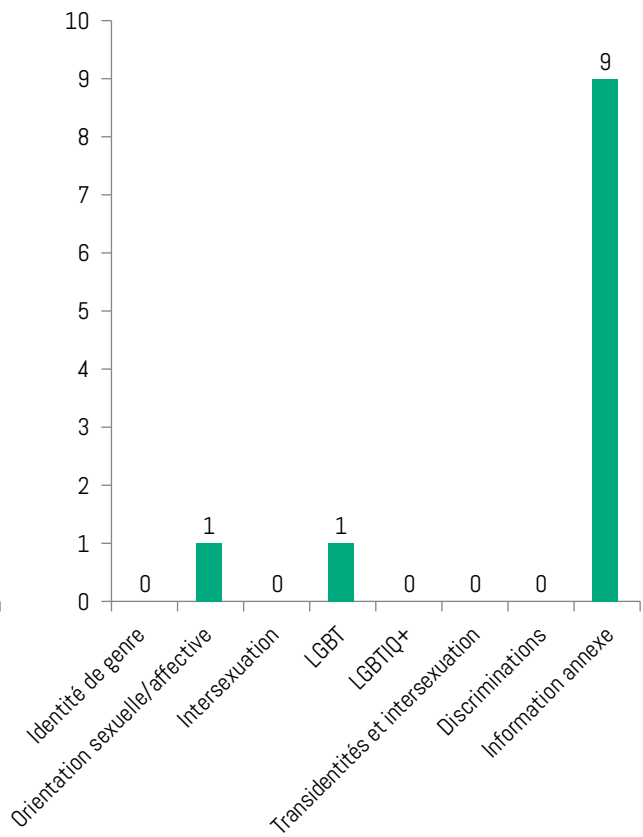
L'échantillon étant restreint, il est difficile d'en tirer des conclusions, mais la plupart des sujets sont adéquats (catégorie 2). Nous recommandons de faire attention au voyeurisme, à la nominalisation et de donner la parole aux personnes LGBTIQ+ et/ou expertes.

Graphiques 54
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



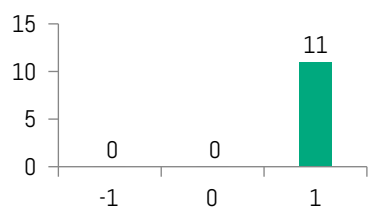
Thématiques générales



Graphiques 55

Analyse en fonction des critères

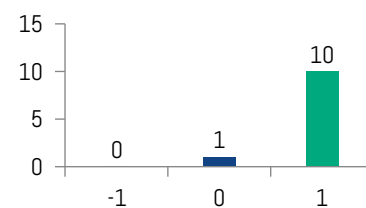
Titre



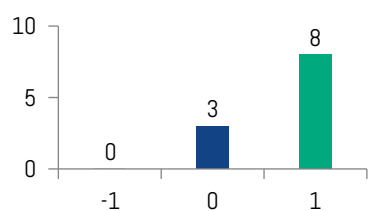
Image

Média
non concerné

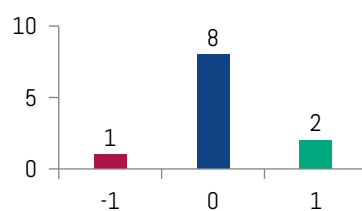
Chapô



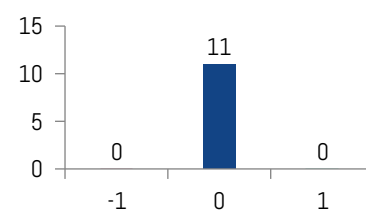
Termes



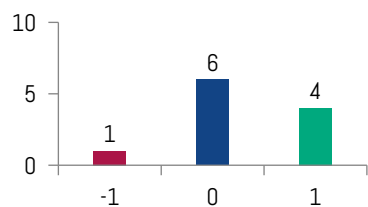
Nominalisation



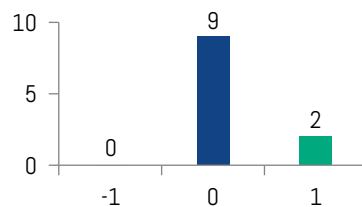
Définitions



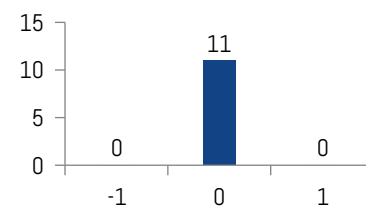
Voyeurisme



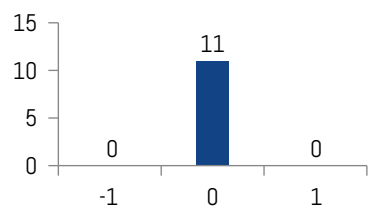
Infos juridiques



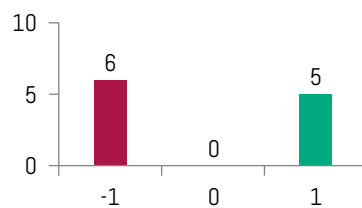
Positionnement et angle



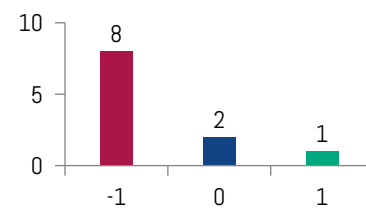
Stéréotypes



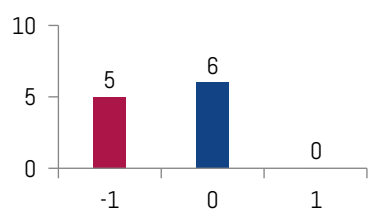
Personnes concernées



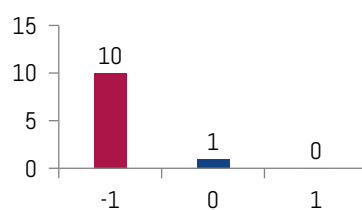
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

Rhône FM

Rhône FM a été ajoutée à la veille médiatique pour l'année 2024, il n'y a donc pas de chiffres comparatifs. De plus, pour ce média, les données datent du 1^{er} janvier au 31 décembre 2024.

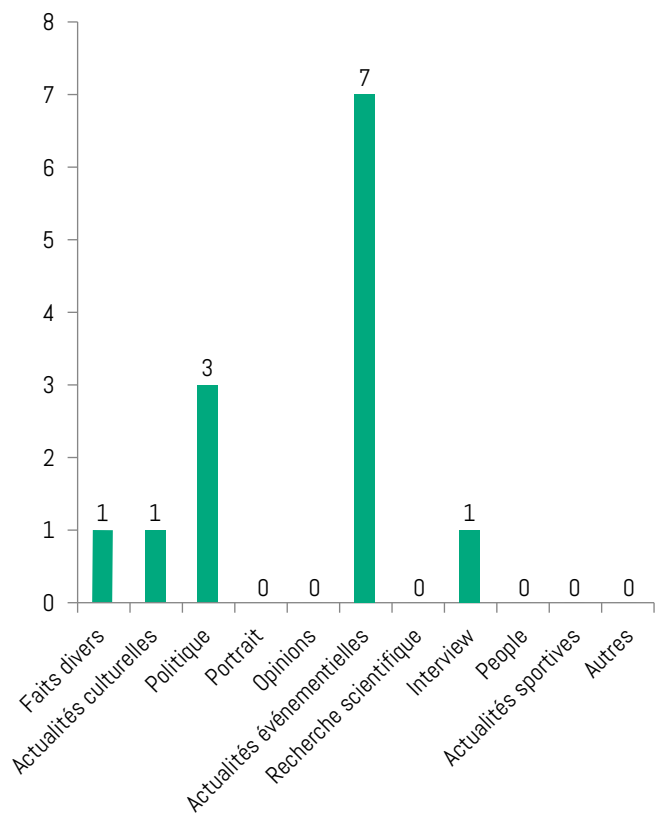
Tableau 25
Analyse du traitement médiatique LGBTIQ+

	Nombre sujets	Moyenne	Catégorie 1	Catégorie 2	Catégorie 3	Catégorie 4
Données du 1 ^{er} janvier au 31 décembre 2024	13 (2 articles et 11 sujets radio)	0,23	0	12 (92,3%)	1 (7,7%)	0

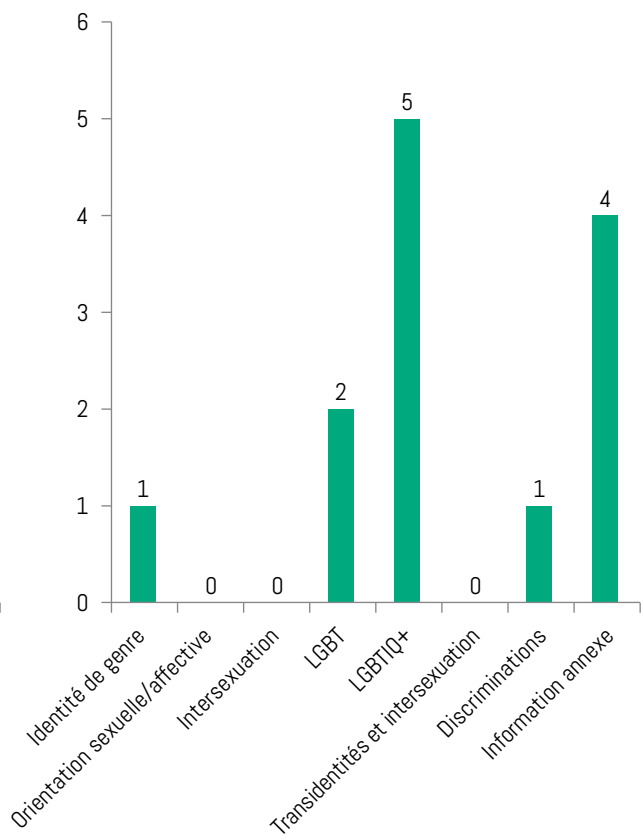
Bien que l'échantillon soit petit, la plupart des sujets sont en catégorie 2 donc adéquats. Nous recommandons une plus grande visibilité des voix de personnes LGBTIQ+ et/ou expertes, ainsi qu'une attention sur l'aspect voyeurisme.

Graphiques 56
Contexte et thématique des sujets médiatiques analysés

Raison du sujet



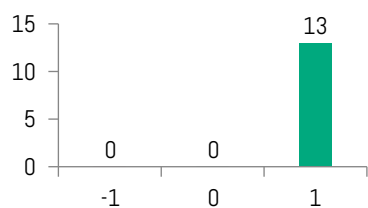
Thématiques générales



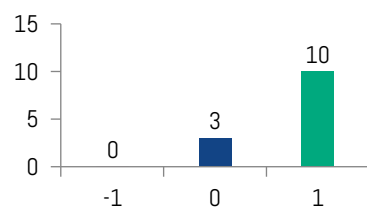
Graphiques 57

Analyse en fonction des critères

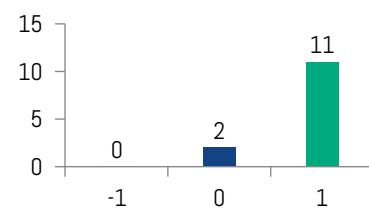
Titre



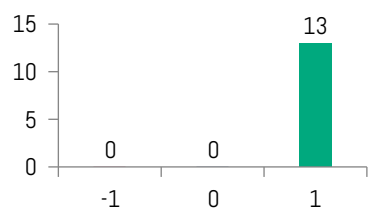
Image



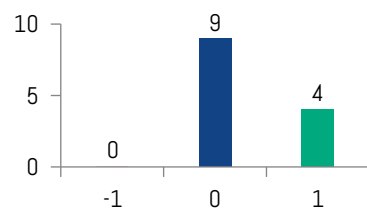
Chapô



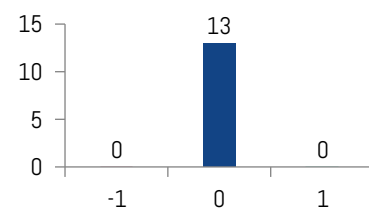
Termes



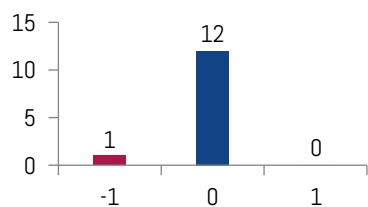
Nominalisation



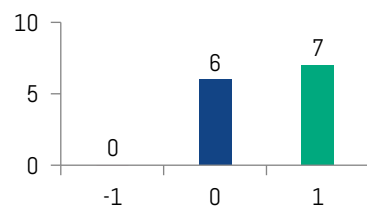
Définitions



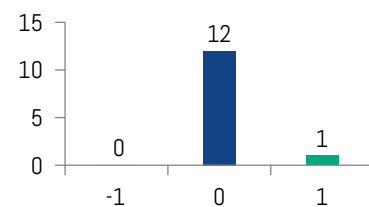
Voyeurisme



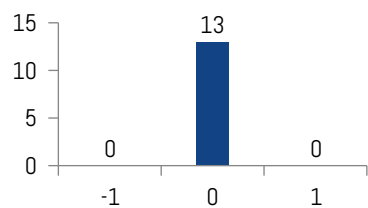
Infos juridiques



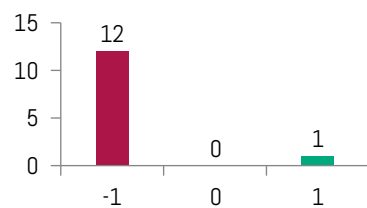
Positionnement et angle



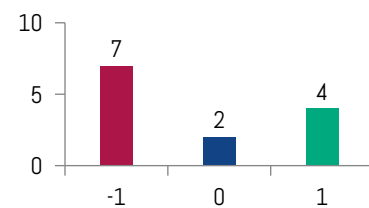
Stéréotypes



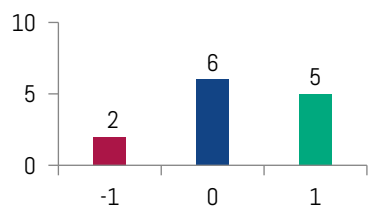
Personnes concernées



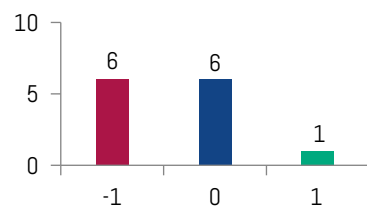
Avis expert



Statistiques et aspect sociétal



Ressources



- -1 inadéquat, stéréotypé
- 0 neutre, générique
- 1 adéquat, correct

Voir les pages 9, 10 et 11 pour plus de détails

76. Bibliographie

Références

BEAUBATIE Emmanuel – 2021

Transfuges de sexe. Passer les frontières du genre, La Découverte.

BILLARD Thomas – 2016

*Writing in the Margins: Mainstream News Media Representations of Transgenderism**, Université de Californie du Sud, mimeo, 20 p.

FONGKAEW Kangwan, KHRUATAENG Anoporn, UNSATHIT Sumon, KHAMPHIRATHASANA Matawii, JONGWISAN Nisarath, ARLUNAEK Oranong & BYRNE Jensen – 2019

"Gay Guys are Shit-Lovers" and "Lesbians are Obsessed With Fingers": The (Mis) Representation of LGBTIQ People in Thai News Media, *Journal of Homosexuality*, 66:2, p. 260-273.

GAUTHIER Marie-Claire – 2018

Les réalités trans sous la loupe des médias et du travail social : quand les savoirs experts délégitiment les savoirs expérientiels*, mémoire de master, Université d'Ottawa, mimeo, 112 p.

RAVEL Barbara – 2024

"Quinn, who goes by One Name": Examining the Media Coverage of the First Openly Trans Nonbinary Athlete to Win an Olympic Medal, *Sociology of Sport Journal*, 41, p. 406-412.

SCHOTTEL Anne Louise – 2022

Mainstream or Marginalized? How German and Dutch Newspapers Frame LGBTI, *Social Politics*, 0:0, p. 1-26.

VUILLE Valérie, SCHORER Noémie, GUTIERREZ BARRIOS Sarah – à paraître

Mal nommer : les violences dans les lignes des médias, *Recherches en communication*.

78. Impressum

Un grand merci aux relectrices !

Cette recherche a été réalisée grâce aux soutiens de la Ville de Genève, de l'Office cantonal de l'égalité et de la famille de l'État du Valais, du LGBTI Youth Fund et de fondations privées.

AVEC · LE · SOUTIEN
· · · · · DE · LA
VILLE · DE · GENÈVE



LGBTI  Youth
Fund



Office cantonal
de l'égalité et
de la famille



décadréE

Rue de la Coulouvrenière 8
1204 Genève
www.decadree.com

Recherche et rédaction : Noémie Schorer
Mise en page : Aurélie Morard
Date de publication : Novembre 2025

Contact : Noémie Schorer
Courriel : noemie.schorer@decadree.com

Droit de reprise et
de mention libre avec la
mention de **décadréE**

