

Les rédactions les mieux notées

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **L'Émilie : magazine socio-culturelles**

Band (Jahr): **[91] (2003)**

Heft 1473 [i.e. 1472]

PDF erstellt am: **23.09.2024**

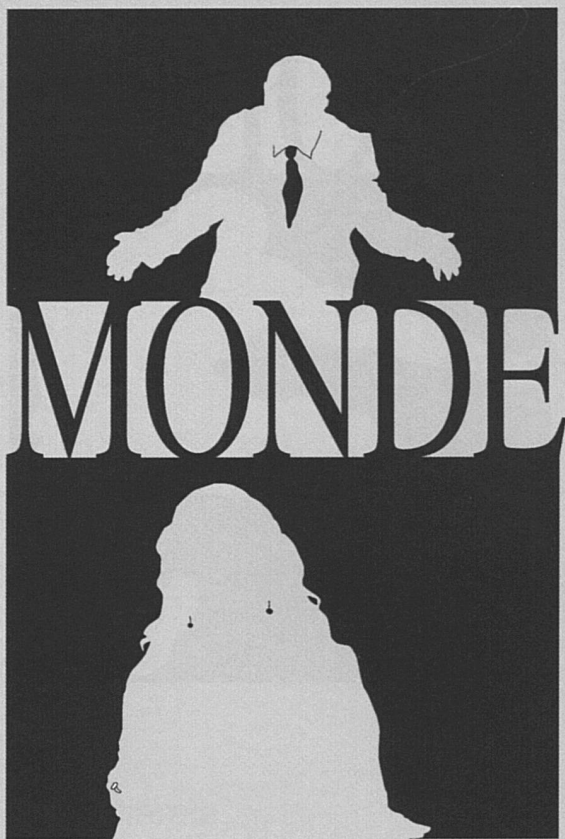
Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-282547>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



JOËLLE FLUMET

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