

Zeitschrift: Femmes suisses et le Mouvement féministe : organe officiel des informations de l'Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Herausgeber: Alliance de Sociétés Féminines Suisses

Band: 72 (1984)

Heft: [1]

Rubrik: Féminiser les médias : mission impossible ?

Autor: [s.n.]

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 24.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Féminiser les médias : mission impossible ?

On ne compte plus les séminaires, émissions et publications diverses sur les rapports difficiles que les femmes entretiennent avec les moyens d'information. Le sujet est à la mode, qu'il s'agisse de l'avalissement des femmes par la publicité ou de la difficulté de sensibiliser l'opinion à leurs problèmes. Mais, dans ce domaine aussi, le décalage reste immense entre les discours et les possibilités réelles de provoquer un changement.

Participer au pouvoir pour modifier les normes

La caissière de mon supermarché passe régulièrement à la télévision, à une heure de grande écoute. Si, si, je vous assure : c'est la dame qui n'a jamais essayé Dash (ou bien serait-ce Dixan ? je ne sais plus), mais qui veut bien faire l'expérience. Quand le monsieur à la voix « off » vient la voir deux semaines après, elle exhibe un torchon de cuisine qui est venu « beau blanc, beau propre », et s'avoue convaincue des mérites de sa nouvelle poudre à lessive. Depuis qu'elle a tourné ce spot, il m'arrive souvent, en faisant la queue avec ma livre de poireaux, d'entendre quelqu'un qui lui demande : « C'est vous qui... » Elle acquiesce, souveraine. Ça ne m'étonnerait pas qu'on la reconnaisse plus facilement que Jean-Pascal Delamuraz.

Tout ça pour vous dire, Mesdames, que les médias s'intéressent à nous. Mais trêve de plaisanteries : ravalons le couplet connu sur la belle dépoitraillée, la ménagère bovine et la séductrice ténébreuse qui se partagent les faveurs de nos publicitaires. « Parmi les gens qui font les pubs, il y a une majorité de femmes » affirmait récemment une professionnelle de la branche dans une émission de « Temps présent » consacrée à « L'image de la femme dans les médias ».

Miroir des rêves

Femmes ou hommes, les publicitaires ont pour métier de vendre, et il serait étonnant que, par pur idéalisme, ils renoncent à la formule éprouvée qui consiste à tendre

aux gens, non pas leur propre miroir, mais un miroir grossissant de leurs rêves. La seule manière de promouvoir un changement de certaines méthodes publicitaires est d'en prouver l'inefficacité par le boycott massif des produits concernés. Seulement voilà : combien de femmes les mouvements féministes réussiront-ils à convaincre de ne pas acheter telle marque de collants parce qu'elle présente une demoiselle avec les fesses en l'air ?

La racine du mal est plus profonde. La publicité utilise la télévision et les journaux comme supports, mais elle ne fait que véhiculer, en les déformant, les valeurs dont elle peut tirer profit. C'est tout d'abord en tant que moyens d'information, de divertissement et de culture que les médias jouent véritablement un rôle de producteurs de valeurs. Et c'est à ce niveau-là qu'il faut chercher l'origine des dégâts les plus graves.

Lors d'une journée de travail sur « Les femmes et les médias » qui a eu lieu le 12 novembre dernier à Berne sous les auspices de l'ADF, cet aspect du problème est ressorti de manière très nette, malgré l'ambiguïté (sans doute voulue) du thème choisi. Dans son exposé introductif, la présidente suisse, Christiane Langenberger, s'est référée à différentes études récentes sur la question, notamment à celles publiées l'année dernière dans le cadre d'un séminaire du Conseil de l'Europe¹, pour démontrer le mécanisme de renforcement des stéréotypes qui caractérise la production des biens de communication.

Puis, chacune à leur manière, les sept animatrices de la rencontre (six journalistes et une chercheuse de l'Université de Zurich) ont montré que l'image dégradante et irréaliste de la femme qui se dégage des publicités, des fictions ou de la presse de boulevard n'est que le reflet le plus visible du faible impact des femmes sur la structure et le fonctionnement des médias en tant qu'agents du changement social.

Impact trop faible

Impressionnant, le pessimisme des oratrices en cette matière. Verena Grendi, rédactrice à la télévision suisse alémanique, et fraîchement élue au Conseil National (AI, ZH) a dressé avec verve un tableau plutôt sombre de la situation de la réalisatrice TV. Surveillée de près, elle doit se garder du moindre faux-pas. Les discriminations, subtiles, sont d'autant plus difficiles à combattre. Que faire lorsqu'on vous dit que votre idée est bonne, qu'on y réfléchira... et qu'on attend, pour la mettre en pratique, qu'elle soit proposée à nouveau par un collègue masculin ?

S'accrocher, bien sûr, surmonter les hésitations et la paresse, ne jamais refuser un travail, fût-il ingrat, pour arriver à s'emparer d'une parcelle de pouvoir... mais sur ce point, on a discuté ferme dans les groupes d'étude qui se sont formés après les exposés : rêve d'une pratique différente du journalisme, qui permettrait aux professionnels des deux sexes de préserver leur vie familiale et leurs loisirs...

Mousse Boulanger, qui était là en tant que femme de radio et non en tant que poète, préférerait quant à elle, ce jour-là, ne pas rêver : « *Il faut qu'une femme soit en tout cas trois fois plus forte, mieux documentée et plus en possession de ses moyens qu'un homme pour s'imposer.* »

Au reste, s'imposer en soi ne suffit pas. Il faut encore trouver le moyen de promouvoir des idées allant dans le sens des intérêts des femmes. Mais s'il est à la rigueur possible, pour une femme douée et tenace, de se faire sa place au soleil dans le monde des médias, c'est le plus souvent à condition, justement, de ne pas s'afficher comme féministe ! Charlotte Hug, rédactrice en chef de *Construire* a bien expliqué le réflexe d'auto-censure auquel recourent les journalistes femmes quand elles entrent dans une rédaction. Elles savent qu'il en va de leur crédibilité professionnelle. Par la suite, une fois leur position consolidée, elles pourront se permettre une plus grande liberté de manœuvre... sans jamais cesser de se surveiller !

« *Il faut user de persuasion et de ruse pour amener une rédaction à traiter certains thèmes touchant à la cause des femmes* » renchérisait Gabrielle Baggiolini, responsable des informations régionales à la télévision romande. Les téléspectateurs qui suivent son émission de 18 h. 40 savent que ses efforts sont souvent couronnés de succès.

Le « regard femmes »

Sujet controversé : les « pages femmes » dans les quotidiens, les émissions destinées aux femmes à la radio et à la télévision, bref ces fameux « ghettos » dont nous aimerions bien sortir, mais qui restent pour l'instant notre seule possibilité d'expression dans bien des domaines. Ursa Krattiger, historienne et responsable d'une émission féminine à la radio suisse alémanique, a vigoureusement plaidé pour leur maintien.

Les participantes se sont montrées en grande majorité convaincues par son argumentation, à vrai dire inattaquable tant que le « regard femmes » continuera à être marginalisé dans l'information destinée au grand public. Elles n'en ont pas moins essayé de formuler des propositions concrètes pour surmonter cette marginalisation. Par exemple : intensifier les contacts personnels avec les journalistes de la grande presse (écrite ou audiovisuelle) ; faciliter le travail de ces journalistes en leur proposant des projets élaborés et conformes aux exigences de leur média respectif (apprendre à « penser son » et à « penser image » pour la radio et la télévision !); utiliser autant que faire se peut, mais à bon escient, le courrier des lecteurs, les conférences de presse et d'autres instruments de sensibilisation.

Prétendre que les médias suisses dans leur ensemble ignorent consciemment et systématiquement les problèmes liés à la condition féminine serait une absurdité. Il suffit pour s'en rendre compte de feuilleter la revue de presse établie chaque mois par



Photo BIT

la Commission Fédérale des Affaires Féminines. Mais les journalistes — et c'est au fond normal — réagissent plus volontiers aux événements qu'aux états d'âme. Aux femmes, et en particulier aux associations féminines, de devenir actrices de l'actualité.

L'ADF n'a pas attendu longtemps avant de mettre ce conseil en pratique : le jour même, elle lançait une campagne de soutien à la candidature de Lilian Uchtenhagen au Conseil Fédéral dont plusieurs jou-

naux ainsi que la radio et la TV n'ont pas manqué de se faire l'écho.

Silvia Lempen

¹ « *La contribution des médias à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes* » Le dernier numéro de « *F-Questions au féminin* » (bulletin de la Commission fédérale pour les affaires féminines) comporte un compte rendu de ce séminaire par Ursa Krattiger, membre de la délégation suisse.

Lilian et la presse : un exemple neuchâtelois

La section des Montagnes neuchâteloises de l'ADF — à l'exemple d'autres groupements féministes en Suisse romande — a réagi à la publication d'articles dans la presse locale au sujet de la désignation¹, par le Parti socialiste suisse, de Lilian Uchtenhagen comme candidate officielle au Conseil fédéral. Il n'était, en effet, pas difficile de déceler une certaine paresse à sortir des vieux réflexes masculins dans l'article et le commentaire de Ph.-O. Boillod-correspondant parlementaire à Berne de *l'Impartial*² — quand il relatait l'événement de sa désignation dans l'édition du 14 novembre dernier... Le journaliste s'arrêtait par deux fois sur « la très élégante Zurichoise », écrivant notamment « Lilian Uchtenhagen, luxueux tailleur noir, chic blouse terre de Sienne, avait le sourire carnassier et réjouit à la fois »...

Son commentaire, intitulé « Femmes, femmes, femmes... », faisait, lui aussi, feu de tout bois : après avoir relevé que parler de vote contre les femmes restait « la seule réalité émotionnelle qui peut désormais porter Lilian Uchtenhagen au Conseil fé-

déral », il martelait le couplet du « parti qui devait se reprendre, sortir un candidat au Conseil fédéral aux nerfs d'acier, solide et compétent, ferme, mais conciliant et, surtout, acceptable par la majorité du centre-droite. » Pour finir sur l'évocation de « la mine émue et folichonne à la fois » de Lilian opposée au « calme olympien et satisfait » de son concurrent le plus sérieux, Hans Schmid...

La section des Montagnes de l'ADF a donc, par voie de « lettre de lecteurs » demandé à Ph.-O. Boillod de lui fournir rapidement des détails vestimentaires sur les concurrents de Mme Uchtenhagen et sur leur sourire pour pouvoir se forger une opinion à leur sujet. Et ses représentantes qui ont « l'habitude de juger les gens sur leur valeur et non sur leurs tailleurs » ont, du même coup, invité le journaliste à venir exposer ses propres critères d'un candidat valable au Conseil fédéral.

Ce qu'il a fait pour se retrouver face à une assemblée nombreuse, presque essentiellement féminine, présidée par Mme Anne Christinat. Le reproche principal



Une radio pour les femmes

La radio, un espace de solidarité

Autrefois, cela fait un ou deux ans, il y avait encore **Réalités**, le lundi à 14 heures sur RSR2, émission consacrée à l'actualité féministe et féminine suisse et internationale. C'était la belle époque !

Je me souviens d'avoir entendu dans cette émission pour la première fois Marie Cardinal, Gisèle Halimi, Pierrette Sartin... et combien d'autres encore. J'ai aussi participé à des émissions de **Réalités** lors de l'initiative sur l'égalité des droits ou après les assemblées générales de l'Alliance de sociétés féminines suisses, etc. Merci, Marie-Claude Leburgue, productrice de cette émission, qui a apporté aux femmes ouverture et solidarité. Mais maintenant c'est fini, et c'est dommage.

était de le voir rédiger un article prétendument politique en utilisant, en grande partie, des arguments tout sauf politiques. M. Boillod s'est défendu en disant qu'il n'était guère opposé à une candidature féminine au Conseil fédéral, mais que ses arguments portaient sur le fait qu'elle ne lui paraissait pas le meilleur choix possible. Une preuve parmi d'autres ? Sa désignation *in extremis* par le groupe parlementaire socialiste et au deuxième tour seulement. Il est vrai que, lors de cette rencontre entre les membres de l'ADF et M. Boillod, ce résultat n'était pas encore rehaussé par le score du candidat radical au Conseil fédéral qui, quelques jours plus tard, passait le test de son parti « à la raclette »... au troisième tour et face à deux concurrents seulement, alors que Lillian Uchtenhagen avait eu à en affronter cinq...

En résumé, si la discussion n'a pas permis de résorber le malaise en profondeur, l'échange de vues a tout de même permis de clarifier certaines positions. Il a, à nouveau, permis de mettre en évidence que l'accent porté sur les « défauts » d'une candidate à un poste (défauts qui sont presque toujours le décalque des « qualités » reconnues aux hommes...) est, en fait, une manière implicite de reconnaître ses qualités ! Il y aurait là matière, d'ailleurs, à inspirer des étudiants en sociologie en mal de thèse : examiner les réactions suscitées à tous les niveaux par une candidature féminine dans ce pays, en 1983, serait un sujet très intéressant !

Le reste est une autre affaire : celle qui va faire d'un rédacteur un véritable journaliste politique ou seulement un reporter des coulisses parlementaires... Il est vrai que le prédécesseur de M. Boillod, pour avoir fait ce choix, avait eu quelques ennuis.

Anne-Lise Grobety

¹ Cette désignation est intervenue le jour même du séminaire sur « Les femmes et les médias » au cours duquel les participantes s'étaient insurgées contre la campagne de médisance menée par une certaine presse à l'égard de la candidate (n.d.l.r.)

² Signalons néanmoins, par souci d'objectivité, que Gil Baillod s'est insurgé, le 15 novembre, dans le même journal, contre les reproches tendancieux adressés à la candidate Uchtenhagen (n.d.l.r.)

- des actualités du monde féminin et féministe, celles qu'on retrouve dans les magazines suisses, allemands, français, italiens
 - des présentations de livres, de romans qu'on n'a pas le temps de lire
 - des conseils ménagers afin de simplifier le travail, des idées pour des menus, avec prix, calories
 - des conseils de santé, mais aussi un peu d'histoire, comme la peur du sang menstruel dans certaines civilisations
 - une à deux heures par semaine d'éducation permanente, cours de langues, initiation musicale, initiation scientifique
 - et bien sûr quelques grands thèmes d'actualité vus par des femmes, éducation, pacifisme.
- Et cela avec un tiers de musique.

En Suisse alémanique

Ursa Krattiger anime toujours, avec un énorme succès, sur le deuxième programme alémanique, une émission qui s'adresse surtout aux femmes. Ursa Krattiger est très féministe, très, peut-être même trop aux yeux de certaines, mais elle sait mettre de l'eau dans son vin. Lors du séminaire de l'ADF sur les femmes et les médias, elle a insisté sur la nécessité d'avoir des émissions destinées principalement aux femmes. (Cf article ci-dessus) Je suis d'accord avec elle, il faut cultiver la différence.

Quels programmes ?

Mais, au fond, que cherche-t-on à écouter à la radio lorsque, avec son transistor à côté de soi, on prépare le dîner, on range le linge, on coud à la machine, bref lorsqu'on a des activités manuelles qui ne sont pas très absorbantes ? Personnellement, voici mes choix :

Femmes = public-cible

Que va-t-il se passer le 1er mars 1984, date à laquelle les grilles des programmes de la radio romande vont complètement changer, les trois chaînes ayant chacune un directeur ou une directrice ? Va-t-on enfin comprendre que les femmes constituent un public-cible et que des émissions ouvertes devraient leur être consacrées ? Il y a bien des émissions pour les sportifs, les jeunes, les amateurs de plantes vertes ou de jardins potagers ! La radio romande deviendra-t-elle un pont entre les femmes et les hommes des cantons romands, quel que soit le quotidien de leur existence, afin que tous puissent se sentir solidaires les uns des autres, dans l'espace et dans le temps ?

Jacqueline Berenstein-Wavre

Nous consacrerons prochainement un dossier à la place des femmes dans les nouvelles radios locales.



Formation des journalistes : évolution positive

Le journalisme en Suisse romande a le vent en poupe. Malgré un marché relativement restreint, il attire, chaque année, un nombre croissant de jeunes. Universitaires ou non, ils se destinent, pour la plupart, à la presse écrite.

Celle-ci leur offre aujourd'hui davantage de débouchés que les médias audio-visuels. On peut néanmoins penser que, demain, les radios locales auront besoin de collaborateurs qualifiés pour étoffer leurs programmes. Du coup, de nouvelles places — dans une mesure difficile encore à apprécier — s'offriront aux professionnels de l'information.

Depuis une quinzaine d'années, Lausanne accueille des cours de formation professionnelle pour les journalistes-stagiaires des médias romands. Organisés paritairement par l'Union romande des journaux (URJ) et par la Fédération suisse des journalistes (FSJ), ces cours s'étendent sur deux ans, à raison de quatre semaines par an. Ils permettent aux stagiaires de compléter la formation sur le tas qu'ils acquièrent dans leur rédaction, leur agence, leur studio de radio ou de télévision.

Cent-vingt-six stagiaires, venus de tous les cantons francophones, ont suivi la dernière session des cours de formation professionnelle 1983. En cinq ans, leur effectif a presque doublé, puisqu'ils étaient septant-cinq en 1978.

Cet afflux, que nous n'avons pas à analyser ici, a amené la Commission mixte URJ/FSJ de la formation professionnelle des journalistes à prendre une série de mesures. La plus importante et la plus récente de celles-ci a été le dédoublement des cours et la création de quatre volées de stagiaires.

Un bon tiers de femmes

Quelle est la proportion de journalistes femmes dans ces volées ? Elles étaient, en décembre dernier, au nombre de quarante-six, représentant 36,5 % de l'effectif total.

Cette proportion est légèrement supérieure à la moyenne des dix dernières années, calculée sur le nombre total des stagiaires ayant terminé leur formation professionnelle.

De 1972 à 1983, la Direction de la formation professionnelle a délivré trois-cent quarante et une attestations de fin de cours. Sur ce nombre, cent-quatre attestations ont été remises à des journalistes femmes, soit 30,5 %.

Durant les douze années considérées, la proportion des stagiaires journalistes femmes a connu des variations sensibles. Elle a passé de 16 % à 41 %, tournant le plus souvent entre 25 % et 35 % environ.

A ces cent-quatre titulaires de l'attestation, il faut ajouter une quarantaine de journalistes qui n'ont pas terminé leur formation professionnelle mais qui ont exercé — ou exercent — néanmoins le métier.

Un rapide examen des fichiers nous permet de dire que les stagiaires-journalistes femmes qui ont suivi les cours de Lausanne venaient et viennent toujours de tous les secteurs des médias.

La majorité d'entre elles, cela va sans dire, ont fait leur stage dans la presse écrite. Plusieurs d'entre elles se sont formées à l'Agence télégraphique suisse ou dans des revues. Ces dernières années, surtout, on a vu apparaître quelques stagiaires libres, partageant leur temps entre la radio et une ou deux publications.

Il est souhaitable que, durant leurs deux ans de stage, les futurs journalistes reçoivent une formation polyvalente. Ils auront ensuite le loisir de se spécialiser dans l'un des nombreux domaines de l'information, dont aucun ne nous paraît plus, à l'heure actuelle — et c'est heureux — exclusivement réservé aux hommes.

*J.-P. Chuard
Directeur de la formation
professionnelle et
continue des journalistes*

Femme et journaliste : dur, dur...

L'une des animatrices du séminaire de l'ADF sur « Les femmes et les médias » était Ingrid Baldes, assistante à l'Université de Zurich et auteur d'un travail de licence sur la situation des journalistes femmes dans les médias suisses (1). Ce travail se fonde sur une enquête conduite dans les cantons de Vaud et Zurich, dans lesquels la concentration de journalistes est la plus forte de Suisse, et qui sont de ce fait les plus représentatifs. Plus de 500 journalistes (homme et femmes) y ont répondu. Voici quelques-unes des constatations les plus intéressantes de cette recherche.

● **Pourcentage de femmes dans les rédactions** : dans les journaux à grand tirage (plus de 50.000 ex.), environ 13 % ; dans les journaux à tirage plus réduit, entre 28 % et 29 %.

● **Rubriques** : on ne trouve presque pas de femmes dans certaines rubriques (étranger, sport, économie), alors que d'autres restent un monopole féminin (mode, famille etc.).

● **Position hiérarchique** : les rédactrices en chef ne courent pas les rues, on s'en doutait. On en trouve néanmoins quelques-unes, mais elles sont souvent à la tête de publications féminines, ou consacrées à des sujets censés intéresser surtout les femmes. Le pourcentage des femmes chefs de

rubrique est aussi très bas. Par exemple, on n'en trouve aucune à la TV suisse allemande, où pourtant 27,6 % des journalistes sont des femmes. Par contre, ces dernières constituent un tiers des journalistes libres.

● **Situation personnelle et familiale** : 55,8 % des journalistes femmes interrogées ne sont pas mariées, contre 38,4 % des hommes. 65,5 % des journalistes femmes n'ont pas d'enfant.

● **Formation** : La proportion des journalistes femmes ayant une formation universitaire ne cesse de croître, ce qui n'est pas le cas chez les journalistes hommes. Dans l'ensemble, on constate que les journalistes femmes sont de plus en plus qualifiées.

● **Revenu** : Presque les 2/3 des journalistes femmes qui ont répondu à l'enquête gagnent moins de 4000 francs par mois, alors que presque la moitié des journalistes hommes gagnent plus de 5.000 francs. On ne trouve aucune femme dans les classes de salaire supérieures à 7000 francs (11 % des hommes). Cette différence est naturellement imputable à différents facteurs : situation hiérarchique, ancienneté, disponibilité pour des activités supplémentaires donnant droit à des primes, etc.

Cette étude est complète et fort bien faite. Elle n'appelle guère de commentaires, ses conclusions étant, hélas, suffisamment parlantes. Tout au plus aurait-on souhaité un tableau supplémentaire illustrant la relation entre la situation familiale de la journaliste (état civil, enfants) et ses possibilités de carrière. On aurait sans doute pu constater que ce n'est généralement pas parmi les mères de famille (déjà nettement minoritaires dans la profession) que se recrutent les rares détentrices d'un poste à responsabilité (chef de rubrique ou rédactrice en chef).

En fait, ceci n'a rien d'anormal, et l'on peut admettre que la joie d'élever des enfants compense largement une limitation ou un ralentissement du succès professionnel. Mais pourquoi ce critère serait-il valable seulement pour les femmes ? Ne faudrait-il pas reconsidérer radicalement le problème des carrières astreignantes, pour les hommes comme pour les femmes, dans la perspective d'un véritable partage des tâches familiales et sociales ?

Le journalisme, comme la médecine ou le barreau, y perdrait certainement bon nombre de jeunes loups aux dents longues, mais y gagneraient tout aussi certainement en poids d'humanité.

Silvia Lempfen

(1) *Frauen in den schweizer medien — Berufs — situation und Arbeitsbedingungen von journalistinnen.*