

Zeitschrift: L'Émilie : magazine socio-culturelles
Herausgeber: Association Femmes en Suisse et le Mouvement féministe
Band: [91] (2003)
Heft: 1473 [i.e. 1472]

Rubrik: Dossier
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: 01.05.2026

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



JOELLE FLUMET

Sexistes à leur corps défendant, les médias

La presse est-elle sexiste ? « Oui » répond Sylvie Durrer. Avec la collaboration de Nicole Jufer et Stéphanie Pahud, la chercheuse a scrupuleusement étudié la représentation quantitative et qualitative des femmes dans la presse romande¹. Les résultats ? Pire que ce que vous imaginiez.

JASMINE CHAMPENOIS

Menuë, souriante, le front relevé, Sylvie Durrer, professeur et mère de deux enfants s'attelle depuis plusieurs mois à une vaste enquête pour le Fond national de recherche suisse. Si cette phrase vous a choqué-e-s, bravo ! Car c'est en ces termes que sont souvent dépeintes les femmes dans les articles de presse. « Jeune, petite, frêle » s'appliquent plus souvent aux femmes qu'aux hommes. La femme « pleure », « est fatiguée ». Pour 116 « grands hommes » mentionnés dans le journal *Le Temps* depuis le 18 mars 1988, il n'y a que 5 « grandes femmes » qui font écho. Alors, la presse serait-elle sexiste ?

Peu de femmes dans la réalité ?

L'équipe de Sylvie Durrer travaille à décrypter les textes et les images de 5000 articles selon la Global Media Monitoring Project (GMMP), une méthode rigoureuse d'analyse quantitative et qualitative déjà appliquée dans plusieurs pays européens². Les résultats en Suisse romande concordent avec ceux trouvés en France ou en Allemagne. Et ils ne sont pas à l'avantage des femmes, loin s'en faut. Sur 8 quotidiens romands analysés pendant deux semaines, le nombre de femmes mentionnées est de 15,5% et de 84,5% d'hommes ! En revanche, les illustrations, photos et portraits sans lien direct avec l'article utilisent jusqu'à 63% de femmes contre seulement 36% d'hommes. Une catastrophe naturelle, un incendie ? Ce sont le plus souvent des femmes en larmes qui « illustreront » la page d'information. La place faite aux femmes dans la presse romande semble bien refléter l'esprit sexiste d'une société de communication qui considère le féminin comme un joli élément de décoration.

Linguiste, Sylvie Durrer s'attelle aussi à décortiquer le langage employé par les journalistes. Quelle est la désignation des hommes et des femmes ? Il apparaît une féminisation croissante des noms de professions, comme «la cheffe» par exemple. Cependant, aucun journal n'a de politique cohérente par rapport à la féminisation des noms : les discussions sont vives au sein des rédactions pour conserver «le docteur», et non «la docteure», «le ministre» ou «la femme ministre», etc. Autre fait marquant : les femmes sont plus souvent désignées uniquement par leurs prénoms que les hommes. Leur profession et leur patronyme apparaissent très rarement en légende photographique.

En larmes et fatiguées

Si on creuse un peu plus loin dans le jargon journalistique, on peut même trouver la fréquence de descripteurs sexistes : ainsi la «fatigue» ; «exténuée», «abattue», «le visage défait» et les «larmes» sont le lot quotidien des femmes décrites. De plus, les femmes sont très souvent dépeintes physiquement dans les articles alors que les hommes semblent pouvoir exister indépendamment de leurs corps.

Bien entendu, on peut se demander si ces éléments sont véritablement dignes d'attention ? Sylvie Durrer insiste : «le discours contribue à construire les identités collectives et individuelles». Pour elle, la féminisation des noms de métiers par exemple n'est donc pas un faux combat. Bien au contraire, «le langage est un révélateur des symboles et des valeurs d'une société».

Est-ce que les femmes journalistes parlent plus des femmes ? Il semble bien que cela ne soit pas le cas, même si le nombre de femmes exerçant le métier de journalistes est encore trop faible pour marquer une différence. A cet état de fait, une réponse est souvent mise en avant par les rédacteurs : il y a peu de femmes marquant l'actualité. Pour la chercheuse, cet argument n'est pas valable et ne peut justifier une telle sous-représentation. Elle réplique en affirmant que le lectorat féminin de la presse écrite reste faible du fait de cette maigre représentation des intérêts féminins.

Comment changer les habitudes ? Les journalistes ne font-ils que représenter le réel et donc les valeurs sexistes de notre société ? «Elles et ils ne semblent pas avoir conscience de ce biais androcentrique» affirme Sylvie Durrer. «Il y a un discours favorable aux femmes, mais une énonciation contradictoire». C'est pourquoi le dernier volet de l'enquête sera consacré à un travail auprès des journalistes sur leur représentation du féminin et du masculin. Il sera question des impératifs journalistiques tel que la pression du temps, la faible représentation des journalistes femmes dans les quotidiens, le lectorat principalement masculin. S'efforcer de combattre la médiatisation des stéréotypes sexistes peut faire partie intégrante de l'éthique journalistique. Encore faut-il que les préjugés, bien ancrés dans les mentalités, soient repérés et traqués à la virgule près.

Si la radio semble encore plus sexiste, il semble que la télévision soit moins discriminatoire et laisse la place à plus de femmes. Hypothèse de la chercheuse : puisque le corps est un élément important du média télévisé, les femmes, surtout jeunes et jolies, ont plus de chance d'y être valorisées ! La division sexuelle médiatique a encore de beaux jours devant elle. •

¹ Durrer Sylvie; «La presse romande est-elle sexiste ? Oui !», Bulletin de l'Association suisse de linguistique appliquée, n°72, 2000.

² Il est possible d'accéder au dossier de la méthode Global Media Monitoring Project sur le site <http://www.erinresearch.com/downloads/GMMP2000.pdf>

Invisibles dans le discours, mais aussi dans les rédactions

Si les femmes occupent cinq fois moins de place dans les médias en Europe, la faible proportion de femmes journalistes en est une des causes. En effet, l'enquête Global Media Monitoring Project (GMMP) analyse que la part de femmes journalistes à traiter de l'actualité n'est que de 28%. «Moins promues, moins payées, plus précaires, les femmes journalistes occupent les positions les moins «nobles» dans la hiérarchie convenue entre les rubriques et entre les médias.» Un état de fait alarmant quand on s'interroge sur qui «fait l'info ?». Pourtant 50% des étudiants en école de journalisme sont des femmes. Pour en savoir plus, une association de femmes journalistes a créé son site web <http://www.femmes-journalistes.org/> •

JC

Entrevue avec Sylvie Durrer

«La plupart des journalistes se vivent comme profondément égalitaires»

Entretien avec Sylvie Durrer, instigatrice de l'enquête sur l'image des femmes dans les médias. Après des études de linguistique, elle enseigne à Zurich et donne un cours sur les femmes et le langage. A cette occasion, elle découvre un «continent», et se nourrit d'une somme de réflexions. Mûries, elles aboutissent au projet de recherche citée en premières pages du dossier.

PROPOS RECUEILLIS PAR COSETTE HANHART

Quelles sont les différences de traitement selon les sexes ?

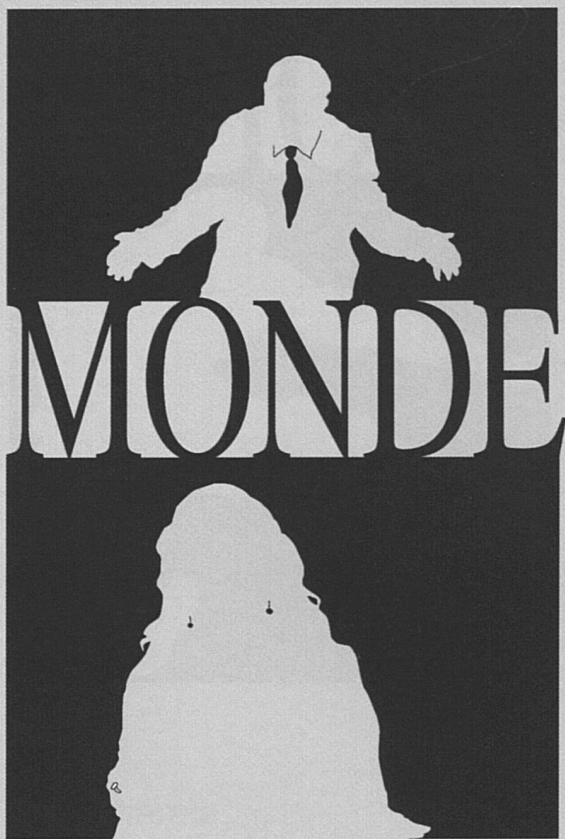
Au niveau quantitatif, les femmes sont relativement peu visibles dans les médias. De plus, de petites différences de traitement entre les sexes sont récurrentes, et donc significatives : si une femme figure dans un article, sans être le sujet principal, sa profession n'est souvent pas indiquée. En revanche, le statut relationnel, marital ou familial est presque toujours précisé. Des indications sur le physique, sur la chevelure sont également données. Même si ce n'est plus systématique, tout se passe comme si les politiciennes continuaient à être d'abord des femmes avant d'être des personnes exerçant une fonction publique. Ces dernières valent en effet avant tout par leurs corps, qui doit être «présentable». Ce qui se retrouve dans la sémantique : des termes qui relèvent de l'alimentaire et qui tournent autour de la «fraîcheur» reviennent sans arrêt pour décrire les femmes. La naïveté est par ailleurs citée fréquemment parmi les traits de leur comportement. Une manière de renvoyer l'image selon laquelle elles ne seraient pas encore mûres en politique. Même dans le cas de Micheline Calmy-Rey, lorsqu'elle agit différemment de ce que l'on attendait peut-être d'elle. Son attitude n'est pas perçue comme un choix, mais comme un manque de connaissances.

Les femmes journalistes exercent-elles leur métier d'une façon différente ?

A ce stade de nos études, aucune différence majeure n'a pu être démontrée. Les femmes journalistes ne mentionnent pas plus fréquemment des femmes que des hommes, par exemple. Il apparaît cependant qu'elles traitent plus souvent de problématiques dites féminines : éducation, santé, etc. On observe aussi que si elles n'évoquent pas plus souvent que les hommes des personnalités féminines, elles parlent plus souvent «des femmes» en général.

Que pensent les rédactions romandes de votre enquête sur le sexisme dans les médias ?

Elles ne sont pas hostiles à notre démarche, mais ce n'est pas une priorité. La plupart des journalistes se vivent comme profondément égalitaires. Quand on leur dit qu'ils ont une approche et une pratique discriminatoires, ils prennent cette accusation personnellement et le vivent comme une blessure narcissique. Alors que la plupart des journalistes hommes n'ont pas réfléchi à la question, beaucoup des journalistes femmes rencontrées sont satisfaites de ce que dévoilent les résultats de l'enquête. D'autre part, j'ai constaté, lors des entretiens individuels, un manque de communication entre les journalistes femmes. Elles dénoncent souvent les mêmes éléments discriminants, mais sont convaincues que leurs collègues féminines sont d'un autre avis. Elles ne se concertent donc pas sur le sujet et pratiquent une forme d'autocensure.



Quelle est la position des journalistes sur la féminisation du langage ?

Les rédactions n'ont pas de position claire. Cela donne lieu à des pratiques extrêmement contradictoires. Cette question est taboue, car elle dévoile des antagonismes énormes entre les journalistes : une vraie boîte de Pandore. Du coup, dans les rédactions, on se cache derrière les correcteurs et les correctrices, qui eux se réfèrent au dictionnaire et à l'Académie française.

Quelles sont les moyens à créer pour faire changer la représentation des femmes dans les médias ?

Il faut agir sur deux axes : à travers l'éducation et par le biais des associations professionnelles. D'une part, il serait judicieux de mettre sur pied un programme de base, à l'Université, dans les hautes écoles, ou à travers la formation continue. Ce qui prend du temps et va à l'encontre de toute une conception actuelle de notre société basée sur l'individualisme et la liberté individuelle. D'autre part, j'ai souligné le manque de communication entre les femmes journalistes. Pour lutter contre ce phénomène, une association de journalistes femmes pourrait être créée, sur le modèle français (l'Association des Journalistes Françaises) pour favoriser un contre-pouvoir. Enfin, il serait souhaité de rédiger avec des professionnel-le-s un Guide de rédaction non-discriminatoire à l'attention des journalistes.

Pourquoi est-ce important de souligner ces différences ?

Cela oblige les journalistes à se positionner. Quand on les confronte à nos résultats, ils ne peuvent plus dire qu'il n'y a pas de différences. S'ils affirment qu'il n'y a pas de problèmes de sexisme dans les médias, ils devront assumer une position qui est inégalitaire et patriarcale. Ce qu'ils ne font pas pour l'instant. Et surtout, du point de vue démocratique, la Suisse a fait un choix en acceptant l'article constitutionnel sur l'égalité. Et les journalistes doivent le respecter. ◦

Les rédactions les mieux notées

En vérité, sur le plan du sexisme, il y a très peu de différences entre les titres de la presse romande. Alors que dans les rédactions, on déclare que la profession se féminise, moins de 20% des 2500 articles pris en considération sont signés par les femmes, selon l'étude menée par Sylvie Durrer et ses assistantes. Sauf, assez logiquement, pour le magazine *Femina* (qui rehausse nettement la moyenne), dont plus de 75% des articles sont d'une plume féminine. Dans *Le Courrier* par exemple, 15% seulement des articles signés ont une auteure. D'autre part, dans *Femina*, parmi les personnalités mentionnées, seules 43,97% sont des femmes. Même dans un journal féminin écrit par des femmes, la parité n'est pas encore atteinte. *Le Courrier* mentionne 16% de femmes dans ses colonnes. *Le Matin* : 21%, notamment grâce à ses rubriques «people». En règle générale, les hebdomadaires accordent plus de place aux femmes que les quotidiens. Et si dans les écoles de journalisme et de communication, il y a beaucoup d'étudiantes, à l'embauche, les femmes ont toujours plus de difficultés que les hommes. ◦

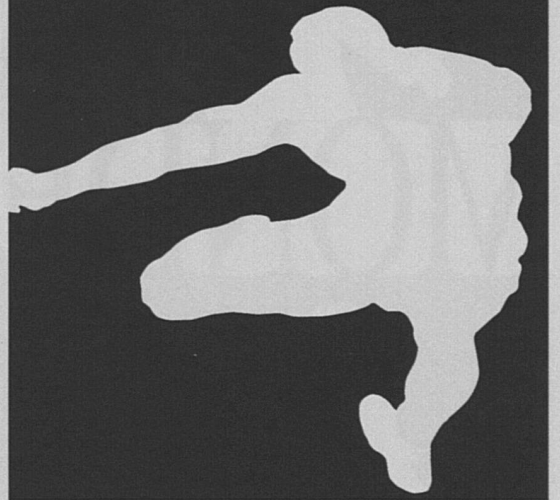
CH

SPORTS

Traitement qualitatif

Plus ou moins fraîches et élégantes, les femmes dans la presse

Les femmes sont peu représentées dans la presse, lorsqu'elles le sont, elles font couler beaucoup d'encre au sujet de leur apparence. Non pas seulement dans le cadre des rubriques « mode » ou « people » où elles sont surreprésentées, mais même lorsqu'elles sont politiciennes ou sportives d'élite. Nous publions quelques extraits de la recherche de Sylvie Durrer concernant les vêtements, la chevelure et partant, l'allure générale de ces dames.



JOËLLE FLUMET

Vêtements

Par leur omniprésence, les indications de taille mais aussi d'âge, de type de cheveux, d'habillement, etc., tendent non seulement à occulter la diversité des femmes, mais à les renvoyer à une essence féminine, qui est toute entière corps et paraître. Les habits que portent les politiciennes font beaucoup plus souvent l'objet de commentaires que ceux de leurs confrères. Le premier exemple, plus ancien, témoigne de l'inertie des représentations :

Lueur d'ironie dans la prunelle, elle est détendue, on peut passer au thème qui l'agace :
« Alors, vous avez abandonné le look Magasins du monde ? »
(*L'Hebdo*, 18.11.93)

Pour Ruth Dreifuss, l'accession au Conseil fédéral n'a apporté que peu de changements fondamentaux dans sa vie. Elle a toujours traité de dossiers de politique fédérale. En revanche, elle rencontre quelques problèmes dans la gestion de sa garde-robe (nettoyage, repassage, etc.), consciente qu'elle est qu'il faut là aussi répondre de manière adéquate à l'attente du public.
(*24 Heures*, 26.1.94)

En tout cas, le contraste [entre Dreifuss et Metzler] incite à la comparaison. Ne serait-ce qu'au niveau de l'apparence et de l'image. D'un côté, le rouge de la jeunesse pimpante. Le sourire léger de la victoire. De l'autre, le gris de l'expérience tenace. La pesanteur de l'effort. [...] Face à cette dynamique ébouriffante, le style Dreifuss apparaît lourd et comme démodé. (*L'Hebdo*, 5.10.00)

Ruth Lüthi, tailleur rouge, bustier noir, attend son tour, tendue. [...] Micheline Calmy-Rey arrive au Palais. Manteau noir, chemisier blanc, pantalon noir, talons hauts : elle soigne son look. Tout sourire, elle semble moins incommodée par l'attroupement de journalistes.
(*Tribune de Genève*, 27.11.02)

Vêtue d'un ensemble aux couleurs du drapeau suisse, Micheline Calmy-Rey affiche sa satisfaction.
(*La Côte*, 5.12.02)

La nouvelle conseillère fédérale, vêtue d'un complet rouge sur un col roulé blanc, apparaît alors à l'écran.
(*L'Hebdo*, 5.12.02)

Trois conseillères fédérales ont pris place : Micheline Calmy-Rey, tout de blanc vêtue, Ruth Metzler, en noir, et Ruth Dreifuss, en bordeaux, avec son éternel soleil à la boutonnière. (*24 Heures*, 13.12.02)

Cheveux

Toutefois, il n'y a pas que les signes extérieurs qui font l'objet du regard journalistique mais aussi le corps même des femmes et notamment leurs cheveux, souvent évoqués :

Ni femme à poigne, ni grand-mère de la nation : elle a fait discrètement disparaître ses premiers cheveux blancs.
(*Le Nouveau Quotidien*, 29.3.94)

Avec son élégante coupe Jeanne d'Arc, Micheline Calmy-Rey représente le modèle de la Genevoise urbaine, sûre d'elle-même. Sa tête dure est sans doute liée à ses racines valaisannes. (*24 Heures*, 2.10.02)

Rappelons que « dans notre société, la chevelure féminine est investie d'une dimension érotique » (Jane Freedman 1997 : 91), comme en témoigne notamment le fait qu'à la libération française, les femmes qui avaient eu des relations sexuelles avec l'occupant allemand se voyaient rasées. Selon l'historienne Michèle Perrot, « c'est toujours cette idée que les femmes portent leur sexe sur la tête » (citée par Jane Freedman 1997 : 91). L'évocation des cheveux de femmes par les journalistes peut être considérée comme un rappel discret mais néanmoins présent de leur nature féminine, sexuée. Une politicienne est d'abord et avant tout un être féminin, tandis qu'un politicien serait un spécialiste de la chose politique et non pas un être masculin.

Allure générale

S'il découpe volontiers le corps féminin, le discours journalistique l'aborde également sous un angle plus global et n'hésite pas à l'évaluer :

Maud Kraft, la quarantaine charmante et dynamique, a été choisie par la nouvelle conseillère fédérale Ruth Dreifuss pour devenir sa collaboratrice personnelle. (*24 Heures*, 15.4.93)

La fringante cheffe du Département de justice et police, jadis louée pour sa fraîcheur et sa détermination, fait aujourd'hui figure de canard boiteux, en butte aux attaques de la presse de boulevard comme de la presse hebdomadaire. (*Le Temps*, 10.10.02)

[Patrizia Pezenti] Une candidate de charme, parée d'une quarantaine toute en fraîcheur, mais toujours prudente. (*24 Heures*, 18.10.02)

Non seulement il est souvent question du corps des femmes - même lorsque celles-ci ne s'inscrivent pas du tout dans une problématique où le corps est un facteur important, tel le sport ou la mode - mais le corps et les vêtements féminins sont souvent mis en question. Les journalistes saluent volontiers le corps des politiciennes qui se rapproche ou se conforme à la norme esthétique en vigueur dans les milieux de la mode. Il semble que «ce discours de la mode déborde d'autres discours. [...] les femmes politiques se confondent dans l'imaginaire symbolique avec ces mannequins, ces vedettes dont les images se propagent partout dans les médias. Les frontières entre les deux catégories se dissolvent et les significations se mélangent dans les représentations journalistiques» (Jane Freedman 1997 : 106).

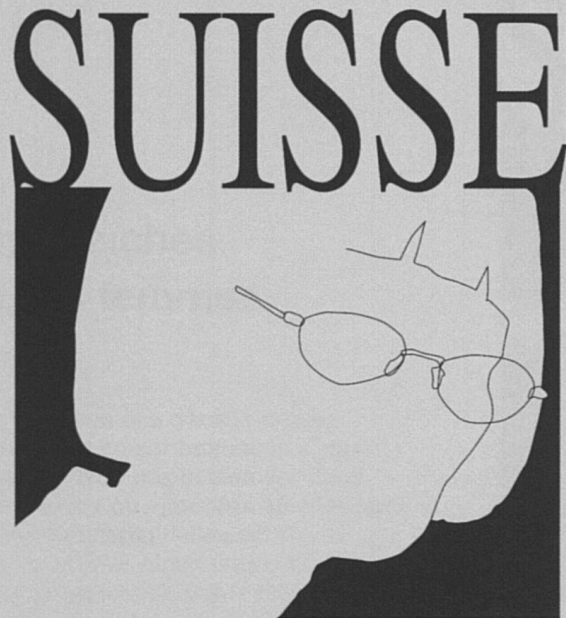
En dépit de ces appréciations, certes élogieuses, mais somme toute déplacées, il semble que les femmes politiques n'aient jamais le corps adéquat comme l'ont montré deux politologues françaises Frédérique Matonti et Frédérique Dulong. Selon ces dernières, tout se passe comme s'il n'y avait pas de corps possible pour les femmes en politique. Tous les corps sont présentés, évalués par les discours médiatiques comme inadéquats : trop masculin, trop féminin, trop ordinaire, trop vulgaire. Les corps féminins sont presque toujours «trop quelque chose», ce qui révèle peut-être une conception qui tend à les considérer comme étant tout simplement de trop. Les politiciennes françaises se sont exprimées à de nombreuses reprises sur les discours journalistiques à ce propos, dénonçant non seulement l'inadéquation de ces commentaires mais leur caractère blessant. Lors d'interviews accordées peu après son élection au Conseil fédéral, Micheline Calmy-Rey a également mis en question le caractère récurrent, déplacé et blessant de certaines remarques :

Votre style, votre apparence ont été critiqués pendant la campagne avant votre élection. Est-ce que cela vous a touchée ?

Oui, cela m'a blessée. Je peux comprendre qu'on attaque les idées, les méthodes de travail. C'est normal, c'est même positif. Mais les critiques qui portent sur la personnes sont plus difficiles à admettre. (*Construire*, 10.12.02)

Dans les études Global Media Monitoring Project (GMMP), on avait noté que les femmes semblaient faire moins souvent l'objet de critiques. On peut cependant interroger ce résultat à la lumière du discours médiatique français et romand, et on peut se demander si la critique est peut-être à première vue moins virulente que pour les hommes, mais porte sur d'autres dimensions et opère sur un mode plus indirect, mais non moins efficace. On pourrait donc penser qu'elles ne devraient pas toucher les femmes, tant elles sont futiles, et pourtant l'atteinte au corps n'est jamais une pratique anodine. ◊

¹ Jane Freedman, *Femmes politiques: mythes et symboles*, Paris, l'harmattan, 1997.



JOËLLE FLUMET

Réaction de Daniel Cornu

« Nous sommes tous médusés lorsqu'on nous révèle à quel point nous sommes prisonniers des stéréotypes »

Ethicien, vice-président du Conseil suisse de la presse et directeur du Centre romand de formation des journalistes (CRFJ) à Lausanne, Daniel Cornu se positionne par rapport à l'éventuel sexisme véhiculé par la presse écrite. Entrevue.

Propos recueillis par Andrée-Marie Dussault

Selon la recherche de Sylvie Durrer, les femmes sont quantitativement moins bien représentées que les hommes dans la presse écrite. A titre d'exemple, elles sont citées dans 16% des cas, alors que des hommes le sont dans 85% des cas. Comment réagissez-vous à cette différence de traitement ?

Je me demande si les femmes sont vraiment mieux représentées dans les milieux où les médias sont susceptibles d'interroger des acteurs sociaux qu'elles ne le sont dans la presse. Prenons l'exemple des sportives : elles sont très nombreuses certes, mais globalement, elles sont peu représentées dans les sports d'équipe les plus populaires en Suisse comme le foot ou le hockey. En revanche, elles occupent une grande place dans des sports non dominants comme le volleyball ou le basketball, mais ceux-ci sont moins couverts par les médias. Dans d'autres sports dominants, comme le tennis ou le ski où de nombreuses femmes s'illustrent, peut-on maintenir que les médias parlent moins des femmes que des hommes ? Non. Cela dit, je crois qu'il y a d'autres déterminants que le sexe dans le choix des journalistes quant aux personnes interrogées.

Que pensez-vous du traitement qualitatif réservé aux femmes par la presse écrite ; aux commentaires sur l'apparence des politiques ou des sportives, par exemple ?

Je retournerais la question en demandant si les joueuses de tennis sont insensibles à leur apparence et à ce qu'en disent les journalistes. Est-ce qu'elles apprécieraient qu'ils y soient totalement indifférents, que personne n'y prête attention ? Je ne le pense pas. Quand les sœurs Williams se mettent des perles de couleur dans les cheveux ou portent des habits sexy, elles s'attendent à ce qu'on les remarque. En politique, ce n'est pas compliqué : sur la tenue des hommes, il n'y a rien à dire ! Ils sont tous habillés de la même façon !

Est-ce que la lutte contre les stéréotypes sexistes peut faire partie intégrante de l'éthique journalistique ?

La mise en garde contre toutes les formes de discrimination fait partie de l'éthique journalistique. Je refuse l'usage exclusif de l'adjectif «sexiste», car la discrimination ne peut se réduire aux rapports hommes-femmes. Pourquoi privilégier la femme par rapport à d'autres groupes sociaux, en particulier par rapport aux diverses minorités ? Je suis conscient que les femmes peuvent être victimes d'un certain nombre de stéréotypes, d'un mode de langage ou d'une conception générale de la place qu'elles devraient occuper dans la société, lesquels peuvent se manifester notamment par des remarques sur leur tenue vestimentaire. A mes yeux, cela s'inscrit dans des préoccupations plus vastes dont font parties les discriminations à caractère sexuel, mais aussi toutes les autres formes de discriminations, qu'elles soient à caractère racial, ethnique ou religieux. Je suis membre de la Commission fédérale contre le racisme et je pense qu'il faut aussi rendre attentifs les journalistes à la manière de traiter les minorités culturelles, question qui me semble peut-être plus urgente en Suisse aujourd'hui.

Pour faire en sorte que les stéréotypes sexistes éventuels soient moins véhiculés dans la presse, Sylvie Durrer suggère, parmi d'autres stratégies, d'inclure à la formation des journalistes un volet sensibilisant les stagiaires aux rapports sociaux de sexes. Qu'en pensez-vous ?

Il y a mille voies possibles pour promouvoir l'égalité de traitement entre les sexes dans le cadre de la presse écrite : des colloques, des publications, etc. La mission principale du CRFJ est de transmettre en neuf semaines un savoir-faire, des connaissances et des références à des normes de déontologie. Le contenu des cours peut évidemment toujours être discuté. Lorsque je suis arrivé à la tête du CRFJ, il y avait dans le programme un cours sur l'information militaire... On peut se demander si un tel enseignement doit faire partie du bagage des journalistes. Ces jours-ci peut-être (*rire*) ! Les discriminations relèvent plutôt de normes déontologiques. Le CRFJ n'a pas à éduquer les stagiaires dans le sens du *politically correct*. Plus les années passent et plus je suis convaincu que l'information doit passer par la liberté, le respect des faits et des personnes, minorités incluses, mais qu'elle ne doit pas s'articuler autour d'un principe de justice qui orienterait par la force des choses la recherche de la vérité. Le bon journalisme ne fait pas dans le militantisme.

D'après une enquête récente, les journalistes se situent plutôt à gauche de l'échiquier politique. Dans le cadre de sa recherche, Sylvie Durrer a affirmé que dans les rédactions, les journalistes tenaient un discours égalitaire et tombaient de leur chaise lorsqu'ils apprenaient les résultats de son travail. Comment expliquer le paradoxe entre le discours des rédactions et le contenu que l'on retrouve dans la presse romande ?

Dans la vie quotidienne, comme dans la vie professionnelle, on véhicule un certain nombre de stéréotypes. Le propre du stéréotype, c'est qu'il circule sans que ceux qui les émettent ne s'en rendent compte. Nous sommes tous médusés lorsqu'on nous révèle à quel point nous sommes prisonniers des stéréotypes. D'ailleurs, je suis convaincu que ceux-ci ne sont pas l'apanage des hommes. Je ne suis pas certain qu'il n'y ait pas eu de femmes journalistes qui n'aient pas brocardé les gros muscles d'Amélie Mauresmo ou commenté les petites tenues d'Anna Kournikova...

Les rédactions romandes n'ont pas de politique claire quant à la féminisation du langage, qu'en pensez-vous ?

Il y a un flottement, certes. Il s'agit pour moi de l'affaire des rédactions. Ce n'est pas simple. Par rapport à la féminisation des noms de métiers, j'estime que les fonctions ont un genre, j'ai envie qu'on respecte le genre de la fonction. Personnellement, la question ne me préoccupe pas ; elle m'interpelle peu. De ce point de vue, je suis plutôt conservateur - par respect pour la langue - et je l'assume ! •

Elections fédérales 1999 : la présence médiatique des candidates et candidats

Lors des élections fédérales de 1999, les candidatures féminines ont atteint une proportion de 35%. Dans ses émissions pré-électorales, la télévision n'a toutefois accordé aux candidates qu'un temps de parole de 18%. C'est ce qui ressort d'une étude réalisée par Bettina Nyffeler, spécialiste en sciences sociales et des médias, présentée lors du colloque «*Politiquement correct – un point, c'est tout*» tenu le 7 mars sur l'image des femmes et des hommes véhiculée par l'information politique. Les données reposent sur une analyse globale de l'offre de d'informations diffusées aux heures d'écoute principales par les chaînes TV SRG SSR de toutes les régions linguistiques et par les télévisions privées à diffusion régionale-linguistique durant les quatre semaines précédant les élections. L'analyse a en outre porté sur les «spécial élections» diffusés par les radios SRG SSR dans toutes les régions linguistiques et montré qu'avec un temps de parole de 31%, les candidates étaient mieux représentées à la radio qu'à la télévision. En sus de la présence médiatique des candidats hommes et femmes, l'étude a également mis en lumière celle des journalistes hommes et femmes. Toutes chaînes confondues, les journalistes étaient présentes avec un temps de parole de 24% dans les sujets électoraux diffusés par la télévision. Comme les candidates, les journalistes femmes étaient elles aussi impliquées plus fortement dans les émissions électorales sur les chaînes radio : 40% du temps de parole imparti aux journalistes des deux sexes est en effet allé aux femmes.