

Die Kandidatinnen in den Medien

**Geschlechts-
spezifische
Medienanalyse
zu den
Eidg. Wahlen
1995**



Eidg. Kommission für Frauenfragen

Herausgeberin
Eidg. Kommission für Frauenfragen
Eigerplatz 5, 3003 Bern

Vertrieb
Eidg. Drucksachen- und Materialzentrale
3000 Bern

Form 301.932 3/96 2'500
März 1996

Inhalt

Einleitung	1
Introduction	5
Introduzione	9
Zur Medienpräsenz der Kandidatinnen in der deutschen Schweiz (Bettina Nyffeler)	17
1. Das Wichtigste in Kürze	22
2. Fragestellung, Methode und analysierte Medien	25
3. Medienpräsenz der Kandidierenden	28
4. Wahlkampfthemen 1995	49
Literatur	60
Anhang	61
Présence des candidates dans les médias romands (A.-M. Ley)	75
1. Introduction	78
2. Questions posées	79
3. Les médias, objets de l'analyse	79
4. Résultats	83
5. Quelques notations	87
6. La réponse aux quatre questions – quelques conclusions	94
Tableaux	98

La presenza delle candidate nei media della Svizzera italiana (Barbara Hofmann)	109
1. In Ticino la politica è un feudo maschile	112
2. Media considerati nell'indagine	114
3. Tematiche e metodo	114
4. Risultati quantitativi	115
5. Risultati qualitativi	126
6. Conclusioni	127
Tabelle	128
Zur Medienpräsenz der Kandidatinnen in der italienischen Schweiz (Barbara Hofmann)	139
1. Im Tessin ist Politik Männersache	142
2. Untersuchte Medien	144
3. Fragestellungen und Methode	144
4. Quantitative Ergebnisse	146
5. Qualitative Ergebnisse	156
6. Fazit	157
Tabellen	158
Fazit der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen	169
Bilan de la Commission fédérale pour les questions féminines	175
Conclusioni della Commissione federale per i problemi della donna	181

Vorwort

Medien spielen heute im Polit-Wahlkampf eine immer grössere Rolle. Sie sind für die Politikerinnen und Politiker eine zentrale Profilierungsmöglichkeit. Wie Medien Gleichstellungsfragen und die Kandidaturen von Frauen zum Thema machen oder nicht, wirkt sich im Wahlkampf zweifellos aus. Nicht hinterfragte Auswahlkriterien, etwa die üblichen nach Amt und Würden, Etabliertheit der Partei, Anciennität und Bekanntheitsgrad, benachteiligen Frauen. Frauen sind bis heute in den politischen Führungsetagen weniger integriert. Sie verfügen seltener über einen Bisherigen-Bonus. Ihnen fehlen zumeist die wichtigen Beziehungsnetze und die finanziellen Mittel für teure Werbung.

Dass die Medien bei den National- und Ständeratswahlen im Oktober 1991 keineswegs so «neutral» gegenüber Kandidatinnen und Kandidaten waren, wie sie dies selber meinten, hat eine Untersuchung der SRG-Vorwahlsendungen 1991 am Radio und Fernsehen der deutschen und französischen Schweiz (F-Frauenfragen 3/92) gezeigt. Die SRG-Beiträge haben die Kandidaturen von Frauen insgesamt eher behindert als gefördert. Wenn sie nicht ganz fehlten, waren die Kandidatinnen meist unterproportional zu ihrem Anteil an den Kandidaturen vertreten. Frauenanliegen wurden zudem als Wahlkampfthemen – trotz Jahr des Frauenstreiks und der Frauensession – nur in bescheidener Weise aufgegriffen.

Aus diesem Grund hat sich die Eidg. Kommission für Frauenfragen in ihrem Leitfaden «Frauen ins Parlament» (1994) mit ihren Empfehlungen zur Verbesserung der Wahlchancen von Frauen nicht nur an die Parteien und die Frauenorganisationen, sondern auch an die Medien gewandt. Die Frauenkommission setzte und setzt sich dafür ein, dass die Medien gezielte Anstrengungen unternehmen, um den Kandidatinnen zumindest ihrem Anteil an allen Kandidaturen entsprechend in den Sendungen und Artikeln Platz einzuräumen. Sie hält es zudem für unerlässlich, dass die Medien einen aktiven Beitrag dazu leisten, dass sich die Situation für Frauen in der Politik verbessert.

Eine der wichtigen Fragen im Hinblick auf die National- und Ständeratswahlen 1995 war deshalb für die Eidg. Kommission für Frauenfragen diejenige nach der Medienpräsenz der Kandidatinnen. Die Kommission hat drei Fachfrauen beauftragt, während des Wahlkampfes eine Studie zu den Sendungen des Schweizer Fernsehens DRS, TSR und TSI, des Radios sowie zu ausgewählten Printmedien durchzuführen. Die Auswahl der Printmedien erfolgte dabei durch die Kommission. Besonders wichtig war ihr der Einbezug aller drei Landesteile.

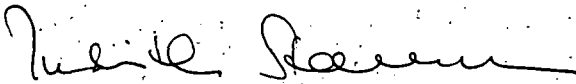
Die nun vorliegende Medienevaluation soll Medienleute und -verantwortliche auf die Rolle der Medien im Bereich Frauen und Politik aufmerksam machen und sie verstärkt für die Problematik sensibilisieren. Die Ergebnisse geben aber auch anderen Adressaten und Adressatinnen aus Politik, Parteien, Frauenorganisationen und weiteren interessierten Kreisen nützliche Hinweise für einen differenzierten Umgang mit dem Thema.

Wir danken den Autorinnen Bettina Nyffeler, Anne-Marie Ley und Barbara Hofmann für ihre engagierten Beiträge und Werner Seitz vom Bundesamt für Statistik für die kompetente Begleitung des Projektes. Auch Elisabeth Keller, Verena Laedrach-Feller und Claudia Weilenmann vom Kommissionssekretariat sei an dieser Stelle für die Betreuung des gesamten Berichtes gedankt.

Die Teilberichte werden in der Originalsprache publiziert. Für die Übersetzung ins-Italienische danken wir Romana Camani-Pedrina und für die französische Übersetzung Frau Chantal Froehlich. Barbara Berger danken wir für die Erstellung der Druckvorlage und Käthi Bieri für die grafische Gestaltung des Umschlages.

EIDG. KOMMISSION FÜR FRAUENFRAGEN

Die Präsidentin:



Judith Stamm

Avant-propos

Les médias jouent aujourd'hui un rôle toujours plus important dans les campagnes électorales. Ils donnent aux politiciennes et aux politiciens une possibilité idéale de se profiler. Il ne fait aucun doute que la manière dont les médias traitent les questions d'égalité et les candidatures féminines a des incidences sur la campagne électorale. Les critères de sélection tels que la fonction, l'implantation du parti, l'ancienneté et le degré de notoriété défavorisent les femmes. Aujourd'hui encore, les femmes sont peu nombreuses aux échelons supérieurs de la politique. Il est rare qu'elles disposent d'un bonus acquis de longue date. De plus, les réseaux de relations et les ressources nécessaires pour financer une propagande coûteuse leur font généralement défaut.

Une analyse des émissions électorales de la SSR diffusées en 1991 par la radio et la télévision de la Suisse alémanique et de la Suisse romande (F-Questions au féminin 3/92) a montré que, lors des élections au Conseil national et au Conseil des Etats d'octobre 1991, les médias ne se sont pas montrés aussi « neutres » qu'ils le pensaient envers les candidates et les candidats. Dans l'ensemble, les contributions de la SSR ont plus entravé que favorisé les candidatures féminines. Lorsqu'elles n'étaient pas purement et simplement absentes, les candidates n'étaient généralement pas représentées proportionnellement par rapport à l'ensemble des candidatures féminines. En outre, en dépit, en cette même année 1991, de la grève des femmes et de la session des parlementaires femmes, les préoccupations féminines ont été marginalisées; elles n'ont pas constitué à proprement parler un thème électoral.

C'est la raison pour laquelle, dans son guide intitulé « Femmes au parlement! » (1994), la Commission fédérale pour les questions féminines a adressé ses recommandations visant à améliorer les chances électorales des femmes non seulement aux partis et aux organisations féminines, mais également aux médias. La Commission s'est engagée et s'engage afin que les médias fassent des efforts ciblés en vue d'accorder aux femmes, dans les émissions et les articles de presse, la place qui leur revient conformément à la part qu'elles représentent dans l'ensemble des candidatures. Elle estime en outre indispensable que les médias fournissent une contribution active à l'amélioration de la situation des femmes dans la vie politique.

Dans la perspective des élections au Conseil national et au Conseil des Etats de 1995, une des questions essentielles pour la Commission fédérale pour les questions féminines a été celle de la présence des candidates dans les médias. La Commission a chargé trois spécialistes d'analyser, pendant la campagne électorale, les émissions de la télévision suisse DRS, TSR et TSI, de la radio ainsi que les articles publiés par une sélection de journaux. Le choix des quotidiens a été opéré par la Commission. Il lui a paru particulièrement important d'intégrer les trois régions du pays.

L'évaluation ainsi faite doit attirer l'attention des journalistes et des responsables des médias sur le rôle de la presse dans le domaine « femmes et politique » et mieux les sensibiliser à ce problème. Les résultats obtenus fournissent également à d'autres milieux intéressés, notamment les politiciennes et les politiciens, les responsables de

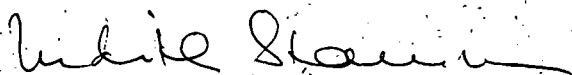
partis et les organisations féminines, des indications utiles permettant une approche différenciée de ce thème.

Nous adressons nos remerciements aux auteures, Bettina Nyffeler, Anne-Marie Ley et Barbara Hofmann, pour leur précieuses contributions et leur engagement ainsi qu'à Werner Seitz, de l'Office fédéral de la statistique qui, avec compétence, a accompagné ce projet. Notre reconnaissance va également à Elisabeth Keller, Verena Laedrach-Feller et Claudia Weilenmann, du secrétariat de la Commission, qui se sont occupées de l'ensemble du rapport.

Les rapports des trois auteures sont publiés dans leur langue originale. Nous tenons également à remercier les deux traductrices, Romana Camani-Pedrina pour l'italien et Chantal Froehlich pour le français. Nos remerciements s'adressent enfin à Barbara Berger pour la réalisation de la maquette et à Käthi Bieri pour la conception graphique de la couverture.

COMMISSION FEDERALE POUR LES QUESTIONS FEMININES

La Présidente:



Judith Stamm

Prefazione

Nelle campagne che precedono le elezioni politiche, i mass media svolgono un ruolo sempre più importante. Per le candidate e candidati rappresentano lo strumento privilegiato per profilarsi. Il modo in cui i mass media trattano le questioni riguardanti la parità e discutono il tema delle candidature femminili si ripercuote indubbiamente sulla campagna elettorale. Criteri acritici di scelta delle persone da proporre all'attenzione del pubblico – p.es. quelli usuali in base a cariche e onori, posizione in seno al partito, anzianità di servizio e notorietà – discriminano le donne. Le donne sono infatti tuttora meno integrate nelle dirigenze partitiche, fruiscono meno facilmente del bonus riconosciuto ai deputati uscenti, dispongono raramente di una fitta rete di relazioni importanti, e hanno meno mezzi finanziari per una costosa propaganda.

In occasione delle elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati dell'ottobre 1991, i mass media non si sono affatto comportati in maniera così «neutrale» come credevano nei confronti delle candidate e dei candidati. E' quanto emerge da un'analisi delle trasmissioni radiofoniche e televisive preelettorali diffuse dagli studi svizzero-tedeschi e romandi della SSR nel 1991 (v. F-Problemi al femminile 3/92). Per le donne, i contributi della SSR si sono infatti rivelati più di ostacolo che di promozione. Laddove non erano del tutto assenti, le candidate sono comparse in proporzione minore rispetto alla quota con cui erano presenti sulle liste. Le aspirazioni e le rivendicazioni delle donne sono inoltre state trattate solo di rado come tematiche della campagna elettorale, e ciò nonostante che si fosse nell'anno dello sciopero delle donne e della sessione delle donne.

Ecco perché con il prontuario «Donne in parlamento!» (1994), recante raccomandazioni in vista di migliorare le probabilità di elezione delle candidate, la Commissione federale per i problemi della donna ha cercato di rivolgersi non solo ai partiti e alle organizzazioni delle donne, bensì anche ai mass media. La Commissione ha operato e opera tuttora affinché quest'ultimi compiano sforzi mirati per offrire alle candidate, nelle trasmissioni e negli articoli, uno spazio che corrisponda almeno alla loro quota rispetto all'insieme delle candidature. Essa ritiene inoltre indispensabile che i mass media contribuiscano attivamente a migliorare la situazione delle donne in politica.

Per questa ragione, in vista delle elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati del 1995, la Commissione federale per i problemi della donna ha giudicato importante sollevare la questione della presenza delle candidate nei mass media. Ha pertanto incaricato tre specialiste di analizzare durante il periodo preelettorale le trasmissioni della Televisione svizzera DRS, TSR e TSI, della Radio svizzera e delle principali testate della stampa scritta. La scelta delle testate è stata operata dalla Commissione stessa, considerando le tre regioni linguistiche del paese.

La presente ricerca vuole attirare l'attenzione di giornaliste e giornalisti e delle persone responsabili sul ruolo dei mass media riguardo alla situazione delle donne in politica, allo scopo di sensibilizzare alla problematica. I risultati forniscono comunque utili indicazioni su come affrontare in modo differenziato questo tema anche alle persone

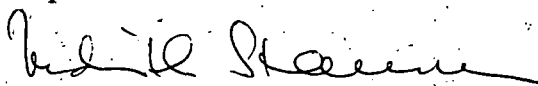
attive nella politica, nei partiti e nelle associazioni delle donne, come pure a ulteriori cerchie interessate.

Ringraziamo le autrici Bettina Nyffeler, Anne-Marie Ley e Barbara Hofmann per i contributi elaborati con tanto impegno, e Werner Seitz dell'Ufficio federale di statistica per aver accompagnato con perizia il progetto. I nostri ringraziamenti vanno pure a Elisabeth Keller, Verena Laedrach-Feller e Claudia Weilenmann della segreteria della Commissione per l'assistenza fornita durante l'elaborazione del rapporto.

I rapporti regionali vengono pubblicati nella lingua originale. Ringraziamo Romana Camani-Pedrina per la traduzione in italiano e Chantal Froelich per quella in francese. Grazie a Barbara Berger per l'impaginazione del testo e a Käthi Bieri per la concezione grafica della copertina.

COMMISSIONE FEDERALE PER I PROBLEMI DELLA DONNA

La presidente:



Judith Stamm

Einleitung

1. Zur Rolle der Medien im Wahlkampf

Frauen sind in der Politik untervertreten. Ihr Anteil in der Exekutive und Legislative bewegt sich sowohl auf Bundes- wie auf Kantons- und Gemeindeebene in der Regel zwischen 0 und 30 Prozent. Die Eidg. Kommission für Frauenfragen betrachtet diese Situation als äusserst unbefriedigend. Es muss festgestellt werden, dass mit der Einführung des Stimm- und Wahlrechts für Frauen 1971 nur die formale politische Gleichberechtigung realisiert werden konnte. Weitere Anstrengungen sind nun aber notwendig, damit Frauen endlich entsprechend ihrem Anteil an der Bevölkerung Politik mitgestalten können. Ein gleichberechtigtes Mitwirken der Frauen an politischen Entscheidungen ist eine grundlegende Frage der Gerechtigkeit und für die Demokratie einer Gesellschaft zentral. Eine paritätische Vertretung der Geschlechter sollte daher ein gemeinsames Anliegen von Frauen und Männern sein. Die bisherigen Erfahrungen in der Schweiz und in anderen Ländern zeigen, dass es auf den unterschiedlichsten Ebenen konkrete Massnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils in der Politik braucht.

Die Eidg. Kommission für Frauenfragen hat deshalb nach den enttäuschenden Ergebnissen der National- und Ständeratswahlen vom Oktober 1991, bei denen die Frauen ihre Vertretung in der Bundesversammlung nur minimal ausbauen konnten, im Hinblick auf die eidgenössischen Wahlen 1995 einen Leitfaden für Parteien, Frauenorganisationen und Medien erarbeitet¹. Sie richtete dabei ihr Augenmerk bewusst auch auf die Medien.

Die Medien spielen im Wahlkampf eine wichtige Rolle: Sie berichten über Wahlveranstaltungen und porträtieren Kandidatinnen und Kandidaten. Sie befragen Kandidierende zu politischen Sachbereichen und bieten ihnen eine Möglichkeit, sich im Wahlkampf zu profilieren und bei einer breiteren Öffentlichkeit bekannt zu werden. Hinsichtlich der Wahlchancen sind Medien ein wesentlicher Faktor. Andere Faktoren sind die Parteizugehörigkeit, der Listenplatz, die Popularität einer Person, der Status als Bisherige/r oder Neukandidierende/r und das Geschlecht. Beim Faktor Geschlecht zeigt sich, dass die Wahlchancen der Frauen aller Parteien bei sämtlichen eidgenössischen Wahlen seit 1971 insgesamt geringer waren als jene der Männer.

Zwei frühere Untersuchungen über die Rolle der Medien im Vorwahlkampf haben gezeigt, dass die Medien den Frauen den Weg ins Parlament eher erschweren als ebnen. Dadurch, dass sich die Medien der besonderen Barrieren für Frauen aufgrund ihres Geschlechts zu wenig oder gar nicht bewusst waren und sich ausschliesslich um eine «neutrale» Haltung bemüht haben, haben sie dazu beigetragen, dass der Status quo erhalten bleibt.

Eine von Catherine Cossy und Heidi Stutz im Auftrag des Eidg. Büros von Frau und Mann verfasste Analyse der Sendungen, welche die nationalen Radio- und Fernsehketten in der deutschen und welschen Schweiz dem Vorwahlkampf zu den Eidgenössischen Wahlen 1991 widmeten, hat nachgewiesen, dass Politikerinnen vor Kamera und Mikrophon eindeutig

¹ Frauen ins Parlament! Ein Leitfaden für Parteien, Frauenorganisationen und Medien zu den Eidg. Wahlen 1995. Bern 1994.

untervertreten waren². Wenn sie nicht gerade vollständig fehlten, waren die Kandidatinnen in den meisten Sendungen in der Minderheit. Ihre Medienpräsenz entsprach dabei nicht einmal dem Prozentsatz der Frauen auf den Listen ihrer jeweiligen Partei. Als Gründe für die Untervertretung der Frauen in den Sendungen kristallisierten sich folgende Faktoren heraus, die einen Einfluss auf die Frauenpräsenz in den SRG-Sendungen hatten:

- Frauenanliegen und Frauenfragen waren 1991 kein Wahlkampfthema.
- Die Anlage der Sendungen spielt eine wesentliche Rolle, sie kann sich für Frauen fördernd oder hinderlich auswirken.
- Hierarchieorientierte Berichterstattung benachteiligt die Frauen.
- Frauenlisten verhalfen kaum zu Medienpräsenz, wesentlich waren Spitzenkandidaturen.
- Die Ständeratswahlen, bei denen es 1991 nur gerade 14 Prozent Kandidaturen von Frauen gab (Vergleich: für den Nationalrat waren es 1991 32 Prozent Frauen), haben in der Berichterstattung der Medien ein sehr grosses Gewicht.
- Wenn Journalistinnen in der politischen Berichterstattung gut verankert sind, wird der journalistische Spielraum eher zugunsten der Kandidatinnen wahrgenommen.

Weitere wichtige Hinweise zur geschlechtsspezifischen Medienpräsenz im Wahlkampf liefert eine Medienanalyse zu den Grossrats- und Regierungsratswahlen im Kanton Bern von 1994, welche im Auftrag der Kantonalen Stelle für die Gleichstellung von Frauen und Männern von Bettina Nyffeler verfasst wurde³. Untersucht wurden sieben Tageszeitungen. Diese Studie hat hinsichtlich der Medienpräsenz von Kandidierenden geschlechtsspezifische Unterschiede festgestellt. Dies gilt auch für die Themen, zu welchen die Kandidatinnen und Kandidaten befragt wurden bzw. zu denen sie gesprochen haben. Insgesamt wurden Frauen, gemessen an ihrem Anteil an den Kandidaturen, leicht überdurchschnittlich oft in den Zeitungen genannt. Allerdings gab es bedeutende Unterschiede in der Häufigkeit weiblicher Namensnennungen nach Partei. Auch bezüglich der Themen ergab sich je nach Zeitung eine geringere oder grössere geschlechtsspezifische Besetzung. So wurden beispielsweise zur Finanzpolitik fast ausschliesslich Männer, zur Gleichstellungspolitik fast ausschliesslich Frauen befragt.

Die hier vorliegende Studie im Auftrag der Eidg. Kommission für Frauenfragen zu den National- und Ständeratswahlen vom Oktober 1995 zeigt die Rolle der Medien im Wahlkampf. Untersucht wurde die Medienpräsenz der Kandidatinnen im Zeitraum vom 11. September bis 21. Oktober 1995. Analysiert wurden Fernseh- und Radiosendungen sowie Artikel von Printmedien, das heisst Interviews, Kandidatinnenporträts, Diskussionen und Berichte über Wahlveranstaltungen. Die Auswahl der untersuchten Medien erfolgte durch die Eidg. Kommission für Frauenfragen.

Die Medienpräsenz der Kandidatinnen wurde einerseits quantitativ (Häufigkeit, Dauer usw.) und andererseits qualitativ (Art der Präsentation, Gewicht, Themenbereiche) ausgewertet. Im Mittelpunkt standen dabei folgende Hauptfragen:

Entspricht die Medienpräsenz der Kandidatinnen ihrem Anteil an den Kandidaturen? Werden Frauen überdurchschnittlich oft in den Medien vorgestellt, da sie in der Politik deutlich

² Catherine Cossy und Heidi Stutz: Vorwahlsendungen: Die Kandidatinnen spielen die zweite Geige. In: F-Frauenfragen 3/92, Bern 1992.

³ Bettina Nyffeler: Wahlen 1994 im Kanton Bern. Frauen und Männer im Wahlkampf. Eine geschlechtsspezifische Medienanalyse. Hrsgin: Kantonale Frauenkommission und Kantonale Stelle für die Gleichstellung von Frauen und Männern, Bern 1994.

untervertreten und ihre Wahlchancen geringer sind als jene der Männer? Oder ist es umgekehrt so, dass Männer eine überdurchschnittliche Medienpräsenz geniessen? Mit anderen Worten: Wie verhalten sich die Medien angesichts der nach wie vor bestehenden Untervertretung der Frauen in der Politik?

Als Vergleichsgrösse und Interpretationsgrundlage für die Untersuchung wurde der Anteil der Frauen an den Gesamtkandidaturen herangezogen.

Ausgehend von diesen Hauptfragen stellten sich weitere Fragen:

- In wie vielen Sendungen bzw. Artikeln kamen Kandidatinnen im Vergleich zu Kandidaten vor?
- Wieviel Redezeit bzw. wieviel Raum hatten die Kandidatinnen zur Verfügung?
- Wie oft kamen welche Kandidatinnen welcher Parteien zu Wort oder wurden vorgestellt?
- Wie gross war der Frauenanteil in Wahlkampfdiskussionen?
- Zu welchen Themen wurden Kandidatinnen und Kandidaten befragt?
- Inwieweit und auf welche Art und Weise wurde der Wahlkampf von Frauen thematisiert?
- Welche Beachtung fand die Gleichstellungspolitik im Wahlkampf 1995 von Seiten der Medien? Wurden Kandidatinnen und Kandidaten zu Frauen- und Gleichstellungsthemen befragt?
- Inwieweit wurden von den Medien geschlechtsstereotype persönliche Fragen an Kandidatinnen und Kandidaten gestellt?

Ausgewertet wurden Vorwahl-Sendungen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und Radios der deutschen, französischen und italienischen Schweiz. Da es der Eidg. Kommission für Frauenfragen wichtig schien, wurden auch ausgewählte Printmedien in die Untersuchung einbezogen. Die zu untersuchenden Zeitungen wurden nach den Kriterien «auflagenstärkste Zeitungen aus ausgewählten Regionen» und «Tageszeitung» ausgewählt. Die Untersuchung umfasst in der Deutschschweiz folgende Zeitungen: Basler Zeitung, Berner Zeitung, Luzerner Zeitung, St. Galler Tagblatt und Tages-Anzeiger. In der Romandie wurden untersucht: Journal de Genève/Gazette de Lausanne, Le Nouveau Quotidien, Le Matin und La Liberté. Im Tessin waren es: Corriere del Ticino, Giornale del Popolo und La Regione. Der Einbezug weiterer Printmedien in die Studie war aufgrund der beschränkten Mittel der Eidg. Kommission für Frauenfragen nicht möglich.

2. Eidgenössische Wahlen 1995: Kandidaturen und Wahlergebnisse

Da die Ergebnisse der National- und Ständeratswahlen vom Oktober 1995 an anderer Stelle bereits ausführlich dargelegt worden sind⁴, beschränkt sich der folgende Teil auf die Wiedergabe der für die geschlechtsspezifische Medienanalyse wesentlichen Wahlergebnisse und Zahlen.

⁴ Die Frauen bei den Nationalratswahlen 1995, hrsg. vom Bundesamt für Statistik, Bern 1995. Siehe hierzu auch Werner Seitz: Viele waren gerufen, nur wenige wurden gewählt. Die Frauen bei den Nationalratswahlen 1995. In: F-Frauenfragen 1/96.

Bei den eidgenössischen Wahlen vom Oktober 1995 kandidierten 2'834 Personen für einen Sitz im Nationalrat, davon 990 Frauen (34,9%) und 1'844 Männer (65,1%). Der Frauenanteil an den Kandidaturen hat sich somit im Vergleich zu den letzten Nationalratswahlen nochmals leicht erhöht (1991: 32,6%). Tabelle 1⁵ zeigt die Verteilung der Kandidaturen und Gewählten nach Partei und Geschlecht. Am höchsten ist der Kandidatinnenanteil auf den Wahllisten der feministischen und grün-alternativen Gruppierungen (FGA) mit 71%, gefolgt von der Grünen Partei der Schweiz (GPS) mit 50% und der Sozialdemokratischen Partei (SPS) mit 47%. In den bürgerlichen Parteien bewegte sich der Frauenanteil an den Kandidaturen zwischen 21% bei der Schweizerischen Volkspartei (SVP) und 36% bei der Christlichen Volkspartei (CVP). Von den übrigen Parteien wies die Freiheitspartei der Schweiz (FPS) den niedrigsten Frauenanteil auf (14%).

Bei den Wahlen eroberte die SPS mit 54 Mandaten am meisten Nationalratssitze, gefolgt von der FDP (45), der CVP (34) und der SVP (29). Gewählt wurden insgesamt 43 Frauen (21,5%). Wie bei den Kandidaturen weisen die Grünen und die SPS auch bei den Wahlergebnissen prozentual einen höheren Anteil an Frauen auf: Bei der GPS betrug ihr Anteil 50% und bei der SPS 35%. Bei den FGA waren es 100%. Die bürgerlichen Bundesratsparteien wiederum weisen einen unterdurchschnittlichen Frauenanteil auf: von der FDP wurden 18%, von der CVP 15% und bei der SVP sogar nur 10% Frauen gewählt. Mehrere der im Nationalrat ebenfalls vertretenen Parteien werden weiterhin exklusiv durch Männer vertreten, so die Partei der Arbeit (PdA), die Evangelische Volkspartei (EVP), die Christlich-soziale Partei (CSP), die Schweizer Demokraten (SD), die Eidgenössisch-Demokratische Union (EDU), die Freiheitspartei der Schweiz (FPS) und die Lega.

Für den Ständerat kandidierten insgesamt 101 Personen, davon 30 Frauen (30%) und 71 Männer (70%). Tabelle 2 zeigt die Verteilung der Kandidaturen und Gewählten nach Partei und Geschlecht. In absoluten Zahlen kandidierten am meisten SPS- und FDP-Frauen für den Ständerat (10 bzw. 8).

Gewählt wurden insgesamt 17% Frauen. Bei den Wahlen vom Oktober 1991 waren es noch lediglich 8,7% Frauen. Nach den Wahlen von 1995 sieht die Vertretung der Frauen nach Parteien in der kleinen Kammer wie folgt aus: Die FDP stellt 5 Ständerätinnen, die SPS, die CVP und der LdU je eine Ständerätin.

Für beide Kammern des eidgenössischen Parlaments kandidiert haben im übrigen insgesamt 32 Personen, davon 21 Männer und 11 Frauen (34%).

⁵ Tabellen 1 und 2 wurden von Bettina Nyffeler, der Autorin der deutschen Teilstudie, für die Eidg. Kommission für Frauenfragen zusammengestellt., s. Seiten 13 - 15.

Introduction

1. Le rôle des médias dans une campagne électorale

Les femmes sont sous-représentées dans la vie politique. Leur part dans les exécutifs et les législatifs se situe entre 0 et 30 pour cent, tant au niveau de la Confédération qu'à celui des cantons et des communes. La Commission fédérale pour les questions féminines considère cette situation extrêmement insatisfaisante. Elle constate que l'introduction, en 1971, du droit de vote et d'éligibilité des femmes a uniquement permis de réaliser l'égalité politique formelle entre les sexes. D'autres efforts sont maintenant nécessaires pour que les femmes puissent enfin façonner la politique conformément à la part qui est la leur dans la population. Une participation paritaire des femmes aux décisions politiques est une question fondamentale de justice et un élément capital du niveau de démocratie d'une société. Une représentation paritaire des sexes devrait donc être une préoccupation commune des femmes et des hommes. Les expériences faites jusqu'ici en Suisse et dans d'autres pays montrent que, pour augmenter la part des femmes dans la vie politique, des mesures concrètes sont indispensables à tous les niveaux.

Après les résultats décevants des élections au Conseil national et au Conseil des Etats d'octobre 1991, qui n'ont pas permis aux femmes d'accroître de façon satisfaisante leur représentation à l'Assemblée fédérale, la Commission fédérale pour les questions féminines a, en vue des élections fédérales de 1995, élaboré un guide à l'intention des partis, des organisations féminines et des médias⁶. Elle a sciemment porté son attention sur les médias.

Les médias jouent un rôle important dans les campagnes électorales: ils rendent compte des manifestations électorales et dressent le portrait des candidates et des candidats. Ils les questionnent sur des sujets politiques et leur offrent la possibilité de se profiler et de se faire connaître d'un large public. Les médias constituent un facteur essentiel de réussite pour les candidates et les candidats. Parmi les autres facteurs influençant les chances électorales figurent l'appartenance à un parti, la place occupée sur une liste, la popularité dont jouit une personne, le statut de sortant ou de nouveau venu et le sexe. Ce dernier élément n'est pas négligeable. On a en effet constaté, lors de toutes les élections fédérales qui se sont déroulées depuis 1971, que les femmes ont dans l'ensemble moins de chances d'être élues que les hommes.

Deux précédentes études sur le rôle des médias dans une campagne électorale ont révélé que les médias ont tendance à compliquer la tâche des femmes plutôt qu'à leur aplanir le chemin menant au Parlement. Les médias n'étaient jusqu'ici pas assez ou même pas du tout conscients des obstacles particuliers que les femmes rencontrent du fait de leur sexe et se sont uniquement efforcés d'adopter une attitude «neutre». Ils ont ainsi contribué au maintien du statu quo.

Une analyse des émissions électorales diffusées en 1991 par les chaînes de radio et de télévision nationales de la Suisse alémanique et romande - analyse réalisée par Catherine Cossy et Heidi Stutz sur mandat du Bureau fédéral de l'égalité entre femme et homme - a démontré que devant

6 Femmes au Parlement! Un guide pour les élections fédérales de 1995, à l'intention des partis, des organisations féminines et des médias, Berne 1994.

les caméras et les microphones, les politiciennes étaient nettement sous-représentées⁷. Lorsqu'elles n'étaient pas purement et simplement absentes, les candidates étaient généralement minoritaires et ceci de façon encore plus marquante que sur les listes de leurs partis respectifs. En cherchant les raisons de la sous-représentation féminine dans les émissions, on a constaté que les principaux facteurs ayant une influence sur la présence des femmes dans les émissions de la SSR étaient les suivants:

- Les revendications et les questions féminines n'ont pas constitué des thèmes électoraux en 1991.
- La conception des émissions joue un rôle essentiel ; elle peut favoriser ou défavoriser les femmes.
- Les comptes rendus qui mettent l'accent sur la fonction exercée dans la hiérarchie défavorisent les femmes.
- Les listes féminines ne permettent guère d'accroître la présence des femmes dans les médias ; l'essentiel est de disposer de candidatures de pointe.
- Les élections au Conseil des Etats retiennent tout particulièrement l'attention des médias. Or, en 1991, on a enregistré environ 14 pour cent de candidatures féminines pour le Conseil des Etats contre 32 pour cent pour le Conseil national.
- Lorsque des femmes journalistes prennent une part active à la préparation et au déroulement d'une émission politique, les candidates ont davantage de chances de se faire entendre.

D'autres indications importantes sur la présence des candidates dans les médias ont été fournies par une analyse des élections au Grand Conseil et au Conseil d'Etat qui se sont déroulées dans le canton de Berne en 1994. Cette analyse réalisée par Bettina Nyffeler sur mandat du Bureau cantonal de l'égalité entre femmes et hommes⁸ a porté sur sept quotidiens. En ce qui concerne la présence dans les médias, elle a mis en évidence des différences liées au sexe. On retrouve ces mêmes différences en examinant les thèmes sur lesquels les candidates et les candidats ont été interrogés ou se sont exprimés. Dans l'ensemble, les femmes ont, quand on compare le nombre de candidatures féminines et masculines, été légèrement plus souvent citées dans les journaux. En ce qui concerne la fréquence de la mention des femmes, des différences notables ont toutefois été observées selon les partis. En considérant les thèmes, on a également remarqué que l'appartenance à un sexe ou à l'autre jouait un rôle plus ou moins marqué selon les journaux. D'une manière générale, la politique financière est restée l'apanage des hommes. En revanche, ce sont presque uniquement des femmes qui ont été appelées à se prononcer sur la politique de l'égalité.

La présente étude réalisée sur mandat de la Commission fédérale pour les questions féminines et consacrée aux élections fédérales d'octobre 1995 met en évidence le rôle des médias dans une campagne électorale. Elle a porté sur la présence des candidates dans les médias durant la période du 11 septembre au 21 octobre 1995. Ont été pris en considération les émissions de radio et de télévision ainsi que les articles parus dans la presse écrite, à savoir les interviews, les portraits de candidates, les débats et les comptes rendus de manifestations électorales. Le choix des médias analysés a été fait par la Commission fédérale pour les questions féminines.

7 Catherine Cossy et Heidi Stutz. Emissions électorales: les candidates jouent les seconds rôles. In: F-Questions au féminin 3/92, Berne 1992.

8 Bettina Nyffeler. Elections 1994 dans le canton de Berne. Femmes et hommes en campagne électorale. Une analyse des médias en fonction des sexes. Ed. : Commission féminine cantonale et Bureau cantonal de l'égalité entre femmes et hommes, Berne 1994.

La présence des candidates dans les médias a été analysée sous l'angle tant quantitatif (fréquence, durée, etc.) que qualitatif (manière de présenter, poids donné, thèmes choisis). L'accent a été mis sur les questions suivantes.

La présence des femmes dans les médias correspond-elle à leur proportion dans l'ensemble des candidatures? Etant nettement sous-représentées dans la vie politique et leurs chances d'être élues étant inférieures à celles des hommes, les femmes sont-elles davantage mises en évidence par les médias? Ou, à l'inverse, les hommes bénéficient-ils d'une plus large place? En d'autres termes: quelle est l'attitude des médias vu la sous-représentation persistante des femmes en politique?

La proportion de femmes par rapport à l'ensemble des candidatures a servi de critère de comparaison et de base d'interprétation.

Les questions d'ordre général ont ensuite été affinées:

- Dans combien d'émissions et d'articles les candidates ont-elles été plus présentes que les candidats?
- De quel temps de parole et de quel espace les candidates ont-elles bénéficié?
- A quelle fréquence les candidates ont-elles pu s'exprimer ou être présentées et à quels partis appartenaient-elles?
- Quelle part a-t-on réservée aux femmes dans les débats électoraux?
- Sur quels thèmes les candidates et les candidats ont-ils été interrogés?
- Dans quelle mesure et de quelle manière les thèmes de la campagne électorale ont-ils été forgés par les femmes?
- Quelle attention les médias ont-ils portée à la politique de l'égalité durant la campagne électorale de 1995? Les candidates et les candidats ont-ils été interrogés sur des thèmes concernant les femmes et l'égalité?
- Dans quelle mesure les journalistes ont-ils posé aux candidates et aux candidats des questions personnelles nettement influencées par les stéréotypes liés au sexe?

Les analyses ont porté sur les émissions électorales diffusées par les chaînes publiques de radio et de télévision de la Suisse alémanique, romande et italienne. La Commission fédérale pour les questions féminines a estimé important d'analyser aussi les articles parus dans une série de quotidiens qui ont été sélectionnés en fonction de leur tirage. Les journaux qui ont été retenus sont les suivants: Basler Zeitung, Berner Zeitung, Luzerner Zeitung, St. Galler Tagblatt et Tages-Anzeiger pour la Suisse alémanique; Journal de Genève/Gazette de Lausanne, Le Nouveau Quotidien, Le Matin et La Liberté pour la Suisse romande; Corriere del Ticino, Giornale del Popolo et La Regione pour le Tessin. En raison des moyens limités dont dispose la Commission fédérale pour les questions féminines, il n'a pas été possible de prendre en considération toute la presse écrite.

2. Elections fédérales 1995: candidatures et résultats

Les résultats des élections au Conseil national et au Conseil des Etats d'octobre 1995 ont déjà été présentés en détail dans une autre brochure⁹. Nous nous bornons donc à reproduire ci-après les résultats électoraux et les chiffres importants pour une analyse des médias visant à déterminer la place réservée aux candidates.

Lors des élections fédérales d'octobre 1995, 2'834 personnes, soit 990 femmes (34,9%) et 1'844 hommes (65,1%), ont brigué un siège au Conseil national. Comparé aux dernières élections au Conseil national, le nombre des candidatures féminines a donc une nouvelle fois légèrement augmenté (1991: 32,6%). Le tableau 1¹⁰ montre la répartition des candidatures et des élu-e-s d'après le parti et le sexe. On trouve le plus fort pourcentage de candidates sur les listes électorales de l'Alternative socialiste verte et groupements féministes (AVF) qui vient en tête avec 71% de femmes, suivie par le parti écologiste suisse (PES) qui présentait 50% de femmes et le Parti socialiste suisse (PSS) avec 47%. Dans les partis bourgeois, les candidatures féminines représentaient 21% de l'ensemble des candidatures au sein de l'Union démocratique du centre (UDC) et 36% chez les démocrates-chrétiens (PDC). En queue de liste figure le parti suisse de la liberté (PSL) sur les listes duquel on ne trouvait que 14% de femmes.

Le parti qui a conquis le plus grand nombre de sièges est le PSS avec 54 mandats, suivi par le PRD (45), le PDC (34) et l'UDC (29). 43 femmes au total ont été élues (21,5%). Les partis qui ont envoyé le plus grand nombre de femmes dans la course au Conseil national sont également ceux qui ont enregistré le plus fort taux d'élues: 50% pour le PES, 35% pour le PSS et même 100% pour l'AVF. Dans les partis gouvernementaux bourgeois, la proportion de femmes élues est inférieure à la moyenne: 18% au PRD, 15% au PDC et 10% seulement à l'UDC. Plusieurs partis qui siègent également au Conseil national continuent à y être représentés exclusivement par des hommes. Il s'agit du parti suisse du travail (PST), du parti évangélique populaire suisse (PEP), du parti chrétien-social (PCS), des Démocrates suisses (DS), de l'Union démocratique fédérale (UDF), du parti suisse de la liberté (PSL) et de la Lega.

Au Conseil des Etats, 101 personnes au total se sont portées candidates, soit 30 femmes (30%) et 71 hommes (70%). Le tableau 2 présente la répartition des candidatures et des élu-e-s d'après le parti et le sexe. En chiffres absolus, le PSS (10) et le PRD (8) sont les partis qui ont présenté le plus grand nombre de femmes à la Chambre des cantons.

17% de femmes ont été élues au Conseil des Etats contre 8,7% seulement lors des élections d'octobre 1991. A l'issue des élections de 1995, la représentation féminine à la Chambre des cantons se présente de la manière suivante: le PRD dispose de 5 conseillères aux Etats alors que le PSS, le PDC et l'AdI ont chacun une représentante.

Relevons en outre que 32 personnes, 21 hommes et 11 femmes (34%), ont posé leur candidature à la fois pour le Conseil national et le Conseil des Etats.

9 Les femmes dans les élections au Conseil national 1995, éd. Office fédéral de la statistique, Berne 1995. Voir également à ce sujet Werner Seitz: Beaucoup d'appelées, peu d'élues. Les femmes et les élections au Conseil national de 1995. In: F-Questions au féminin 1/96, éd. Commission fédérale pour les questions féminines.

10 Les tableaux 1 et 2 ont été réalisés par Bettina Nyffeler, auteure de l'étude portant sur la Suisse alémanique, pour la Commission fédérale pour les questions féminines, voir pages 13 - 15.

Introduzione

1. Il ruolo dei mass media nella campagna elettorale

In politica, le donne sono sottorappresentate. A livello federale, cantonale e comunale, la loro quota nei consessi esecutivi e legislativi varia di regola tra lo 0 e il 30%. La Commissione federale per i problemi della donna guarda con preoccupazione a tale situazione. Se, da un lato, v'è la constatazione che con l'introduzione del diritto di voto e di eleggibilità per le donne nel 1971 si è realizzata la parità politica formale, dall'altro, occorre compiere ulteriori sforzi affinché le donne possano partecipare al processo politico in proporzione alla loro presenza nella popolazione. La partecipazione paritaria delle donne alle decisioni politiche rappresenta una questione fondamentale di giustizia ed è un fattore centrale della democrazia in una società. Una rappresentanza paritaria dei sessi dovrebbe pertanto costituire una rivendicazione appoggiata tanto delle donne quanto degli uomini. Le esperienze fatte sinora in Svizzera e in altri paesi mostrano che, per aumentare la presenza femminile in politica, è necessario prendere misure concrete ai più disparati livelli.

Considerato l'esito deludente delle elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati dell'ottobre 1991, che hanno prodotto solo un aumento trascurabile della rappresentanza femminile nell'Assemblea federale, in vista delle elezioni federali del 1995, la Commissione federale per i problemi della donna ha giudicato opportuno di pubblicare un prontuario destinato ai partiti, alle organizzazioni delle donne e ai mass media.¹¹ La scelta dei mass media è avvenuta di proposito.

In una campagna elettorale, i mass media svolgono infatti un ruolo importante. Informano sui comizi elettorali; presentano le candidate e i candidati; intervistano le persone candidate sui temi politici del momento, offrendo loro la possibilità di profilarsi nella campagna elettorale e di farsi conoscere da un vasto pubblico. Per quanto riguarda le probabilità d'elezione, i media sono un fattore cruciale. Ulteriori fattori sono l'appartenenza partitica, il posto occupato sulla lista elettorale, la popolarità della persona, lo statuto di candidata/o nuova/o oppure uscente e il sesso. Per quanto attiene al sesso, in tutti gli scrutini federali dal 1971 in poi le donne hanno avuto minori probabilità d'elezione degli uomini, indipendentemente dal partito di cui erano esponenti.

Due ricerche condotte in passato sul ruolo dei mass media nella campagna elettorale mostrano che questi tendono a rendere più arduo, invece di appianare, il cammino delle donne verso il Parlamento. Per non essere affatto o essere stati poco coscienti dei particolari ostacoli che si frappongono alle donne in virtù del loro sesso e per aver messo in atto un comportamento «neutrale», i mass media hanno di fatto contribuito a consolidare lo status quo.

Un'analisi delle trasmissioni delle reti svizzerotedesca e romanda della Radio e della Televisione svizzera, elaborata da Catherine Cossy e Heidi Stutz su mandato dell'Ufficio federale per l'uguaglianza fra donna e uomo durante la campagna in vista delle elezioni federali del 1991, ha dimostrato che le donne in politica erano decisamente sottorappresentate sia davanti alle

¹¹ Donne in parlamento! Un prontuario per i partiti, le organizzazioni delle donne e i mass media in vista delle elezioni federali del 1995, Berna, 1994.

telecamere sia ai microfoni.¹² Quando non erano del tutto assenti, le candidate si trovano in minoranza nella maggior parte delle trasmissioni. La loro presenza nei mass media non corrispondeva neppure alla percentuale con cui erano presenti sulle liste dei corrispettivi partiti. La sottorappresentanza delle donne nelle trasmissioni della SSR era dovuta essenzialmente ai seguenti fattori:

- nel 1991 le rivendicazioni delle donne e le questioni femminili non erano un tema della campagna elettorale,
- l'impostazione delle trasmissioni esercita un'influenza notevole e può sia promuovere sia frenare le donne,
- le liste femminili non hanno contribuito ad assicurare una maggiore presenza mediatica, determinanti si sono rivelate piuttosto le candidature di punta,
- le elezioni al Consiglio degli Stati, che nel 1991 avevano visto solo il 14% di candidature femminili (mentre per il Consiglio nazionale costituivano nello stesso periodo il 32%), sono state seguite attentamente dai mass media,
- laddove le giornaliste sono bene integrate nel settore del commento politico, è più facile che il margine d'azione esistente venga utilizzato a favore delle candidate.

Ulteriori importanti cognizioni riguardo alla presenza dei sessi nei mass media durante il periodo preelettorale emergono da un'analisi elaborata in occasione delle elezioni al Gran Consiglio e al Consiglio di Stato del Canton Berna nel 1994 da Bettina Nyffeler su mandato dell'Ufficio per la parità tra donne e uomini di quello stesso cantone¹³. I quotidiani considerati erano sette. Dallo studio sono emerse differenze correlate al sesso sia riguardo alla presenza delle candidate e dei candidati nei mass media, sia riguardo ai temi sui quali sono stati intervistati o sui quali si sono espressi. Complessivamente, le donne sono state menzionate nei giornali in proporzione leggermente superiore rispetto alla quota delle candidature che rappresentavano. Tuttavia si sono constatate differenze notevoli nella frequenza delle menzioni dei nomi secondo i partiti. A dipendenza del giornale, anche riguardo ai temi si è potuta notare una scelta correlata al sesso più o meno evidente: sulla politica finanziaria si sono intervistati quasi esclusivamente uomini, mentre sulla politica delle pari opportunità si sono intervistate quasi esclusivamente donne.

Il presente studio, elaborato su mandato della Commissione federale per i problemi della donna in occasione delle elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati dell'ottobre 1995, mostra il ruolo avuto dai mass media nella campagna elettorale. Oggetto dell'analisi è stata la presenza nei media delle candidate nel periodo tra l'11 settembre e il 21 ottobre 1995. Si sono prese in considerazione trasmissioni radiofoniche e televisive come pure servizi della stampa scritta, segnatamente interviste, presentazioni di candidate, dibattiti e resoconti di comizi elettorali. I mass media considerati sono stati scelti dalla Commissione stessa.

La presenza nei mass media delle candidate è stata studiata sia sotto il profilo quantitativo (frequenza, durata ecc.), sia sotto il profilo qualitativo (tipo di presentazione, peso, tematiche). Al centro dell'attenzione si sono posti i seguenti interrogativi.

12 Catherine Cossy e Heidi Stutz: Emissions électorales: les candidates jouent les seconds rôles/Vorwahlsendungen: Die Kandidatinnen spielen die zweite Geige. In: F-Problemi al femminile 3/92, Berna, 1992.

13 Bettina Nyffeler: Wahlen 1994 im Kanton Bern: Frauen und Männer im Wahlkampf. Eine geschlechtsspezifische Medienanalyse. Kantonale Frauenkommission und Kantonale Stelle für die Gleichstellung von Frauen und Männern, Berna, 1994.

La presenza delle candidate nei mass media corrisponde alla loro quota rispetto alle candidature? Le donne vengono presentate più che proporzionalmente nei mass media dato che in politica sono nettamente sottorappresentate e che le loro probabilità di elezione sono minori di quelle degli uomini? O sono invece gli uomini a godere di una presenza mediatica più che proporzionale? In altri termini: come si comportano i mass media di fronte alla persistente sottorappresentanza delle donne in politica?

Quale termine di paragone e base per l'interpretazione dei risultati si è fatto ricorso alla quota delle candidature femminili rispetto al totale delle candidature.

Gli interrogativi summenzionati hanno fatto sorgere ulteriori domande:

- in quante trasmissioni risp. articoli sono apparse le candidate per rapporto ai candidati?
- quanto tempo di parola risp. quanto spazio è stato concesso alle candidate?
- quali candidate, di quali partiti, hanno avuto la parola o sono state presentate? e con che frequenza?
- quale è stata la proporzione di donne presenti nei dibattiti?
- su quali temi si sono intervistate le candidate risp. i candidati?
- in che misura e in che modo si è sollevato l'argomento della campagna elettorale delle donne?
- che attenzione ha ricevuto la politica della parità nell'ambito della campagna elettorale del 1995 da parte dei mass media? Si sono interrogate candidate e candidati in merito ai temi riguardanti le donne e la parità?
- in che misura i media hanno rivolto domande personali sessiste alle candidate e ai candidati?

Per lo studio si sono considerate le trasmissioni preelettorali della Televisione e della Radio svizzera di lingua tedesca, francese e italiana. La Commissione federale per i problemi della donna ha inoltre giudicato importante considerare anche le principali testate della stampa scritta, scegliendole secondo i criteri «giornali a maggiore tiratura in regioni scelte» e «quotidiani». Per la Svizzera tedesca, l'analisi ha coinvolto le seguenti testate: Basler Zeitung, Berner Zeitung, Luzerner Zeitung, St. Galler Tagblatt e Tages-Anzeiger. I giornali romandi erano: Journal de Genève/Gazette de Lausanne, Le Nouveau Quotidien, Le Matin e La Liberté. Per il Ticino si trattava di: Corriere del Ticino, Giornale del Popolo e La Regione. Visti i mezzi finanziari limitati di cui dispone la Commissione federale per i problemi della donna, non è stato possibile considerare nello studio tutti gli organi della stampa scritta.

2. Elezioni federali 1995: candidature e risultati elettorali

Poiché i risultati delle elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati dell'ottobre 1995 sono già stati presentati per esteso in sede opportuna,¹⁴ qui in seguito si riportano solo i risultati e i dati essenziali per l'analisi sessuata.

¹⁴ Die Frauen bei den Nationalratswahlen 1995, edito dall'Ufficio federale di statistica, Berna, 1995. Vedasi inoltre Werner Seitz: Beaucoup d'appelées, peu d'élues. Les femmes et les élections au Conseil national de 1995/Viele waren gerufen, nur wenige wurde gewählt. Die Frauen bei den Nationalratswahlen 1995. In: F-Problemi al femminile, 1/96.

In occasione delle elezioni federali dell'ottobre 1995 si sono candidate 2'834 persone per un seggio nel Consiglio nazionale. Tra di esse si trovavano 990 donne (34,9%) e 1'844 uomini (65,1%). Nel confronto con le precedenti elezioni al Nazionale, la quota delle donne rispetto alle candidature è di nuovo leggermente aumentata (1991: 32,6%). La tabella 1¹⁵ mostra la distribuzione delle candidature e delle persone elette secondo il partito e il sesso. La proporzione più alta di candidate si riscontra sulle liste dei gruppi alternativi verdi e femministi (AVF) col 71%, seguiti dal Partito ecologista svizzero (PES) col 50% e dal Partito socialista svizzero (PSS) col 47%. Nei partiti borghesi, la quota delle donne spaziava dal 21% dell'Unione democratica di centro (UDC) al 36% del Partito democratico-cristiano popolare svizzero (PDC). Per quanto attiene agli altri partiti, quello con la minore proporzione di donne è stato il Partito svizzero della libertà (PSL) col 14%.

Le elezioni hanno permesso al PSS di conquistare, con 54 mandati, il maggior numero di seggi nel Consiglio nazionale, seguito dal PRD con 45, dal PDC con 34 e dall'UDC con 29. Elette sono risultate complessivamente 43 donne (21,5%). Come già si è constatato per le candidature, i Verdi e il PSS vantano anche a livello di risultati elettorali una maggiore proporzione di donne. Per i Verdi è del 50% e per il PSS è del 35%. Per i gruppi AVF si tratta del 100%. I partiti borghesi di governo presentano una percentuale di donne inferiore alla media: 18% per il PRD, 15% per il PDC e solo 10% per l'UDC. Vari altri partiti presenti in Consiglio nazionale continuano a essere rappresentati esclusivamente da uomini. E' il caso del Partito svizzero del lavoro (PSdL), del Partito evangelico svizzero (PEV), del Partito cristiano-sociale (PCS), dei Democratici svizzeri (DS), dell'Unione democratica federale (UDF), del Partito svizzero della libertà (PSL) e della Lega dei Ticinesi.

Per il Consiglio degli Stati si sono candidate complessivamente 101 persone, di cui 30 donne (30%) e 71 uomini (70%). La tabella 2 illustra la ripartizione delle candidature e delle persone elette secondo il partito e il sesso. In cifre assolute, a livello di Consiglio degli Stati, il numero maggiore di candidate proveniva dai ranghi del PSS (10) e del PRD (8).

Complessivamente, le donne elette rappresentano il 17%. In occasione delle elezioni federali dell'ottobre 1991 erano solo 8,7%. Dopo le elezioni federali del 1995, la rappresentanza femminile nella Camera alta si configura secondo i partiti nel modo seguente: il PRD ha 5 consigliere agli Stati, mentre il PSS, il PDC e l'AdI ne hanno uno ciascuno.

Per entrambe le camere del Parlamento federale si sono d'altronde candidate complessivamente 32 persone, di cui 21 uomini e 11 donne (34%).

15 Le tabelle 1 e 2 sono state elaborate da Bettina Nyffeler, autrice dell'analisi regionale svizzerotedesca, per la Commissione federale per i problemi della donna, v. p. 13 - 15.

Tabelle 1: Nationalrat: Kandidierende¹ und Gewählte nach Partei und GeschlechtTableau 1: Conseil national: Candidat-e-s¹ et élu-e-s d'après le parti et le sexeTabella 1: Consiglio nazionale: candidate/candidati¹ ed elette/eletti secondo il partito e il sesso

Partei Parti Partito	Kandidaturen total Candidatures total Candidature totale	Kandidaturen Frauen Candidatures femmes Candidature donne	Frauen in Prozent Pourcentage femmes Percentuale donne	Gewählte total Elu-e-s total Elette/eletti totale	Gewählte Frauen Femmes élues Donne elette	Frauen in Prozent Pourcentage femmes Percentuale donne
RGA AVF AVF	150	107	71%	2	2	100%
GPS PES PES	256	127	50%	8	4	50%
SPS PSS PSS	240	112	47%	54	19	35%
PdA PST PSdL	57	24	42%	3	0	0%
LdU AdI AdI	159	64	40%	3	1	33%
EVP PEP PEV	162	62	38%	2	0	0%
CVP PDC PDC	362	131	36%	34	5	15%
CSP PCS PCS	23	7	30%	1	0	0%
Übrige Autres Altri	329	100	30%	1	0	0%
FDP PRD PRD	305	90	30%	45	8	18%
LPS PLS PLS	79	20	25%	7	1	14%
SD DS DS	139	34	24%	3	0	0%
EDU UDF UDF	163	35	21%	1	0	0%
SVP UDC UDC	294	61	21%	29	3	10%
FPS PSL PSL	116	16	14%	7	0	0%
Total Totale	2834	990	35%	200	43	22%

¹ Ohne Majorzkantone / Sans tenir compte des cantons à scrutin majoritaire. / Senza cantoni a scrutinio maggioritario.

Tabelle 2: Ständerat: Kandidierende und Gewählte² nach Partei und GeschlechtTableau 2: Conseil des états: Candidat-e-s et élu-e-s² d'après le parti et le sexeTabella 2: Consiglio degli stati: candidate/candidati² ed elette/eletti secondo il partito e il sesso

Partei Parti Partito	Kandidierende total Candidatures total Candidature totale	Kandidierende Frauen Candidatures femmes Candidature donne	Frauen in Prozent Pourcentage femmes Percentuale donne	Gewählte total Elu-e-s total Elette/eletti totale	Gewählte Frauen Femmes élues Donne elette	Frauen in Prozent Pourcentage femmes Percentuale donne
FDP PRD PRD	22	8	36%	17	5	29%
SPS PSS PSS	19	10	53%	5	1	20%
CVP PDC PDC	15	3	20%	16	1	6%
Übrige Autres Altri	13	1	8%			
SVP UDC UDC	7	0	0%	5	0	0%
SD DS DS	7	0	0%			
GPS PES PES	6	3	50%			
LPS PLS PLS	4	0	0%	2	0	0%
PdA PST PSdL	3	1	33%			
FGA AVF AVF	3	2	67%			
EVP PEP PEV	1	1	100%			
LdU AdI AdI	1	1	100%	1	1	100%
Total Totale	101	30	30%	46	8	17%

² Bei den Gewählten erscheinen auch die bisherigen Ständeräte jener Kantone, in welchen im Herbst 1995 keine Ständeratswahlen stattgefunden haben. Dazu gehören folgende Kantone: Appenzell-Innerrhoden, Graubünden, Nidwalden, Obwalden, Zug.

Parmi les élu-e-s figurent aussi les conseillers aux Etats des cantons dans lesquels aucune élection au Conseil des Etats n'a eu lieu en automne 1995. Il s'agit des cantons suivants: Appenzell Rhodes-Intérieures, Grisons, Nidwald, Obwald et Zoug.

Nel numero delle persone elette sono incluse/i anche le/i consigliere/i agli stati dei cantoni che nell'autunno 1995 non hanno avuto delle elezioni. Rientrano nel novero: Appenzello Interno, Grigioni, Nidvaldo, Obvaldo, Zugo.

Abkürzungen der Parteien**Partis et abréviations****Partiti e abbreviature**

FDP PRD PRD	Freisinnig-Demokratische Partei der Schweiz Parti radical-démocratique suisse Partito radicale democratico svizzero
CVP PDC PDC	Christlichdemokratische Volkspartei der Schweiz Parti démocrate-chrétien suisse Partito democratico-cristiano popolare svizzero
CSP PCS PCS	Christlich-soziale Partei Parti chrétien-social Partito cristiano-sociale
SPS PSS PSS	Sozialdemokratische Partei der Schweiz Parti socialiste suisse Partito socialista svizzero
SVP UDC UDC	Schweizerische Volkspartei Union démocratique du centre Unione democratica di centro
LPS PLS PLS	Liberale Partei der Schweiz Parti libéral suisse Partito liberale svizzero
LJU AdI AdI	Landesring der Unabhängigen Alliance des indépendants Anello degli indipendenti
EVP PEP PEV	Evangelische Volkspartei der Schweiz Parti évangélique populaire suisse Partito evangelico svizzero
EDU UDF UDF	Eidgenössisch-Demokratische Union Union démocratique fédérale Unione democratica federale
PdA PST PSdL	Partei der Arbeit der Schweiz Parti suisse du travail / Parti ouvrier et populaire (POP) Partito svizzero del lavoro
FGA AVF AVF	Feministische und grün-alternative Gruppierungen (Sammelbegriff) Alternative socialiste verte et groupements féministes Gruppi alternativi verdi e femministi
GPS PES PES	Grüne Partei der Schweiz (Grüne) Parti écologiste suisse (Les Verts) Partito ecologista svizzero (I verdi)
SD DS DS	Schweizer Demokraten (früher: Nationale Aktion) Démocrates suisses (anciennement: Action nationale) Democratici svizzeri (ex Azione nazionale)
FPS PSL PSL	Freiheitspartei der Schweiz (früher: Schweizer Auto-Partei) Parti suisse de la liberté (anciennement: Parti suisse des automobilistes) Partito svizzero della libertà (ex Partito svizzero degli automobilisti)
Übrige Autres Altri	Übrige Splittergruppen Groupes épars Gruppi minori

Zur Medienpräsenz der Kandidatinnen in der deutschen Schweiz

Bettina Nyffeler

Inhalt

Inhaltsverzeichnis	18
Verzeichnis der Texttabellen und Abbildungen	20
Abkürzungen	21
1. Das Wichtigste in Kürze	22
2. Fragestellung, Methode und analysierte Medien	25
2.1. Fragestellung und Methode	25
2.2. Analysierte Printmedien	26
2.3. Analysierte elektronische Medien	26
3. Medienpräsenz der Kandidierenden	28
3.1. Printmedien	28
3.1.1. Nennungen nach Geschlecht, Partei und Medium	28
3.1.1.1. Bundesratsparteien: Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten im Vergleich	31
3.1.1.2. Ausgewählte Nicht-Regierungsparteien: Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten im Vergleich	33
3.1.2. Nennungen nach Status, Ratskammer und Geschlecht	35
3.1.3. Rangliste der Meistgenannten	36
3.1.3.1. Nennungen der Parteipräsidiierenden	36
3.1.3.2. Rangliste der meistgenannten Frauen und Männer	36
3.1.4. Gewichtung der Wahlartikel in den Printmedien	38
3.1.4.1. Nennungen nach Position, Platzierung und Textsorte der Wahlartikel	38
3.1.4.2. Kandidierende im Bild	39
3.2. Öffentlich-rechtliche elektronische Medien	40
3.2.1. Redezeit nach Partei, Geschlecht und Medium	40
3.2.2. Redezeit nach Status, Ratskammer und Geschlecht	44
3.2.3. Rangliste der meistsprechenden Frauen und Männer in den elektronischen Medien	45
3.2.3.1. Redezeiten der Parteipräsidiierenden	45
3.2.3.2. Ranglisten der meistsprechenden Frauen und Männer	45
3.2.4. SF DR§: Kandidierende im Bild	48
3.2.4.1. Politikprominenz im Bild	48

4.	Wahlkampfthemen 1995	49
4.1.	Die zentralen Wahlkampfthemen in den Printmedien	49
4.1.1.	Wahlkampfthemen nach Geschlecht	50
4.1.2.	Wahlkampfthemen nach einzelnen Printmedien	52
4.1.3.	Gleichstellungspolitik und Frauenwahlkampf als mediale Themen	53
4.1.3.1.	Gleichstellungspolitik	53
4.1.3.2.	Thematisierung des Frauenwahlkampfs	53
4.1.4.	Thematisierung des <Privaten> in den Printmedien	54
4.2.	Die zentralen Wahlkampfthemen in den elektronischen Medien	54
4.2.1.	Wahlkampfthemen bei Radio DRS 1 nach Geschlecht	54
4.2.2.	Wahlkampfthemen beim SF DRS nach Geschlecht	57
4.2.3.	Gleichstellungspolitik und Frauenwahlkampf als mediale Themen bei Radio DRS 1 und SF DRS	59
4.2.3.1.	Gleichstellungspolitik	59
4.2.3.2.	Frauenwahlkampf	59
	Literatur	60
	Anhang	61
	Tabellen zu Kapitel 3	61
	Tabellen zu Kapitel 4	65
	Kategoriensystem zu sachpolitischen Themen	71
	Themengruppen und zugeordnete Themen	73

Verzeichnis der Texttabellen und Abbildungen

Tabelle 1	Analysierte Printmedien nach Auflage sowie Anzahl und Grösse der publizierten Wahlartikel	26
Tabelle 2	Radio DRS 1 und SF DRS: Vorwahlsendungen nach Sendedauer	27
Tabelle 3	Rangliste der meistgenannten Kandidierenden in den Printmedien	37
Tabelle 4	Namensnennungen nach Platzierung, Position, Anriss und Textsorte der Wahlartikel	39
Tabelle 5	Total Redezeit (in Sekunden) nach Medium und Geschlecht in den elektronischen Medien	43
Tabelle 6	Redezeit nach Status und Geschlecht in den elektronischen Medien	44
Tabelle 7	Redezeit in Prozent nach Ratskammer und Geschlecht in den elektronischen Medien	44
Tabelle 8	Meistsprechende Kandidierende im SF DRS	46
Tabelle 9	Meistsprechende Kandidierende bei Radio DRS 1	47

(Weitere Tabellen finden sich im Anhang.)

Abbildung 1	Printmedien: Anzahl Namensnennungen nach Partei und Geschlecht	30
Abbildung 2	Printmedien: Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten (Verhältnis Männer/Frauen) der Bundesratsparteien	32
Abbildung 3	Printmedien: Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten (Verhältnis Männer/Frauen) ausgewählter Nicht-Regierungsparteien	34
Abbildung 4	Radio DRS 1: Redezeit nach Partei und Geschlecht	41
Abbildung 5	SF DRS: Redezeit nach Partei und Geschlecht	42
Abbildung 6	Printmedien: Meistgenannte Themen nach Geschlecht	51
Abbildung 7	Radio DRS 1: Meistbesprochene Themen nach Geschlecht	56
Abbildung 8	SF DRS: Meistbesprochene Themen nach Geschlecht	58

Abkürzungen

FDP	Freisinnig-Demokratische Partei der Schweiz
CVP	Christlichdemokratische Volkspartei der Schweiz
SPS	Sozialdemokratische Partei der Schweiz
SVP	Schweizerische Volkspartei
LPS	Libérale Partei der Schweiz
LdU	Landesring der Unabhängigen
EVP	Evangelische Volkspartei der Schweiz
CSP	Christlichsoziale Partei
PdA	Partei der Arbeit der Schweiz
FGA	Feministische und grün-alternative Gruppierungen
GPS	Grüne Partei der Schweiz
SD	Schweizer Demokraten
EDU	Eidgenössisch-Demokratische Union
FPS	Freiheits-Partei der Schweiz
Ü	Übrige Splittergruppen ¹
Radio DRS	Radio der deutschen und rätoromanischen Schweiz
SF DRS	Schweizer Fernsehen der deutschen und rätoromanischen Schweiz

¹ Dazu werden analog der Einteilung des Bundesamtes für Statistik beispielsweise folgende Parteien und Gruppierungen gezählt: Naturgesetzpartei; Freie Bürgerliche Liste (FBL); Parteilose; Rauraque; G 2001; Bewegung Solidarität; Parti Socialiste Autonome (PSA), Graue Panther; Demokratisches Obwalden; Lega dei ticinesi.

1. Das Wichtigste in Kürze

Während sechs Wochen vor dem Wahltermin wurden sämtliche redaktionellen Beiträge von fünf ausgewählten Deutschschweizer Printmedien zu den Eidgenössischen Wahlen 1995 sowie die offiziellen Vorwahlsendungen von Radio DRS 1 und SF DRS inhaltsanalytisch untersucht.

In den Printmedien wurde insgesamt knapp ein Viertel aller Kandidierenden für den National- oder Ständerat mindestens einmal namentlich erwähnt. Bei den Kandidaten galt dies für rund jeden vierten, bei den Kandidatinnen nur für gut jede fünfte. Im SF DRS und bei Radio DRS 1 hatte mit 3 bzw. 2 Prozent eine sehr kleine Minderheit aller Kandidierenden die Chance, öffentlich aufzutreten. Gemessen am Anteil männlicher und weiblicher Kandidaturen kamen dabei in Radiosendungen gleich viele Männer wie Frauen zu Wort (je 2%), beim SF DRS traten 3 Prozent der kandidierenden Männer, aber nur 2 Prozent der kandidierenden Frauen in Vorwahlsendungen auf.

Namensnennungen in den Printmedien und Redezeiten in den elektronischen Medien nach Partei und Geschlecht

In den fünf untersuchten Printmedien wurden im fraglichen Zeitraum insgesamt 5'057 Namen von Kandidierenden gezählt, davon bezogen sich 1'370 oder 27 Prozent auf Frauen. Dieser Anteil liegt um 8 Prozentpunkte unter dem Anteil weiblicher Kandidaturen (35%). Die Kandidatinnen kamen hinsichtlich der Nennungen insgesamt also unterdurchschnittlich oft in den Printmedien vor. Einzig im Tages-Anzeiger wurden die Frauen mit einem Anteil von 36 Prozent angemessen erwähnt.

Am häufigsten wurden Kandidierende der Bundesratsparteien genannt, am meisten jene der FDP, gefolgt von der SPS, SVP und CVP. Bei diesen Parteien unterschieden sich die Frauenanteile bei den Nennungen teilweise beträchtlich. Am häufigsten wurden Frauen der SPS genannt, gefolgt von jenen der FDP. Sie verbuchten 37 Prozent aller SPS- bzw. 31 Prozent aller FDP-Namensnennungen für sich. Bei der CVP machte der Frauenanteil bei den Nennungen 22 und bei der SVP nur gerade 6 Prozent aus. Praktisch paritätisch war das Geschlechterverhältnis bei den Nennungen einzig bei der GPS. Beim LdU sowie bei den FGA wurden Frauen zu rund 80 Prozent genannt, umgekehrt fielen bei den rechten Oppositionsparteien ebenso wenige Nennungen auf weibliche Kandidaturen wie bei der SVP.

In den elektronischen Medien verbuchten ebenfalls die Bundesratsparteien die längsten Redezeiten. Bei Radio DRS 1 nahm sich/erhielt die FDP gut, die SPS knapp eine Stunde Redezeit, beim SF DRS waren FDP- und SPS-Kandidierende insgesamt während 55 bzw. 54 Minuten zu hören und sehen. Bei der Differenzierung der gesamten Redezeit aller Parteien nach Geschlecht zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen Radio und Fernsehen: Bei Radio DRS 1 betrug der Frauenanteil an der Gesamtredezeit 36 Prozent und war damit, verglichen mit dem Anteil weiblicher Kandidaturen (35%) bei den Eidgenössischen Wahlen 1995, angemessen. Beim SF DRS betrug dieser Anteil nur unterdurchschnittliche 23 Prozent.

Aus gleichstellungspolitischer Sicht sind bei Radio DRS 1 erfreuliche Ergebnisse hinsichtlich der Redezeiten nach Partei und Geschlecht festzuhalten: Bei der FDP, SPS und GPS verbuchten Frauen und Männer fast paritätische Redezeiten (FDP-Frauen 45%, SPS-Frauen 44%,

GPS-Frauen 57%). Deutlich anders sehen die Verhältnisse bei anderen Parteien aus: Bei der CVP waren beispielsweise 72 Prozent der Redezeit männlichen Kandidierenden vorbehalten, bei der SVP sogar 85 Prozent.

Auch beim SF DRS erhielten die Kandidatinnen und Kandidaten der GPS und der FDP fast paritätische Redezeiten. Ein eklatanter Unterschied fällt beim SF DRS im Vergleich zu Radio DRS 1 bezüglich der Redezeiten der SPS-Frauen auf: Lediglich 12 Prozent der SPS-Redezeit ging beim Fernsehen an die Frauen. Ein fast vergleichbares Verhältnis weist die CVP auf (15%), und die SVP-Frauen waren im SF DRS praktisch inexistent: Nur gerade 2 Prozent der SVP-Redezeit gehörte den SVP-Frauen.

Meistgenannte in den Printmedien und Meistsprechende in den elektronischen Medien

Auf den Ranglisten der Meistgenannten in den Printmedien füllen sich die obersten Plätze mit Männern. SVP-Nationalrat Christoph Blocher wurde mit Abstand am häufigsten namentlich erwähnt, gefolgt von Peter Bodenmann, Parteipräsident und Nationalrat der SPS. Unter den zehn Meistgenannten sind mit Vreni Spoerry (FDP) und LdU-Parteipräsidentin und Ständerätin Monika Weber nur zwei Frauen zu finden.

Beim SF DRS kam insbesondere die (deutsch)schweizerische männliche Politikprominenz ausgiebig zu Wort. Die 20 Personen, welche die längsten Redezeiten verbuchten, waren ausnahmslos bisherige National- oder Ständeratsmitglieder, die in den Wahlen 1995 auch wiedergewählt wurden. Auf den obersten fünf Plätzen sind die Parteipräsidenten der Bundesratsparteien – Bodenmann, Steinegger, Uhlmann, Cottier – zu finden, zwischen die sich einzig Blocher geschoben hat, der kein solches Amt bekleidet. Unter den 20 Meistsprechenden sind 4 Frauen zu finden: Monika Weber (LdU), Vreni Spoerry (FDP), Verena Diener (GPS) und Christine Goll (FGA).

Im Unterschied zum SF DRS, das in hohem Masse «parteipräsidentenlastig» war – die Parteipräsidenten hatten 40 Prozent der Gesamtredezeit der Vorwahlsendungen für sich (bei Radio DRS 21%) –, ist bei Radio DRS 1 mit Ständerätin Christine Beerli (FDP) eine Frau auf dem ersten Platz der Rangliste zu finden. Aber auch beim Radio ist unter den 20 Personen, welche die längsten Redezeiten hatten, nur ein Viertel Frauen zu finden. Nebst Christine Beerli sind dies Verena Grendelmeier (LdU), Barbara Haering Binder (SPS), Brigitte Hauser (CVP) und Vreni Spoerry (FDP).

Wahlkampfthemen in den Medien

In den Printmedien waren insgesamt 26 Prozent der Personennennungen auch themenbezogen. Dies galt knapp für jede vierte männliche Nennung und für fast jede dritte weibliche Nennung. Themenbezogen kamen die Frauen in den Printmedien mit einem Anteil von 34 Prozent an allen themenbezogenen Nennungen rund angemessen zu Wort. Mit Abstand am meisten kam in den Printmedien das Thema Europa zur Sprache, vor den Öffentlichen Finanzen und der Wirtschaftspolitik. Folgende Themen waren «männlich» besetzt: Am meisten die Wirtschaftspolitik, bei welcher der Männeranteil bei den Nennungen 77 Prozent ausmacht, aber auch Europa, die Verkehrspolitik oder das Thema Politisches System / Institutionen und Volksrechte (je 74%). Umgekehrt waren die folgenden Themen tendenziell «weiblich» besetzt: In ausgesprochenem Masse die Gleichstellungspolitik (Frauenanteil bei den Nennungen 76%), weniger ausgeprägt das Thema Sozialversicherungen (53%).

Bei Radio DRS 1 machte der Frauenanteil bei den (sach)themenbezogenen Redezeiten 34 Prozent aus und war damit angemessen. Beim SF DRS lag er bei unterdurchschnittlichen 25 Prozent. Die Wirtschaftspolitik war das meistbesprochene Wahlkampfthema auf Radio DRS 1, vor Europa und den Sozialversicherungen. Bei Radio DRS 1 war das Thema Sozialversicherungen in höchstem Masse <weiblich> besetzt (Frauenanteil 96%), aber auch die Gleichstellungspolitik (Frauenanteil 87%). Umgekehrt war die Ausländer- und Flüchtlingspolitik ausgesprochen <männlich> besetzt (Männeranteil 86%). Dies gilt fast ebenso für die Themen Öffentliche Finanzen, Verkehrs- und Energiepolitik (86 und je 81%).

Im SF DRS war, wie in den Printmedien, Europa das mit Abstand wichtigste Wahlkampfthema. Insgesamt sprachen die Kandidatinnen und Kandidaten rund 1 Stunde 50 Minuten dazu. Das zweitwichtigste Thema waren die Öffentlichen Finanzen, vor der Ausländer- und Flüchtlingspolitik. Im Gegensatz zu den Printmedien oder zu Radio DRS 1 wurden die Themen beim Fernsehen erfreulicherweise nicht geschlechtsspezifisch besetzt.

Weder in den Print- noch in den elektronischen Medien war die Gleichstellungspolitik oder der Frauenwahlkampf 1995 ein prominentes Thema.

2. Fragestellung, Methode und analysierte Medien

2.1. Fragestellung und Methode

Während sechs Wochen vor den Eidgenössischen Wahlen, vom 9. September bis zum 21. Oktober 1995, wurden sämtliche redaktionellen Beiträge² ausgewählter Printmedien zu den Wahlen analysiert sowie alle offiziellen Vorwahlsendungen von Schweizer Radio DRS 1 und Schweizer Fernsehen DRS (SF DRS).

Bei der Analyse dieser Medien standen folgende Hauptfragen im Vordergrund:

- Welche Frauen und Männer welcher Parteien werden in welchen Printmedien wie oft namentlich erwähnt? Welche Männer und Frauen welcher Parteien erhalten bzw. nehmen sich bei Radio DRS 1 sowie beim SF DRS wieviel Redezeit?
- Zu welchen Themen werden Kandidatinnen und Kandidaten in Radio und Fernsehen befragt? Im Zusammenhang mit welchen Themen werden die Kandidierenden in den Printmedien zitiert?
- Waren der Frauenwahlkampf und die Gleichstellungspolitik zentrale Themen in den Medien?

In dieser Studie wurde die medienwissenschaftliche Methode der Inhaltsanalyse angewandt. Die Inhaltsanalyse ist eine «empirische Methode zur systematischen und intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen».³ Mit der Inhaltsanalyse kann auf formaler Ebene die Häufigkeit (Frequenzanalyse) eines gesuchten Kriteriums (z.B. Anzahl genannter Personen, Parteien oder Themen; die Redezeit von Personen und Themen) festgestellt werden. Zudem kann mit einem der Fragestellung entsprechenden Kategoriensystem (in dieser Studie 113 voneinander abgrenzbare politische Sachthemen) nach der Themenstruktur in Print- oder elektronischen Medien gesucht und wiederum die Häufigkeitsverteilung der Themen eruiert werden.⁴

Für den Nationalrat haben 35 Prozent und für den Ständerat 30 Prozent Frauen kandidiert. Absolut haben insgesamt 2'935 Personen für den National-, den Ständerat oder den National- und Ständerat kandidiert, davon waren 1'020 oder 35 Prozent Frauen⁵. Dieser Prozentanteil wird in der Analyse als Vergleichswert beigezogen: Entsprechen beispielsweise die Nennungen der Frauen diesem Anteil, werden sie als angemessen bewertet, liegen sie unter oder über 35 Prozent, gelten sie als unter- bzw. überdurchschnittlich.

² Ausgeklammert blieben einzig die Sonderbeilagen der Zeitungen.

³ Früh 1991, S. 24.

⁴ Vgl. Mayring 1993.

⁵ Genaue Angaben zur Ausgangslage der Eidgenössischen Wahlen 1995 finden sich in der Einleitung (s.S. 3)

2.2. Analyisierte Printmedien

In die Stichprobe der Printmedien wurden die in Tabelle 1 aufgelisteten auflagestärksten Tageszeitungen ausgewählter Deutschschweizer Regionen – Basel, Bern, Luzern, St. Gallen und Zürich – einbezogen. Insgesamt sind in diesen Zeitungen während des fraglichen Zeitraums 482 Artikel zu den Eidgenössischen Wahlen publiziert worden. Mit 132 hat die Basler Zeitung am meisten Wahlbeiträge veröffentlicht und den Wahlen auch flächenmässig am meisten Platz eingeräumt. Die durchschnittliche Artikelgrösse ist von den untersuchten Zeitungen bei der Basler Zeitung am grössten (571 cm²), dies entspricht ungefähr einer halben Zeitungsseite. Auf der anderen Seite hat die Berner Zeitung den Wahlen die geringste Beachtung geschenkt. Im fraglichen Zeitraum sind hier 69 Wahlartikel erschienen, die eine durchschnittliche Fläche von 338 cm² aufwiesen.

Bezüglich der Bedeutung, welche die Printmedien den Wahlen beigemessen haben, ist ein Vergleich des Medians mit dem eben erwähnten Durchschnittswert der Artikelfläche aussagekräftiger. Der Median ist derjenige Punkt der Messwertskala, unterhalb und oberhalb dessen jeweils die Hälfte der Messwerte liegt. Liegt der Durchschnittswert deutlich über dem Wert des Medians, bedeutet dies, dass eine Zeitung einige sehr grosse Wahlartikel publiziert hat, welche den Wert der durchschnittlichen Artikelfläche in die Höhe treiben, während ein grosser Anteil der Wahlartikel eher klein war. Dies gilt bei den fraglichen Zeitungstiteln für die Basler Zeitung, die Berner Zeitung und den Tages-Anzeiger. Demgegenüber haben die Luzerner Zeitung und das St. Galler Tagblatt den Wahlen 1995 flächenmässig einen konstanteren Raum gegeben.

Tabelle 1: Analyisierte Printmedien nach Auflage sowie Anzahl und Grösse der publizierten Wahlartikel

Zeitungstitel	Gesamtauflage ⁶	Anzahl Artikel zu Wahlen	Gesamtfläche Wahlartikel in cm ²	Mittlere Grösse eines Artikels in cm ²	Median Artikelfläche in cm ²
Basler Zeitung	114'438	132	75'335	571	373
Berner Zeitung	130'505	69	23'301	338	222
Luzerner Zeitung	84'521	90	31'368	349	301
St. Galler Tagblatt	72'259	86	30'033	349	294
Tages-Anzeiger	281'276	105	42'324	403	255
Total		482	202'361	421	292

2.3. Analyisierte elektronische Medien

Bei den elektronischen Medien wurden die öffentlich-rechtlichen in die Stichprobe einbezogen: die national ausgestrahlten offiziellen Vorwahlsendungen von Schweizer Radio DRS 1 sowie von Schweizer Fernsehen DRS (SF DRS).

⁶ WEMF Auflagen-Bulletin 1995.

Radio DRS 1 strahlte folgende Sendungen zu den Wahlen aus:

- Je eine zweistündige «Wahlauftakt-» und «Wahlendspurtsendung» (Samstag, 9. September und Samstag, 14. Oktober, je von 10.00 bis 12.00 Uhr).
- Neun ca. 20minütige «Partei im Kreuzverhör» (zwischen 25. September und 6. Oktober, je 13.00 bis 13.20 Uhr).
- Neun «Echo-Dossiers» (zwischen 11. September und 5. Oktober, je 18.30 bis 19.00 Uhr).

Radio DRS 1 wird zu der Sendezeit, in welcher die Sendungen «Partei im Kreuzverhör» ausgestrahlt wurden, durchschnittlich von rund 440'000 Personen⁷ gehört, während den Sendezeiten des «Echo-Dossiers» von rund 330'000 Personen.⁸

SF DRS strahlte folgende Vorwahlsendungen aus:

- Dreizehn «Partei im Kreuzverhör» (zwischen 18. September und 4. Oktober, je 19.15 bis 19.25 Uhr).
- Vier «Wahl-Arenas» (vom 10. bis 13. Oktober; die drei ersten begannen um 22.20 Uhr und dauerten ca. 1 Stunde 20 Minuten, die vierte startete um 20.00 Uhr und dauerte 1 Stunde 40 Minuten).

Die Sendung «Partei im Kreuzverhör» wurde durchschnittlich von 550'000 Personen gesehen, die «Wahl-Arenas» von durchschnittlich 375'000 Personen.⁹

Tabelle 2 zeigt die 37 Vorwahlsendungen der elektronischen Medien, welche eine Gesamtsendedauer von 19 Stunden umfassen.

Tabelle 2: Radio DRS 1 und SF DRS: Vorwahlsendungen nach Sendedauer

Elektronische Medien	Anzahl Sendungen	Sendedauer in Minuten
Radio DRS 1	20	678 (11.3 Std.)
SF DRS	17	461 (7.7 Std.)
Total	37	1139 (19 Std.)

⁷ Ständige Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

⁸ SRG, Jahresbericht des Forschungsdienstes 1994, S. 39f.

⁹ Angaben des SRG-Forschungsdienstes.

3. Medienpräsenz der Kandidierenden

3.1. Printmedien

Dieses Kapitel zeigt, wie viele kandidierende Personen welcher Parteien wie oft in den Printmedien namentlich erwähnt wurden. Vor der Präsentation der entsprechenden Ergebnisse soll gezeigt werden, wie gross die Anzahl jener Personen ist, die mindestens einmal oder mehrfach in den Printmedien genannt wurden. Diese Zahl wird mit dem Anteil der Kandidierenden bei den Eidgenössischen Wahlen 1995 verglichen (1'915 Männer, 1'020 Frauen). Insgesamt wurden 460 Männer und 220 Frauen in den Printmedien erwähnt. Das heisst, insgesamt kamen 23 Prozent aller Kandidierenden für den National- und Ständerat mindestens einmal namentlich in den redaktionellen Beiträgen der Printmedien vor. Bei den kandidierenden Männern kam rund jeder vierte mindestens einmal namentlich in den Printmedien vor (24%), für die kandidierenden Frauen galt das nur für gut jede fünfte (22%).

In der Folge beziehen sich die Auswertungsergebnisse auf jene 23 Prozent aller Kandidierenden, die überhaupt in den Printmedien genannt wurden. Dabei gilt es zu bedenken, dass laut obiger Bemerkung Frauen grundsätzlich eine leicht geringere Chance hatten als Männer, Eingang in die Medien zu finden.

3.1.1. Nennungen nach Geschlecht, Partei und Medium

Insgesamt wurden die 680 Kandidierenden für den National- oder Ständerat in den fünf untersuchten Tageszeitungen 5'057mal namentlich erwähnt¹⁰. 1'370 oder 27 Prozent der Nennungen bezogen sich auf Frauen. Dieser Prozentanteil liegt um 8 Prozentpunkte unter dem Anteil der weiblichen Kandidaturen. Frauen wurden in den Printmedien also unterdurchschnittlich oft erwähnt.

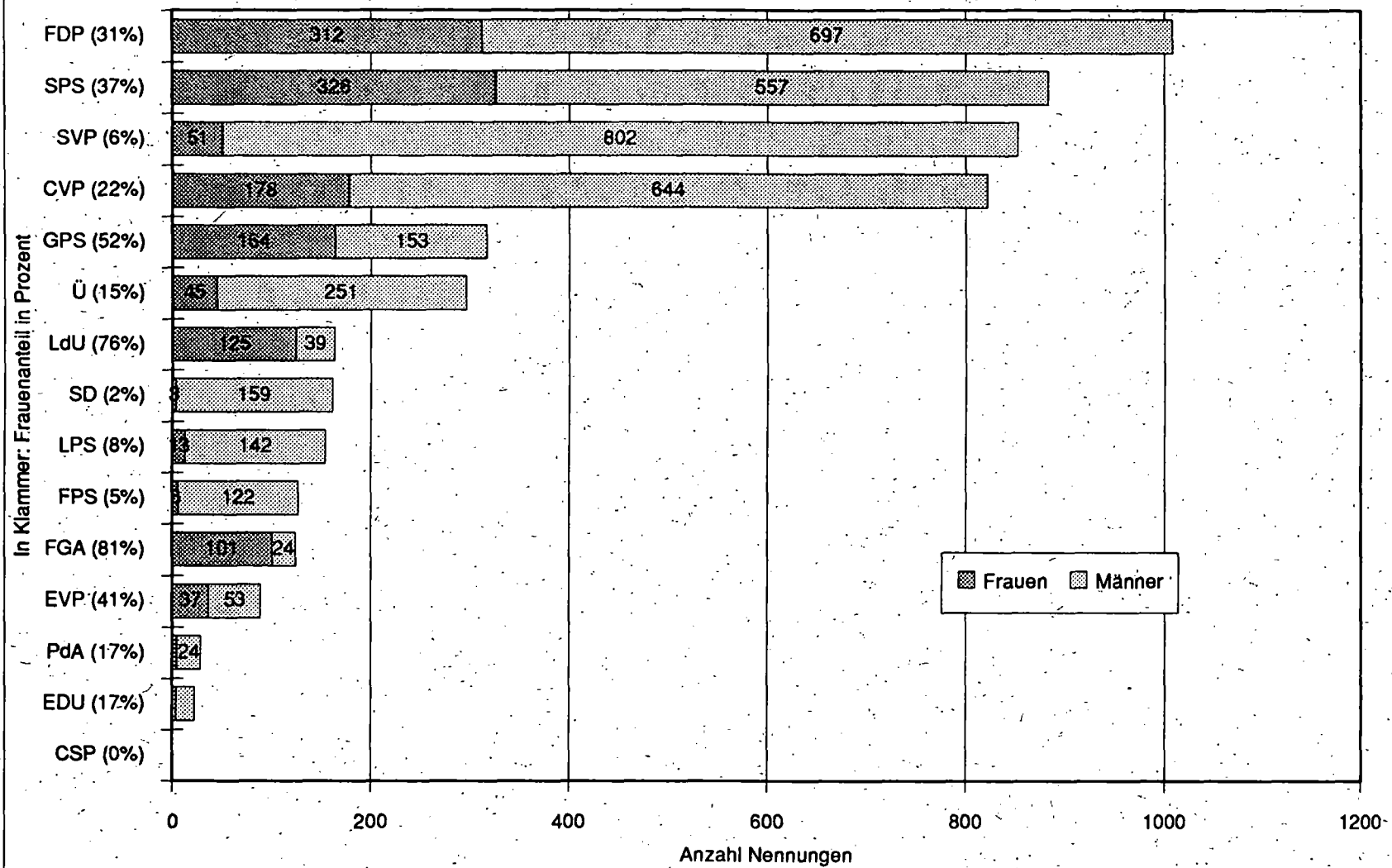
Die FDP-Kandidierenden wurden mit 1'009 Nennungen am häufigsten namentlich erwähnt. Dies entspricht einem Anteil von 20 Prozent aller Namensnennungen. Die nächsten drei Plätze in der Rangfolge der Namensnennungen nach Partei besetzen die übrigen Bundesratsparteien: Gut 17 Prozent aller Namensnennungen in den Printmedien erfolgten bei Kandidierenden der SPS, rund 17 Prozent bei jenen der SVP, 16 Prozent bei jenen der CVP. Deutlich weniger Namensnennungen – bis zu 6 Prozent – verbuchten alle weiteren Parteien. (Vgl. dazu Tabelle A 3.1. im Anhang)

Abbildung 1 zeigt die Anzahl Namensnennungen nach Partei und Geschlecht. Am häufigsten wurden Frauen der SPS namentlich erwähnt (326 Nennungen oder 37% aller SPS-Namensnennungen), fast gleich viele Namensnennungen erfolgten bei Kandidatinnen der FDP (312 oder 31% der FDP-Namensnennungen), gefolgt von der CVP (178 bzw. 22%), der GPS (164 bzw. 52%) und dem LdU (125 bzw. 76%). Auffallend ist das markant andere Geschlechterverhältnis bei der SVP, deren Kandidierende insgesamt am dritthäufigsten genannt wurden: Nur gerade 51 oder 6 Prozent aller SVP-Namensnennungen beziehen sich auf weibliche Kandidaturen.

¹⁰ Gezählt wurde jede Namensnennung. Pro Zeitungsartikel sind mehrere Nennungen derselben Person möglich.

Praktisch paritätisch (52% weibliche Namensnennungen) ist das Geschlechterverhältnis einzig – wie bei den Kandidierenden und Gewählten – bei der GPS. Beim LdU sowie bei den FGA wurden Frauen in den Printmedien zu 76 bzw. 81 Prozent namentlich erwähnt. Umgekehrt wurden Frauen insbesondere bei den rechten Oppositionsparteien SD und FPS, aber auch bei der LPS ähnlich selten namentlich erwähnt wie bei der SVP. (Vgl. auch Tabelle A 3.1. im Anhang)

Abb. 1. Printmedien: Anzahl Namensnennungen nach Partei und Geschlecht



Wie ist das Geschlechterverhältnis bezüglich der Namensnennungen in den einzelnen Printmedien? Im Tages-Anzeiger wurden Frauen am häufigsten namentlich erwähnt. Mit einem Anteil von 36 Prozent wurden hier die Kandidatinnen, verglichen mit ihrem gesamtschweizerischen Anteil an den Kandidaturen (35%), angemessen namentlich genannt. In allen anderen Printmedien kamen Frauen dagegen unterdurchschnittlich oft vor: In der Luzerner Zeitung und im St. Galler Tagblatt beträgt der Frauenanteil bei den Namensnennungen je 26 Prozent, bei der Basler Zeitung 25 Prozent. Am wenigsten Beachtung fanden die Frauen mit 21 Prozent der Namensnennungen in der Berner Zeitung.¹¹

3.1.1.1. Bundesratsparteien: Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten im Vergleich

Abbildung 2 zeigt einen Vergleich der Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten (je das Verhältnis Männer/Frauen) der Bundesratsparteien. Dabei bedeutet eine Quote mit dem Wert 1, dass gleich viele Männer wie Frauen kandidiert haben oder genannt bzw. gewählt wurden. Bei der SPS liegen die drei Quoten am nächsten beieinander und sind auch am tiefsten: Mit einer Kandidaturquote von 1.1 haben fast gleich viele Frauen wie Männer für den Nationalrat kandidiert, mit einer Nennquote von 1.7 wurden aber weniger SPS-Frauen als -Männer in den Printmedien genannt. Und mit der Wahlquote von 1.9 wurden die Frauen im Vergleich zu den Männern noch weniger gewählt als genannt.

Bei allen anderen Bundesratsparteien sind die Quoten im Vergleich zur SPS höher, und sie liegen überdies teilweise beträchtlich auseinander. Während bei der FDP die Kandidatur- und Nennquote relativ nahe beieinander liegen, weicht die Wahlquote deutlich davon ab: Das heisst, auf rund 2.5 Kandidaturen oder Nennungen eines FDP-Mannes folgt eine Kandidatur bzw. Nennung einer FDP-Frau, jedoch wird nur auf rund jeden fünften FDP-Mann eine FDP-Frau gewählt. Mit anderen Worten: FDP-Frauen kandidieren und werden in Printmedien genannt, aber nicht dementsprechend auch gewählt.

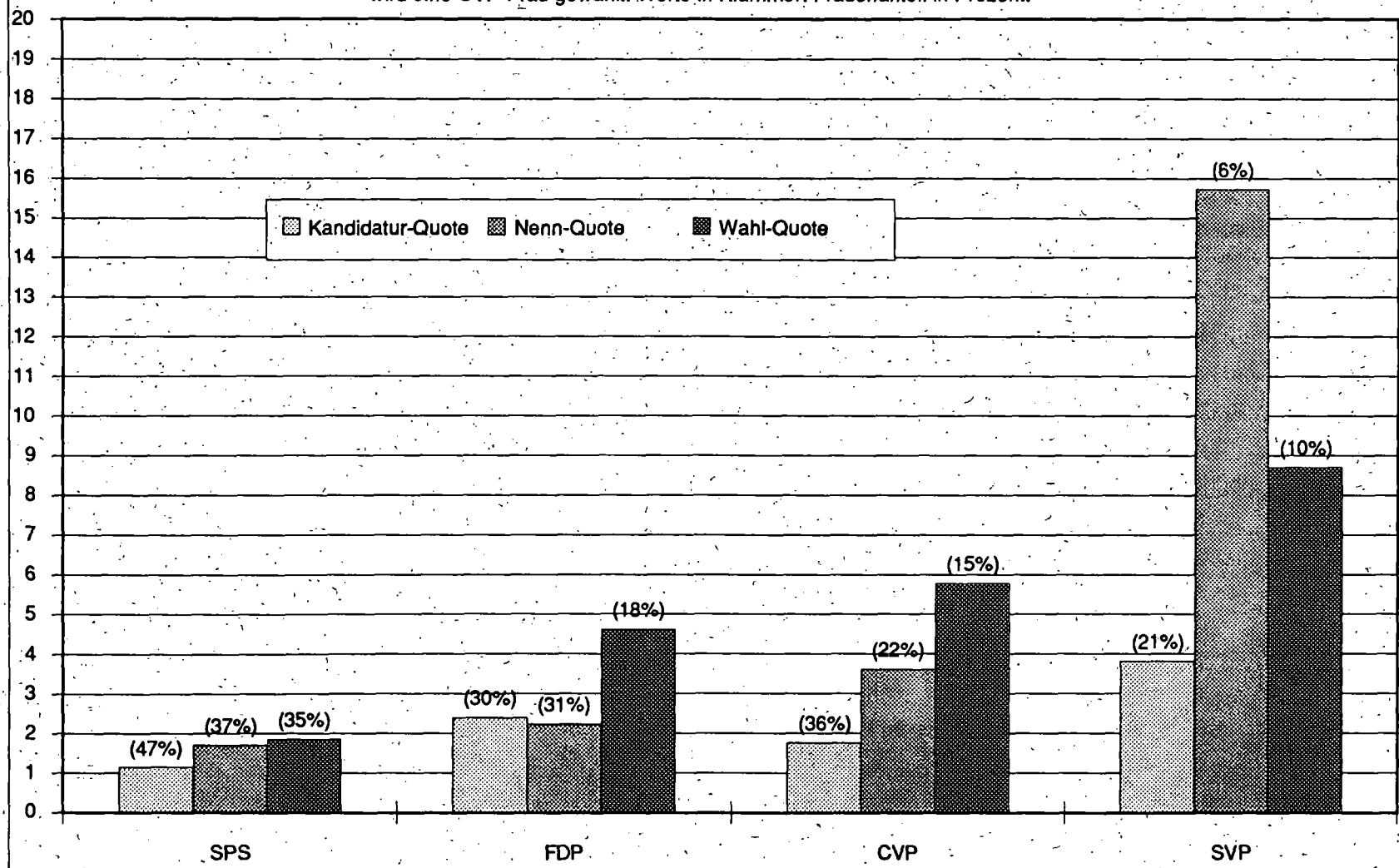
Bei der CVP sind die Nenn- und Wahlchancen der Frauen geringer als bei der FDP, obwohl deren Kandidaturquote günstiger ist als bei der FDP: Bei der CVP kandidiert auf rund 2 Männer 1 Frau, aber nur auf rund 4 CVP-Männer wird 1 CVP-Frau in den Printmedien genannt, und erst auf rund 6 gewählte CVP-Männer wird 1 CVP-Frau gewählt.

Noch einmal anders sieht es bei der SVP aus: Die Kandidaturquote der SVP ist doppelt bis dreimal so hoch wie bei den anderen Bundesratsparteien: Erst auf 4 SVP-Männer kandidiert 1 SVP-Frau. Bei den Nennungen ist der Unterschied zwischen den Geschlechtern noch eklatanter: SVP-Männer werden 16mal häufiger genannt als SVP-Frauen. Im Vergleich dazu ist die Chance, als SVP-Frau gewählt zu werden, grösser als die, in den Printmedien genannt zu werden. Allerdings ist auch die Wahlquote (Verhältnis Männer/Frauen) der SVP vergleichsweise hoch: Auf rund 9 SVP-Männer wird nur 1 SVP-Frau gewählt.

¹¹ Zum Vergleich: Anteil weiblicher Kandidaturen (Nationalrat) nach Kanton bzw. Haupteinzugsgebiet der jeweiligen Printmedien: Tages-Anzeiger - Kt. ZH 34%; Luzerner Zeitung - Kt. LU 38%; St. Galler Tagblatt - Kt. SG 38%; Basler Zeitung - Kt. BL und BS 41%; Berner Zeitung - Kt. BE 31%; Schweiz 35%.

Abb. 2. Printmedien: Kandidatur-, Nenn- und Wahl-Quoten der Bundesratsparteien

Lesebeispiel: Auf rund 16 SVP-Männer wird eine SVP-Frau genannt. Auf rund 6 CVP-Männer wird eine CVP-Frau gewählt. Werte in Klammer: Frauenanteil in Prozent.

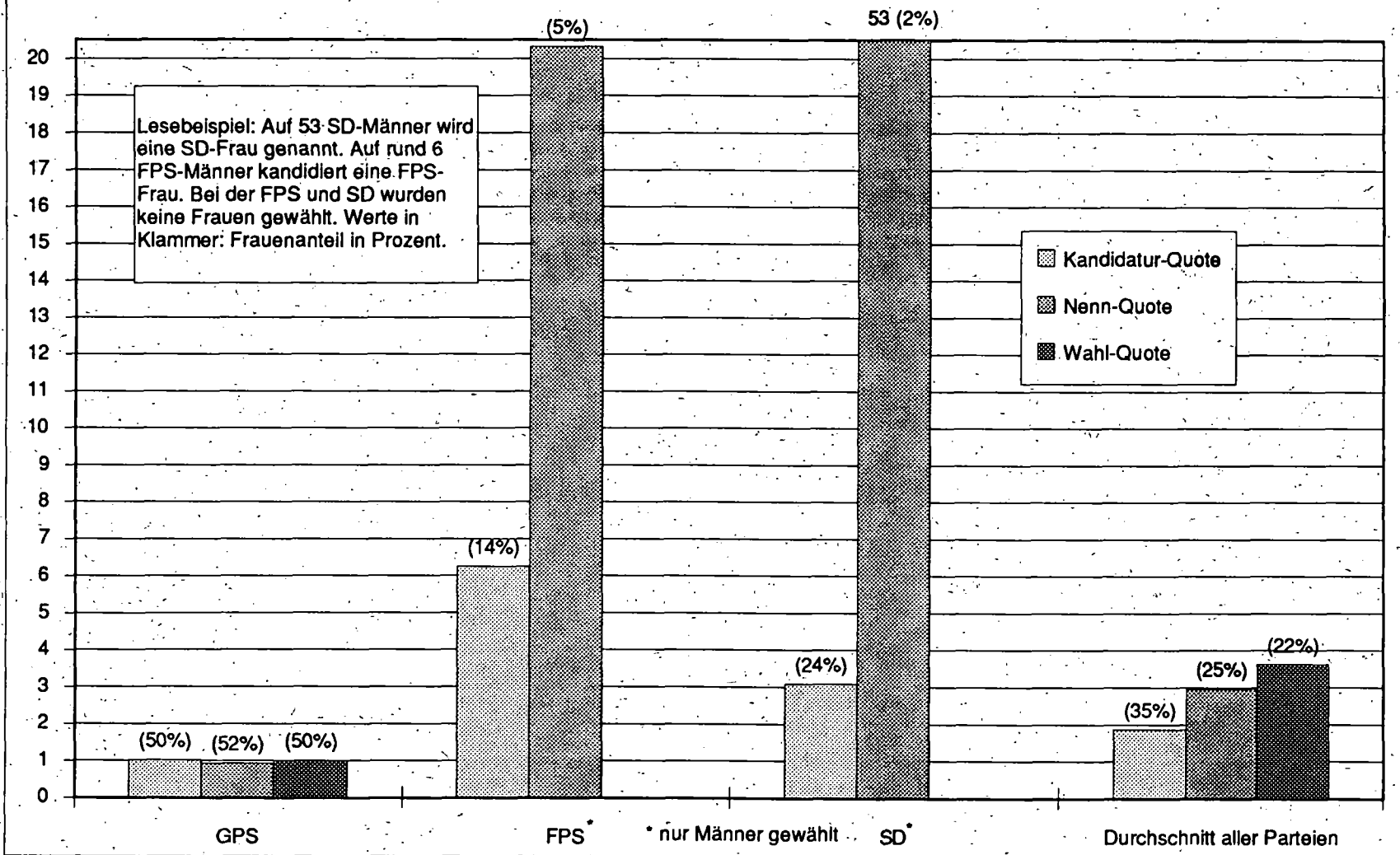


3.1.1.2. Ausgewählte Nicht-Regierungsparteien: Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten im Vergleich

Ein geschlechterparitätisches Verhältnis bei den Kandidatur-, Nenn- und Wahlquoten weist einzig die GPS auf und realisiert damit ein gleichstellungspolitisches Postulat: Frauen kandidieren zu gleichen Anteilen wie Männer, sie werden gleich oft in den Printmedien genannt und auch zu gleichen Anteilen gewählt. Dies dokumentiert Abbildung 3.

Bei der FPS ist demgegenüber die Chance, dass eine Frau in den Printmedien genannt wird, gut dreimal kleiner als diejenige, auf einer Wahlliste zu figurieren. Am schwierigsten ist es, als Kandidatin für die SD in den Printmedien genannt zu werden: Auf jeden dritten Mann kandidiert eine Frau, aber erst auf 53 genannte Männer kommt in den Printmedien eine SD-Frau vor.

Abb. 3. Printmedien: Kandidatur-, Nenn- und Wahl-Quoten ausgewählter Nicht-Regierungsparteien



3.1.2. Nennungen nach Status, Ratskammer und Geschlecht

In diesem Kapitel wird gezeigt, wie sich die Namensnennungen in den Printmedien auf den Status der Kandidierenden (Bisherige, Neukandidierende) sowie die Ratskammer (Nationalrat, Ständerat, National- und Ständerat) verteilen.

In den Printmedien wurden fast gleich viele Namen von Bisherigen (2'405) wie von Neukandidierenden (2'652)¹² genannt. Von den 2'405 Neunennungen Bisheriger bezogen sich 496 oder 21 Prozent auf Frauen. Unter den 2'652 Nennungen Neukandidierender waren die Frauen mit 33 Prozent zu einem grösseren Anteil vertreten. (Vgl. detailliert Tabelle A 3.2. im Anhang)

Wie verteilen sich die Namensnennungen nach der Ratskammer, d.h. nach National-, Stände- oder National- und Ständerat? Mit über zwei Dritteln (71%) erfolgte eine deutliche Mehrheit aller Namensnennungen bei Personen, die ausschliesslich für den Nationalrat kandidiert haben. Personen, die ausschliesslich für den Ständerat kandidiert haben, verbuchen bei den Nennungen einen Anteil von 17 Prozent. Die restlichen 12 Prozent der Namensnennungen erfolgten bei Personen, die sowohl für den National- wie den Ständerat kandidiert haben. (Vgl. Tabelle A 3.3. im Anhang)

Im Vergleich zu den Kandidaturen nach Ratskammer (vgl. Einleitung) hatten Personen, die sowohl für den National- wie den Ständerat kandidiert haben, die grösste Chance, häufig in den Printmedien genannt zu werden: Jede Person wurde durchschnittlich 18mal genannt (585 Nennungen bei 32 Kandidaturen). Von den Kandidierenden für den Ständerat wurde jede Person im Durchschnitt knapp 9mal genannt (866 Nennungen bei 101 Kandidaturen), während die Kandidierenden für den Nationalrat nur gut einmal genannt wurden (3'606 Nennungen bei 2'834 Kandidaturen).

Wie verteilen sich die Nennungen nach Ratskammer auf die Geschlechter? Bei den Kandidierenden für den National- und Ständerat, wo, wie oben erwähnt, die Chance, genannt zu werden, am grössten war, beträgt der Frauenanteil bei den Nennungen 38 Prozent. Im Vergleich zum Anteil weiblicher Kandidaturen (34%) wurden Frauen also überdurchschnittlich oft genannt. Bei den Nennungen von Kandidierenden für den Ständerat liegt der Frauenanteil bei unterdurchschnittlichen 27 Prozent (Frauenkandidaturen 30%). Mit 25 Prozent ist der Frauenanteil bei den Nennungen der Kandidierenden für den Nationalrat (Frauenkandidaturen 35%) deutlich unterdurchschnittlich. (Vgl. Tabelle A 3.3. im Anhang)

¹² Alle Genannten=100%; davon 48% Bisherige und 52% Neukandidierende.

3.1.3. Rangliste der Meistgenannten

3.1.3.1. Nennungen der Parteipräsidiierenden

Vor der Präsentation der meistgenannten Kandidatinnen und Kandidaten der Eidgenössischen Wahlen 1995 werden hier die Nennungen der (kandidierenden) Parteipräsidenten und der einen Parteipräsidentin beleuchtet. Damit wird einerseits gezeigt, welcher Nennungsanteil die Parteiprominenz je bei ihren Parteien verbucht. Überdies werden diese Nennungsanteile bis zu einem gewissen Grad erklären, warum unter den Meistgenannten eher wenig Frauen zu finden sind. Denn mit einer Ausnahme, dem LdU, werden sämtliche Parteien von Männern präsidiert.

Insgesamt entfallen auf die Parteipräsidiierenden 7 Prozent aller Namensnennungen. Zum Vergleich: Ihr Anteil unter den Kandidierenden beträgt lediglich 0.3 Prozent. Besonders hoch ist der Anteil Namensnennungen der Parteipräsidiierenden bei kleinen Parteien: Beim LdU fallen 38 Prozent aller Namensnennungen auf Parteipräsidentin Monika Weber, und die PdA kommt zu 28 Prozent durch Nennungen des Parteipräsidenten Jean Spielmann vor. Aber auch die SD bestehen öffentlich zu einem grossen Teil aus Parteipräsident Rudolf Keller; auf ihn fallen 16 Prozent aller SD-Namensnennungen in den untersuchten Printmedien.

Bei den Bundesratsparteien verbuchte Peter Bodenmann, Präsident der SPS, mit 11 Prozent den höchsten Anteil Namensnennungen, gefolgt von Franz Steinegger, Präsident der FDP, und Anton Cottier, Präsident der CVP, die je 5 Prozent der Namensnennungen ihrer Parteien «besetzen». Hans Uhlmann, Parteipräsident der SVP, vereint nur 2 Prozent aller SVP-Namensnennungen auf sich. (Vgl. dazu Tabelle A 3.4. im Anhang)

3.1.3.2. Rangliste der meistgenannten Frauen und Männer

Mit Abstand am häufigsten wurde in den untersuchten Printmedien SVP-Nationalrat Christoph Blocher namentlich erwähnt. Auf ihn fallen über alle Printmedien hinweg 343 oder rund 7 Prozent sämtlicher Namensnennungen. Damit verbuchte Blocher über dreimal mehr Namensnennungen als die Nächstplazierten auf der Rangliste der Meistgenannten: Der zweitmeistgenannte Peter Bodenmann, SPS-Parteipräsident, welcher für den National- und Ständerat kandidierte, wurde 94mal namentlich erwähnt. Dies entspricht rund 2 Prozent sämtlicher Namensnennungen. Auf Rang 3 und 4 sind die zwei Ständeratskandidaten für Basel-Stadt zu finden, der bisherige – und wiedergewählte – SPS-Ständerat Gian-Reto Plattner (89 Nennungen) und der neu für den Ständerat kandidierende Liberale Thomas Staehelin (87 Nennungen), welcher nicht gewählt wurde. Auf Rang 5 ist mit Vreni Spoerry, FDP-Nationalrätin und Kandidatin für den National- wie Ständerat, die erste Frau in der Rangliste der Meistgenannten zu finden. Spoerry wurde 77mal namentlich in den Printmedien erwähnt. Unter den 20 Meistgenannten sind nebst Vreni Spoerry LdU-Parteipräsidentin und Ständerätin Monika Weber (Rang 7, 63 Nennungen) zu finden sowie Helen Leumann (FDP) und Ruth Genner (GPS) auf den Ranglistenplätzen 12 und 19 (39 bzw. 33 Nennungen).¹³

¹³ Weitere Frauen sind auf folgenden Ranglistenplätzen zu finden: 22. Anita Thanei (SPS), 23. Rosmarie Dormann (CVP), 24. Christine Goll (FGA), 26. Judith Stamm (CVP), 30. Ruth Tobler (SPS), 36. Silvia Pfeiffer (SPS), Ruth Gonseth (GPS), 39. Christiane Brunner (SPS), 40. Erika Forster (FDP), 46. Beatris Stadler (FGA).

Die Tabelle 3 zeigt die Rangliste der meistgenannten Kandidierenden der Eidgenössischen Wahlen 1995.

Tabelle 3: Rangliste der meistgenannten Kandidierenden in den Printmedien

Meistgenannte	Partei	Status	Kandidatur für ...	Wahlergebnis	Total Nennungen in den Printmedien
1. Blocher Christoph	SVP	bisher	Nationalrat	gewählt	343
2. Bodenmann Peter	SPS	bisher	National- und Ständerat	gewählt (NR)	94
3. Plattner Gian-Reto	SPS	bisher	Ständerat	gewählt	89
4. Staehelin Thomas	LPS	neu	Ständerat	nicht gewählt	87
5. Spoerry Vreni	FDP	bisher	National- und Ständerat	gewählt (SR)	77
6. Miesch Christian	Ü	bisher ¹⁴	Nationalrat	nicht gewählt	73
7. Weber Monika	LdU	bisher	Ständerat	gewählt	63
8. Steinegger Franz	FDP	bisher	Nationalrat	gewählt	52
9. Rhinow René	FDP	bisher	Ständerat	gewählt	46
10. Schmid Adrian	GPS	neu	National- und Ständerat	nicht gewählt	41
11. Cottier Anton	CVP	bisher	Ständerat	gewählt	41
12. Leumann Helen	FDP	neu	Ständerat	gewählt	39
13. Wicki Franz	CVP	neu	Ständerat	gewählt	38
14. Triponez Pierre	FDP	neu	Nationalrat	nicht gewählt	36
15. Widmer Hans	SPS	neu	National- und Ständerat	nicht gewählt	36
16. Kühne Josef	CVP	bisher	Nationalrat	gewählt	36
17. Nebiker Hans Rudolf	SVP	bisher	Nationalrat	gewählt	35
18. Rychen Albrecht	SVP	bisher	Nationalrat	gewählt	34
19. Genner Ruth	GPS	neu	National- und Ständerat	nicht gewählt	33
20. Bortoluzzi Toni	SVP	bisher	National- und Ständerat	gewählt (NR)	33
20. Durrer Adalbert	CVP	neu	Nationalrat	gewählt	33

¹⁴ Ehemaliger FDP-Nationalrat.

3.1.4. Gewichtung der Wahlartikel in den Printmedien

3.1.4.1. Nennungen nach Position, Platzierung und Textsorte der Wahlartikel

In diesem Abschnitt wird untersucht, ob bezüglich der Position und Platzierung der Wahlartikel Unterschiede zwischen dem Vorkommen männlicher und weiblicher Namensnennungen von Kandidierenden feststellbar sind.

Position der Artikel: Bei der Position wurden die Artikel nach drei Kategorien erfasst: Artikel auf der oberen Hälfte der Zeitungsseite, Artikel auf der unteren Hälfte der Zeitungsseite und Artikel, die eine ganze Zeitungsseite oder mehr umfassten. Dabei sind Artikel, welche eine ganze Seite oder mehr umfassen, die gewichtigsten. Weiter haben Artikel auf der oberen Zeitungshälfte mehr Gewicht als solche auf der unteren Hälfte. *Platzierung der Artikel:* Die wichtigsten Artikel erscheinen in den Printmedien auf der Titelseite. Artikel, welche auf der Aufschlagseite eines Zeitungsbundes plaziert sind, sind gewichtiger als solche auf den übrigen Zeitungsseiten. *Anriss zu einem Artikel:* Manche Artikel zu den Wahlen 1995 wurden mit einem Anriss auf der Titel- oder Aufschlagseite eines Bundes speziell hervorgehoben. Solche Artikel sind demnach gewichtiger als Artikel ohne Anriss.

Tabelle 4 zeigt folgende Tendenz: Je prominenter ein Wahlartikel positioniert und plaziert ist, desto weniger Frauen kommen vor: Die Namensnennungen der Frauen erfolgten leicht überdurchschnittlich in Artikeln, welche auf der unteren Zeitungsseite positioniert und demnach weniger gewichtig sind als die übrigen. Auf den Aufschlagseiten werden Männer rund 4mal häufiger genannt als Frauen. Noch grösser ist die Differenz bei den Namensnennungen auf Titelseiten, die zwar nur zu gut einem Prozent vorkommen, hier aber 50mal häufiger bei Männern erfolgen. Ebenfalls überdurchschnittlich, nämlich 5mal häufiger, werden Männer in Artikeln genannt, welche durch einen Anriss auf der Titelseite eines Printmediums angekündigt werden. Dies gilt aber nicht für Wahlartikel, die auf der Aufschlagseite eines Bundes «angerissen» werden: In solchen Artikeln kommen Frauen sogar leicht überdurchschnittlich oft vor.

Tendenziell gilt obige Feststellung auch bezüglich der Nennungen nach Textsorte: Je bedeutender die Textsorte, desto weniger Frauen werden genannt. Dies gilt vor allem für die Recherchen der Medien, die Interviews/Porträts, die Streitgespräche; hier werden Männer 3mal häufiger genannt als Frauen. In Kommentaren und Leitartikeln sogar 16mal häufiger (vgl. Tabelle 4). Von jenem Exklusivclub von 37 Personen, davon 5 Frauen, welcher in Leitartikeln oder Kommentaren namentlich erwähnt wurde, fallen fast 40 Prozent der Nennungen auf SVP-Nationalrat Christoph Blocher.

Tabelle 4: Namensnennungen nach Platzierung, Position, Anriss und Textsorte der Wahlartikel

Position, Platzierung, Anriss und Textsorte der Wahlartikel	Total Namensnennungen in Prozent	Verhältnis Männer/Frauen
Position		
obere Hälfte der Zeitungsseite	52.7%	2.8
untere Hälfte der Zeitungsseite	25.9%	2.4
ganzseitig oder grösser	21.3%	2.8
Platzierung		
Titelseite	1.2%	5.3
Aufschlagseite eines Bundes	5.5%	3.8
andere Seiten	93.3%	2.6
Anriss		
kein Anriss zu Wahlartikel	79.3%	
Anriss auf Aufschlagseite eines Bundes	10.6%	2.3
Anriss auf der Titelseite	10.1%	5.3
Textsorte		
Eigenleistung/Recherche	33.5%	2.9
Berichterstattung einer Wahlveranstaltung	18.6%	2.7
Interview/Porträt mit/über kandidierende Person	15.8%	2.8
Parteienporträt	11.7%	2.2
Streitgespräch mit zwei oder mehreren Kandidierenden	9.8%	3
Berichterstattung einer Pressekonferenz	3.2%	1.4
Bericht zu einer Parteiversammlung u.ä.	2.8%	1.7
Kommentare, Leitartikel	2.1%	1.6
andere Textsorten	2.6%	2.9

3.1.4.2. Kandidierende im Bild

Wieviele kandidierende Personen wurden in den Printmedien besonders hervorgehoben, so dass sie nicht nur im Text, sondern auch im Bild erschienen? Insgesamt kam dies in den untersuchten Printmedien nur sehr selten vor: 142 kandidierende Personen waren mindestens 1mal alleine auf einem Bild in redaktionellen Teilen der Printmedien zu sehen, davon waren 47 oder 33 Prozent Frauen. Vergleichsweise häufiger kam es vor, dass Kandidierende nicht alleine, sondern zusammen mit anderen Kandidatinnen und Kandidaten abgebildet wurden. So sind 346 Personen in den Printmedien erschienen, davon waren 31 Prozent Frauen.

Die meisten der 142 oben erwähnten Personen kamen in den Printmedien nur 1mal alleine auf einem Bild vor. Einzig 7 Personen, davon 2 Frauen, waren 2mal exklusiv im Bild zu sehen. Peter Bodenmann ist 3mal alleine im Bild erschienen, und Christoph Blocher kam mit 6mal am häufigsten derart exklusiv vor.

3.2. Öffentlich-rechtliche elektronische Medien

Wie hoch ist der Anteil der Kandidierenden, gemessen am Total der Kandidaturen, welche die Gelegenheit bekommen oder wahrnehmen, an Radiosendungen teilzunehmen oder im Fernsehen aufzutreten? Sowohl bei Radio DRS 1 wie auch beim SF DRS hat nur eine sehr kleine Minderheit aller Kandidierenden Gelegenheit, öffentlich aufzutreten: 2 Prozent sind es bei Radio DRS 1, 3 Prozent beim SF DRS. Bezüglich der Chance, zu diesem Kreis zu gehören, gibt es zwischen Radio und Fernsehen einen geschlechtsspezifischen Unterschied: Während in Radiosendungen mit je 2 Prozent gleich viele Männer wie Frauen – je gemessen am Anteil männlicher und weiblicher Kandidaturen – an Vorwahlsendungen teilnahmen, hatten beim SF DRS 3 Prozent der kandidierenden Männer, aber nur zwei Prozent der kandidierenden Frauen Gelegenheit, öffentlich aufzutreten.¹⁵

In der Folge beziehen sich – wie bei den Printmedien – die Darstellungen auf jene Personen, die in den elektronischen Medien zu Wort kamen. Auf der Ebene der Teilnehmenden lagen die Frauenanteile zwischen Radio und Fernsehen beträchtlich auseinander: Während die Kandidatinnen in Sendungen von Radio DRS 1 mit einem Anteil von 37 Prozent angemessen, d.h. gut entsprechend dem Anteil weiblicher Kandidaturen (35%), teilnahmen, waren sie im SF DRS mit einem Anteil von 26 Prozent deutlich untervertreten.¹⁶ Noch bedeutender als die Frauenanteile auf der TeilnehmerInnenebene ist indes das Verhältnis der Redezeiten zwischen Männern und Frauen. Dies wird im folgenden untersucht.

3.2.1. Redezeit nach Partei, Geschlecht und Medium

Die Abbildungen 4 und 5 zeigen, welche Partei am Radio DRS 1 und am SF DRS wieviel Redezeit verbuchte. Bei beiden elektronischen Medien schwingen dabei die Bundesratsparteien obenaus: Im Schweizer Fernsehen DRS kamen die Kandidierenden der FDP, gefolgt von jenen der SPS, der SVP und der CVP am längsten zu Wort. Die Kandidierenden der FDP und SPS verbuchten gut bzw. knapp 55 Minuten Redezeit, jene der SVP 51 und jene der CVP 43 Minuten.

Bei Radio DRS 1 waren ebenfalls die FDP- vor den SPS-Kandidierenden am längsten zu hören (gut bzw. knapp während einer Stunde). Am drittlängsten sprachen die CVP- vor den SVP-Kandidierenden (52 bzw. 46 Minuten).

¹⁵ Insgesamt haben 2'935 Personen, davon 1'020 Frauen, für den National- oder Ständerat kandidiert. Bei Radio DRS 1 kamen 57 Personen zu Wort, davon 21 Frauen (37%). Hier sind jene 13 Personen, welche während ca. einer Minute ihre Partei vorgestellt haben, nicht mitgezählt. Beim SF DRS kamen 89 Personen in Vorwahlsendungen zu Wort, davon 23 Frauen (26%).

¹⁶ Beim Schweizer Fernsehen DRS gelten ausschliesslich jene Personen als Teilnehmende, welche auch mindestens einmal zu Wort kamen. Dies gilt bei den Wahl-Arenas für Männer wie Frauen.

Abb. 4. Radio DRS 1: Redezeit nach Partei und Geschlecht

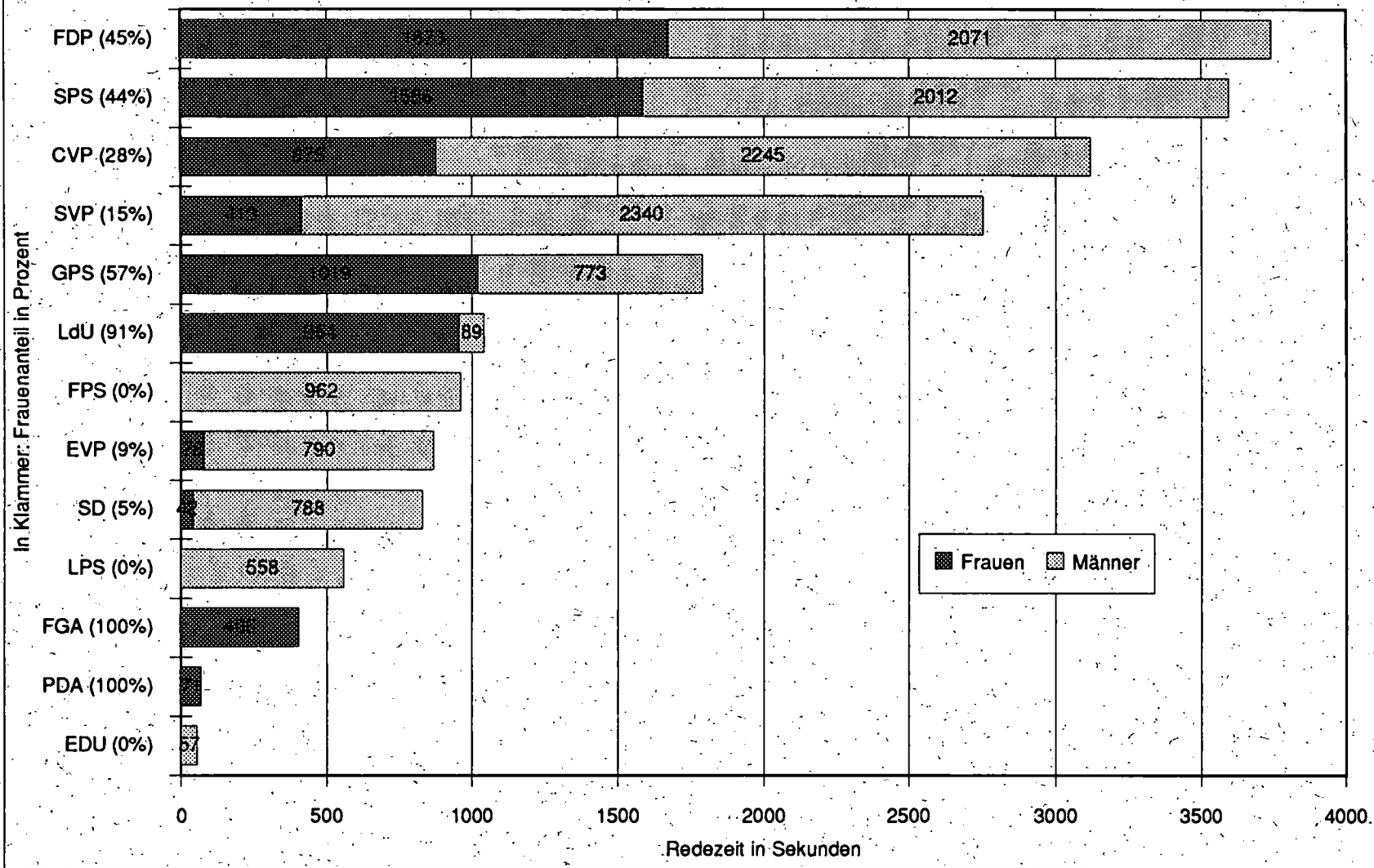
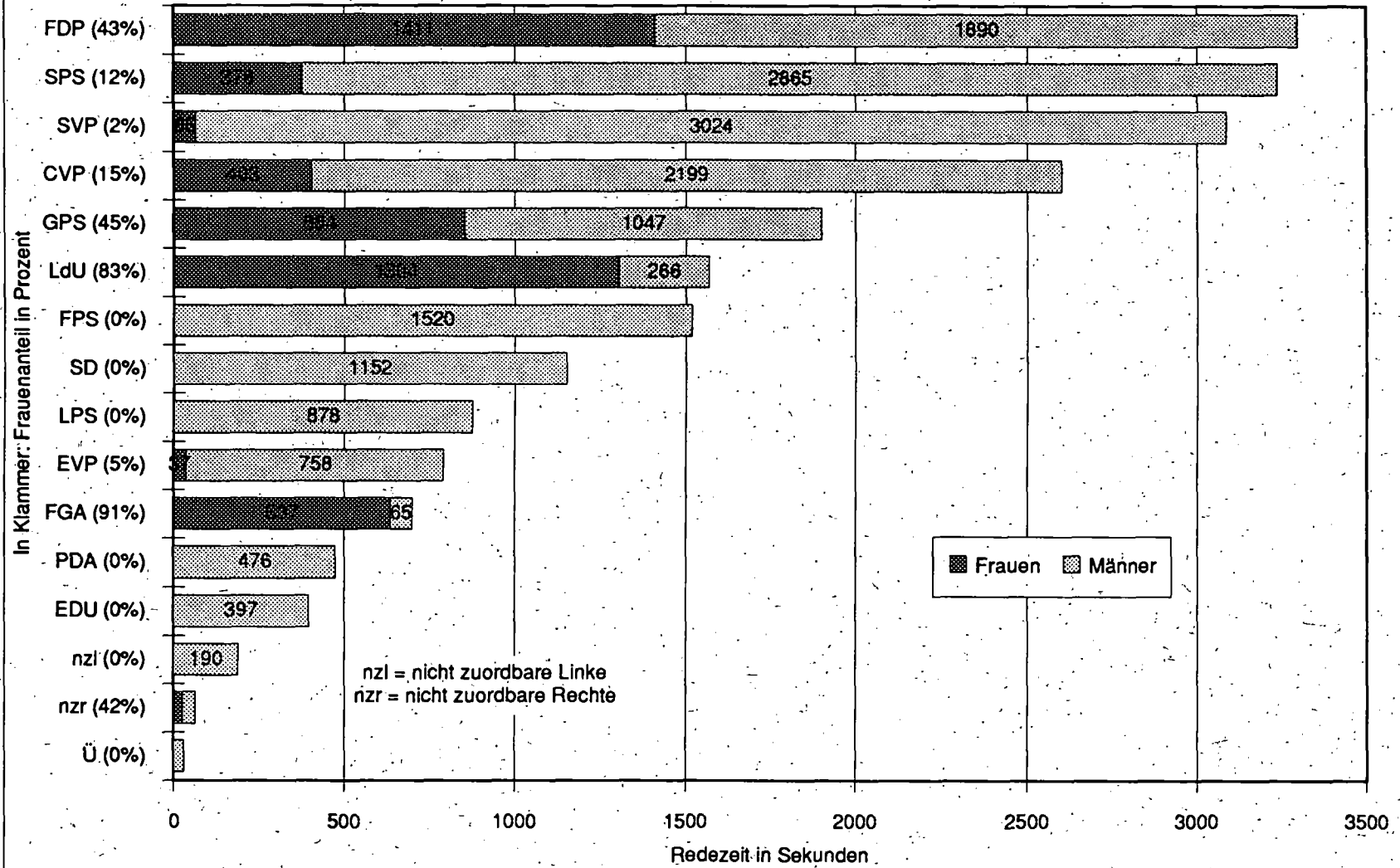


Abb. 5. SF DRS: Redezeit nach Partei und Geschlecht



Werden die gesamten Redezeiten nach Medium, Partei und Geschlecht differenziert, zeigt sich folgendes Bild: Wie auf der Ebene der Teilnehmenden sind bei den Redezeiten nach Medium und Geschlecht deutliche Unterschiede feststellbar: Bei Radio DRS 1 erhielten/nahmen sich die Kandidatinnen 36 Prozent der Redezeit. Dieser Anteil entspricht dem Anteil weiblicher Kandidaturen bei den Eidgenössischen Wahlen 1995 und ist damit angemessen.

Deutlich weniger Redezeit erhielten/nahmen sich die Frauen, welche im SF DRS auftraten. Dies zeigt Tabelle 5: Nur 23 Prozent der Redezeit wurde von Kandidatinnen besetzt, dieser Anteil ist deutlich unterdurchschnittlich. Er liegt überdies, wie auch bei Radio DRS 1, unter dem Frauenanteil bei den Teilnehmenden und zwar um 3 Prozentpunkte (beim Radio um einen Prozentpunkt).

Tabelle 5: Total Redezeit (in Sekunden) nach Medium und Geschlecht in den elektronischen Medien

	Redezeit Männer	Redezeit Frauen	Redezeit Total	Redezeit Frauen in Prozent
Radio DRS 1	12'685	7'117	19'802	36%
SF DRS	16'795	5'114	21'909	23%

Wie verteilen sich die Redezeiten bei Radio DRS 1 und SF DRS nach Partei und Geschlecht? Abbildung 4 beantwortet diese Frage für Radio DRS 1. Von den Frauen verbuchten die FDP-Frauen am meisten Redezeit, fast gleich viel ging auf das Konto der SPS-Frauen, auf die die Kandidatinnen der GPS und des LdU folgen. Bei Radio DRS 1 sind aus gleichstellungspolitischer Sicht erfreuliche Ergebnisse festzuhalten: Bei der FDP, der SPS und der GPS verbuchten Frauen und Männer fast paritätische Redezeiten (FDP-Frauen 45%, SPS-Frauen 44%, GPS-Frauen 57%).

Deutlich anders sehen die Verhältnisse bei den Bundesratsparteien CVP und SVP aus: Bei der CVP waren 72 Prozent der Redezeit männlichen Kandidierenden vorbehalten, bei der SVP gar 85 Prozent. Beim LdU seinerseits ging die Redezeit fast und bei den FGA und der PdA gänzlich an Frauen. Umgekehrt war die Redezeit der FPS, der LPS sowie jene des EDU gänzlich männlichen Kandidierenden vorbehalten.

Wie verteilen sich die Redezeiten beim SF DRS nach Partei und Geschlecht? Abbildung 5 zeigt: Wiederum gibt es Parteien, deren Redezeiten sich fast paritätisch auf die Geschlechter verteilen: Die GPS-Frauen erhielten/nahmen sich 45 Prozent der Redezeit ihrer Partei, die FDP-Frauen ihrerseits 43 Prozent. Ein eklatanter Unterschied fällt beim SF DRS im Vergleich zu Radio DRS 1 bezüglich der Redezeiten der SPS-Frauen auf: Nur gerade 12 Prozent der Redezeit gingen beim Fernsehen an die SPS-Frauen. Ein fast vergleichbares Ergebnis weisen die CVP-Frauen auf (15%). Von den Vertreterinnen der Bundesratsparteien waren im SF DRS einzig die SVP-Frauen praktisch inexistent: Nur gerade 2 Prozent der SVP-Redezeit war weiblich. Und bei den Parteien FPS, SD, LPS, PdA, EDU und den übrigen Splittergruppen war die Redezeit gänzlich männlich, während der LdU und die FGA wiederum grösstenteils durch Frauen zu Wort kamen.

3.2.2. Redezeit nach Status, Ratskammer und Geschlecht

Kapitel 3.1.2. hat gezeigt, dass in den untersuchten Printmedien fast gleich viele bisherige wie neukandidierende Personen namentlich erwähnt wurden und dass über zwei Drittel aller Namensnennungen bei jenen Personen erfolgten, die ausschliesslich für den Nationalrat kandidierten. Bei den elektronischen Medien verhält es sich diesbezüglich deutlich anders. Tabelle 6 zeigt, dass bei Radio DRS 1 über zwei Drittel der Redezeit von bisherigen National- oder StänderätInnen besetzt wurden. Beim SF DRS gingen fast 90 Prozent der Redezeit an die Bisherigen.

Tabelle 6: Redezeit nach Status und Geschlecht in den elektronischen Medien

Redezeit nach Medium	Bisherige in Prozent	Neukandidierende in Prozent	Frauenanteil Bisherige in Prozent	Frauenanteil Neukandidierende in Prozent
Radio DRS 1	72%	28%	33%	45%
SF DRS	89%	11%	23%	28%

Interessant ist die Verteilung der Redezeiten bezüglich der Frauenanteile nach Status: Hier fällt insbesondere bei Radio DRS 1 der hohe Frauenanteil bei den Neukandidierenden auf: 45 Prozent der Redezeit der Neukandidierenden war weiblich. Dies lässt vermuten, dass bei Radio DRS 1 den neuen Kandidatinnen – im Sinne einer politischen Frauenförderungsmassnahme – gezielt öffentlicher Raum zur Verfügung gestellt wurde. Dies gilt in diesem Ausmass nicht für das SF DRS, wo neukandidierende Frauen zwar auch relativ mehr Redezeit verbuchten als die Bisherigen, ihr Anteil aber insgesamt unterdurchschnittlich ist.

Die Differenzierung der Redezeit nach Ratskammer zeigt bei den elektronischen Medien in etwa vergleichbare Ergebnisse wie bei den Printmedien: Über zwei Drittel der Gesamtredezeit gingen bei Radio wie Fernsehen an Kandidatinnen und Kandidaten für den Nationalrat.

Tabelle 7: Redezeit in Prozent nach Ratskammer und Geschlecht¹⁷ in den elektronischen Medien

Redezeit nach Medium	Nationalrat in Prozent	Ständerat in Prozent	National- und Ständerat in Prozent	Frauenanteil Nationalrat in Prozent	Frauenanteil Ständerat in Prozent	Frauenanteil National- und Ständerat in Prozent
Radio DRS 1	69%	20%	10%	31%	42%	66%
SF DRS	74%	15%	10%	19%	39%	38%

Aufschlussreich ist, wie Tabelle 7 zeigt, die Differenzierung der Redezeit nach Ratskammer und Geschlecht. Bei Radio DRS 1 ging ein überdurchschnittlicher Anteil der weiblichen Redezeit an Frauen, die für den Ständerat kandidierten (42%), und noch mehr an jene, die sowohl für den National- wie Ständerat kandidierten (66%). Auch beim SF DRS hatten Frauen

¹⁷ Dass die Summe der Prozentanteile nach Medium und Ratskammer nur 99 statt 100% beträgt, hängt damit zusammen, dass beim SF DRS Kandidierende zu Wort kamen, die nicht namentlich vorgestellt wurden, so dass nicht eruiert werden konnte, ob und für welchen Rat diese Personen kandidiert haben. Bei Radio DRS 1 beträgt die Summe aufgrund eines Codierfehlers nur 99 statt 100%.

dann eine grössere Chance, sich Redezeit zu nehmen bzw. zu erhalten, wenn sie für die kleine Kammer oder für beide Räte kandidierten. Bei Radio wie Fernsehen gilt es allerdings zu bedenken, dass mit Abstand der grösste Teil der Redezeit gerade nicht auf diese beiden Kandidatengruppen fiel, sondern auf Kandidierende für den Nationalrat.

3.2.3. Rangliste der meistsprechenden Frauen und Männer in den elektronischen Medien

Welches sind die Personen, welche am Radio oder Fernsehen am längsten zu Wort kamen? Bevor diese Frage beantwortet wird, werden die Redezeiten der Parteipräsidenten und der Parteipräsidentin dargestellt, die, wie in Kapitel 3.1.3.1. dargestellt, in den Printmedien 7 Prozent aller Namensnennungen auf sich vereinten.

3.2.3.1. Redezeiten der Parteipräsidiierenden

Insbesondere beim SF DRS fällt ein enormer Anteil der Redezeit auf die 10 Parteipräsidenten und die einzige Parteipräsidentin: Sie beanspruchen gemeinsam 2 Stunden 25 Minuten oder rund 40 Prozent der Gesamtredezeit der Vorwahlsendungen des Schweizer Fernsehens.¹⁸ Dieses Ergebnis hängt damit zusammen, dass mit Ausnahme der FGA, welche als Zusammenschluss verschiedener Gruppierungen dieses Amt nicht haben, die Parteipräsidiierenden je die Sendung «Partei im Kreuzverhör» bestritten haben, und damit, dass die Präsidenten der Bundesratsparteien in der letzten Wahl-Arena, die gleichzeitig auch die längste aller vier Arenas war, als Hauptgäste auftraten.

Im Vergleich zum SF DRS war Radio DRS 1 weniger «partei prominenzlastig». Immerhin besetzten die Parteipräsidiierenden aber auch beim Radio insgesamt 1 Stunde 15 Minuten oder gut einen Fünftel der Gesamtredezeit (21%) der Kandidierenden für die Eidgenössischen Wahlen 1995.¹⁹

Gewiss werden sich die eben erwähnten Ergebnisse auch bei den Ranglisten der Meistrednerinnen und -redner niederschlagen. Die Tatsache, dass die Parteipräsidiierenden weitestgehend männlich besetzt sind, erklärt bis zu einem gewissen Grad, warum unter jenen Personen, die am meisten Redezeit für sich verbuchten, wenig Frauen zu finden sind. (Vgl. dazu die folgenden Abschnitte)

3.2.3.2. Ranglisten der meistsprechenden Frauen und Männer

Tabelle 8 zeigt, dass beim SF DRS insbesondere die (deutsch)schweizerische Politikprominenz, die gemessen an den Fernsehauftritten grösstenteils männlichen Geschlechts ist, ausgiebig zu Wort kam. Die 20 Personen, welche die längste Redezeit für sich verbuchten, sind ausnahmslos bisherige National- oder Ständeratsmitglieder, welche bei den Wahlen 1995 auch wiedergewählt wurden. Effektiv sind die ersten Ranglistenplätze durch die Parteipräsidenten besetzt, allen voran durch Peter Bodenmann (SPS) und Franz Steinegger (FDP). Beide hatten

¹⁸ Die Gesamtredezeit der Kandidierenden im Schweizer Fernsehen betrug 21'909 Sekunden, davon jene der Parteipräsidiierenden 8'648 Sekunden.

¹⁹ Die Gesamtredezeit der Kandidierenden auf Radio DRS 1 betrug 19'802 Sekunden, davon jene der Parteipräsidiierenden 4'186 Sekunden.

eine Redezeit von je gut 20 Minuten. Zwischen sie geschoben hat sich einzig Christoph Blocher als eine der zentralen Figuren auf dem politischen Parkett, die kein schweizerisches Präsidialamt ausübt.

Unter den 20 Meistsprechenden sind mit Monika Weber (LdU), Vreni Spoerry (FDP), Verena Diener (GPS) und Christine Goll (FGA) nur 4 Frauen zu finden.²⁰ Weber hatte eine Redezeit von gut 15 Minuten.

Tabelle 8: Meistsprechende Kandidierende im SF DRS

		Partei	Status	Kandidatur für...	Wahlergebnis	Total Redezeit in Sekunden
1	Bodenmann Peter	SPS	bisher	National- und Ständerat	gewählt (NR)	1289
2	Steinegger Franz	FDP	bisher	Nationalrat	gewählt	1217
3	Blocher Christoph	SVP	bisher	Nationalrat	gewählt	1197
4	Uhlmann Hans	SVP	bisher	Ständerat	gewählt	1034
5	Cottier Anton	CVP	bisher	Ständerat	gewählt	940
6	Weber Monika	LdU	bisher	Ständerat	gewählt	935
7	Ledergerber Elmar	SPS	bisher	Nationalrat	gewählt	915
8	Spoerry Vreni	FDP	bisher	National- und Ständerat	gewählt (SR)	803
9	Diener Verena	GPS	bisher	Nationalrat	gewählt	772
10	David Eugen	CVP	bisher	Nationalrat	gewählt	759
11	Eymann Christoph	LPS	bisher	Nationalrat	gewählt	739
12	Borer Roland	FPS	bisher	Nationalrat	gewählt	691
13	Thür Hanspeter	GPS	bisher	Nationalrat	gewählt	671
14	Goll Christine	FGA	bisher	National- und Ständerat	gewählt (NR)	637
15	Zwygart Otto	EVP	bisher	Nationalrat	gewählt	601
16	Keller Rudolf	SD	bisher	Nationalrat	gewählt	572
17	Bührer Gerold	FDP	bisher	Nationalrat	gewählt	533
18	Leuenerberger Ernst	SPS	bisher	Nationalrat	gewählt	445
19	Dreher Michael E.	FPS	bisher	Nationalrat	gewählt	424
20	Spielmann Jean	PdA	bisher	Nationalrat	gewählt	390

²⁰ Weitere Frauen sind beim SF DRS auf folgenden Ranglistenplätzen zu finden: 22. Christine Beerli (FDP), 25. Verena Grendelmeier (LdU), 30. Ursula Hafner (SPS), 32. Lili Nabholz (FDP), 35. Judith Stamm (CVP), 39. Jacqueline Fehr (SPS), 41. Regine Ammann Schoch (LdU), 42. Silvia Degiacomi (CVP), 44. Lucrezia Meier-Schatz (CVP), 46. Verena Singeisen (GPS), 56. Christine Ungricht (SVP), 59. Barbara Häring Binder (SPS).

Aus der analogen Rangliste von Radio DRS 1 ist ersichtlich, dass hier die Sendezeit nicht grösstenteils den Parteipräsidiierenden zur Verfügung gestellt wurde. Und im Gegensatz zum SF DRS hat mit der Berner Ständerätin Christine Beerli (FDP) eine Frau mit Abstand am meisten Redezeit erhalten bzw. sich genommen (rund 19 Minuten). Indes ist aber auch bei Radio DRS 1 unter den 20 Personen, die am ausgiebigsten zu Wort kamen, nur ein Viertel Frauen zu finden: Nebst Christine Beerli sind dies Verena Grendelmeier (LdU), Barbara Haering Binder (SPS), Brigitte Hauser (CVP) und Vreni Spoerry (FDP) (Redezeit rund 7 Minuten).²¹

Im Unterschied zum SF DRS, wo die 20 Personen mit der längsten Redezeit ausnahmslos prominente bisherige National- oder Ständeratsmitglieder sind, die alle wiedergewählt wurden, sind unter den Bestplatzierten bei Radio DRS 1 3 neukandidierende Personen zu finden, von denen mit Johannes Randegger (FDP) auch eine den Sprung in den Nationalrat schaffte.

Tabelle 9: Meistsprechende Kandidierende bei Radio DRS 1

		Partei	Status	Kandidatur für...	Wahlergebnis	Total Redezeit in Sekunden
1	Beerli Christine	FPD	bisher	Ständerat	gewählt	1110
2	Schmid Peter	GPS	bisher	Nationalrat	nicht gewählt	751
3	Hess Peter	CVP	bisher	Nationalrat	gewählt	742
4	Zwygart Otto	EVP	bisher	Nationalrat	gewählt	739
5	Grendelmeier Verena	LdU	bisher	Nationalrat	gewählt	728
6	Borer Roland	FPS	bisher	Nationalrat	gewählt	724
7	Rychen Albrecht	SVP	bisher	Nationalrat	gewählt	682
8	Keller Rudolf	SD	bisher	Nationalrat	gewählt	638
9	Uhlmann Hans	SVP	bisher	Ständerat	gewählt	593
10	Steinegger Franz	FDP	bisher	Nationalrat	gewählt	585
11	Haering Binder Barbara	SPS	bisher	Nationalrat	gewählt	542
12	Caccia Fulvio	CVP	bisher	Nationalrat	gewählt	489
13	Rechsteiner Paul	SPS	bisher	Nationalrat	gewählt	467
14	Zimmerli Ulrich	SVP	bisher	Ständerat	gewählt	464
15	Bodenmann Peter	SPS	bisher	National- und Ständerat	gewählt (NR)	439
16	Hauser Brigitte	CVP	neu	Nationalrat	nicht gewählt	432
17	Spoerry Vreni	FPD	bisher	National- und Ständerat	gewählt (SR)	396
18	Schneider Fritz	SVP	neu	Nationalrat	nicht gewählt	395
19	Randegger Johannes	FDP	neu	Nationalrat	gewählt	395
20	Tschopp Peter	FDP	bisher	Nationalrat	gewählt	377

²¹ Weitere Frauen sind beim Radio DRS 1 auf folgenden Ranglistenplätzen zu finden: 23. Myrtha Welti (SVP), 25. Ursula Hafner (SPS), 26. Christine Magistretti (CVP), 27. Christine Goll (FGA), 31. Ruth Gonseth (GSP), Cécile Bühlmann (GPS), 34. Yvette Jaggi (SPS), 38. Pia Hollenstein (GPS), 42. Doris Stump (SPS), 43. Anita Thanei (SPS), 44. Erika Forster (FDP), 45. Monika Weber (LdU), 46. Ruth Genner (GPS).

3.2.4. SF DRS: Kandidierende im Bild

In diesem Abschnitt werden knapp die Ergebnisse der Bildanalyse referiert. Die Bilddimension wurde in zwei Kategorien erfasst: Einerseits wurde gemessen, wie lange Kandidierende alleine, andererseits wie lange sie mit anderen Kandidierenden auf dem Bild erschienen. Zudem wurde untersucht, wie häufig die Kamera auf die Kandidierenden schwenkte.

Wird die Summe der Bildzeiten, während welcher die Kandidierenden alleine oder mit anderen zusammen zu sehen waren, nach Geschlecht differenziert, zeigt sich prozentual das gleiche Ergebnis wie bei den Redezeiten: Insgesamt betrug hier der Frauenanteil 23 Prozent (21% Frauenanteil bei «Bild mit anderen»; 23% Frauenanteil bei «alleine im Bild»).

3.2.4.1. Politikprominenz im Bild

Exemplarisch soll hier anhand der 10 Personen, welche am meisten Redezeit verbuchten, gezeigt werden, wie lange ihre Bildzeiten waren und auf welche Person die Kamera am häufigsten schwenkte. Am längsten im Bild waren insgesamt die 4 Parteipräsidenten der Bundesratsparteien, allen voran Peter Bodenmann (SPS) vor Franz Steinegger (FDP), Hans Uhlmann (SVP) und Anton Cottier (CVP). Wird aber bei diesen 10 untersuchten Personen berechnet, zu welchen Prozentanteilen sich ihre Zeit im Bild auf die exklusivste verteilt, nämlich auf die Zeit, während der sie alleine im Bild zu sehen waren, sieht die Rangfolge anders aus: Christoph Blocher wurde von den Kameras von allen am meisten favorisiert: Während seiner gesamten Bildpräsenz war er zu 83 Prozent exklusiv alleine zu sehen. Am zweitmeisten erschien in dieser Kategorie Verena Diener, bei welcher der Anteil «alleine im Bild» 79 Prozent beträgt. Am drittmeisten wurde seitens der Kameras Peter Bodenmann (76%) Beachtung geschenkt.²²

Gemessen an der Anzahl Kameraschwenker auf die Kandidierenden wurde Christoph Blocher die grösste Aufmerksamkeit geschenkt: Blocher trat in einer der vier Wahlarenas auf, während welcher die Kamera 118- von 153mal – oder zu 77 Prozent – alleine auf ihn fokussierte. Eine hohe, wenn auch im Vergleich zu Blocher deutlich geringere Beachtung liessen die Kameras auch Verena Diener (60%) zukommen, welche an der gleichen Wahlarena teilnahm wie Blocher. Ähnliche Werte erreichten Vreni Spoerry (59%) und Elmar Ledergerber (58%). Bei allen übrigen Kandidierenden sind die Anteile bedeutend geringer.²³

²² Bildzeiten total und davon der Prozentanteil «alleine im Bild» der ausgewählten 10 Personen: Bodenmann 1'798 (76%), Steinegger 1'656 (77%), Uhlmann 1'568 (70%), Cottier 1'400 (66%), Blocher 1'318 (83%), Weber 1'283 (75%), David 1'061 (69%), Spoerry 1'046 (74%), Ledergerber 1'011 (73%), Diener 857 (79%).

²³ Xmal im Bild total und davon Prozentanteil «xmal alleine im Bild»: Bodenmann 174 (53%), Uhlmann 154 (40%), Blocher 153 (77%), Steinegger 131 (42%), Spoerry 125 (59%), Cottier 118 (27%), Ledergerber 118 (58%), David 111 (50%), Diener 89 (60%), Weber 84 (31%).

4. Wahlkampfthemen 1995

Dieses Kapitel zeigt, zu welchen Themen die Kandidatinnen und Kandidaten der Eidgenössischen Wahlen 1995 in den Print- und elektronischen Medien am meisten gesprochen haben. In den Printmedien werden wiederum die Nennungen der einzelnen Themen gezählt, bei den elektronischen Medien werden die Redezeiten zu den Themen gemessen.

Insgesamt umfasste das Kategoriensystem, mit welchem die Wahlartikel und Vorwahlsendungen codiert wurden, 113 politische Sachthemen, die in der Studie zu 26 Themengruppen zusammengefasst präsentiert werden. (Vgl. das integrale Themenraster, die Themengruppen sowie die ihnen zugeordneten Themen im Anhang)

4.1. Die zentralen Wahlkampfthemen in den Printmedien

Bei den Printmedien wurden die politischen Sachthemen in zwei Kategorien erfasst: Einerseits in Hauptthemen, im folgenden Thema genannt, zu welchen Kandidierende (sach)themenbezogene Aussagen machten, andererseits in untergeordnete Themen («Thema 2»), welche im Zusammenhang mit den Kandidierenden nur als Stichwort erwähnt wurden.²⁴ Diese letzteren Themen bleiben bei der Analyse ausgeklammert; sie machen 30 Prozent der insgesamt Themennennungen aus.

Für die Printmedien sei einleitend erwähnt, dass nur ein kleiner Teil der Namensnennungen auch (sach)themenbezogen war. Insgesamt wurden 1'320mal Personen im Zusammenhang mit einem Thema in den Printmedien erwähnt. Im Vergleich zu allen Nennungen entspricht dies einem Anteil von 26 Prozent. Das heisst, dass gut jede vierte Nennung in den Printmedien auch (sach)themenbezogen war. Die Differenzierung nach Geschlecht ergibt, dass knapp jede vierte männliche Personennennung (sach)themenbezogen war. Bei den Nennungen der Frauen ist dieser Anteil mit 33 Prozent höher; fast jede dritte weibliche Nennung war (sach)themenbezogen.²⁵

Welchen Parteien gehören die Personen an, welche (sach)themenbezogen zu Wort kamen? Am häufigsten konnten sich die Kandidierenden der CVP (davon 25% Frauen) (sach)themenbezogen in den Printmedien äussern, am zweithäufigsten jene der FDP (davon 42% Frauen), gefolgt von jenen der SPS (davon 44% Frauen), SVP (davon 10% Frauen) und GPS (davon 53% Frauen). (Vgl. dazu Tabelle A-4.1. im Anhang)

²⁴ Beispiel für ein solch untergeordnetes Thema ist folgender Satz: «KandidatIn x setzt sich vor allem für Finanzpolitik ein.»

²⁵ Insgesamt wurden Männer 3'687mal namentlich genannt, davon waren 869 Nennungen auch themenbezogen. Frauen wurden 1'370mal namentlich genannt, davon waren 451 Nennungen auch themenbezogen.

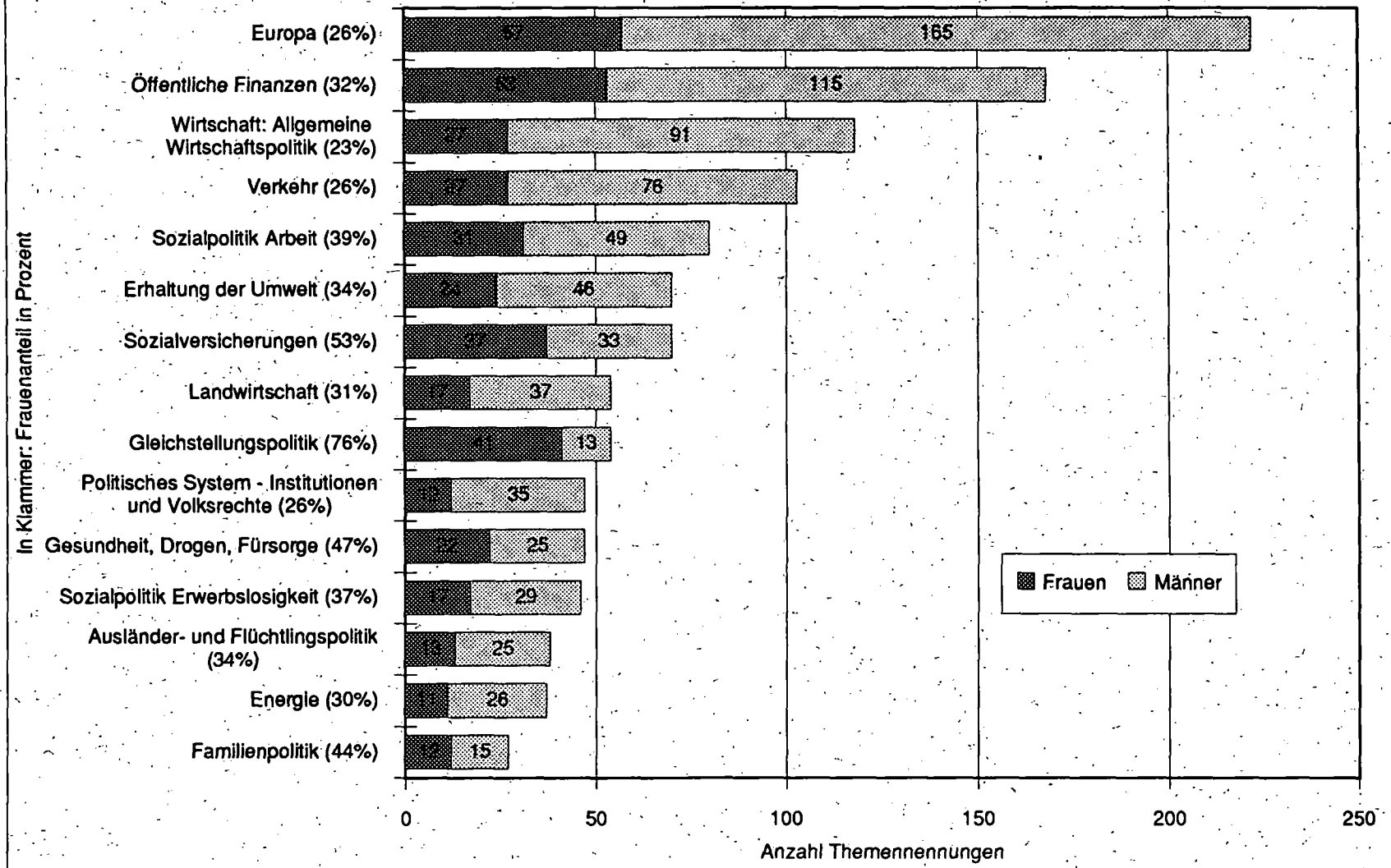
4.1.1. Wahlkampfthemen nach Geschlecht

Zwischen den Themennennungen und den Namensnennungen fällt ein interessanter Unterschied auf: Bei den Namensnennungen betrug der Frauenanteil 27 Prozent und war damit im Vergleich zu den Frauenkandidaturen (35%) unterdurchschnittlich. Bei den Themennennungen beträgt der Frauenanteil demgegenüber 34 Prozent. Frauen kamen in den Printmedien also (sach)themenbezogen rund angemessen zu Wort.

Abbildung 6 zeigt die 15 in den Printmedien am meisten genannten/angesprochenen Wahlkampfthemen nach Geschlecht. Mit Abstand am meisten wurde im Wahlkampf 1995 über Europa gesprochen, vor den öffentlichen Finanzen und der Wirtschaftspolitik. Die Verkehrspolitik, die Sozialpolitik zum Bereich Arbeit, die Umweltpolitik sowie die Sozialversicherungen sind auf den nächsten Plätzen der Themenrangliste zu finden.

Hinsichtlich der geschlechtsspezifischen Besetzung der meistgenannten Themen fällt in Abbildung 6 auf, dass folgende tendenziell männlich besetzt waren: Am meisten die Wirtschaftspolitik (Männeranteil bei den Nennungen: 77%), Europa, die Verkehrspolitik sowie das Thema Politisches System / Institutionen und Volksrechte (je 74%). Umgekehrt waren die folgenden Themen tendenziell weiblich besetzt: In ausgesprochenem Masse gilt dies für die Gleichstellungspolitik, wo der Frauenanteil bei den Nennungen 76 Prozent beträgt. Im Vergleich zu den <männlichen> Themen sind die weiteren tendenziell <weiblichen> Themen deutlich weniger ausgeprägt besetzt: Beim Thema Sozialversicherungen beträgt der Frauenanteil 53 Prozent, beim Bereich Gesundheit, Drogen, Fürsorge 47 Prozent und bei der Familienpolitik 44 Prozent. (Vgl. dazu auch Tabelle A 4.2. im Anhang)

Abb. 6. Printmedien: Meistgenannte Themen nach Geschlecht



4.1.2. Wahlkampfthemen nach einzelnen Printmedien

Gab es in den einzelnen Printmedien Unterschiede bezüglich der Rangfolge der meistgenannten Wahlkampfthemen der Kandidatinnen und Kandidaten? Nachfolgend werden die je fünf meistbesprochenen Themen nach Zeitungstitel dargestellt. Dabei werden in Klammer auch die Frauenanteile der Themennennungen ausgewiesen. Die Themennennungen zeigen, wie unterschiedlich die Kandidierenden in den untersuchten Printmedien (sach)themenbezogen zu Wort kamen. Äusserst gering ist dieser Anteil bei der Berner Zeitung.²⁶

Basler Zeitung

1. Europa (84 Nennungen, Frauenanteil 26%)
2. Wirtschaftspolitik: Allgemeine Wirtschaftspolitik (54 Nennungen, Frauenanteil 26%)
3. Öffentliche Finanzen (42 Nennungen, Frauenanteil 26%)
4. Gleichstellungspolitik (37 Nennungen, Frauenanteil 73%)
5. Sozialpolitik Arbeit (36 Nennungen, Frauenanteil 39%)

Berner Zeitung

1. Europa (13 Nennungen, Frauenanteil 15%)
2. Wirtschaftspolitik: Allgemeine Wirtschaftspolitik (12 Nennungen, Frauenanteil 8%)
3. Sozialpolitik Arbeit (9 Nennungen, Frauenanteil 44%)
4. Landwirtschaft (6 Nennungen, Frauenanteil 0%)
5. Politisches System / Institutionen und Volksrechte (5 Nennungen, Frauenanteil 0%)

Luzerner Zeitung

1. Europa (53 Nennungen, Frauenanteil 15%)
2. Öffentliche Finanzen (38 Nennungen, Frauenanteil 29%)
3. Sozialversicherungen (25 Nennungen, Frauenanteil 56%)
4. Verkehr (22 Nennungen, Frauenanteil 9%)
5. Wirtschaftspolitik: Allgemeine Wirtschaftspolitik (21 Nennungen, Frauenanteil 24%)

St. Galler Tagblatt

1. Öffentliche Finanzen (69 Nennungen, Frauenanteil 28%)
2. Verkehr (52 Nennungen, Frauenanteil 25%)
3. Europa (43 Nennungen, Frauenanteil 40%)
4. Landwirtschaft (33 Nennungen, Frauenanteil 33%)
5. Erhaltung der Umwelt (23 Nennungen, Frauenanteil 22%)

Tages-Anzeiger

1. Europa (29 Nennungen, Frauenanteil 28%)
2. Öffentliche Finanzen (18 Nennungen, Frauenanteil 67%)
3. Ausländer- und Flüchtlingspolitik (17 Nennungen, Frauenanteil 47%)
4. Verkehr (15 Nennungen, Frauenanteil 67%)
5. Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik (14 Nennungen, Frauenanteil 29%)

²⁶ Themennennungen total nach Zeitungstiteln: Basler Zeitung 463, St. Galler Tagblatt 363, Luzerner Zeitung 256, Tages-Anzeiger 159, Berner Zeitung 79.

4.1.3. Gleichstellungspolitik und Frauenwahlkampf als mediale Themen

4.1.3.1. Gleichstellungspolitik

Kapitel 4.1.1. hat gezeigt, welche Themen in den Printmedien im Wahlkampf 1995 am meisten besprochen wurden. Dabei wird ersichtlich, dass es sich beim Thema der Gleichstellungspolitik insgesamt um kein zentrales Wahlkampfthema handelte. Wird indes eine nach Geschlecht getrennte Themenrangliste erstellt, verändert sich diese Einschätzung: Bei der entsprechenden Liste der Frauen erscheint die Gleichstellungspolitik nach Europa und den Öffentlichen Finanzen auf Rang 3 und gehört somit zu den drei zentralen «weiblichen» Wahlkampfthemen. (Vgl. dazu Tabelle A 4.3. im Anhang) Die Gleichstellungspolitik wurde überwiegend von Frauen der FGA, der SPS und etwas weniger von Frauen der FDP thematisiert – bzw. sie wurden von Medienschaffenden auf dieses Thema angesprochen.²⁷

Auf der Rangliste der meistbesprochenen Themen der Männer erscheint die Gleichstellungspolitik nicht auf den zwölf ersten Plätzen und war damit kein «männliches» Wahlkampfthema. (Vgl. dazu Tabelle A 4.4. im Anhang)

Wird überdies analysiert, ob die Gleichstellungspolitik, verstanden als Querschnittsbereich, der alle politischen Sachthemen betrifft²⁸, in den Printmedien vorkam, zeigt sich folgendes: Mit lediglich vier solchen Themennennungen war diese Art der Thematisierung von Gleichstellungspolitik in den Printmedien praktisch inexistent.

4.1.3.2. Thematisierung des Frauenwahlkampfs

War der Frauenwahlkampf in den Printmedien ein Thema? Insgesamt sind in den sechs Wochen vor den Wahlen 8 Prozent oder 40 von 482 Artikeln erschienen, welche – unter anderem – den Frauenwahlkampf zum Thema gemacht haben. Dies geschah, indem zur Untervertretung der Frauen in der Politik, zu den Wahlchancen der Frauen, zu Frauenförderungsmassnahmen in der Politik geschrieben, aber auch indem über Frauenwahlveranstaltungen berichtet wurde. Bei der Thematisierung des Frauenwahlkampfs gab es übrigens hinsichtlich der Autorin, des Autors keine Unterschiede: Bei den gezeichneten Artikeln sind Journalistinnen und Journalisten fast paritätisch vertreten.

²⁷ Thema Gleichstellungspolitik nach jenen Parteien (in Prozent), die am meisten dazu gesprochen haben: FGA (22%), SPS (20%), FDP (13%). Weitaus am häufigsten wurde die Gleichstellungspolitik in der Basler Zeitung thematisiert, gefolgt vom Tages-Anzeiger und der Luzerner Zeitung.

²⁸ Beispielsweise wenn beim Thema Öffentliche Finanzen diskutiert wird, ob sich Sparmassnahmen in einzelnen Bereichen unterschiedlich auf die Geschlechter auswirken.

4.1.4. Thematisierung des <Privaten> in den Printmedien

Hier wurde untersucht, ob sich im Wahlkampf 1995 die Hypothese bestätigen lässt, wonach Politikerinnen mehr als Politiker über ihr Privatleben anstatt über ihre politischen Sachkenntnisse befragt werden. Die Thematisierung des Privatlebens der Kandidierenden war in den Printmedien äusserst marginal und erschien ausschliesslich in Interviews mit bzw. Porträts über kandidierende Personen. Insgesamt wurden Kandidierende aber nur 15mal mit Fragen zu ihrer Freizeit, Partnerschaft, zur privaten Arbeitsteilung oder zu Partner/Partnerin und Kindern befragt. Dabei sind keine geschlechtsspezifischen Unterschiede feststellbar. Die wenigen Personen, die solche Fragen beantwortet haben, sind Männer und Frauen. Erfreulicherweise liess sich also die erwähnte Hypothese nicht bestätigen. – Hier sei schon erwähnt, dass den Kandidatinnen und Kandidaten, die in den elektronischen Medien zu Wort kamen, keine Fragen zum Privatleben gestellt wurden.

4.2. Die zentralen Wahlkampfthemen in den elektronischen Medien

Im Unterschied zu den Printmedien, wo nur jede vierte männliche Namensnennung und jede dritte weibliche Namensnennung auch (sach)themenbezogen war, gilt dies für die elektronischen Medien nicht: Alle Befragten äusserten sich auch (sach)themenbezogen.

Die (sach)themenbezogenen Aussagen der Kandidierenden wurden, wie bei den Printmedien, auch bei Radio DRS 1 und SF DRS nach <Thema> und <Thema 2> differenziert. Aussagen wurden dann als <Thema 2> kategorisiert, wenn Kandidierende zu einer Frage mit Ja/Nein oder nur mit einem Satz antworten mussten. Ebenfalls als <Thema 2> wurden die kurzen Selbstporträts von Kandidierenden über ihre Parteien gewertet. Bei beiden elektronischen Medien machen indes diese Redezeiten nur einen sehr kleinen Anteil aus: beim Radio 6, beim Fernsehen 1 Prozent der Gesamtredezeit der Kandidatinnen und Kandidaten. Bei den folgenden Darstellungen bleiben diese Redezeiten ausgeklammert.

Bei Radio DRS 1 macht der Frauenanteil bei den themenbezogenen Redezeiten 34 Prozent aus. Beim SF DRS liegt er bei unterdurchschnittlichen 25 Prozent.

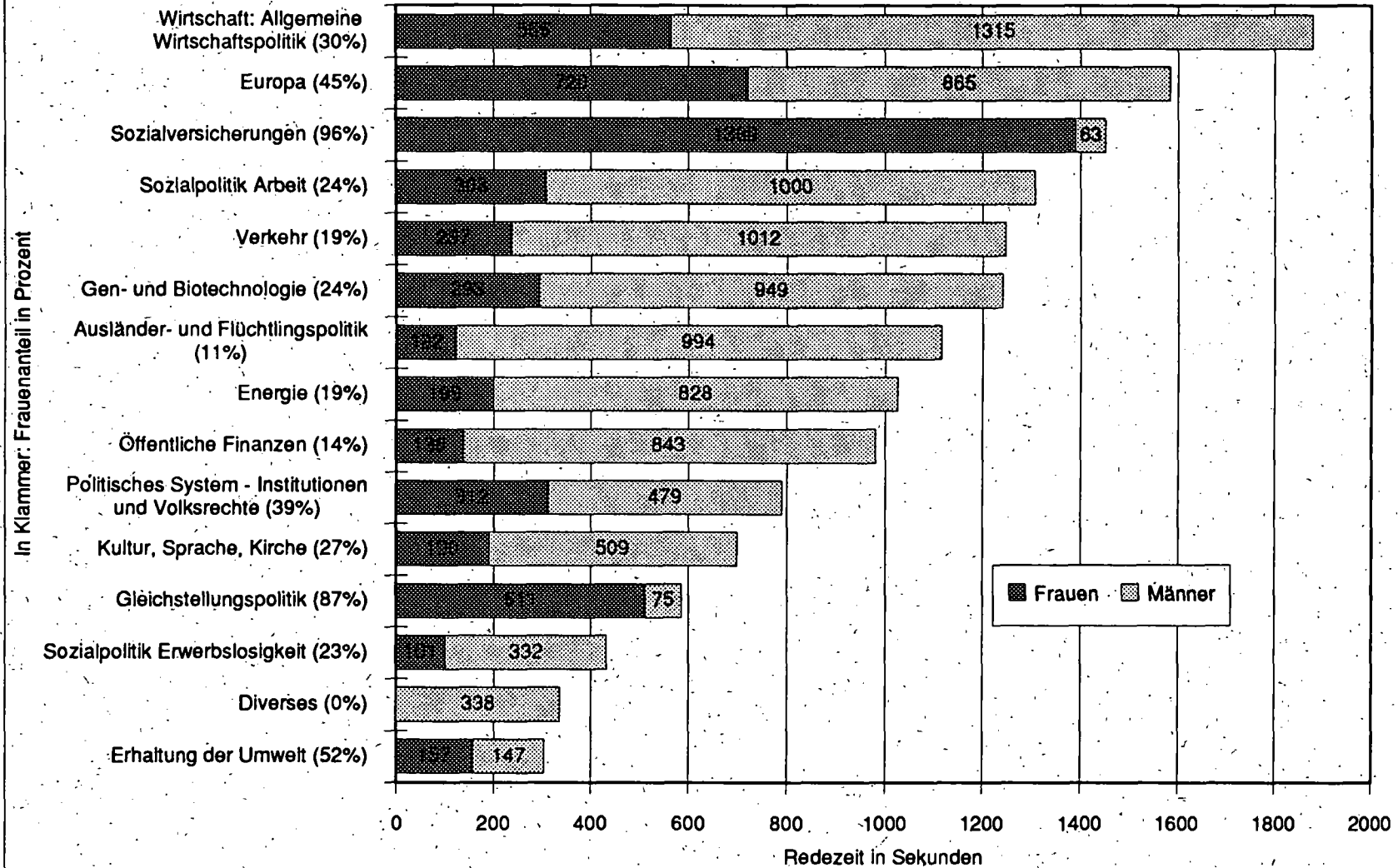
4.2.1. Wahlkampfthemen bei Radio DRS 1 nach Geschlecht

Auf Radio DRS 1 war die Wirtschaftspolitik das meistbesprochene Wahlkampfthema (gut 30 Minuten), vor Europa und den Sozialversicherungen (gut bzw. knapp 25 Minuten). Am viertmeisten wurde über Sozialpolitik zum Bereich Arbeit gesprochen, gefolgt von der Verkehrspolitik und der Gen- und Biotechnologie. Abbildung 7 zeigt die Rangfolge der 15 meistbesprochenen Themen.

Abbildung 7 dokumentiert überdies, dass, wie in den Printmedien, auch die im Radio besprochenen Wahlkampfthemen <ein Geschlecht haben>; Dies gilt in höchstem Masse für die Sozialversicherungen, die zu 96 Prozent <weiblich> sind, sowie für die Gleichstellungspolitik, zu der zu 87 Prozent Frauen sprachen. Umgekehrt war die Ausländer- und Flüchtlingspolitik

auf Radio DRS 1 ausgesprochen «männlich», der Anteil der Redezeit der Männer hierzu beträgt 89 Prozent. In ebenfalls hohem Masse – 86 Prozent – wurde das Thema Öffentliche Finanzen männlich besetzt. Zudem kamen zur Verkehrs- wie auch zur Energiepolitik grösstenteils Männer zu Wort (je 81 Prozent). (Vgl. dazu auch Tabelle A 4.5. im Anhang)

Abb. 7. Radio DRS 1: Meistbesprochene Themen nach Geschlecht

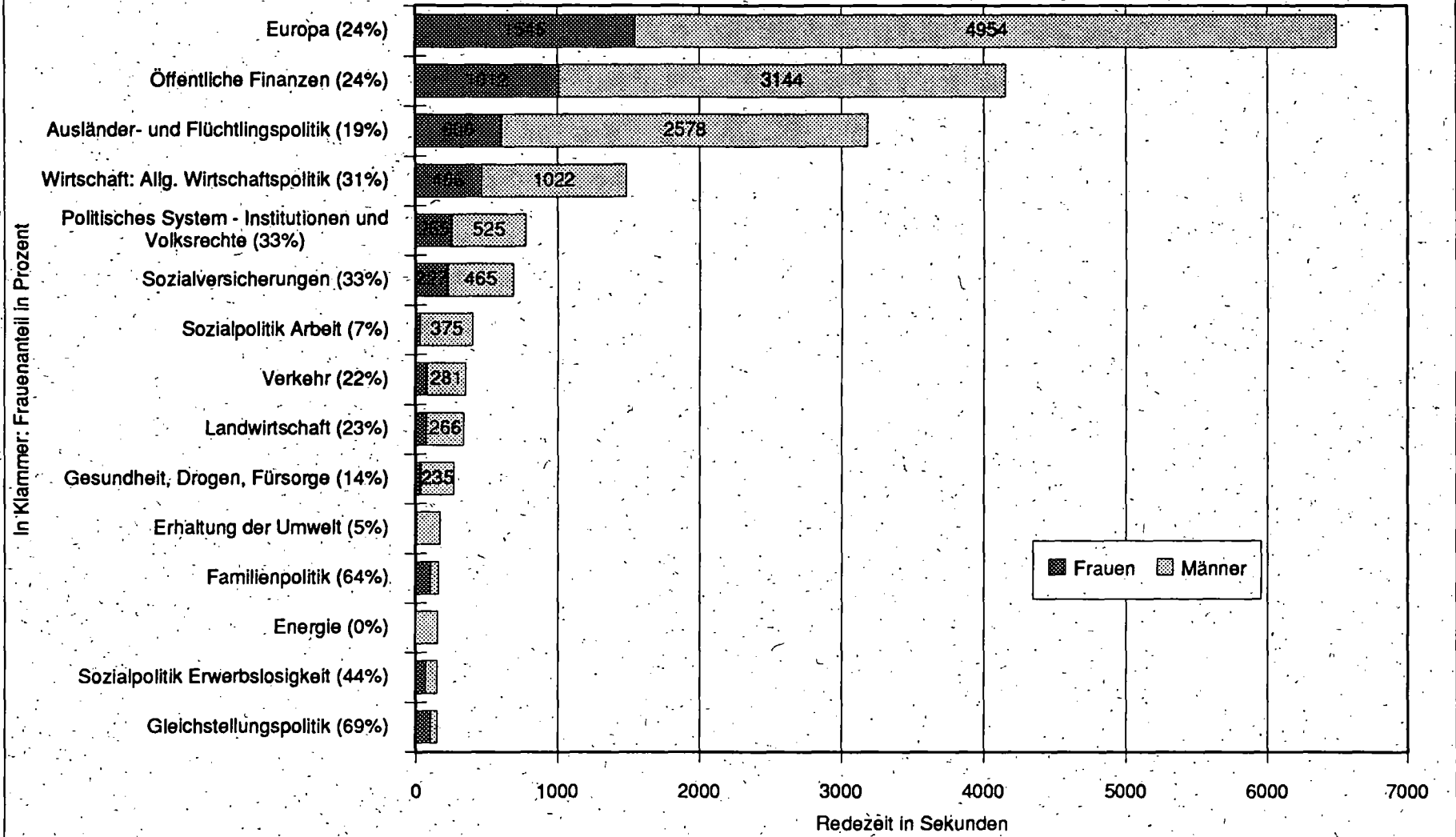


4.2.2. Wahlkampfthemen beim SF DRS nach Geschlecht

Das Schweizer Fernsehen DRS hat nebst den bereits angesprochenen, rund zehnminütigen Sendungen «Partei im Kreuzverhör», in welchen die Parteipräsidentierenden auftraten, vier Wahl-Arenas durchgeführt, wovon die drei ersten je ungefähr 1 Stunde 15 Minuten und die letzte, die «Elefantenrunde», 1 Stunde 40 Minuten dauerte. Diese Sendungen trugen folgende Titel: 1. «Sozial- und Wirtschaftspolitik, Bundesfinanzen», 2. «Ausländerpolitik, Wirtschaftsstandort Schweiz», 3. «Europapolitik, Volksrechte, Umweltpolitik», 4. «Schweiz am Scheideweg (Regierungspolitik der nächsten Legislatur)». Diese Sendetitel bestimmen die Rangliste der meistbesprochenen Wahlkampfthemen von SF DRS, alle übrigen Themen waren vergleichsweise unbedeutend. Europa war mit Abstand das meistbesprochene Thema im SF DRS: Hierzu wurde rund 1 Stunde 50 Minuten lang gesprochen. Das zweitwichtigste Thema waren die Öffentlichen Finanzen, welche eine Redezeit von 1 Stunde 10 Minuten aufwiesen. Weitere 53 Minuten lang wurde im SF DRS über die Ausländer- und Flüchtlingspolitik gesprochen. Dies zeigt Abbildung 8.

Im Gegensatz zu den Printmedien oder zu Radio DRS 1 erscheinen die meistbesprochenen Themen in dem Sinne geschlechtsneutral, als sie in etwa dem Anteil der Frauen an der Gesamtredezeit (23%) im SF DRS entsprechen: (Vgl. dazu auch Tabelle A 4.6. im Anhang)

Abb. 8. SF DRS: Meistbesprochene Themen nach Geschlecht



4.2.3. Gleichstellungspolitik und Frauenwahlkampf als mediale Themen bei Radio DRS 1 und SF DRS

4.2.3.1. Gleichstellungspolitik

Gemessen an der gesamten sachthemenbezogenen Redezeit wurde der Gleichstellungspolitik in beiden Medien keine Bedeutung beigemessen. Auf Radio DRS 1 macht der entsprechende Anteil 3, beim SF DRS 1 Prozent aus. Und der Anteil der Redezeit, in welcher über geschlechtsspezifische Aspekte zu politischen Sachthemen gesprochen wurde, liegt bei Radio wie Fernsehen deutlich unter 1 Prozent und damit unerheblich.

4.2.3.2. Frauenwahlkampf

Im Schweizer Fernsehen wurde der Frauenwahlkampf nie thematisiert. Bei Radio DRS 1 wurde er anlässlich der letzten Vorwahlendung («Endspurt vor den Wahlen») in einem Gesprächsabschnitt unter Frauen besprochen: Gesprächsleiterin Ursula Hürzeler mit den vier Kandidatinnen Christine Beerli (FDP), Ursula Hafner (SPS), Christine Magistretti (CVP) und Myrtha Welti (SVP).

* * *

Herzlichster Dank geht an Roland Luder für die Mitarbeit beim Codieren, Thomas Meyer für die Durchsicht des Manuskriptes sowie Ka Schuppisser für die Mitarbeit bei der Dateneingabe.

Literatur

Bundesamt für Statistik: Die Frauen bei den Nationalratswahlen 1995, Bern 1995.

Bundesamt für Statistik: Nationalratswahlen 1995. Der Wandel der Parteienlandschaft seit 1971, Bern 1995.

Bundesamt für Statistik: Der lange Weg ins Parlament. Die Frauen bei den Nationalratswahlen von 1971 bis 1991, Bern 1994.

Bundesamt für Statistik: Nationalratswahlen 1991. Übersicht und Analyse, Bern 1993.

Cossy, Catherine und Stutz, Heidi: Vorwahlsendungen: Die Kandidatinnen spielen die zweite Geige. In: Frauenfragen 3/92, Bern 1992, S. 14-36.

Eidgenössische Kommission für Frauenfragen: Nehmen Sie Platz, Madame. Die politische Repräsentation der Frauen in der Schweiz, Bern 1990.

Eidgenössische Kommission für Frauenfragen: Frauen ins Parlament! Ein Leitfaden für Parteien, Frauenorganisationen und Medien zu den Eidg. Wahlen 1995, Bern 1994.

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. Theorie und Praxis. 3., überarbeitete Auflage, München 1991.

Institut für Politikwissenschaft der Universität Bern (Hrsg.): Année politique suisse 1994, Bern 1995.

Mayring Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 4., erweiterte Auflage, Weinheim 1993.

Merten, Klaus und Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Opladen 1994.

Mühlen Achs, Gitta und Schorb, Bernd (Hrsg.): Geschlecht und Medien, München 1995.

Neverla, Irene: Männerwelten – Frauenwelten. Wirklichkeitsmodelle, Geschlechterrollen, Chancenverteilung. In: Merten, Klaus und Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien, Opladen 1994, S. 257-276.

Nyffeler, Bettina: Wahlen 1994 im Kanton Bern. Frauen und Männer im Wahlkampf. Eine geschlechtsspezifische Medienanalyse. Hrsg.: Kantonale Frauenkommission und Kantonale Stelle für die Gleichstellung von Frauen und Männern, Bern 1994.

Seitz, Werner: Wo hat Madame Platz genommen? Die Frauen bei den Nationalratswahlen 1991. In: Frauenfragen 3/92, Bern 1992, S. 5-13.

SRG Forschungsdienst: Die Publikumsresonanz der SRG-Programme zu den National- und Ständeratswahlen 1991, Bern 1992.

SRG Forschungsdienst: Jahresbericht des Forschungsdienstes 1994, Bern 1995.

WEMF (AG für Werbemedienforschung): Auflagen-Bulletin 1995, Zürich 1995.

Anhang

Tabellen zu Kapitel 3

Table A 3.1. *Nennungen in den Printmedien nach Partei und Geschlecht*

	Total Nennungen	Nennungen nach Partei in Prozent	Nennungen Männer	Nennungen Frauen	Nennungen Frauen in Prozent
FDP	1009	20%	697	312	31%
SPS	883	17%	557	326	37%
SVP	853	17%	802	51	6%
CVP	822	16%	644	178	22%
GPS	317	6%	153	164	52%
Ü	296	6%	251	45	15%
LdU	164	3%	39	125	76%
SD	162	3%	159	3	2%
LPS	155	3%	142	13	8%
FPS	128	3%	122	6	5%
FGA	125	2%	24	101	81%
EVP	90	2%	53	37	41%
PdA	29	1%	24	5	17%
EDU	23	0%	19	4	17%
CSP	1	0%	1	0	0%
Total	5057	100%	3687	1370	27%

Tabellé A 3.2.: Nennungen in den Printmedien nach Status, Partei und Geschlecht

	Männer bisher	Frauen bisher	Total bisher	Frauen bisher in Prozent	Männer neu	Frauen neu	Total neu	Frauen neu in Prozent
FDP	324	112	436	26%	373	200	573	35%
SPS	357	87	444	20%	200	239	439	54%
SVP	615	13	628	2%	187	38	225	17%
CVP	257	75	332	23%	387	103	490	21%
GPS	44	85	129	66%	109	79	188	42%
Ü	90	0	90	0%	161	45	206	22%
LdU	15	94	109	86%	24	31	55	56%
LPS	42	2	44	5%	100	11	111	10%
SD	58	0	58	0%	101	3	104	3%
FGA	0	28	28	100%	24	73	97	75%
FPS	58	0	58	0%	64	6	70	9%
EVP	21	0	21	0%	32	37	69	54%
PdA	20	0	20	0%	4	5	9	56%
EDU	7	0	7	0%	12	4	16	25%
CSP	1	0	1	0%	0	0	0	0%
Total	1909	496	2405	21%	1778	874	2652	33%

Tabelle A 3.3.: Nennungen in den Printmedien nach Ratskammer, Partei und Geschlecht (NR=Nationalrat; SR=Ständerat; NR/SR= National- und Ständerat)

	NR Män- ner	NR Frauen	NR Total	NR Frauen in Prozent	SR Männer	SR Frauen	SR Total	SR Frauen in Prozent	NR/SR Männer	NR/SR Frauen	NR/SR Total	NR/SR Frauen in Prozent
FDP	575	149	724	21%	120	86	206	42%	2	77	79	97%
SPS	294	201	495	41%	111	52	163	32%	152	73	225	32%
SVP	661	51	712	7%	87	0	87	0%	54	0	54	0%
CVP	470	164	634	26%	168	14	182	8%	6	0	6	0%
GPS	80	120	200	60%	28	0	28	0%	45	44	89	49%
Ü	226	45	271	17%	14	0	14	0%	11	0	11	0%
LdU	39	62	101	61%	0	63	63	100%	0	0	0	0%
LPS	42	13	55	24%	100	0	100	0%	0	0	0	0%
SD	76	3	79	4%	6	0	6	0%	77	0	77	0%
FGA	21	58	79	73%	0	15	15	100%	3	28	31	90%
FPS	122	6	128	5%	0	0	0	0%	0	0	0	0%
EVP	53	35	88	40%	0	2	2	100%	0	0	0	0%
PdA	11	5	16	31%	0	0	0	0%	13	0	13	0%
EDU	19	4	23	17%	0	0	0	0%	0	0	0	0%
CSP	1	0	1	0%	0	0	0	0%	0	0	0	0%
Total	2690	916	3606	25%	634	232	866	27%	363	222	585	38%

Tabelle A 3.4.: Nennungen der Parteipräsidenten²⁹ am Total der Namensnennungen nach Partei

	Namensnennungen Kandidierende Total	Nennungen ParteipräsidentIn	PräsidentIn in Prozent
SPS	883	94	11%
LdU	164	63	38%
FDP	1009	52	5%
CVP	822	41	5%
SD	162	26	16%
SVP	853	21	2%
GPS	317	12	4%
FPS	128	12	9%
EVP	90	9	10%
PdA	29	8	28%
Total	(alle Parteien) 5057	338	7%

²⁹ Parteipräsidenten: Franz Steinegger (FDP), Anton Cottier (CVP), Peter Bodenmann (SPS), Hans Uhlmann (SVP), François Jeanneret (LPS; Alt-Nationalrat); Hanspeter Thür (GPS), Roland Borer (FPS), Monika Weber (LdU); Otto Zwygart (EVP), Rudolf Keller (SD), Jean Spielmann (PdA), Christian Wäber (EDU). – Die in der Tabelle nicht aufgeführten Parteipräsidenten haben entweder selber nicht kandidiert und wurden deshalb bei den Namensnennungen nicht mitgezählt, oder sie haben kandidiert, wurden aber nicht genannt.

Tabellen zu Kapitel 4

Tabelle A 4.1.: Themennennungen in den Printmedien nach Partei und Geschlecht

	Total	Männer	Frauen	Frauen in Prozent
CVP	259	194	65	25%
FDP	222	129	93	42%
SPS	216	121	95	44%
SVP	122	110	12	10%
GPS	116	54	62	53%
Ü	78	59	19	24%
LPS	61	56	5	8%
FPS	50	44	6	12%
LdU	49	14	35	71%
SD	48	48	0	0%
EVP	43	20	23	53%
FGA	36	8	28	78%
EDU	13	10	3	23%
PdA	7	2	5	71%
Total	1320	869	451	34%

Tabelle A 4.2.: Wahlkampfthemen in den Printmedien nach Geschlecht

	Nennungen Total	Nennungen Männer	Nennungen Frauen	Frauen in Prozent
Europa	222	165	57	26%
Öffentliche Finanzen	168	115	53	32%
Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik	118	91	27	23%
Verkehr	103	76	27	26%
Sozialpolitik Arbeit	80	49	31	39%
Erhaltung der Umwelt	70	46	24	34%
Sozialversicherungen	70	33	37	53%
Landwirtschaft	54	37	17	31%
Gleichstellungspolitik	54	13	41	76%
Politisches System – Institutionen und Volksrechte	47	35	12	26%
Gesundheit, Drogen, Fürsorge	47	25	22	47%
Sozialpolitik Erwerbslosigkeit	46	29	17	37%
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	38	25	13	34%
Energie	37	26	11	30%
Familienpolitik	27	15	12	44%
Militär – Sicherheits(aussen)politik	26	21	5	19%
Gen- und Biotechnologie	26	17	9	35%
Bildung und Forschung	17	7	10	59%
Kultur, Sprache, Kirche	16	10	6	38%
Aussenpolitik – internationale Beziehungen/Organisationen	11	11	0	0%
Boden- und Wohnwirtschaft	11	7	4	36%
Soziale Gruppen	11	3	8	73%
Staatschutz	10	7	3	30%
Bundesratswahl	7	3	4	57%
Wirtschaft: Geld, Währung, Kredit	4	3	1	25%
Total	1320	869	451	34%

Tabelle A 4.3.: Rangliste der Wahlkampfthemen der Frauen in den Printmedien

	Total Nennungen	Nennungen Frauen	Frauen in Prozent
Europa	222	57	26%
Öffentliche Finanzen	168	53	32%
Gleichstellungspolitik	54	41	76%
Sozialversicherungen	70	37	53%
Sozialpolitik Arbeit	80	31	39%
Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik	118	27	23%
Verkehr	103	27	26%
Erhaltung der Umwelt	70	24	34%
Gesundheit, Drogen, Fürsorge	47	22	47%
Landwirtschaft	54	17	31%
Sozialpolitik Erwerbslosigkeit	46	17	37%
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	38	13	34%
Politisches System – Institutionen und Volksrechte	47	12	26%
Familienpolitik	27	12	44%
Energie	37	11	30%
Bildung und Forschung	17	10	59%
Gen- und Biotechnologie	26	9	35%
Soziale Gruppen	11	8	73%
Kultur, Sprache, Kirche	16	6	38%
Militär – Sicherheits(aussen)politik	26	5	19%
Boden- und Wohnwirtschaft	11	4	36%
Bundesratswahl	7	4	57%
Staatsschutz	10	3	30%
Wirtschaft: Geld, Währung, Kredit	4	1	25%
Aussenpolitik – internationale Beziehungen/Organisationen	11	0	0%
Total	1320	451	34%

Tabelle A 4.4.: Rangliste der Wahlkampfthemen der Männer in den Printmedien

	Total Nennungen	Nennungen Männer	Männer in Prozent
Europa	222	165	74%
Öffentliche Finanzen	168	115	68%
Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik	118	91	77%
Verkehr	103	76	74%
Sozialpolitik Arbeit	80	49	61%
Erhaltung der Umwelt	70	46	66%
Landwirtschaft	54	37	69%
Politisches System – Institutionen und Volksrechte	47	35	74%
Sozialversicherungen	70	33	47%
Sozialpolitik Erwerbslosigkeit	46	29	63%
Energie	37	26	70%
Gesundheit, Drogen, Fürsorge	47	25	53%
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	38	25	66%
Militär – Sicherheits(aussen)politik	26	21	81%
Gen- und Biotechnologie	26	17	65%
Familienpolitik	27	15	56%
Gleichstellungspolitik	54	13	24%
Aussenpolitik – internationale Beziehungen/Organisationen	11	11	100%
Kultur, Sprache, Kirche	16	10	63%
Bildung und Forschung	17	7	41%
Boden- und Wohnwirtschaft	11	7	64%
Staatsschutz	10	7	70%
Soziale Gruppen	11	3	27%
Bundesratswahl	7	3	43%
Wirtschaft: Geld, Währung, Kredit	4	3	75%
Total	1320	869	66%

Tabelle A 4.5.: Radio DRS 1: Redezeit in Sekunden nach Thema und Geschlecht

	Redezeit Total	Redezeit Männer	Redezeit Frauen	Frauen in Prozent
Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik	1880	1315	565	30%
Europa	1585	865	720	45%
Sozialversicherungen	1452	63	1389	96%
Sozialpolitik Arbeit	1308	1000	308	24%
Verkehr	1249	1012	237	19%
Gen- und Biotechnologie	1242	949	293	24%
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	1116	994	122	11%
Energie	1027	828	199	19%
Öffentliche Finanzen	981	843	138	14%
Politisches System – Institutionen und Volksrechte	791	479	312	39%
Kultur, Sprache, Kirche	699	509	190	27%
Gleichstellungspolitik	586	75	511	87%
Sozialpolitik Erwerbslosigkeit	433	332	101	23%
Diverses	338	338	0	0%
Erhaltung der Umwelt	304	147	157	52%
Familienpolitik	254	230	24	9%
Bundesratswahl	207	90	117	57%
Landwirtschaft	182	175	7	4%
Wirtschaft: Geld, Währung, Kredit	108	95	13	12%
Bildung und Forschung	54	54	0	0%
Boden- und Wohnwirtschaft	43	43	0	0%
Staatschutz	17	0	17	100%
Aussenpolitik – internationale Beziehungen und Organisationen	7	7	0	0%
Total	15863	10443	5420	34%

Tabelle A 4.6.: SF DRS: Redezeit in Sekunden nach Thema und Geschlecht

	Redezeit Total	Redezeit Männer	Redezeit Frauen	Frauen in Prozent
Europa	6499	4954	1545	24%
Öffentliche Finanzen	4156	3144	1012	24%
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	3186	2578	608	19%
Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik	1488	1022	466	31%
Politisches System – Institutionen und Volksrechte	780	525	255	33%
Sozialversicherungen	692	465	227	33%
Sozialpolitik Arbeit	405	375	30	7%
Verkehr	360	281	79	22%
Landwirtschaft	344	266	78	23%
Gesundheit, Drogen, Fürsorge	273	235	38	14%
Erhaltung der Umwelt	174	166	8	5%
Familienpolitik	166	60	106	64%
Energie	156	156		0%
Sozialpolitik Erwerbslosigkeit	155	87	68	44%
Gleichstellungspolitik	154	48	106	69%
Kultur, Sprache, Kirche	79	79		0%
Soziale Gruppen	60	16	44	73%
Boden- und Wohnwirtschaft	38		38	100%
Militär – Sicherheits(aussen)politik	37	16	21	57%
Bundesratswahl	20	20		0%
Staatschutz	16		16	100%
Total	19238	14493	4745	25%

Kategoriensystem zu sachpolitischen Themen

Code	Thema
10	Bundesstaat allgemein
11	Totalrevision der Bundesverfassung allgemein
111	Volksrechte
12	Regierungsreform allgemein
121	Zauberformel
1211	Regierungskoalitionen in städt./kant. Exekutiven
122	Bundesratswahl (Herbst 95)
1221	Bundesratswahl (künftige)
13	150-Jahr-Feier des Bundesstaates
14	Staatsschutz allgemein
141	Innere Sicherheit
142	Gewalt, Verbrechen
143	Waffengesetz, Waffenausfuhrverbot
20	Aussenpolitik allgemein
21	Schweiz und internationale Beziehungen und Organisationen allgemein
211	Schweiz und UNO-Beitritt
22	Europa / EU allgemein
221	Europa: Bilaterale Verhandlungen
222	Europa: EU-Beitritt Ja
223	Europa: EU-Beitritt Nein
224	EWR
30	Militär allgemein / Sicherheits(aussen)politik allgemein
31	«Halbierungsinitiative»
32	Nato
40	Wirtschaft allgemein
411	Wirtschaftspolitik allgemein: Revitalisierung, Deregulierung
412	Konjunkturlage und -politik
413	Strukturpolitik
414	Wettbewerbspolitik
42	Geld, Währung und Kredit (Geld- u. Währungspolitik, Banken, Börsen, Versicherungen allgemein)
421	Kantonalbanken
43	Landwirtschaft allgemein
431	Gatt
50	Öffentliche Finanzen allgemein
51	Einnahmen allgemein
511	mehr Einnahmen
512	weniger Einnahmen
5121	Abschaffung der direkten Bundessteuer
513	Mehrwertsteuer
52	Ausgaben allgemein
521	mehr Ausgaben
522	weniger Ausgaben
53	Finanzhaushalte der Kantone
531	Lastenverteilung Bund/Kantone/Gemeinden
60	Infrastruktur und Lebensraum allgemein
61	Energie allgemein (Energiesteuer vgl. unten)
611	Atomenergie, Atomkraftwerke, Atomtests
612	Alternativ-Energien
62	Verkehr allgemein
621	Neat
622	Bahn 2000
623	Strassenverkehr
624	Strassenbau
625	Öffentlicher Verkehr allgemein
63	Boden- und Wohnwirtschaft allgemein (Raumplanung, Bodenrecht, Mietwesen und Wohnungsbau)
64	Erhaltung der Umwelt allgemein / Ökologie allgemein
641	Lenkungsabgaben im Umwelt- und Energiebereich
65	Gentechnologie (und Biotechnologie) allgemein
651	Gentechnologie: Regelungen im Umweltschutzgesetz

- 652 Gentechnologie: Risiken, Information, Kontrollen
- 653 Gentechnologie: (künftige) Eidg. Kommission für biol. Sicherheit
- 654 Gentechnologie und Chemieindustrie: Wirtschaftsstandort Schweiz
- 655 Gentechnologie: Freisetzungsversuche und entsprechende Bewilligungsverfahren
- 70 Sozialpolitik allgemein
- 71 Arbeitsmarkt und -welt allgemein
- 711 Arbeitszeiten allgemein
- 712 Lohnpolitik allgemein
- 713 Arbeitsumverteilung zwischen den Geschlechtern (Erwerbs- u. Nichterwerbsarbeit)
- 72 Erwerbslosigkeit allgemein
- 721 Arbeitslosenversicherung: Arbeitslosenprogramme, Präventionsmassnahmen, Aus- und Weiterbildung von Arbeitslosen
- 722 Arbeitsumverteilung zwischen Erwerbstätigen und Arbeitslosen
- 73 Sozialversicherungen allgemein
- 731 AHV
- 7311 AHV-Rentenalter
- 732 Mutterschaftsversicherung
- 7321 Finanzierung der Mutterschaftsversicherung
- 74 Gesundheitspolitik allgemein
- 741 Aids
- 742 Reproduktionstechnologie
- 743 Schwangerschaftsabbruch
- 744 Drogen allgemein
- 7441 Drogenpolitik: Liberale
- 7442 Drogenpolitik: Repressive
- 75 Fürsorgepolitik allgemein
- 751 Neue Armut
- 76 Soziale Gruppen allgemein
- 761 Ausländerpolitik
- 762 Flüchtlingspolitik
- 763 Familienpolitik
- 764 Kinder und Jugendliche
- 765 Seniorinnen und Senioren
- 766 Frauenpolitik allgemein
- 767 Lesben und Schwule
- 80 Bildung allgemein
- 81 Berufsmaturität und Fachhochschulen
- 82 Hochschulen
- 83 Forschung
- 90 Kultur, Sprache, Kirche allgemein
- 91 Verständigung zwischen Sprachregionen
- 911 «Röstigraben» (bezüglich Abstimmungen, Mentalität, Kultur etc.)
- 92 Religion
- 100 Gleichstellung allgemein
- 101 Frauenförderungsmassnahmen wie Quoten allgemein
- 1011 «Quoteninitiative»
- 102 Lohn(un)gleichheit
- 103 Teilzeitstellen, Job-Sharing
- 104 Kinderbetreuungseinrichtungen
- 105 Gleichstellungsbüros
- 106 (Unter)vertretung der Frauen in der Politik
- 107 Erwerbstätigkeit von Frauen allgemein
- 108 Gleichstellungsgesetz
- 110 Diverses
- 111 Problem Lega im Tessin

Themengruppen und zugeordnete Themen

Politisches System – Institutionen und Volksrechte

Bundesstaat allgemein, Totalrevision der Bundesverfassung, Volksrechte, Regierungsreform, Zauberformel, Regierungskoalitionen in städt./kant. Exekutiven, 150-Jahr-Feier Bundesstaat

Bundesratswahl

Bundesratswahl 1995, künftige Bundesratswahlen

Staatschutz

Staatschutz allgemein, Innere Sicherheit, Gewalt/Verbrechen; Waffengesetz, Waffenausfuhrverbot

Aussenpolitik – internationale Beziehungen und Organisationen

Aussenpolitik allgemein, Schweiz und internationale Beziehungen u. Organisationen, Schweiz und UNO-Beitritt

Europa

Europa/EU allgemein, Bilaterale Verhandlungen, EU-Beitritt Ja, EU-Beitritt Nein, EWR

Militär – Sicherheits(aussen)politik

Militär- und Sicherheits(aussen)politik allgemein, «Halbierungsinitiative», Nato

Wirtschaft: Allgemeine Wirtschaftspolitik

Wirtschaft allgemein, Wirtschaftspolitik (Revitalisierung, Deregulierung), Konjunkturlage- und Politik, Strukturpolitik allgemein, Wettbewerbspolitik

Wirtschaft: Geld, Währung, Kredit

Geld- und Währungspolitik; Banken, Börsen und Versicherungen allgemein; Kantonalbanken

Landwirtschaft

Landwirtschaft allgemein, Gatt

Öffentliche Finanzen

Öffentliche Finanzen allgemein, Einnahmen allgemein, mehr Einnahmen, weniger Einnahmen, Abschaffung der direkten Bundessteuer, Mehrwertsteuer, Ausgaben allgemein, mehr Ausgaben, weniger Ausgaben, Finanzhaushalte der Kantone, Lastenverteilung Bund/Kanton/Gemeinde

Energie

Infrastruktur und Lebensraum allgemein, Energie allgemein; Atomenergie, Atomkraftwerke, Atomtests; Alternativ-Energie

Verkehr

Verkehr allgemein, Neat, Bahn 2000, Strassenverkehr, Strassenbau, öffentlicher Verkehr allgemein

Boden- und Wohnwirtschaft

Raumplanung, Bodenrecht, Mietwesen und Wohnungsbau allgemein

Erhaltung der Umwelt

Erhaltung der Umwelt allgemein, Lenkungsabgaben im Umwelt- und Energiebereich

Gen- und Biotechnologie

Gentechnologie allgemein, Regelungen zu Gentech im Umweltschutzgesetz; Risiken, Kontrolle, Information; künftige Eidg. Kommission für biologische Sicherheit, Chemieindustrie und Gentech, Freisetzungsversuche und ihre Bewilligungsverfahren

Sozialpolitik Arbeit

Sozialpolitik allgemein, Arbeitsmarkt und -welt allgemein, Arbeitszeiten allgemein, Lohnpolitik allgemein, Arbeitsumverteilung zwischen den Geschlechtern (Erwerbs- und Nicht-Erwerbsarbeit)

Sozialpolitik Erwerbslosigkeit

Erwerbslosigkeit allgemein; Arbeitslosenversicherung, Arbeitslosenprogramme, Prävention, Aus- und Weiterbildung von Erwerbslosen; Arbeitsumverteilung Erwerbslose/Erwerbstätige

Sozialversicherungen

Sozialversicherungen allgemein, AHV, AHV-Rentenalter, Mutterschaftsversicherung, Finanzierung der Mutterschaftsversicherung

Gesundheit, Drogen, Fürsorge

Gesundheitspolitik allgemein, Aids, Reproduktionstechnologie, Schwangerschaftsabbruch, Drogen allgemein, Drogenpolitik liberale, Drogenpolitik repressive, Fürsorgepolitik allgemein, Neue Armut

Ausländer- und Flüchtlingspolitik

Ausländer- und Flüchtlingspolitik

Familienpolitik

Familienpolitik

Soziale Gruppen

Soziale Gruppen allgemein, Kinder und Jugendliche, Seniorinnen und Senioren, Frauenpolitik allgemein, Lesben und Schwule

Bildung und Forschung

Bildung allgemein, Berufsmaturität und Fachhochschulen, Hochschulen, Forschung

Kultur, Sprache, Kirche

Kultur, Sprache, Kirche allgemein; Verständigung zwischen den Sprachregionen, «Röstigraben», Religion

Gleichstellungspolitik

Gleichstellung allgemein, Frauenförderungsmassnahmen allgemein, Quoteninitiative, Lohn(un)gleichheit, Teilzeitstellen und Job-sharing, Kinderbetreuungseinrichtungen, Gleichstellungsbüros, (Unter)vertretung der Frauen in der Politik, Erwerbstätigkeit der Frauen allgemein, Gleichstellungsgesetz

Diverses

«Problem» Lega im Tessin

Présence des candidates dans les médias romands

Anne-Marie Ley

Table de matières

1.	Introduction	78
2.	Questions posées	79
3.	Les médias, objets de l'analyse	79
3.1.	Quatre quotidiens sélectionnés	79
3.1.1.	La presse: vue d'ensemble	80
3.1.2.	Journalistes de presse écrite	81
3.2.	Les médias électroniques: radio et télévision	81
3.2.1.	La radio: vue d'ensemble	81
3.2.2.	Journalistes de radio	82
3.2.3.	La télévision: vue d'ensemble	82
3.2.4.	Journalistes à la télévision	83
4.	Résultats	83
4.1.	Femmes et hommes cités dans la presse	83
4.1.1.	Nombre de citations par partis et par candidat(e)s	83
4.1.2.	Thèmes traités par les candidat(e)s	84
4.2.	Femmes et hommes cités à la radio	84
4.2.1.	Nombre de présences à l'antenne par partis et par candidat(e)s	84
4.2.2.	Nombre d'interventions par partis et par candidat(e)s	85
4.2.3.	Thèmes traités par les candidat(e)s	85
4.3.	Femmes et hommes cités à la télévision	86
4.3.1.	Nombre de présences par partis et par candidat(e)s	86
4.3.2.	Nombre d'interventions par partis et par candidat(e)s	87
4.3.3.	Thèmes traités par les candidat(e)s	87

5.	Quelques notations	87
5.1.	Les candidates dans la presse	87
5.1.1.	Des articles sur les femmes	88
5.1.2.	Les journaux s'amuse	90
5.1.3.	Portraits de candidat(e)s	90
5.2.	Candidates dans les médias électroniques	91
6.	La réponse aux quatre questions – quelques conclusions	94
6.1.	A quelle fréquence parle-t-on des candidates? Aussi souvent que de leurs collègues masculins?	94
6.2.	Les médias font-ils une distinction quant aux thèmes abordés lors de la campagne entre les femmes et les hommes?	95
6.3.	La campagne des femmes a-t-elle été un thème spécifique?	96
6.4.	Interroge-t-on les femmes et les hommes sur des thèmes spécifiquement «féminins»? Subsidiairement, interroge-t-on davantage, ou même exclusivement, les femmes sur ce type de thèmes?	97

Tableaux et figures

Tableau 1	Presse romande: Nombre de citations par parti et par candidat(e)	98
Tableau 2	Presse romande: Thèmes traités par les candidat(e)s	99
Tableau 3	Radio RSR La Première: Nombre de présences à l'antenne par parti et par candidat(e)	100
Tableau 4	Radio RSR La Première: Nombre d'interventions à l'antenne par parti et par candidat(e)	101
Tableau 5	Radio RSR La Première: Thèmes traités par les candidat(e)s	102
Tableau 6	Télévision Suisse Romande: Nombre de présences à l'antenne par parti et par candidat(e)	103
Tableau 7	Télévision Suisse Romande: Nombre d'interventions à l'antenne par parti et par candidat(e)	104
Tableau 8	Télévision Suisse Romande: Thèmes traités par les candidat(e)s	105
Figure 1	Presse romande: Thèmes traités par les candidat(e)s (se rapportant au tableau no 2)	106
Figure 2	Radio RSR La Première: Thèmes traités par les candidat(e)s (se rapportant au tableau no 5)	107
Figure 3	Télévision Suisse Romande: Thèmes traités par les candidat(e)s (se rapportant au tableau no 8)	108

1. Introduction

En Suisse romande, 7 femmes ont été élues au Conseil national et 2 au Conseil des Etats, le 22 octobre 1995. 4 conseillères nationales représentent le canton de Vaud, lequel a droit à 17 sièges: Christiane Langenberger, radicale (PRD), Francine Jeanprêtre, socialiste (PS), Emmanuella Blaser, démocrate du centre (UDC) et Suzette Sandoz, libérale (PLS) (proportion de femmes: 23,5%). 2 femmes socialistes, Maria Roth Bernasconi et Liliane Maury Pasquier font leur entrée dans la députation genevoise qui a droit à 11 sièges (proportion de femmes: 18,2%). La démocrate-chrétienne Rose-Marie Ducrot siège avec 5 hommes au sein de la députation fribourgeoise (proportion de femmes: 16,7%).

Les cantons du Valais, de Neuchâtel et du Jura qui, ensemble, ont droit à 14 sièges continuent d'envoyer à Berne des délégations exclusivement masculines.

Une petite révolution s'est produite au Conseil des Etats où le canton de Genève sera représenté par une députation féminine à 100% avec la radicale Françoise Saudan et la socialiste Christiane Brunner. Par ailleurs, la Jurassienne démocrate-chrétienne sortante Marie-Madeleine Prongué n'a pas été réélue à la Chambre des cantons.

A noter au passage que la partie francophone du canton de Berne n'est cette fois-ci représentée que par une seule personne, un homme en l'occurrence, le démocrate du centre Walter Schmied. Parlant couramment le français, la conseillère aux Etats bernoise Christine Beerli (Parti radical) s'est engagée à défendre les intérêts de la minorité francophone bernoise.

La situation est plus souriante qu'il y a quatre ans lorsqu'elles n'étaient que 4 femmes à avoir réussi leur élection au Conseil national: la Genevoise Christiane Brunner (PS) et les Vaudoises Francine Jeanprêtre (PS), Suzette Sandoz (PLS) et Irène Gardiol (écologiste/PES). 2 sortantes n'avaient pas été réélues, la Fribourgeoise Elisabeth Déglise et la radicale Rose-Marie Antille. Aucune Romande n'avait pu accéder à la Chambre des cantons en 1991, tandis que Marie-Madeleine Prongué, entrée en cours de route le 23 janvier 1995 pour remplacer son coreligionnaire PDC élu au Gouvernement jurassien, n'y a siégé que pendant quatre sessions.

La proportion de femmes candidates en Suisse romande a passé de 29,9% en 1991 à 36,6% en 1995, atteignant ainsi son sommet depuis 1971 (et dépassant même de 1,5% la forte proportion de candidates alémaniques).

Sur les 990 femmes candidates au National en 1995, 181 d'entre elles proviennent des six cantons romands, lesquels avaient présenté au total 494 candidat(e)s.¹

Paradoxalement, le canton de Vaud, qui ne passe plus pour être à l'avant-garde de la promotion des femmes, est celui qui cette année a placé le plus de candidates sur ses listes pour le National: 86 femmes sur un total de 216 candidatures (39,8%). Il est talonné par le canton de Genève, traditionnellement le plus féministe des cantons romands: 36 femmes sur un total de 94 candidatures (38,9%). Viennent ensuite les cantons de Fribourg: 28 femmes sur 78 candidatures (35,9%) et de Neuchâtel: 13 femmes sur 40 candidatures (32,5%). Les femmes valaisannes se sont particulièrement mobilisées en 1995, réussissant à convaincre 17 femmes à faire acte de candidature, ce qui correspond à une proportion de 29,3% de candidates sur un total de

¹ Sources: Office fédéral de la statistique et synthèse ATS/SSR.

58 personnes. Le canton du Jura fait office de lanterne rouge avec une seule femme candidate sur 8 candidatures (12,5%).²

2. Questions posées

Réussir son élection tient à de nombreux facteurs, liés à la personnalité des candidates et candidats, à leur expérience pratique sur le terrain politique, ainsi qu'à leurs réseaux. Les médias, presse, radio et télévision jouent néanmoins un rôle irremplaçable pour offrir aux aspirant(e)s et aux praticien(ne)s de la politique une tribune largement ouverte sur le public.

Le but de la présente recherche est d'analyser la présence des candidates dans les médias et de constater si elles y interviennent de façon équitable. La période-test est celle de la campagne en vue des élections fédérales du 22 octobre 1995. Et plus précisément, celle qui court du 11 septembre au 21 octobre 1995.

Il s'agit plus spécifiquement de tenter d'apporter une réponse aux quatre questions suivantes:

1. A quelle fréquence parle-t-on des candidates? Aussi souvent que de leurs concurrents masculins?
2. Les médias font-ils une distinction quant aux thèmes abordés lors de la campagne entre les femmes et les hommes?
3. La campagne des femmes a-t-elle été un thème spécifique?
4. Interroge-t-on les femmes et les hommes sur des thèmes spécifiquement «féminins»? Subsidiairement, interroge-t-on davantage ou même exclusivement les femmes sur ce type de thème? (voir chap. 6.)

L'analyse a porté sur la presse et les médias électroniques. On a dressé, dans un premier stade, un inventaire d'articles à lire et d'émissions à écouter et à visionner. On s'est attaché ensuite à sélectionner une série d'articles et d'émissions focalisés sur les candidat(e)s – portraits, interviews, débats – et les prises de position que les unes et les autres exprimaient sur une série de thèmes, susceptibles de dominer la campagne.

3. Les médias, objets de l'analyse

3.1. Quatre quotidiens sélectionnés

Quatre quotidiens ont été sélectionnés, aussi typés que possible:

Le Journal de Genève et Gazette de Lausanne (JGG, tirage 31'682 exemplaires)

Le Nouveau Quotidien (NQ, tirage 38'136 exemplaires)

La Liberté (Lib, tirage 35'729 exemplaires)

Le Matin, édition de la semaine (LM, tirage 64'222 exemplaires).

² Sources: ATS/SSR et chancelleries cantonales.

Le Journal de Genève et Gazette de Lausanne et Le Nouveau Quotidien sont deux titres de qualité à vocation surrégionale. La Liberté est le quotidien régional du canton de Fribourg. Le Matin a pour vocation d'être le quotidien populaire romand.

La campagne n'a réellement démarré qu'à partir de la publication des opérations spéciales des médias romands, vers la mi-septembre dans trois des quatre quotidiens analysés et pour Le Matin, le 9 octobre.

D'une façon générale, la presse a traité le sujet des élections grâce à plusieurs sortes d'articles: analyses, interviews, questionnaires, sondages, jeux, mini-portraits insolites.

3.1.1. La presse: vue d'ensemble

Les quatre quotidiens ont publié entre le 11 septembre et le 21 octobre au total 157 articles ayant pour thème le grand rendez-vous électoral du 22 octobre 1995. Chaque quotidien a publié une série d'articles originaux, consacrés spécifiquement aux élections fédérales, marqués du sceau d'un logo ou d'un surtitre «Elections fédérales» pour les distinguer de la couverture régulière des péripéties de la campagne.

Le Journal de Genève et Gazette de Lausanne (JDG) a publié au cours de cette période 41 articles, dont 20 entraînent dans le cadre de son opération Elections fédérales, uniquement dans ses rubriques nationale et cantonale (GE et VD). Le nombre d'articles introduits dans la banque de données pour la réalisation des tableaux a été de 17. Ces 17 articles qui ont été saisis dans la banque de données ont fait l'objet d'une analyse plus en profondeur, étant donné qu'ils mettaient en scène des candidat(e)s qui s'exprimaient spécifiquement sur les thèmes les plus chauds de la campagne au niveau national (les thèmes liés à l'actualité cantonale n'ont pas été pris en considération). Pour chaque article, le nom de la candidate ou du candidat n'a été décompté qu'une seule fois.

Le Nouveau Quotidien (NQ) a publié 34 articles, dont 14 entraînent dans le cadre de son opération Elections fédérales, à la rubrique Politique, laquelle porte notamment sur l'actualité nationale et la vie des cantons. Le nombre d'articles introduits dans la banque de données pour la réalisation des tableaux a été de 13.

La Liberté (Lib) a consacré 63 articles à la période qui a précédé les élections, dans ses rubriques Nationale et Région, dont 32 entraînent dans le cadre de son opération spéciale Elections fédérales. Le nombre d'articles introduits dans la banque de données pour la réalisation des tableaux a été de 18.

Le Matin, édition de la semaine (LM) s'est limité à 18 articles, dont 7 inscrits dans le cadre de son opération spéciale Elections fédérales, le tout à la rubrique Premières lignes. Le nombre d'articles introduits dans la banque de données pour la réalisation des tableaux a été de 2.

Ce qui donne un total de 50 articles saisis dans la banque de données. Interpellé(e)s sur des thèmes d'importance nationale, les candidat(e)s ont été cité(e)s à 208 reprises. 70 d'entre elles ont eu des femmes pour auteurs (33,7%). 138 de ces citations ont eu des hommes pour auteurs (66,3%) (voir tableau no 1, chap. 4.1.ss.).

3.1.2. Journalistes de presse écrite

Dans les quatre quotidiens, 72 journalistes ont participé à la couverture de la campagne électorale portant sur le total de 157 articles recensés, soit 25 femmes et 47 hommes (proportion de journalistes femmes: 34,8%; proportion de journalistes hommes: 65,2%). Le JDG est celui qui affiche, et de loin, la plus forte représentation féminine, avec 13 femmes et 11 hommes (54,2%). Les trois autres affichent une présence féminine de 4 rédactrices chacun; face à 9 hommes au NQ (30,8%), à 15 hommes à la Liberté (26,7%) et à 12 hommes au Matin (33,3%). A noter en passant qu'au JDG, les journalistes hommes ont rédigé les analyses de fond et les éditoriaux, tandis que les journalistes femmes ont assumé l'essentiel de la couverture quotidienne.

3.2. Les médias électroniques: radio et télévision

La règle du jeu pour les médias de service public

Des directives précises de la Société suisse de radiodiffusion et télévision (SSR) régissent la couverture des élections fédérales quant à l'accès des formations politiques à l'antenne. A la Radio suisse romande (RSR) et à la Télévision suisse romande (TSR), le temps d'antenne global est réparti entre les partis et les mouvements selon leur importance numérique en Suisse romande. Les émissions électorales sont réservées aux formations qui possèdent au moins un élu aux Chambres fédérales ou qui disposent de 7% des sièges dans l'un des Grands Conseils romands et qui présentent une liste dans au moins un des six cantons romands ou la partie francophone de Berne, de même que les nouveaux mouvements qui présentent des listes dans au moins cinq cantons romands (la région francophone bernoise comptant comme un canton). Les plus petites formations ont accès à une émission de 4 minutes à condition qu'elles déposent une liste dans au moins un canton romand.

Les formations politiques désignent elles-mêmes leurs candidat(e)s aux émissions électorales de la RSR et de la TSR, *en s'efforçant de choisir autant de femmes que d'hommes*, une disposition volontairement moins contraignante par rapport à 1991. Comme l'explique Blaise Rostan du service juridique de la SSR, «nous pensons que les partis politiques sont suffisamment sensibilisés à l'égalité des sexes en 1995, sans que nous ayons encore à nous montrer plus directifs».

3.2.1. La radio: vue d'ensemble

La RSR est entrée dans le vif du sujet le 25 septembre avec un Forum spécial Elections fédérales.

Du 25 septembre au 16 octobre, elle a diffusé

- 4 Forums (de 65 minutes) sous forme de débat contradictoire thématique; 23 candidat(e)s y ont participé, dont 4 femmes (17,4%);
- 11 «Sur la sellette» (10 minutes en moyenne) sous forme d'interview de deux candidat(e)s désigné(e)s par les partis politiques; 22 candidat(e)s y ont participé, dont 7 femmes (31,8%);
- 6 «Petites formations» (4 minutes environ), mini-interview d'un(e) candidat(e) de mouvements généralement constitués en vue des élections;

- 36 interviews (10 minutes environ) de toutes les candidates et de tous les candidats au Conseil des Etats des six cantons romands et de Berne (pour la minorité francophone);
- 2 émissions décentralisées à Zurich et à Bellinzone avec des mini-débats entre candidat(e)s au Parlement.

Toutes ces émissions se sont insérées dans les trois journaux quotidiens de la RSR (Le 5-9, Le Journal de Midi, Le Journal du Soir). Elles ont été complétées par des portraits de parti, des descriptions des enjeux des élections canton par canton, des clubs de la presse et des interviews de personnalités locales en dehors du monde politique. Servitude de la formule itinérante: les émissions matinales étaient diffusées en «décrochages» sur des fréquences OUC régionales, donc pas accessibles à tous les auditeurs romands, selon l'emplacement du bus vagabond de la RSR.

60 émissions de la RSR ont été introduites dans la banque de données. Pour réaliser les tableaux destinés à représenter les proportions de femmes et d'hommes qui avaient posé leur candidature aux Chambres fédérales en octobre 1995, on a compté d'une part, les présences à l'antenne des candidat(e)s par parti, soit une présence par émission du ou de la candidat(e) cité(e) en début d'émission. On a compté d'autre part, le nombre d'interventions effectuées par chaque candidat(e). (Deux émissions, relatives aux petites formations, ont malheureusement été victimes d'ennuis techniques.)

Ce qui donne au total un nombre de 96 présences à l'antenne, dont 24 apparitions féminines (25%) et 72 apparitions masculines (75%) et par ailleurs, un nombre total de 893 interventions, dont 252 ont été effectuées par des femmes (28,2%) et 641 par des hommes (71,8%). (Voir tableaux nos 3, 4 et 5 et chap. 4.2.ss.)

3.2.2. Journalistes de radio

Les hommes sont encore fermement aux commandes à la RSR. 25 journalistes ont pris part à l'opération, soit 18 hommes et 7 femmes (6 d'entre elles sont des correspondantes régionales). Seule 1 femme a participé, aux côtés de 7 de ses collègues masculins, à l'animation d'un des quatre grands débats à l'enseigne de Forum. (Proportion de journalistes femmes: 28%; proportion de journalistes hommes: 72%).

3.2.3. La télévision: vue d'ensemble

Le Téléjournal a réalisé deux types d'émissions: «Le Journal de campagne», 5 minutes à l'intérieur de TJ Soir tous les dimanches depuis le 10 septembre. Et deux éditions spéciales décentralisées, d'une quinzaine de minutes, en direct d'Yverdon (14 septembre) et de Zurich (21 septembre).

La campagne électorale a donné lieu à 26 émissions spéciales:

- 11 émissions «Face aux partis» sous forme d'interview d'une paire de candidat(e)s déléguée par chaque parti (30 minutes), 22 candidat(e)s y ont participé dont 8 femmes (36,4%);
- 6 «Espaces de programme» réservés aux petites formations (5 minutes);
- 7 débats opposant entre elles et eux, canton par canton (Berne y compris), les candidat(e)s aux Etats dans le cadre austère d'une usine désaffectée (durée: 50 minutes), diffusés le soir sur Suisse 4;

- 2 grands débats sous un chapiteau ont mis un terme le 17 et 18 octobre à l'opération spéciale de la TSR, 15 candidat(e)s y ont participé dont 3 femmes (20%).

La chaîne romande a par ailleurs comptabilisé dans ses émissions spéciales un «Grand Chambardement» (analyse des blocages de dossiers sur le plan fédéral avec la participation du conseiller fédéral Adolf Ogi) et deux Tables ouvertes (bilan de la législature écoulée; marketing politique).

30 émissions de la TSR ont été introduites dans la banque de données. Ont été décomptées au total 89 présences à l'antenne, dont 24 apparitions féminines (27%) et 65 apparitions masculines (73%) et par ailleurs, 719 interventions, dont 210 ont eu des femmes pour auteures (29,2%) et 509 des hommes (70,8%):(Voir tableaux nos 6, 7 et 8 et chap. 4.3.ss.)

3.2.4. Journalistes à la télévision

21 journalistes – 6 femmes (dont 2 cheffes) et 15 hommes – ont participé à la couverture de la campagne électorale. (Proportion de journalistes femmes: 28,6%; proportion de journalistes hommes: 71,4%.)

4. Résultats

4.1. Femmes et hommes cités dans la presse

La banque de données comprend, sous la rubrique Presse, un total de 208 citations, extraites de 50 articles parus dans les quatre quotidiens sous analyse.

4.1.1. Nombre de citations par partis et par candidat(e)s

De ces 208 citations, 70 sont imputables à des femmes (33,7%) et 138, à des hommes (66,3%) (voir tableau no 1). Avant d'entrer dans le vif du sujet, il convient de garder en mémoire les pourcentages suivants. Dans les six cantons romands, il y a eu 36,6% de candidatures féminines (Suisse: 34,9%) et 63,4% de candidatures masculines (Suisse: 65,1%).

Observation no 1: Les candidat(e)s sont cité(e)s légèrement en dessous de leur proportion au total des candidatures.

Observation no 2: La lecture des chiffres du tableau no 1 témoigne que la presse invite plus fréquemment des représentant(e)s des partis gouvernementaux et du parti libéral, par ailleurs solidement implanté dans les cantons de Genève, Vaud et Neuchâtel.

Observation no 3: La lecture des pourcentages montre que par les verts et le parti socialiste les citations de femme sont plus nombreuses que les partis bourgeois.

4.1.2. Thèmes traités par les candidat(e)s

Il ressort de l'analyse des thèmes d'importance nationale abordés par les candidat(e)s dans les quatre quotidiens étudiés que l'Europe, les institutions de l'Etat et la politique en matière de drogue ont particulièrement sollicité l'intérêt des uns et des autres (voir tableau no 2). Il convient de rappeler à cette occasion que les élections fédérales sont aussi prétexte à discuter d'abondance de sujets qui préoccupent plus particulièrement chaque canton séparément. Ces sujets n'ont pas été pris en compte dans la banque de données; ils n'ont, par conséquent, pas été analysés.

Observation no 1: Les hommes se sont préoccupés au delà de leur proportion au total des candidatures de la cohésion nationale menacée par le «Röstigraben» (87,5%); ils se sont par ailleurs impliqués dans la politique relative aux étrangers, notamment à cause des quotas proposés par le PDC (84,6%); ils ont été spécialement mis sur le gril à propos de la politique en matière de drogue (80%), des institutions politiques dont la formule magique (73,7%) et de l'Europe (72,4%).

Observation no 2: dans les domaines de la politique économique (42,9%), des finances publiques (41,2%) et des infrastructures (35,5%) censés motiver davantage les hommes, les femmes ont joué activement leur partition, mais, en revanche, pas davantage que les hommes, dans celui des assurances sociales (44,4%) qui passe pourtant pour les sensibiliser, elles, davantage.

Observation no 3: le thème de l'égalité et des quotas intéresse nettement plus les femmes (87,5%) que les hommes. Mais celui de la condition des femmes, tout comme ceux de la nouvelle pauvreté (assistance publique), de la culture et, curieusement, de la politique de la santé, n'ont interpellé personne, ni du côté des candidat(e)s, ni de celui des journalistes.

4.2. Femmes et hommes cités à la Radio

La banque de données comprend sous la rubrique Radio RSR La Première, deux sortes de mentions relatives aux candidat(e)s. D'une part le nombre de présences à l'antenne, chaque apparition lors d'une émission étant comptée une seule fois, lors de la présentation de chaque candidat(e) au démarrage de l'émission par le journaliste qui mène le jeu (voir tableau no 3). Et d'autre part le nombre d'interventions de chaque candidat(e), c'est-à-dire le nombre de fois où l'une et l'autre ont pris la parole, parfois fréquemment, pour répondre aux questions des journalistes ou formuler leurs remarques (voir tableau no 4).

4.2.1. Nombre de présences à l'antenne par partis et par candidat(e)s

La banque de données a enregistré, lors de 60 émissions de Radio RSR La Première, un total de 96 présences à l'antenne, dont 24 ont été imputées à des femmes (25%) et 72, à des hommes (75%).

Observation no 1: Il ressort d'emblée par rapport aux pourcentages de candidates au Conseil national sur le plan romand (36,6%) et sur le plan suisse (34,9%) que les candidates sont nettement sous-représentées.

Observation no 2: La lecture des chiffres figurant sur le tableau no 3 met en évidence la prédominance des trois grands partis gouvernementaux (PRD, PDC et PS) qui ensemble alignent 32 présences masculines et 17 présences féminines, alors que tous les autres partis alignent 40 présences masculines et 7 présences féminines.

Observation no 3: La lecture des pourcentages inscrits sur le tableau no 3 affiche une présence étonnamment forte des femmes radicales (41,2%), une sous-représentation des femmes démocrates-chrétiennes (28,6%), socialistes (33,3%) et écologistes (33,3%) par rapport aux moyennes nationales de candidates sur le plan national qui sont respectivement de 29,5% pour le PRD, de 35,2% pour le PDC, de 46,6% pour le PS et de 50,7% pour le PES. Quant aux candidates de l'UDC, des libéraux et du Parti du travail, elles brillent par leur absence.

4.2.2. Nombre d'interventions par partis et par candidat(e)s

La banque de données a enregistré, pour un total de 60 émissions de RSR La Première, un total de 893 interventions à l'antenne, dont 252 ont été effectuées par des femmes (28,2%) et 641 par des hommes (71,8%).

Observation no 1: Les femmes sont sous-représentées par rapport aux moyennes nationales (34,9% de candidates au National sur le plan suisse et 36,6% de candidates dans les six cantons romands).

Observation no 2: La lecture des chiffres affichés sur le tableau no 4 montre en revanche que les femmes radicales (94 interventions), socialistes (63 interventions) et écologistes (32 interventions) n'ont pas hésité à prendre la parole. Ce qui se vérifie d'autant plus au PRD où le nombre d'interventions féminines (94) dépasse celui des interventions masculines (76). Ce qui s'explique notamment par la combativité de Christiane Langenberger (PRD/VD), de Françoise Saudan (PRD/GE) et de Christine Beerli (PRD/BE).

Observation no 3: La lecture des pourcentages figurant sur le tableau no 4 illustre en particulier la sous-représentation des femmes démocrates-chrétiennes (13,5%), lesquelles avaient affaire aux poids lourds de leur parti, notamment Anton Cottier et Joseph Deiss. Cette même lecture remet en évidence l'absence des femmes libérales, démocrates du centre et communistes.

4.2.3. Thèmes traités par les candidat(e)s

Les chiffres absolus apparaissent plus significatifs que les pourcentages sur le tableau no 5 Radio RSR La Première – Thèmes traités par les candidat(e)s. Les infrastructures, les finances publiques et l'Europe sortent réellement du lot. Ce qui était aussi lié aux questions posées par les journalistes. A l'autre bout de l'échelle, la condition féminine, la culture, la formation, l'assistance publique et la recherche n'ont guère attiré l'intérêt.

Observation no 1: Les femmes se sont trouvées au dessus de leur proportion comme candidates pour disserter sur l'égalité (58,8%), la cohésion nationale (50%) (le clivage linguistique préoccupe les Romands), la politique en matière de drogue (50%) et la politique familiale (50%).

Observation no 2: La présence des femmes sur les thèmes assurances sociales (maternité et AVS) (38,2%) et infrastructures (30,2%) correspond à peu près à leur proportion comme candidates. Il est intéressant de relever que ces deux thèmes sont, en chiffres absolus, les plus souvent cités par les femmes.

Observation no 3: Les hommes se sont, quant à eux, intéressés aux institutions, dont la formule magique (88,9%), aux finances publiques (85,7%), au marché du travail (78,9%), à l'économie (77,7%) et à l'armée (75%). Conclusion: la répartition des thèmes en fonction du sexe demeure encore bien vivace.

4.3. Femmes et hommes cités à la télévision

Comme indiqué sous 4.2, la banque de données comprend sous la rubrique Télévision suisse romande (TSR), deux sortes de mentions relatives aux candidat(e)s. D'une part le nombre de présences à l'antenne, chaque apparition lors d'une émission étant comptabilisée une seule fois, lors de la présentation de chaque candidat(e) au démarrage de l'émission par le ou la journaliste qui mène le jeu (voir tableau no 6). Et d'autre part le nombre d'interventions de chaque candidat(e), c'est-à-dire le nombre de fois où l'une et l'autre ont pris la parole, parfois fréquemment, pour répondre aux questions des journalistes ou formuler leurs remarques.

4.3.1. Nombre de présences par partis et par candidat(e)s

La banque de données a enregistré, à la rubrique TSR, 89 présences à l'antenne, à l'occasion de 30 émissions prises en considération, dont 24 présences de femmes (27%) et 65 d'hommes (73%). (Voir tableau no 6)

Observation no 1: A nouveau, même si c'est moins flagrant qu'à la radio, la proportion de femmes ayant pu prendre part à une émission télévisée est inférieure à celle des candidates au National sur le plan romand (36,6%) et sur le plan suisse (34,9%).

Observation no 2: La lecture des chiffres fait apparaître une majorité d'apparitions à l'antenne pour les femmes socialistes (53,8%) qui dépassent leurs collègues masculins. Explication: les socialistes Christiane Brunner et Yvette Jaggi, toutes deux candidates aux Etats, ont été conviées à deux débats – candidat(e)s genevois(es) et vaudois(e) sur Suisse 4 et grands débats de clôture de la campagne; la Jurassienne Corinne Juillerat et la Valaisanne Anne-Christine Bagnoud étaient elles aussi candidates aux Etats, invitées chacune à un débat. S'y est ajoutée la Vaudoise Francine Jeanprêtre, désignée par son parti pour défendre les couleurs du PS dans «Face aux partis». Ce qui fait 7 candidates d'un seul coup. C'est le seul média électronique qui a donné la parole à des femmes émanant du Parti libéral (Chantal Balet) et du Parti du travail (Christiane Jaquet-Berger).

4.3.2. Nombre d'interventions par partis et par candidat(e)s

La banque de données a enregistré sous la rubrique Télévision suisse romande, lors de 30 émissions, 719 interventions sur le petit écran, dont 210 ont eu des femmes pour auteures (29,2%) et 509, des hommes (70,8%).

Observation no 1: Même sous-représentation des femmes par rapport aux moyennes romande (36,6%) et suisse (34,9%).

Observation no 2: A nouveau, les femmes socialistes majorisent leurs coreligionnaires masculins quant au nombre de leurs interventions: 73 (56,2%) contre 57 (43,8%). Ce qui s'explique par le plus grand nombre de candidates socialistes au Conseil des Etats (4 femmes par rapport à 2 hommes), ainsi que par la participation de Christiane Brunner et d'Yvette Jaggi à deux émissions télévisées. La même remarque s'applique par analogie aux femmes radicales (52 interventions (46%) contre 61 interventions masculines (54%), la radicale Françoise Saudan ayant été elle aussi conviée à deux émissions.

4.3.3. Thèmes traités par les candidat(e)s

Les thèmes (voir tableau no 8) qui ont suscité le plus grand nombre de prises de position à la TSR ont été le marché du travail et son corollaire le chômage (52), l'économie (45), l'Europe (38), les questions relatives aux transports et à l'énergie (38), ainsi que les finances publiques (35). A l'exception des infrastructures, tous des thèmes que les hommes se sont réservés en majorité, avec des majorités qui s'échelonnent de 71,1% (économie) à 76,9% (marché du travail). Inversement, sur des thèmes particulièrement populaires, les femmes sont intervenues au delà de leur proportion comme candidates sur celui des infrastructures – transports, énergie, environnement (39,5%) et sur celui des assurances sociales (44,4%).

La condition des femmes n'a été abordée qu'une fois... par un homme. Tandis que la question de l'égalité et des quotas a suscité 7 réactions d'hommes et 3 de femmes (voir chap. 6.)

5. Quelques notations

5.1. Les candidates dans la presse

Quelle place la campagne a-t-elle réservée à la situation des femmes candidates? De même qu'aux questions relatives à l'égalité? Etonnamment peu de place en réalité. Le thème de l'égalité n'a été qu'effleuré, par le biais des quotas de femmes sur les listes, dans une poignée d'articles dans la presse, à peine par quelques allusions à la radio et à la télévision.

Dans ce chapitre, on prendra en compte l'ensemble des articles analysés (157 publiés dans les 4 quotidiens) et on reviendra sur certaines émissions des médias électroniques, pas forcément comptabilisées dans la banque de données, marquées par une participation plus active des femmes.

5.1.1. Des articles sur les femmes

On n'a recensé en tout et pour tout que neuf articles consacrés spécifiquement aux femmes dans les quatre quotidiens sous analyse.

Classement des articles dans l'ordre chronologique de leur parution

1. «Les femmes valaisannes remportent une première bataille» (Le Nouveau Quotidien du 11.9., Jean-Michel Bonvin),
2. «Les femmes et l'avenir des socialistes genevois» (Journal de Genève du 12.9., Françoise Buffat),
3. «Le dur combat politique des femmes» (La Liberté du 18.9., ATS (Agence télégraphique suisse),
4. «Une commission des femmes à l'UDC fribourgeoise» (La Liberté du 26.9., Louis Ruffieux),
5. «Les femmes partent plus que jamais à l'assaut du Parlement. Les hommes observent» (JDG du 28.9., Patricia Briel),
6. «Parfums (électoraux) de femme» (JDG du 3.10., Françoise Buffat),
7. «Votez les femmes plutôt deux fois qu'une, il en restera peut-être une» (Lib du 14.10., Louis Ruffieux),
8. «En politique, les hommes sont plus féministes que les femmes» (NQ du 16.10., Eric Hoesli),
9. «Le Valais au féminin» (NQ du 16.10., Jean-Michel Bonvin).

Descriptif du contenu des articles

Sur ces neuf articles, huit placent les femmes sous un jour favorable; un seul, signé par une femme, est ironiquement anti-féministe.

Quant au contenu, deux articles traitent des difficultés que rencontrent les femmes qui convoitent un mandat. Cinq mettent en évidence des initiatives de promotion des candidatures féminines. Un article fait le point sur les quotas.

Passons sur «Parfums (électoraux) de femme», un commentaire corrosif sur la «puissance du lobby féminin genevois», accompagné de la pique d'une adversaire déclarée des quotas: «un bon député homme vaut mieux qu'une députée médiocre» (no 6).

L'attention se porte spécialement sur les deux articles de fond consacrés à la difficile conquête du mandat de députée.

«Le dur combat politique des femmes» (no 3) est une synthèse, rédigée par une journaliste de l'ATS, de la progression lente mais régulière des femmes dans la conquête d'une place sous la coupole du Palais fédéral depuis 1971. On y parle des espoirs des partis politiques d'augmenter la représentation féminine dans les deux Chambres, on signale le retard des Romandes, étonnant dans la mesure où plusieurs cantons romands comptent une forte représentation de femmes dans leur Législatif, mais on ne l'explique pas.

Ce même article constate la politisation des députées, liée à un changement de génération. Il se complète par une analyse du rôle des partis dans la promotion des candidatures féminines, ce

qui se traduit par cette impressionnante progression du nombre de candidates (34,9% sur le plan suisse; 36,6% sur le plan romand). Le rôle des groupes de femmes et des bureaux de l'égalité est mentionné. La conclusion de l'article mérite d'être citée. «Les femmes ont compris qu'elles doivent surtout compter sur elles-mêmes pour accéder aux arcanes du pouvoir législatif et exécutif.» Le coup de pouce des partis et surtout la mobilisation des citoyennes sont par ailleurs des facteurs déterminants pour accroître la présence féminine au Parlement fédéral.

«Les femmes partent plus que jamais à l'assaut du Parlement. Les hommes observent» (no 5). Une page entière qui met en évidence la mobilisation sans précédent des femmes en vue d'accroître la représentation des femmes, notamment par le biais de la solidarité féminine par-dessus les partis politiques, à coup d'initiatives originales dans les cantons du Valais et de Vaud (Solidarité Femmes, Comité d'Olympe, Club Neuf) sans se faire trop d'illusion pourtant sur le résultat immédiat, mais avec un engagement d'agir sur le moyen terme... pour arriver à la parité des sexes d'ici 2020. Une candidate socialiste livre un témoignage personnel sur son combat solitaire: «il faut que les partis s'attaquent sérieusement à la formation politique des femmes». Mention est faite du petit guide de la Commission fédérale pour les questions féminines et du Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes «Elisez plutôt deux fois qu'une toutes les femmes compétentes aux Chambres fédérales» et du manuel «C'est décidé, je me lance» publié par le Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes.

L'article «Les femmes valaisannes remportent une première bataille» (no 1) retrace la belle histoire des Valaisannes réunies à l'enseigne de Solidarité Femmes et raconte les péripéties qu'a connues le bureau valaisan de l'égalité dans ce contexte. Le même journaliste revient peu avant les élections sur Solidarité Femmes, (no 9) avec un témoignage affirmant que «les femmes ont des consœurs politiques là où les hommes ont des adversaires».

«Les femmes et l'avenir des socialistes genevois» (no 2) se fait l'écho d'une conférence de presse du Parti socialiste genevois visant à la promotion de sa liste femmes et de sa candidate Christiane Brunner. «Les candidates socialistes ne sont pas de purs esprits: à elles cinq, elles ont fait douze enfants».

Myrtha Welti, secrétaire générale de l'UDC porte sur les fonts baptismaux une commission des femmes de l'UDC fribourgeoise, (no 4) l'occasion pour elle de rappeler que les femmes, «communicatives, libres par rapport aux intérêts particuliers, savent chercher des solutions concrètes aux problèmes qui se posent». Un bémol lui est opposé par la candidate fribourgeoise Roselyne Crausaz, ancienne conseillère d'Etat non réélue, qui affirme que les femmes doutent trop souvent d'elles-mêmes et de leurs compétences. Cet article ne débouche néanmoins sur aucune conclusion.

«Votez les femmes plutôt deux fois qu'une, il en restera peut-être une» (no 7) est le compte-rendu d'un petit-déjeuner électoral avec des candidates, dont aucune n'a été citée nommément, avec un éclairage cocasse sur le conseiller d'Etat Urs Schwaller qui adresse la facture à la Commission de l'égalité.

Cet inventaire des articles qui ont traité la problématique femmes se termine sur un bémol (no 8): «En politique, les hommes sont plus féministes que les femmes» est le résultat d'un sondage réalisé auprès de 528 personnes de Suisse alémanique et romande, qui affirme notamment que 16,5% des hommes mais 9,7% des femmes voteraient pour des femmes. Et qui révèle dans la foulée que les quotas n'ont vraiment pas la cote.

5.1.2. Les journaux s'amuse

Deux quotidiens ont joué au jeu des palmarès. Le *Matin* avec un classement des député(e)s sortant(e)s du National: «Au fait, que valent-ils?» (13.10., Annie Dousse). Des correspondants parlementaires, romands et alémaniques, de sensibilité politique différente, ont noté leurs performances de 1 à 6 selon six critères: assiduité, influence, charisme, créativité, crédibilité, flair. Il en ressort que Christiane Brunner est seule, avec deux collègues masculins, à obtenir la note 5, suivie par Francine Jeanprêtre et Suzette Sandoz (4,5), Fabienne Bugnon fermant la marche (3). Jugées trop novices, Christiane Langenberger et Marie-Madeleine Prongué ne figurent pas au classement. Créativité, charisme et influence sont les meilleures notes de la Genevoise première de classe. Suzette Sandoz est fort bien notée pour sa crédibilité et son assiduité, Francine Jeanprêtre frappe par sa régularité avec des 4,5 pour tous les critères et un 5 pour l'assiduité, qui est aussi la meilleure note de Fabienne Bugnon sur un bulletin autrement particulièrement médiocre. (Quand on vous dira que le seul à obtenir un 6 est le radical neuchâtelais Claude Frey pour son flair!)

Le NQ joue au même jeu à deux reprises. La première fois (10.10.), son Grand jury électoral de 150 personnes spécialement intéressées par la politique (1/3 de lectrices) classe parmi les 55 député(e)s romand(e)s Christiane Brunner en 2e position (derrière Gilles Petitpierre), Francine Jeanprêtre au 4e rang, Fabienne Bugnon 31e, Christiane Langenberger 33e et Suzette Sandoz 42e. (Laisée de côté, la malchanceuse Marie-Madeleine Prongué avait été classée par l'administration fédérale chez les Alémaniques). Non seulement le jury a dû voter, mais aussi assortir son verdict de commentaires. Christiane Brunner «travaille, connaît ses dossiers, parle vrai». Francine Jeanprêtre «sauve l'honneur perdu des Vaudois». Fabienne Bugnon assume «difficilement la succession de l'écologiste Laurent Rebeaud». Christiane Langenberger, «très bien placée, a réussi à se faire une image avant de parler». Suzette Sandoz passe pour être «compétente mais glaçante». Qu'ils soient hommes ou femmes, les commentaires se font féroces à l'égard des mal classé(e)s.

Le NQ réédite le même jeu, avec le même jury (13.10.) qui est invité à désigner son député idéal. David de Pury rafle le meilleur score juste avant Yvette Jaggi. 9 autres femmes sur 41 personnalités sont jugées dignes d'accéder à cet aéroport imaginaire, dont les candidates Chantal Balet (lib./VS), Véronique Pürro (soc./GE) et Marie-Pierre Walliser (rad./BE). Politiciens, patrons, artistes et journalistes y sont majoritaires, ce qui amène le commentateur à conclure qu'il «devient toujours plus nécessaire d'apparaître à la télévision et dans les journaux».

5.1.3. Portraits de candidat(e)s

Les quatre quotidiens sous analyse ont réalisé plusieurs interviews ou portraits de candidates. Les 4 candidats genevois aux Etats ont été mis sur le gril sur un rigoureux pied d'égalité (JDG du 20.9., Françoise Buffat). Un questionnaire pointu aux 7 candidats vaudois à la Chambre des cantons a réellement permis aux Vaudois(e)s de faire leur choix en connaissance de cause (JDG du 5.10., François Modoux). Le portrait tout en finesse des 5 candidat(e)s fribourgeois(es) à cette même chambre, complété par un bref questionnaire sur les souhaits et les goûts des 2 candidates et des 3 candidats a rempli le même objectif (Lib des 9., 10. et 11.10., Louis Ruffieux). Regard du côté des Grisons avec une interview de la candidate sortante Brigitta Gadiant qui a goûté à la politique au biberon. L'occasion de présenter une femme

ouverte, sociale, tolérante, adepte du travail en équipe (Lib du 13.10., Bernard-Olivier Schneider).

C'est aussi la Liberté qui réalise l'exploit de publier les réponses des 78 candidat(e)s fribourgeois(e)s au National à un questionnaire en dix points avec des réponses par oui ou par non (3. au 6.10.).

Le NQ est revenu après les élections fédérales sur les actions originales des femmes socialistes genevoises, à l'exemple des soirées «Tupperware» où les femmes de la liste se prêtaient au jeu des questions-réponses à l'intention d'un public de femmes réunies entre amies, l'espace d'un été. Ou de la lettre personnelle de Christiane Brunner adressée à toutes les électrices du canton de Genève.

5.2. Candidates dans les médias électroniques

Remarque liminaire: les élections fédérales sont en réalité des élections cantonales. Par conséquent, les problèmes cantonaux figurent au premier plan et c'est fréquemment sur l'engagement des candidat(e)s dans la défense des intérêts du canton que se joue leur élection.

Les médias électroniques ont porté l'essentiel de leur attention aux candidat(e)s, contrairement à la presse, plus particulièrement aux quatre quotidiens analysés, lesquels ont misé sur la diversité des approches – analyse globale des thèmes qui ont dominé la campagne sans forcément se référer aux candidat(e)s, situation dans les cantons, performances des députations cantonales à Berne, programmes de parti, problèmes plus spécifiquement liés aux femmes.

Axées donc principalement sur les personnalités politiques et liées par leur mandat au service de la démocratie, la Radio et la Télévision ont privilégié les interviews et les débats, dans trois types principaux d'émissions: le point de vue des partis politiques, les candidat(e)s au Conseil des Etats, la discussion autour des thèmes choisis par les rédactions.

La RSR et la TSR ont opté pour l'interview dans les émissions où les partis politiques désignent eux-mêmes les candidat(e)s qui défendront leur programme. Idem pour les petites formations.

Toutes ces émissions qui ont traité des thèmes de la campagne électorales ont été introduites dans la banque de données – soit 60 émissions de la RSR et 30 émissions de la TSR. (voir chap. 4.2.3. et 4.3.3.)

Les «vedettes». Les candidates aux Etats ont, logiquement, occupé davantage l'antenne que les candidates au National, et plusieurs d'entre elles ont été invitées à prendre une part active aux débats à taux d'écoute importants. Christiane Brunner a passé à l'antenne à 4 reprises (RSR + TSR pour le canton de Genève, Forum RSR et Grand débat TSR), Françoise Saudan (RSR + TSR pour le canton de Genève, Grand débat TSR), Yvette Jaggi (RSR + TSR pour le canton de Vaud, Grand débat TSR) et Madeleine Duc (RSR + TSR pour le canton de Fribourg, Forum RSR), toutes les trois à 3 reprises.

Ces quatre femmes inscrivent à leur actif une longue carrière politique, une expérience professionnelle riche en défis relevés avec succès, des échecs aussi qu'elles ont su surmonter. Elles sont sûres d'elles, débattent avec talent, s'énervent aussi quand on leur coupe la parole.

Elles savent imposer leur point de vue et se faire écouter. Ayant conquis de haute lutte leur place sur le théâtre politique, elles ne s'en laisseront pas déloger de sitôt. Yvette Jaggi est encore syndique de Lausanne et se prépare à jouer un rôle dans la défense des intérêts des villes. Christiane Brunner a réussi son «come back». Françoise Saudan et Madeleine Duc n'ont pas trébuché malgré tous les obstacles semés sur leur route par des collègues machos.

Ces femmes qui sont à gauche sur l'éventail politique. Francine Jeanprêtre, socialiste vaudoise, n'a passé qu'une fois à l'antenne (TSR, Face aux partis). Elle n'a fait qu'une bouchée de son coreligionnaire François Borel. Femme d'expérience à l'Exécutif de Morges où elle a dû se battre, assumant de hautes fonctions à la direction du PSS (vice-présidente), elle s'est forgé sa place au soleil du National malgré quelques cuisants échecs (son éviction de la course aux Etats au profit d'Yvette Jaggi, son éviction de la présidence du groupe socialiste aux Chambres).

Fabienne Bugnon, écologiste genevoise, a dominé nettement son coreligionnaire Roland Ostermann (plutôt effacé) à la TSR (Face aux partis). A Forum (RSR), elle est intervenue posément, seule femme dans l'arène contre cinq hommes, dont certains fort bavards, mais dans un débat cousu d'or pour une pro-européenne. (Particulièrement mal notée par les correspondants parlementaires quant à son séjour sous la Coupole, jugée trop novice – il est difficile de succéder à un des pères fondateurs du PES, le Genevois Laurent Rebeaud – elle a été victime de la poussée socialiste genevoise).

Christiane Jaquet Berger (parti du travail, Vaud) et Geneviève De Rham (SolidaritéS, Vaud) ont montré à la TSR (face aux partis) qu'elles faisaient équipe collégialement avec leurs colistiers mâles. La socialiste neuchâteloise Jeanne Philippin aux côtés du Vaudois Victor Ruffy, ancien président du Conseil national, et l'écologiste neuchâteloise Firouzeh Miserez aux côtés du Vaudois Roland Ostermann, timide et plutôt terne, s'en sont plutôt bien tirées à la RSR (sur la sellette). Michela Boloventa de SolidaritéS a dû, elle, jouer des coudes vis-à-vis de son colistier très disert Jean-Michel Dolivo (sur la sellette, RSR). Les unes et les autres sont toutefois manifestement respectées par leurs coreligionnaires, celles qui ont passé à la télévision bénéficiant au demeurant d'un «plus».

Les candidates sur la droite de l'éventail. Christiane Langenberger, radicale vaudoise, a passé deux fois à l'antenne. A la TSR (face aux partis), elle fait à la fois équipe avec Pascal Couchepin, souverain et courtois, tout en faisant preuve de déférence à son égard. A la RSR (Forum), elle change de tactique. Seule femme elle aussi face à quelques grands pontes de la politique fédérale, elle choisit d'attaquer, en prenant la parole très souvent et en s'arrangeant pour la garder.

Coéquipières de poids lourds du parti démocrate-chrétien, Catherine Donnet (Valais) à la RSR et Thérèse Meyer Kaelin (Fribourg) à la TSR, tout comme Alice Pichard (Fribourg, parti chrétien-social) aux côtés du ténor Hugo Fasel à la TSR, se montrent elles aussi très déférentes. Lise Berthet, députée radicale neuchâteloise, se montre plus concrète que son co-équipier jurassien Alain Schweingruber (RSR, sur la sellette).

La prestation péniblement xénophobe du tandem démocrate suisse Lonny Flückiger- Françoise Ray (RSR, sur la sellette) témoigne que la politique n'attire pas que des femmes d'élite.

Les grandes absentes. Ni l'Union démocratique du centre, ni le parti libéral n'ont voulu faire confiance à des femmes pour faire valoir leur points de vue à la RSR et à la TSR. Le libéral vaudois Jean-François Leuba (RSR, sur la sellette) déclare que sous l'influence du féminisme, la question de l'égalité est abusivement promue au rang d'un problème politique majeur. Et d'ajouter dans la foulée que les libéraux vaudois ont été des pionniers de la promotion féminine, «en donnant au canton les premières présidentes du Conseil communal de Lausanne, du Grand Conseil et du Tribunal cantonal». «Que voulez-vous, reconnaît à la RSR, le candidat libéral vaudois au Conseil des Etats Eric Rochat, les libéraux vaudois ont cherché une femme pour faire équipe avec Jacques Martin (conseiller aux Etats radical). En vain, ils ont dû se rabattre sur moi.»

Pour mémoire, les petites formations sont très masculines. De femmes, il n'y a eu réellement que dans Renaissance Europe et Ex-Yougoslavie, contre l'insoutenable en Bosnie.

La fugace exception. Chantal Balet, candidate libérale valaisanne, a été la seule femme libérale à faire une brève apparition à la TSR, dans le cadre du Téléjournal décentralisé à Yverdon. Quelques secondes pour s'exprimer. Nettement trop peu pour se faire connaître auprès des téléspectateurs romands.

Les autres candidates aux Etats. Mis à part les trois «vedettes», des femmes aspirant à entrer à la Chambre des cantons, il y en eut aussi en Valais, dans le Jura, à Berne et à Fribourg. Ces candidates ont été interviewées individuellement par la RSR. En revanche elles ont passé à la TSR sur Suisse 4 comme participantes à un débat aux côtés de leurs co-listiers ou concurrents masculins. La Valaisanne Cilette Cretton, malgré sa prestance de présidente du parti radical valaisan et son engagement féministe prouvé, de même que la socialiste Anne-Christine Bagnoud qui défend avec brio un socialisme très à gauche, ne font pourtant pas le poids face aux locomotives Edouard Delalay, notable et disert, et Peter Bodenmann, rompu à toutes les ficelles de la politique, qui ont dominé le débat à la TSR, diffusé sur Suisse 4.

Au cours du débat télévisé, les Jurassiennes Marie-Madeleine Prongué (PDC) et Corinne Juillérat (PS), confrontées pourtant à quelques concurrents plutôt falots, ont éprouvé quelque peine à s'imposer face à d'autres concurrents aux dents longues (Pierre-Alain Gentil et Pierre Paupe).

Pas de problème sur Suisse 4 pour la Bernoise Christine Beerli, solidement installée au Conseil des Etats, qui surmonte avec élégance le handicap de débattre dans une langue qui n'est pas sa langue maternelle.

Toujours sur Suisse 4, la radicale fribourgeoise Monique Pichonnaz Oggier, vraisemblablement atteinte par les attaques contre sa personne, hors médias, opte pour donner des coups d'épingles systématiques à tout ce qui bouge à gauche. Voilà une femme qui ne semble pas avoir bénéficié d'un réel soutien de son parti. C'est aussi la seule candidate aux Etats qui ne soit pas au bénéfice d'une expérience politique.

6. La réponse aux quatre questions – quelques conclusions

6.1. A quelle fréquence parle-t-on des candidates? Aussi souvent que de leurs collègues masculins?

Dans la course au Conseil national, 181 candidates romandes ont pris place sur la ligne de départ, aux côtés de 313 candidats en provenance des six cantons romands (FR/VD/VS/NE/GE/JU), soit 36,6% de femmes face à 63,4% d'hommes pour la Suisse romande. A titre de comparaison, sur le plan national, 34,9% de femmes sont entrées dans la course avec 65,1% d'hommes.

36,6% de candidatures féminines romandes au National, un record par rapport aux précédentes élections qui ont ponctué la vie des électrices et électeurs depuis 1971, l'année où les femmes ont obtenu le droit de vote et d'éligibilité sur le plan fédéral. Un succès imputable à l'engagement des femmes à l'intérieur des partis politiques, au sein des associations féminines, de même qu'à des mouvements de solidarité entre femmes au-dessus des partis dans les cantons de Vaud et du Valais notamment. Pour le Conseil des Etats, 9 femmes ont posé leur candidature par rapport à 23 hommes dans les six cantons romands (28,1% de femmes; 71,9% d'hommes).

Force est de constater que les résultats, dans les jours qui ont suivi le 22 octobre, n'ont pas été en Suisse romande à la hauteur de la mobilisation des femmes. Le nombre de Romandes élues – 7 au National sur un potentiel de 48 sièges (14,6% de femmes; 85,4% d'hommes) – 2 aux Etats sur un potentiel de 12 sièges (16,7% de femmes; 83,3% d'hommes) – peut être interprété comme un résultat plutôt décevant.

Les médias, comme en attestent les tableaux commentés sous chiffre 4, relatifs au nombre de candidat(e)s cité(e)s dans la presse et les médias électroniques, ont été à chaque fois nettement en dessous du seuil romand (36,6% de candidates au National). Seule la presse a frôlé le seuil national de 34,9% de candidates (33,7%, voir tableau no 1).

En ce qui concerne la totalité des articles (157) analysés dans les quatre quotidiens – Journal de Genève, Nouveau Quotidien, Liberté et Matin – et qui abordent les élections fédérales à l'échelle de la Suisse, il est évident que les femmes ont été citées légèrement en dessous de leur proportion comme candidates. Ce qui tient aux fonctions que les hommes occupent dans la hiérarchie politique, en leur qualité de présidents ou secrétaires généraux de parti, à leur qualité de parlementaires influents ou fortement médiatisés, à l'exemple de Christoph Blocher. S'y ajoutent les calculs politiques masculins autour de la démission d'Otto Stich, et le soutien mou du PS à la candidature de Gret Haller. Tous ces facteurs aboutissent, dans la couverture régulière de la campagne électorale et de l'actualité nationale – tous médias confondus – au fait que les hommes investissent l'actualité plus souvent que les femmes, objectivement et subjectivement.

Réponse à la question no 1: les médias ont moins souvent parlé des femmes candidates que de leurs concurrents masculins.

6.2. Les médias font-ils une distinction quant aux thèmes abordés lors de la campagne entre les femmes et les hommes?

Les traditions ont la vie dure. Dès lors qu'on aborde des thèmes tels que les institutions politiques, la politique étrangère, les finances publiques, l'économie, les infrastructures, le monde du travail ils passent pour être des thèmes qui interpellent spécifiquement l'univers masculin. Tandis que la politique sociale, les assurances sociales, la problématique relative aux étrangers, à la drogue, bref tout ce qui sollicite la fibre sociale, passent pour être des thèmes féminins.

Sur la base des tableaux relatifs aux thèmes abordés lors de la campagne, on peut formuler les observations suivantes.

Presse (voir tableau no 2 et chap. 4.1.2.)

Les hommes se sont sentis concernés par la politique des étrangers, notamment en raison de la proposition du PDC d'introduire un quota d'étrangers «comme clause de sauvegarde si la Suisse signait un accord bilatéral avec l'Union européenne sur la libre circulation des travailleurs», une proposition qui a fait couler passablement d'encre.

Mis sur le gril par les journalistes, les hommes ont dû préciser leur position – libérale ou conservatrice – sur la politique dans le domaine de la drogue, sur leur attachement ou leur rejet de la formule magique et sur leur position face à l'intégration européenne. Bref sur une palette de sujets pas exclusivement de nature masculine.

Les femmes, de leur côté, ont été questionnées, plus souvent que ne le laisse attendre leur plus faible représentation numérique, sur les assurances sociales, sur la politique économique, les finances publiques, les infrastructures – transports, énergie, environnement. Et comme on peut s'y attendre, elles ont davantage été sollicitées que les hommes sur l'égalité et les quotas.

Radio (voir tableau no 5 et chap. 4.2.3.)

L'égalité, la cohésion nationale (clivage linguistique), la politique en matière de drogue, la politique familiale, les assurances sociales intéressent plus de femmes que d'hommes.

Plus classiquement, même si les hommes sont plus nombreux que les femmes à participer aux émissions de la RSR, il y a eu un certain nombre de femmes qui ont donné leur avis sur les infrastructures, l'Europe, la politique envers les étrangers.

Plus traditionnellement, les hommes ont focalisé (et dû focaliser) leur attention sur la formule magique, les finances publiques, le marché du travail, l'économie et l'armée (aussi sur l'initiative socialiste pour diminuer de moitié les dépenses militaires).

Télévision (voir tableau no 8 et chap. 4.2.4.)

Les hommes ont été consultés plus souvent que les femmes sur les thèmes du marché du travail (lutte contre le chômage par la relance ou le partage du travail et la réduction des horaires), l'économie (programme de revitalisation), l'Europe, les finances publiques.

Inversément, toujours d'après leur proportion comme candidates, les femmes ont pu donner leur avis sur les infrastructures et, plus marginalement, sur les autres thèmes de nature économique les plus brûlants. C'est dans le domaine des assurances sociales que les femmes ont été nettement plus nombreuses à pouvoir s'exprimer. Ils ont été relativement nombreux les

hommes, surtout les candidats aux Etats, qui se sont exprimés sur les quotas et l'égalité, sur sollicitation des journalistes.

Réponse à la question n° 2: dans les médias électroniques, la répartition traditionnelle entre hommes et femmes sur les thèmes au centre de la campagne électorale en fonction du sexe a bel et bien encore cours. Conclusion plus nuancée en ce qui concerne la presse où femmes et hommes ont eu latitude de s'exprimer sur tous les thèmes, tant «masculins» que «féminins».

6.3. La campagne des femmes a-t-elle été un thème spécifique?

Presse

Sur les 157 articles recensés dans les quatre quotidiens sous analyse, 9 ont abordé la campagne des femmes (voir chap. 5.1.1.).

2 d'entre eux ont fait état de la mobilisation sans précédent des femmes, concrétisée en Suisse romande par une proportion record de candidatures féminines de 36,6%. Ces 2 articles ont mis par ailleurs en évidence les difficultés spécifiques rencontrées par les femmes dans le développement d'une carrière politique. Ils ont lancé un appel aux partis pour qu'ils s'attaquent sérieusement à la formation de leurs futures candidates.

1 article s'est fait l'écho d'un sondage, commandité par le NQ, qui aboutit à la conclusion que les quotas de femmes sur les listes de candidatures n'ont pas la cote, encore moins chez les femmes que chez les hommes. L'échantillonnage est de 528 personnes, en Suisse romande et alémanique exclusivement.

5 articles ont dressé l'inventaire des mesures d'action positive en faveur des candidates.

Enfin, 1 article, sous forme de commentaire signé par une femme, surprend par son ton narquois à l'encontre des groupes de pression féminins, lesquels s'imposent tout autant que leurs contre-parties masculines pour motiver citoyennes et citoyens.

Médias électroniques

Ni la RSR, ni la TSR n'ont consacré d'émission spécifique aux candidates. La Radio romande a fait plusieurs allusions dans des émissions sur les cantons, qui n'ont pas été prises en considération dans notre analyse puisqu'elles ne répondaient pas aux conditions d'introduction dans la banque de données (nombre de citations de candidat(e)s et thèmes). Points communs de ces émissions: la difficulté de mobiliser, au-delà d'une frange de femmes particulièrement motivées, les citoyennes de ces cantons (Tessin y compris) à voter femmes. De même que les obstacles semés sur la route de celles qui s'efforcent de concilier carrière professionnelle, mandat(s) politique(s) et vie privée épanouie.

A la Télévision suisse romande, Gaston Nicolé a exprimé son étonnement auprès des candidat(e)s aux Etats des cantons de Vaud et de Neuchâtel sur la quasi-inexistence de candidatures féminines (1 femme sur 7 pour Vaud, zéro femme sur 5 pour Neuchâtel), l'occasion de recueillir une belle brochette de déclarations contradictoires sur les quotas de femmes et l'initiative du 3 mars. De même, toutes les candidates aux Etats ont été interpellées à propos des quotas; elles ont répondu en fonction des prises de position de leurs partis respectifs.

Tant Claude Smadja, chef du département de l'Information à la TSR, que Daniel Favre, chef de l'information nationale à la RSR, sont sincèrement convaincus d'avoir accordé suffisamment d'espace aux femmes et à leurs problèmes spécifiques de candidates.

Signalons aussi l'absence totale, tous médias confondus, d'une réflexion globale sur la problématique de l'égalité entre femmes et hommes.

Réponse à la question no 3: des efforts ont été déployés surtout dans la presse, les journalistes hommes étant tout aussi intéressés et concernés par cette problématique que les journalistes femmes et tout aussi équitables qu'elles dans le traitement journalistique des candidates. Les médias électroniques pourraient faire mieux.

6.4. Interroge-t-on les femmes et les hommes sur des thèmes spécifiquement <féminins>? Subsidiairement, interroge-t-on davantage, ou même exclusivement, les femmes sur ce type de thèmes?

En référence à la banque de données, et plus particulièrement aux trois tableaux nos 2, 5 et 8, relatifs aux thèmes abordés par les candidat(e)s, la réponse à la question principale est positive. Les journalistes, femmes et hommes, n'ont opéré aucune distinction entre candidat(e)s quant aux questions posées.

La réponse à la question subsidiaire est un oui plus nuancé en ce qui concerne les candidates qui ont été interpellées davantage (mais pas exclusivement) sur les questions liées aux thèmes <féminins> associés à la fibre sociale et à l'égalité, ramenée pratiquement exclusivement à la question des quotas.

Réponse: oui à la question principale; oui plus nuancé à la question subsidiaire.

Tableau no 1 Presse romande:
Nombre de citations par parti et par candidat(e)
(Nombre d'articles prises en compte: 50)

	H	%	F	%	Total	%
PRD	27	64.3	15	35.7	42	20.2
PDC	23	65.7	12	34.3	35	16.8
PS	25	59.5	17	40.5	42	20.2
UDC	10	62.5	6	37.5	16	7.7
PLS	21	80.8	5	19.2	26	12.5
PES	3	37.5	5	62.5	8	3.8
PdT	6	100.0	0	0.0	6	2.9
Solidarités	3	100.0	0	0.0	3	1.4
Autres	20	66.7	10	33.3	30	14.4
Totaux	138	66.3	70	33.7	208	100

PRD PARTI RADICAL DÉMOCRATIQUE
PDC PARTI DÉMOCRATE CHRÉTIEN
PS PARTI SOCIALISTE
UDC UNION DÉMOCRATIQUE DU CENTRE
PLS PARTI LIBÉRAL SUISSE
PES PARTI ÉCOLOGISTE SUISSE (VERTS)
PdT PARTI SUISSE DU TRAVAIL
Solidarités SOLIDARITÉS
Autres Alliance des Indépendants
 Démocrates Suisses
 Parti Chrétien Social
 Diverses petites formations

Tableau no 2 *Presse romande:*
Thèmes traités par les candidat(e)s
(Nombre d'articles prises en compte: 50)

Thèmes	H	%	F	%	Total	%
État fédéral, Institutions, Droits populaires	14	73.7	5	26.3	19	11.0
Cohésion nationale	7	87.5	1	12.5	8	4.7
Europe, Relations extérieures	21	72.4	8	27.6	29	16.9
Armée	3	75.0	1	25.0	4	2.3
Économie	4	57.1	3	42.9	7	4.1
Agriculture	8	72.7	3	27.3	11	6.4
Finances publiques	10	58.8	7	41.2	17	9.9
Infrastructures, Énergie, Transports, Environnement	11	64.7	6	35.3	17	9.9
Politique sociale	1	100.0	0	0.0	1	0.6
Marché du travail, Chômage	7	63.6	4	36.4	11	6.4
Assurances sociales, Maternité, AVS	5	55.6	4	44.4	9	5.2
Politique de la santé, Avortement	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Politique en matière de drogue	12	80.0	3	20.0	15	8.7
Assistance publique	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Politique des étrangers, Réfugiés	11	84.6	2	15.4	13	7.6
Politique familiale	1	50.0	1	50.0	2	1.2
Formation, Recherche	0	0.0	1	100.0	1	0.6
Culture	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Politique d'égalité (Promotion de la femme, Quotas, Travail, Structures d'accueil pour enfants, Loi sur l'égalité)	1	12.5	7	87.5	8	4.7
	116	67.4	56	32.6	172	100

Exemple, voir ligne 1: Dans les 50 articles analysés, le thème «Etat fédéral / Institutions / Droits populaires» a été traité 19 fois, dont 14 par un homme candidat et 5 par une femme candidate.

Fig. 1 se rapportant au tabelau no 2: Presse romande: Thèmes traités par les candidat(e)s

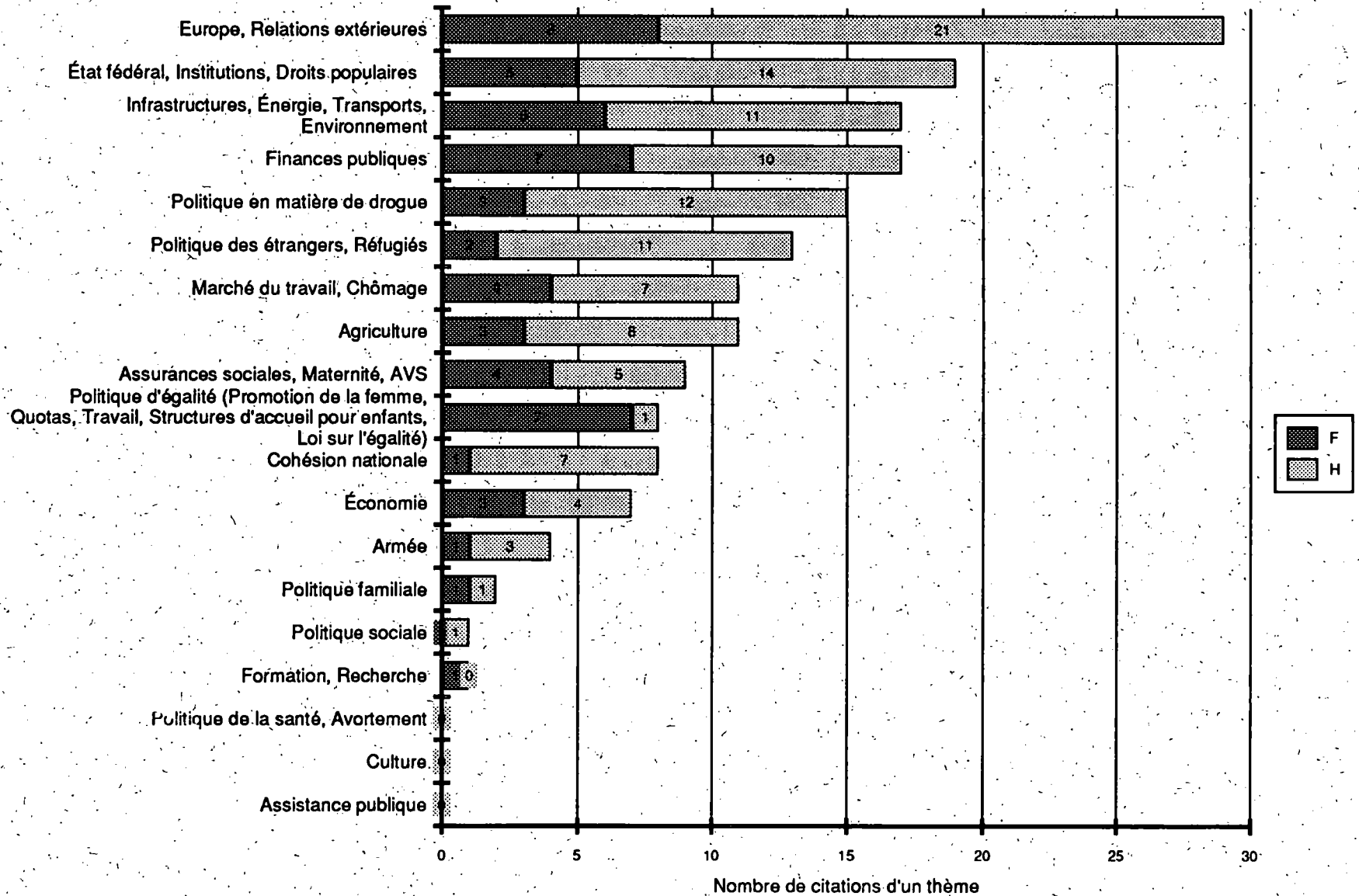


Tableau no 3 *Radio RSR La Première:*
Nombre de présences à l'antenne par parti et par candidat(e)
(Nombre d'émissions prises en compte: 60)

	H	%	F	%	Total	%
PRD	10	58.8	7	41.2	17	17.7
PDC	10	71.4	4	28.6	14	14.6
PS	12	66.7	6	33.3	18	18.8
UDC	6	100.0	0	0.0	6	6.3
PLS	7	100.0	0	0.0	7	7.3
PES	4	66.7	2	33.3	6	6.3
PdT	5	100.0	0	0.0	5	5.2
Solidarités	4	80.0	1	20.0	5	5.2
Autres	14	77.8	4	22.2	18	18.8
Totaux	72	75.0	24	25.0	96	100

PRD PARTI RADICAL DÉMOCRATIQUE
PDC PARTI DÉMOCRATE CHRÉTIEN
PS PARTI SOCIALISTE
UDC UNION DÉMOCRATIQUE DU CENTRE
PLS PARTI LIBÉRAL SUISSE
PES PARTI ÉCOLOGISTE SUISSE (VERTS)
PdT PARTI SUISSE DU TRAVAIL
Solidarités SOLIDARITÉS
Autres Alliance des Indépendants
 Démocrates Suisses
 Parti Chrétien Social
Diverses petites formations

Tableau no 4 *Radio RSR La Première:*
Nombre d'interventions à l'antenne par parti et par candidat(e)
(Nombre d'émissions prises en compte: 60)

	H	%	F	%	Total	%
PRD	76	44.7	94	55.3	170	19.0
PDC	115	86.5	18	13.5	133	14.9
PS	93	59.6	63	40.4	156	17.5
UDC	77	100.0	0	0.0	77	8.2
PLS	74	100.0	0	0.0	74	8.3
PES	37	53.6	32	46.4	69	7.7
PdT	44	100.0	0	0.0	44	4.9
Solidarités	49	83.1	10	16.9	59	6.6
Autres	76	68.5	35	31.5	111	12.4
Totaux	641	71.8	252	28.2	893	100

PRD PARTI RADICAL DÉMOCRATIQUE
PDC PARTI DÉMOCRATE CHRÉTIEN
PS PARTI SOCIALISTE
UDC UNION DÉMOCRATIQUE DU CENTRE
PLS PARTI LIBÉRAL SUISSE
PES PARTI ÉCOLOGISTE SUISSE (VERTS)
PdT PARTI SUISSE DU TRAVAIL
Solidarités SOLIDARITÉS
Autres Alliance des Indépendants
 Démocrates Suisses
 Parti Chrétien Social
Diverses petites formations

Tableau no 5 *Radio RSR La Première:*
Thèmes traités par les candidat(e)s
(Nombre d'émissions prises en compte: 60)

Thèmes	H	%	F	%	Total	%
État fédéral, Institutions, Droits populaires	16	88.9	2	11.1	18	5.1
Cohésion nationale	5	50.0	5	50.0	10	2.9
Europe, Relations extérieures	30	73.2	11	26.8	41	11.7
Armée	9	75.0	3	25.0	12	3.4
Économie	17	77.3	5	22.7	22	6.3
Agriculture	3	100.0	0	0.0	3	0.9
Finances publiques	36	85.7	6	14.3	42	12.0
Infrastructures, Énergie, Transports, Environnement	30	69.8	13	30.2	43	12.3
Politique sociale	4	80.0	1	20.0	5	1.4
Marché du travail, Chômage	30	78.9	8	21.1	38	10.9
Assurances sociales, Maternité, AVS	21	61.8	13	38.2	34	9.7
Politique de la santé, Avortement	6	75.0	2	25.0	8	2.3
Politique en matière de drogue	9	50.0	9	50.0	18	5.1
Assistance publique	1	50.0	1	50.0	2	0.6
Politique des étrangers, Réfugiés	14	73.7	5	26.3	19	5.4
Politique familiale	7	50.0	7	50.0	14	4.0
Formation, Recherche	2	100.0	0	0.0	2	0.6
Culture	2	100.0	0	0.0	2	0.6
Politique de l'égalité (Promotion de la femme, Quotas, Travail, Structures d'accueil pour enfants, Loi sur l'égalité)	7	41.2	10	58.8	17	4.9
	249	71.1	101	28.9	350	100

Fig. 2 se rapportant au tableau no 5: Radio RSR La Première: Thèmes traités par les candidat(e)s

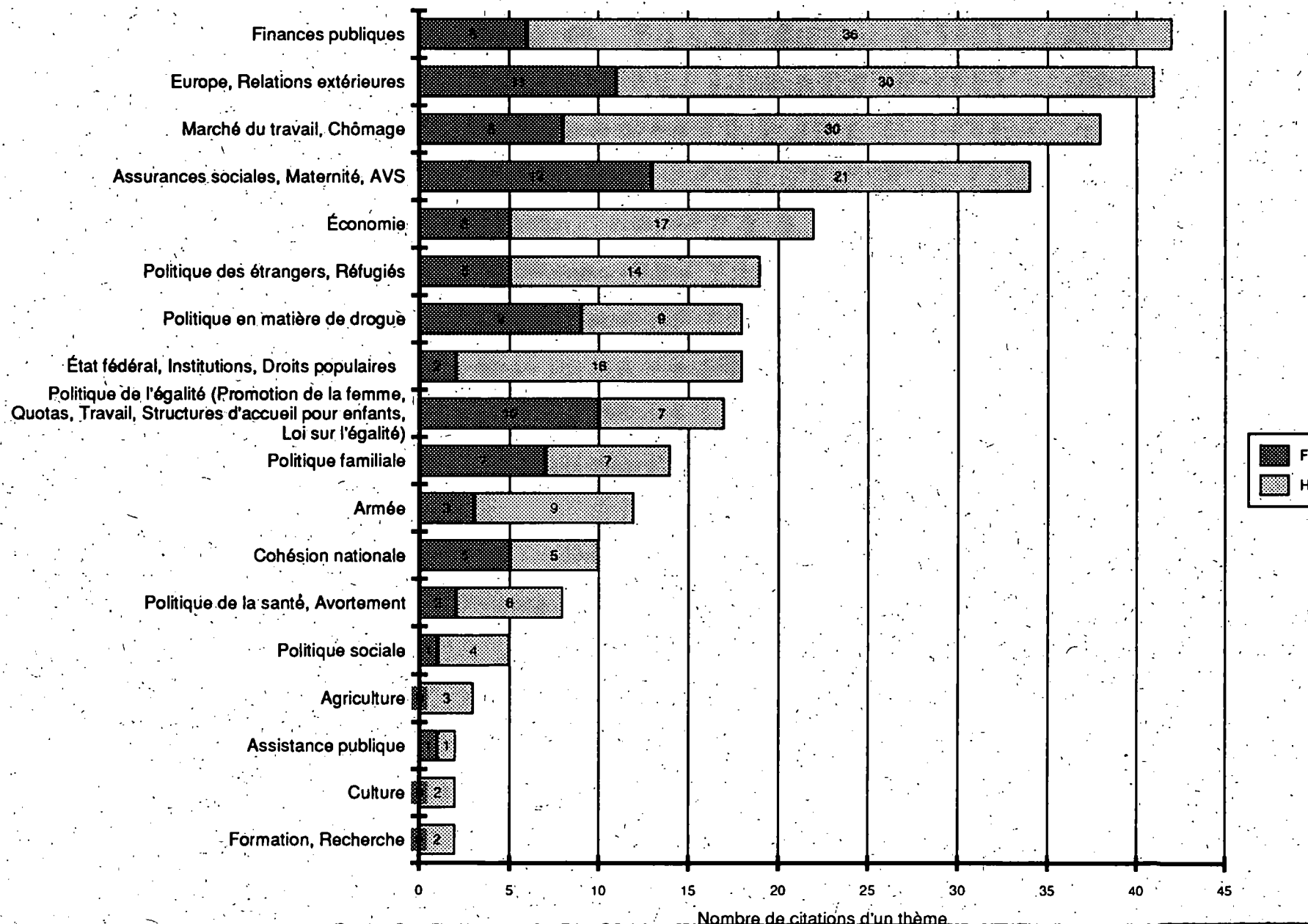


Tableau no 6 *Télévision Suisse Romande:*
Nombre de présences à l'antenne par parti et par candidat(e)
(Nombre d'émissions prises en compte: 30)

	H	%	F	%	Total	%
PRD	9	64.3	5	35.7	14	15.7
PDC	7	77.8	2	22.2	9	10.1
PS	6	46.2	7	53.8	13	14.6
UDC	6	100.0	0	0.0	6	6.7
PLS	7	87.5	1	12.5	8	9.0
PES	3	75.0	1	25.0	4	4.5
PdT	4	80.0	1	20.0	5	5.6
SolidaritéS	4	80.0	1	20.0	5	5.6
<i>Autres</i>	19	76.0	6	24.0	25	28.1
Totaux	65	73.0	24	27.0	89	100

PRD PARTI RADICAL DÉMOCRATIQUE
PDC PARTI DÉMOCRATE CHRÉTIEN
PS PARTI SOCIALISTE
UDC UNION DÉMOCRATIQUE DU CENTRE
PLS PARTI LIBÉRAL SUISSE
PES PARTI ÉCOLOGISTE SUISSE (VERTS)
PdT PARTI SUISSE DU TRAVAIL
SolidaritéS SOLIDARITÉS
Autres Alliance des Indépendants
Démocrates Suisses
Parti Chrétien Social
Diverses petites formations

Tableau no 7 *Télévision Suisse Romande:*
Nombre d'interventions à l'antenne par parti et par candidat(e)
(Nombre d'émissions prises en compte: 30)

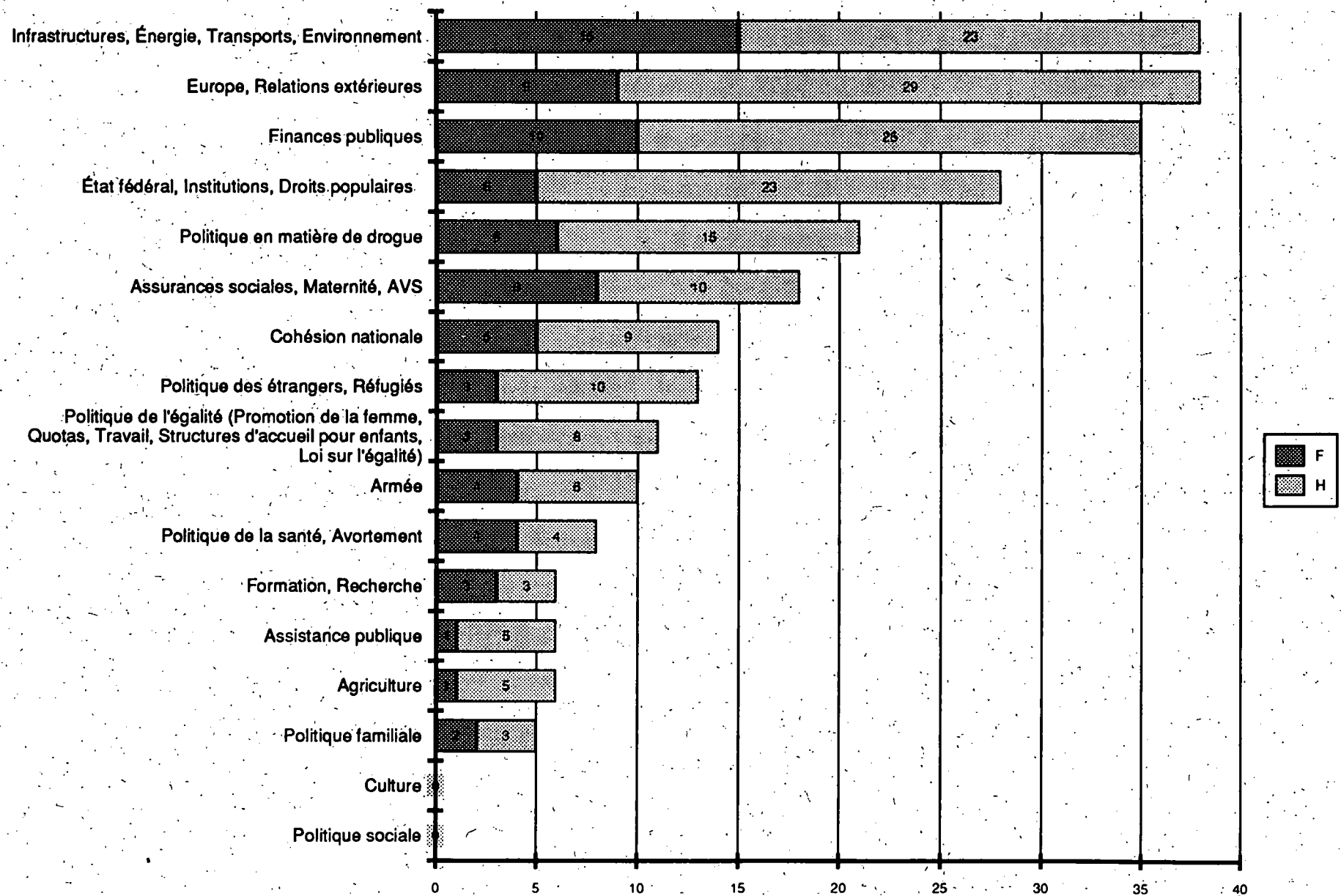
	H	%	F	%	Total	%
PRD	61	54.0	52	46.0	113	15.7
PDC	89	87.3	13	12.7	102	14.2
PS	57	43.8	73	56.2	130	18.1
UDC	44	100.0	0	0.0	44	6.1
PLS	66	97.1	2	2.9	68	9.5
PES	24	66.7	12	33.3	36	5.0
PdT	42	70.0	18	30.0	60	8.3
Solidarités	42	80.8	10	19.2	52	7.2
Autres	84	73.7	30	26.3	114	15.9
Totaux	509	70.8	210	29.2	719	100

PRD PARTI RADICAL DÉMOCRATIQUE
PDC PARTI DÉMOCRATE CHRÉTIEN
PS PARTI SOCIALISTE
UDC UNION DÉMOCRATIQUE DU CENTRE
PLS PARTI LIBÉRAL SUISSE
PES PARTI ÉCOLOGISTE SUISSE (VERTS)
PdT PARTI SUISSE DU TRAVAIL
Solidarités SOLIDARITÉS
Autres Alliance des Indépendants
 Démocrates Suisses
 Parti Chrétien Social
Diverses petites formations

Tableau no 8 *Télévision Suisse Romande:*
Thèmes traités par les candidat(e)s
(Nombre d'émissions prises en compte: 30)

Thèmes	H	%	F	%	Total	%
État fédéral, Institutions, Droits populaires	23	82.1	5	17.9	28	7.9
Cohésion nationale	9	64.3	5	35.7	14	4.0
Europe, Relations extérieures	29	76.3	9	23.7	38	10.7
Armée	6	60.0	4	40.0	10	2.8
Économie	32	71.1	13	28.9	45	12.7
Agriculture	5	83.3	1	16.7	6	1.7
Finances publiques	25	71.4	10	28.6	35	9.9
Infrastructures, Énergie, Transports, Environnement	23	60.5	15	39.5	38	10.7
Politique sociale	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Marché du travail; Chômage	40	76.9	12	23.1	52	14.7
Assurances sociales, Maternité, AVS	10	55.6	8	44.4	18	5.1
Politique de la santé, Avortement	4	50.0	4	50.0	8	2.3
Politique en matière de drogue	15	71.4	6	28.6	21	5.9
Assistance publique	5	83.3	1	16.7	6	1.7
Politique des étrangers; Réfugiés	10	76.9	3	23.1	13	3.7
Politique familiale	3	60.0	2	40.0	5	1.4
Formation, Recherche	3	50.0	3	50.0	6	1.7
Culture	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Politique de l'égalité (Promotion de la femme, Quotas, Travail, Structures d'accueil pour enfants, Loi sur l'égalité)	8	72.7	3	0.0	11	3.1
	250	70.6	104	29.4	354	100

Fig. 3 se rapportant au tableau no 8: Télévision Suisse Romande: Thèmes traités par les candidat(e)s



La presenza delle candidate nei media della Svizzera italiana

Barbara Hofmann

(Traduzione: Romana Camani-Pedrina)

Indice

1.	In Ticino la politica è un feudo maschile	112
2.	Media considerati nell'indagine	114
3.	Tematiche e metodo	114
3.1.	Tematiche approfondite	114
3.2.	Osservazioni metodologiche	115
4.	Risultati quantitativi	115
4.1.	Presenza delle donne nei media elettronici	115
4.1.1.	In che misura i partiti hanno delegato le donne per rappresentarli nei media?	116
4.1.2.	Su che temi hanno parlato le candidate e i candidati nei media elettronici?	119
4.2.	Presenza delle donne nella stampa scritta	122
4.2.1.	In che misura i partiti sono rappresentati da candidate?	122
4.2.2.	Quante volte sono state menzionate le candidate e i candidati nella stampa scritta?	122
4.2.3.	In quali tipi di testi risultano menzionate le candidate e i candidati?	123
4.2.4.	Su che temi si sono espresse le candidate e i candidati nella stampa scritta?	123
5.	Risultati qualitativi	126
5.1.	Sicurezza di sé e competenza si impongono	126
5.2.	Neofite politiche insicure faticano a imporsi benché competenti	126
5.3.	Donne di poche parole	126
5.4.	Ruolo delle moderatrici e dei moderatori	126
6.	Conclusioni	127

Tabelle e Grafici

Tabella 1	Candidati e candidate ticinesi al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati	113
Tabella 2	Media elettronici: Televisione della Svizzera Italiana: Tempo di trasmissione secondo il partito e il sesso	128
Tabella 3	Media elettronici: Radio della Svizzera Italiana (RSI) Tempo di parola secondo il partito e il sesso	129
Tabella 4	Media elettronici: Televisione della Svizzera Italiana (TSI) Tempo di parola secondo il partito e il sesso	130
Tabella 5	Media elettronici: Radio della Svizzera Italiana (RSI) Prese di posizione/ricieste di parola/interventi secondo il tema e il sesso	131
Tabella 6	Media elettronici: Televisione della Svizzera Italiana (TSI) Prese di posizione/ricieste di parola/interventi secondo il tema e il sesso	132
Tabella 7	Stampa scritta: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo Quantità degli articoli secondo la superficie, il partito e il sesso	133
Tabella 8	Stampa scritta: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo Menzione dei nomi secondo il partito e il sesso	134
Tabella 9	Stampa scritta: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo Menzione dei nomi secondo il tipo di testo e il sesso	135
Tabella 10	Stampa scritta: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo Menzione dei temi/prese di posizione secondo il partito e il sesso	136
Tabella 11	Stampa scritta: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo Temi secondo il sesso (Prese di posizione, interventi, citazioni)	137
Grafico 1	relativo alla tabella n 3	117
Grafico 2	relativo alla tabella n 4	118
Grafico 3	relativo alla tabella n 5	120
Grafico 4	relativo alla tabella n 6	121
Grafico 5	relativo alla tabella n 11	125

1. In Ticino la politica è un feudo maschile

Domenica, 15 ottobre 1995, ore 19.15: sugli schermi della Televisione della Svizzera italiana, grande dibattito conclusivo prima delle elezioni. 13 candidati e il moderatore Michele Fazioli seduti in cerchio discutono ancora una volta tutti i temi di una campagna elettorale ticinese risultata complessivamente piuttosto fiacca: economia, disoccupazione, politica sociale, droghe, NTFA, Europa.

Le candidate, sin qui presenti comunque solo marginalmente nei mass media, non hanno più nessuna possibilità di esprimersi. Non sono neppure presenti a questo lungo dibattito che avrebbe messo il punto finale alla campagna elettorale, non senza prima sfociare a tratti in scambi verbali piuttosto pesanti. La politica è affare da uomini.

La presenza delle donne nella politica ticinese è da sempre assai magra. Anche se, nella primavera del 1995, la liberale Marina Masoni è entrata come prima donna a far parte dell'esecutivo cantonale, in Gran Consiglio solo 11 dei 90 seggi sono occupati da donne. Alle elezioni federali del 22 ottobre, per le candidate ticinesi, già la posizione di partenza non era delle migliori. Gli otto seggi del Consiglio nazionale erano contesi da 53 uomini e 10 donne. Le donne occupavano pertanto il 15,9% dei posti sulle liste, gli uomini invece l'84,1%. 7 uomini (87,5%) e 1 donna (12,5%) si contendevano i due seggi ticinesi nel Consiglio degli Stati.

Il risultato è noto: la deputazione ticinese di questa legislatura si compone di soli uomini. Nessuna donna, neppure le due candidate più favorite sono riuscite a conquistare un seggio a Berna. La consigliera nazionale uscente Mimi Lepori Bonetti (PPD), la cui rielezione era data per scontata, ha conseguito solo un terzo posto e non è stata rieletta. Renza De Dea, in lizza con buone prospettive d'elezione per la Lega dei Ticinesi, ha pure dovuto accontentarsi di un terzo posto.

Diversa la situazione nei Grigioni. I 5 seggi in Consiglio nazionale erano contesi da 51 candidate e candidati. Quasi la metà, ossia 23, erano donne. Delle 5 persone svizzeroitaliane sulle liste, addirittura 3 (60%) erano donne. Una di esse, Silva Semadeni (PS), ha conquistato, per la prima volta dopo oltre vent'anni, un seggio in Consiglio nazionale per la Valle di Poschiavo.

Tabella n 1: Candidati e candidate ticinesi al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati

	Uomini	Donne	Total	Donne in %	Partiti in %
PLRT	8	1	9	11	12.9
PPD	7	2	9	22	12.9
PS	14	3	17	18	24.3
Lega dei Ticinesi	7	1	8	13	11.4
PdL	6	2	8	25	11.4
I Verdi	7	1	8	13	11.4
UDC	4	0	4	0	5.7
Polo	5	0	5	0	7.1
Partito per le donne*	1	0	1	0	1.4
Lista bianca	1	0	1	0	1.4
Totale	60	10	70	14.3	100

Abbreviature

PLRT	Partito Liberale Radicale Ticinese
PPD	Partito Popolare Democratico
PS	Partito Socialista
Lega	Lega dei Ticinesi
PdL	Partito del Lavoro
I Verdi	
UDC	Unione Democratica del Centro (donne candidate solo nei Grigioni)
Polo	Polo della Libertà

* Questo partito è frutto dello scherzo di un uomo.

Nei media ticinesi sono inoltre stati presenti due partiti del Grigioni italiano: *Donne indipendenti* e *Lista Gioventù 91*.

2. Media considerati nell'indagine

La presenza delle candidate è stata studiata analizzando i seguenti media.

Stampa scritta

Corriere del Ticino. Tiratura: 37'000

Giornale del Popolo. Tiratura: 25'500

La Regione. Tiratura: 35'000

Media elettronici

Si sono analizzate le trasmissioni preelettorali della Radio (RSI) e della Televisione (TSI) della Svizzera Italiana. Si sono inoltre considerati anche i contributi in cui erano presenti candidate o candidati del Grigioni italiano. Salvo poche eccezioni, le trasmissioni in questione erano andate in onda nella fascia oraria serale tra le 19.00 e le 23.00.

3. Tematiche e metodo

3.1. Tematiche approfondite

Lo studio tenta anzitutto di appurare in quale misura le donne sono state presenti alla radio, alla televisione e nella stampa scritta ticinese menzionata sopra. Insomma: quanto tempo di trasmissione e di parola hanno ottenuto le donne nei media elettronici e quanto spazio hanno occupato nella stampa scritta? Uno speciale capitolo approfondisce la questione di come si sono comportate e di come sono state trattate.

Altro punto d'interesse: sapere quali partiti si sono fatti rappresentare da donne nella campagna elettorale, e per quali partiti le donne non hanno fatto registrare alcuna presenza. Quali sono stati i temi dibattuti durante le trasmissioni? Su quali temi si sono interrogati i candidati e su quali temi le candidate? E in che misura si è parlato della situazione della donna e di politica delle donne, rispettivamente di politica rilevante per le donne? Su questi ultimi argomenti si sono intervistati anche uomini?

Ci sono stati fattori che hanno esercitato un'influenza sul ruolo delle donne nelle trasmissioni preelettorali? Quale è stata la proporzione delle trasmissioni allestite da donne? E, in queste trasmissioni, le candidate hanno fatto una figura migliore?

3.2. Osservazioni metodologiche

Per lo studio si sono ritenuti gli articoli inerenti alla campagna elettorale pubblicati dai tre quotidiani menzionati sopra tra l'11 settembre e il 21 ottobre 1995, come pure i contributi della TSI e della RSI esplicitamente annunciati come trasmissioni preelettorali e diffusi soprattutto nelle ore serali. Non si sono invece ritenuti contributi del tipo lettere alla redazione, redatti dalle candidate e dai candidati stessi, che hanno talvolta occupato parecchio spazio sulle pagine redazionali.

Per quanto concerne gli articoli nei quali sono menzionate più persone, come per esempio nei reportages a seguito di comizi elettorali, nella categoria «menzione del nome» si è conteggiato ogni nome una sola volta (anche se in realtà si ripeteva). Per il conteggio quantitativo in funzione della superficie occupata dall'articolo, la presenza delle candidate e dei candidati è stata definita in base all'entità della loro presenza nell'ambito del tema discusso nell'articolo e non in base alla frequenza con cui sono riportati i nomi.

Nel caso dei media elettronici, si è misurato il tempo di trasmissione in base alla presenza totale delle candidate e dei candidati, rispettivamente dei partiti, durante le trasmissioni. Ciò ha portato a includere anche il tempo durante il quale il moderatore si dedica a determinate candidate o candidati oppure pone loro una domanda. La categoria «tempo di parola», invece, indica la durata dei singoli interventi delle candidate e dei candidati.

La categoria «menzione dei temi» descrive – per la radio, la televisione e la stampa scritta – con che frequenza sono stati sollevati esplicitamente quali temi nelle singole trasmissioni o nei singoli articoli. Ulteriori distinzioni riguardano il sesso e il partito. Non si è tuttavia considerato il tempo durante il quale i temi in questione sono stati trattati.

4. Risultati quantitativi

4.1. Presenza delle donne nei media elettronici

(tabelle 1 a 4)

Televisione (TSI)

Nelle 29 trasmissioni della TSI considerate (durata totale: 698 minuti), le donne hanno avuto a loro disposizione 122 minuti, gli uomini 576 minuti. Ciò significa che il 17,5% del tempo è andato alle candidate e l'82,5% ai candidati. Durante questo tempo, le donne hanno preso la parola per 51 minuti, gli uomini per 289,5 minuti. Ciò corrisponde a una quota del tempo di parola del 15% per le donne e dell'85% per gli uomini. Una simile quota riflette la percentuale di donne tra le persone candidate in Ticino (circa 14,5%), ma si situa ben al di sotto della quota delle candidature femminili a livello nazionale (35%). Si noti che del tempo di parola concesso complessivamente alle donne, la grigionese Silva Semadeni ha occupato lei sola 12,5 minuti. Se si fossero ritenute solo le candidate ticinesi, il risultato sarebbe assai peggiore. Ciò mostra che la debole presenza delle candidate è imputabile non tanto ai media ticinesi quanto alla distanza che separa le ticinesi dalla politica partitica corrente e alla prassi che i partiti seguono nel delegare le persone incaricate di rappresentarli.

Radio (RSI)

Il bilancio si presenta un po' più positivo per la RSI. Dei 623 minuti di trasmissione registrati complessivamente, 138 sono stati occupati da donne, 485 da uomini. Ciò corrisponde a un 22,2% per le donne e un 77,8% per gli uomini. Del tempo di parola totale di 331,5 minuti, alle donne sono andati 79 minuti, pari al 24%, e agli uomini 252,5 minuti, pari al 76%.

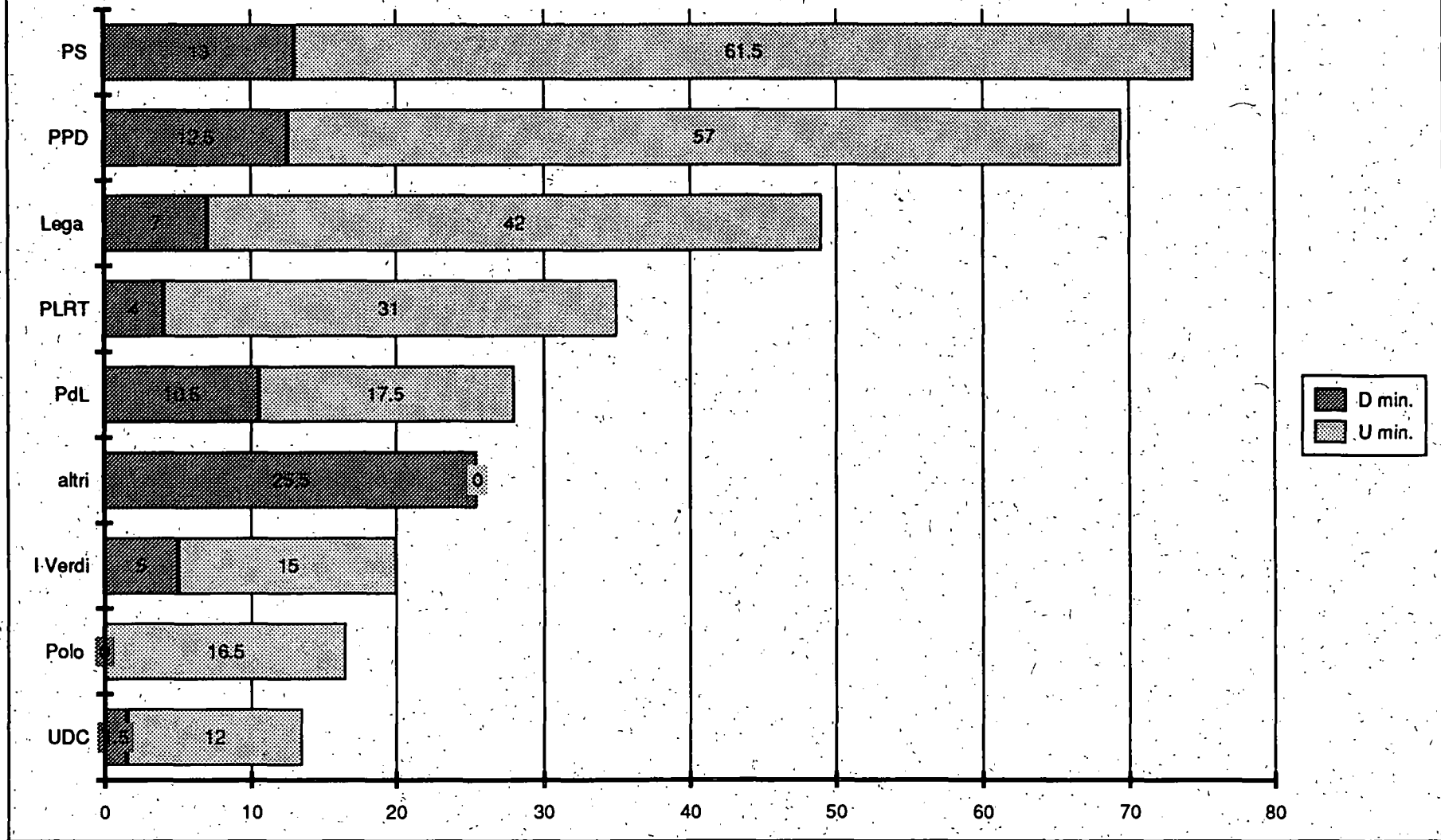
Si ricordi tuttavia che la quota del tempo di parola concessa dalla RSI alle donne ha subito un aumento grazie a una trasmissione riservata alle sole candidate. Alla TSI, invece, non si sono avute trasmissioni per sole candidate. Mentre alla RSI le donne hanno dunque occupato nettamente più tempo di trasmissione e di parola rispetto alla quota del 14,5% con cui erano presenti sulle liste elettorali, per la TSI il bilancio è meno favorevole.

Una ragione per la maggior presenza delle donne alla RSI si trova nelle modalità di scelta. Mentre la TSI ha lasciato stabilire ai partiti quali candidate o candidati delegare per un determinato dibattito, la RSI aveva programmato di prestare particolare attenzione alle donne, alla giovane generazione e al Grigioni italiano. Per le corrispettive trasmissioni preelettorali, è stata la RSI stessa a scegliere chi sollecitare per una partecipazione.

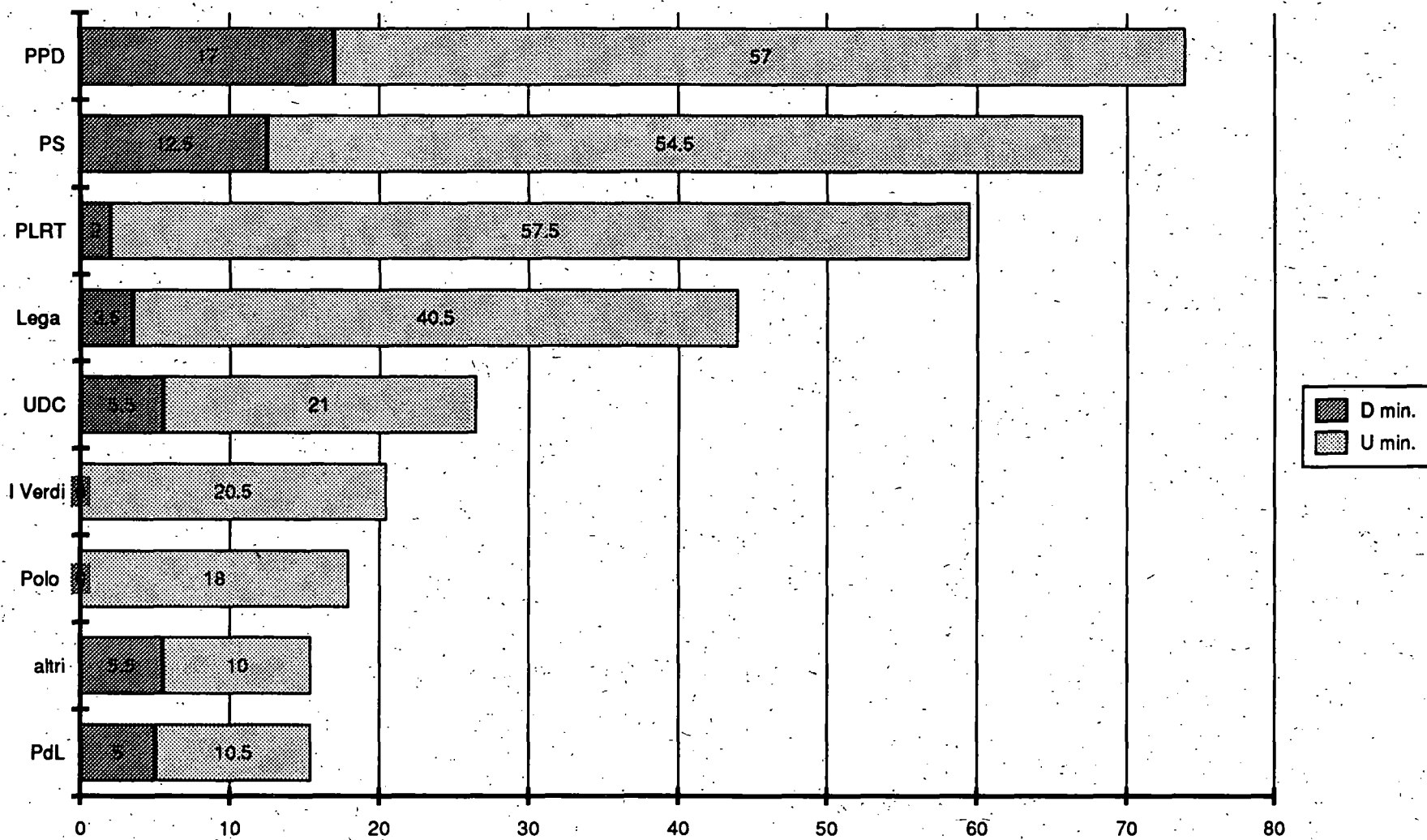
4.1.1. In che misura i partiti hanno delegato le donne per rappresentarli nei media?

Se si considerano separatamente i tempi di trasmissione e di parola in funzione dei partiti, si nota che due partiti si sono fatti rappresentare in modo piuttosto significativo da donne. Sia alla TSI sia alla RSI, le donne del PPD e del PdL hanno occupato la maggiore percentuale del tempo di trasmissione, mentre che per gli altri partiti, soprattutto per il PLRT e il PS erano a malapena presenti. Nei media della Svizzera italiana, le donne del PS erano rappresentate soprattutto dalla grigionese Silva Semadeni. La quota delle donne presenti nelle trasmissioni della TSI e della RSI è risultata più elevata per Lega dei Ticinesi, partito dominato dagli uomini, che non per il PS e il PLRT. Vuoto significativo nei ranghi dei Verdi, dove le donne sono state pressoché assenti. I cinque minuti del tempo di parola della candidata dei Verdi sono tutti dovuti a un'unica trasmissione riservata a temi ambientali. Questa è stata l'unica volta in cui una donna dei Verdi ha fatto la sua apparizione nei media elettronici.

**Grafico 1 relativo alla tabella n 3: Media elettronici: Radio della Svizzera Italiana (RSI)
Tempo di parola secondo il partito e il sesso**



**Grafico n 2 relativo alla tabella n 4: Medla elettronici: Televisione della Svizzera Italiana (TSI)
Tempo di parola secondo il partito e il sesso**



4.1.2. Su che temi hanno parlato le candidate e i candidati nei media elettronici?

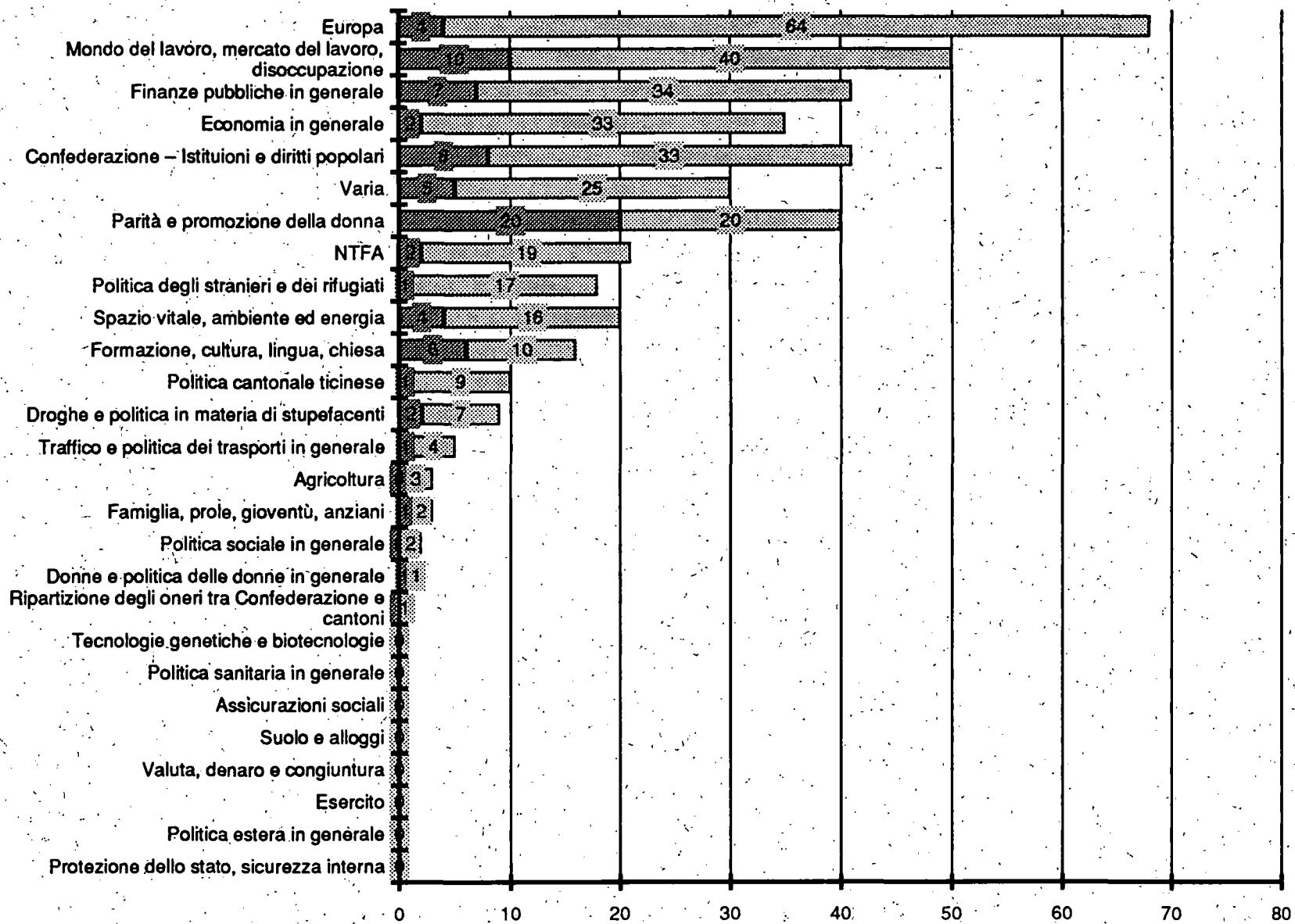
(tabelle 5 e 6)

Le trasmissioni elettorali in Ticino hanno assunto quasi esclusivamente la forma di dibattiti contraddittori e di presentazioni dei partiti. Dalle trasmissioni analizzate emerge che, oltre alle finanze pubbliche e a tematiche cantonali, nei media elettronici hanno occupato ampio spazio soprattutto temi quali l'Europa, la NTFA, l'economia, il mondo del lavoro, le questioni sociali, la politica degli stranieri e dei rifugiati. Per quanto attiene all'impostazione tematica delle trasmissioni, non si sono registrate differenze significative tra i due media.

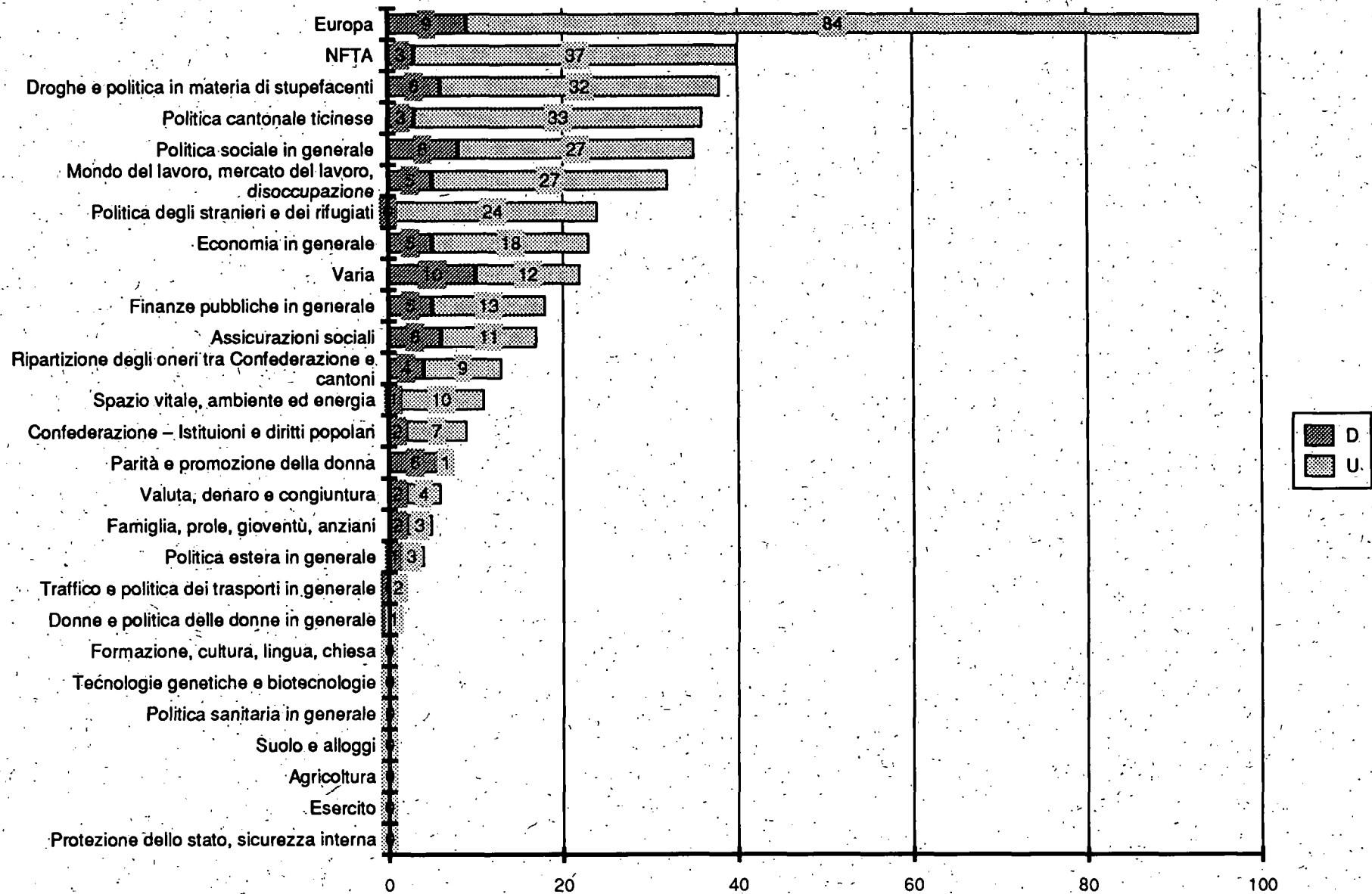
Alcuni temi sono stati affrontati a malapena o solo marginalmente nei media elettronici. Rientrano in questa categoria la protezione dello Stato e la sicurezza interna o l'esercito, ma anche la tecnologia genetica e le biotecnologie. Visto l'impatto della crisi economica in Ticino, i temi economici sono stati discussi in sede preelettorale soprattutto nell'ottica delle loro conseguenze sociali. La disoccupazione si è rivelata un tema dominante durante questa campagna. Ampio spazio ha occupato ovviamente anche il settore trasporti/NTFA. Tra i temi molto dibattuti si trovano anche l'Europa, come pure la politica degli stranieri e dei rifugiati.

Colpisce il fatto che, nella Svizzera italiana, le candidate non sono state interrogate né si sono espresse con frequenze rilevanti a proposito dei tipici «temi da donne» (socialità, salute). Esse si sono infatti profilate in maniera altrettanto forte negli altri campi, su temi quali la Confederazione, le finanze, il mondo del lavoro, i trasporti o le questioni di politica cantonale. Nondimeno, donne, politica delle donne, parità e promozione della donna sono tuttora temi prettamente femminili. Su di essi gli uomini intervengono assai più raramente.

**Grafico 3 relativo alla tabella n 5: Media elettronici: Radio della Svizzera Italiana (RSI)
Prese di posizione/ricieste di parola/interventi secondo il tema e il sesso**



**Grafico 4 relativo alla tabella n 6: Media elettronici: Televisione della Svizzera Italiana (TSI)
Prese di posizione/ricieste di parola/interventi secondo il tema e il sesso**



4.2. Presenza delle donne nella stampa scritta

(tabella 7)

Nei 50 articoli rilevati nei tre quotidiani menzionati sopra, gli uomini occupano il 79,4% della superficie totale. La quota delle donne alla superficie supera con un 20,6% la quota corrispondente alla loro presenza sulle liste elettorali. La quota della superficie occupata dai vari partiti corrisponde al peso politico che hanno nel Cantone Ticino. Tuttavia i piccoli partiti sono meno presenti nei giornali che non alla radio o alla televisione. Alla Lega, pur sempre il terzo partito in termini di forza elettorale, è stato concesso decisamente poco spazio.

4.2.1. In che misura i partiti sono rappresentati da candidate?

Il fatto che anche delle donne siano candidate alle elezioni si nota più per il PPD e, sorprendentemente, per la Lega che non per il PS. Il PS e, d'altronde, anche i Verdi si presentano come partiti di soli uomini con donne-alibi. Per quanto attiene ai Verdi, la loro unica candidata, Angela Tognetti, viene menzionata una sola volta, segnatamente nella presentazione della lista. Il PLRT, in quanto maggior partito del Cantone, si presenta pure come partito maschile con una candidata poco visibile. Forte, anche se quantitativamente meno presente, è di nuovo il PdL con Sonja Crivelli.

4.2.2. Quante volte sono state menzionate le candidate e i candidati nella stampa scritta?

(tabella 8)

I candidati del PLRT Fulvio Pelli, Adriano Cavadini, Massimo Pini e Mauro dell'Ambrogio sono state le persone menzionate più frequentemente. Rispetto al loro nome, quello di Vanna Bernasconi dello stesso partito è comparso raramente. Nondimeno, in quanto unica candidata del PLRT menzionata 7 volte, ha pur sempre conseguito un risultato migliore rispetto alle tre candidate delle due liste congiunte del PS, menzionate complessivamente solo 6 volte. Il PS ticinese si è profilato in questa campagna elettorale come partito di uomini. Il candidato uscente Werner Carobbio è stata la persona che ha maggiormente attirato l'attenzione.

Per quanto attiene al PPD, è stata menzionata soprattutto Mimi Lepori Bonetti, quasi altrettanto spesso del candidato uscente Fulvio Caccia, avendo manifestamente anche lei potuto approfittare del bonus riconosciuto a deputate e deputati uscenti. Remigio Ratti e Carlo Donati, in quanto candidati nuovi, sono chiaramente stati oggetto di minore attenzione da parte della stampa scritta. Riguardo alla Lega, Flavio Maspoli ha occupato decisamente più spazio di Renza De Dea; quest'ultima è tuttavia menzionata più spesso che non il presidente del partito Giuliano Bignasca. L'elemento trainante del PdL si è dimostrata, una volta ancora, Sonja Crivelli.

4.2.3. In quali tipi di testi risultano menzionate le candidate e i candidati?

(tabella 9)

Nei servizi preelettorali dei quotidiani ticinesi, lo spazio è stato occupato prevalentemente dalla presentazione delle candidate e dei candidati, dalle interviste o dai dibattiti contraddittori con una o più persone, e dalle grandi inchieste di una o due pagine, svolte presso un certo numero di candidate e candidati. Nel caso delle interviste, delle presentazioni di candidate e candidati, dei contraddittori e simili produzioni proprie, la stampa scritta ha sollecitato in modo più che proporzionale gli uomini. In fatto di presenza, le donne non raggiungono infatti nemmeno la percentuale corrispondente alla loro forza sulle liste elettorali. Il motivo potrebbe trovarsi nel metodo di selezione delle redazioni ticinesi, ancora prevalentemente maschili. Nella scia del motto «a chi ha, sarà dato», solo candidate e candidati con elevate probabilità di elezione o esponenti di partito hanno beneficiato di una presentazione individuale o di un altro contributo imperniato esclusivamente sulla loro persona. Questo modo di procedere tende tuttavia a discriminare indirettamente le candidate: infatti, dato che si attribuiscono loro meno probabilità di essere elette, si assegna loro anche meno spazio.

Con ciò perdono una delle possibilità più importanti di profilarsi personalmente su temi specifici. Negli articoli usuali, quali le presentazioni collettive di candidate e candidati, i resoconti sulle conferenze-stampa o i comizi elettorali, le donne risultano considerate nella proporzione di un quarto fino a un quinto di detti articoli.

La situazione è simile per quanto riguarda l'impaginazione dell'articolo (pagina pari o dispari, rispettivamente parte alta o bassa della pagina). Determinante si rivela anche in questo caso la probabilità di elezione delle candidate o dei candidati oppure la loro posizione all'interno del partito.

Nell'utilizzazione di immagini non si sono tuttavia potute constatare differenze di trattamento riconducibili al sesso. Se le donne compaiono nel testo, sono di regola anche presentate in immagine, con un ritratto individuale.

Balza all'occhio che solo il Giornale del Popolo, vicino al PPD, ha dedicato un'intera pagina di presentazione a ciascuna delle due candidate aventi le migliori prospettive: Mimi Lepori Bonetti e Renza De Dea. La Regione ha dedicato un articolo specifico alle candidate in generale. L'approccio più maschilista si è rivelato quello del Corriere del Ticino.

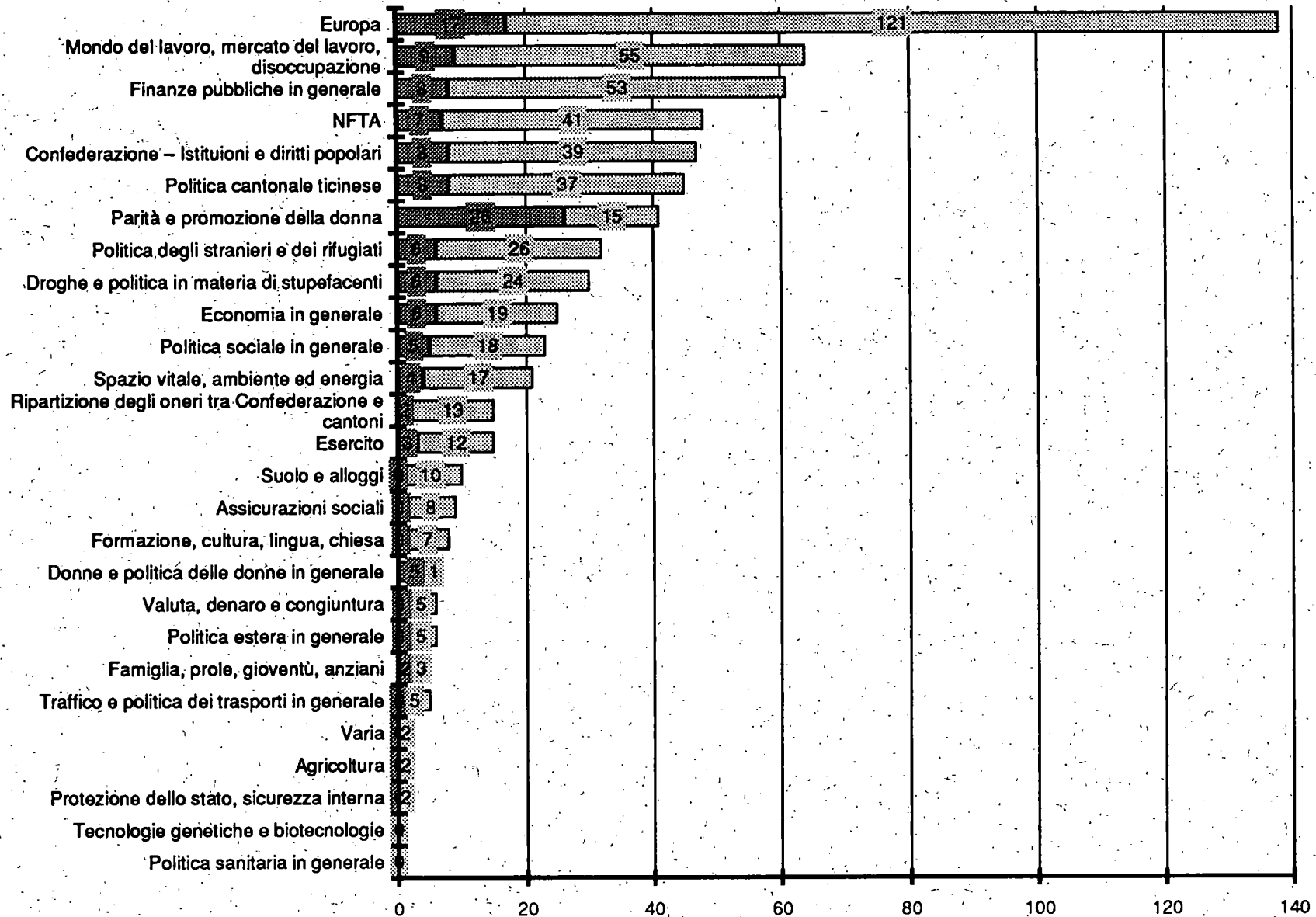
4.2.4. Su che temi si sono espresse le candidate e i candidati nella stampa scritta?

(tabelle 10 e 11)

La campagna elettorale ha avuto quali temi decisamente centrali il rapporto tra Confederazione e Ticino, l'Europa, la NTFA e i trasporti pubblici, l'economia e il mondo del lavoro, e le finanze pubbliche. Trascurati sono per contro stati i settori dell'agricoltura e delle tecnologie riproduttive. La situazione cantonale ha indotto a trattare il tema dell'economia soprattutto nell'ottica delle ripercussioni sociali. Né le candidate né i partiti non hanno scelto alcun tema particolare come loro cavallo di battaglia. Nel caso delle candidate, ciò è dovuto al fatto che non

hanno beneficiato di sufficiente spazio per profilarsi davvero su un argomento (v. 4.2.3., tipi di testi). In maniera generale si può dire che, sulla stampa, i partiti non si sono profilati con temi specifici.

**Grafico 5 relativo alla tabella n 11: Stampa scritta: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Pololo
Temi secondo il sesso (Prese di posizione, interventi, citazioni)**



5. Risultati qualitativi

5.1. Sicurezza di sé e competenza si impongono

Nella Svizzera italiana, durante la campagna elettorale si sono sempre viste le stesse donne contendersi il tempo di trasmissione e di parola, ma anche lo spazio sulla stampa scritta. Mimi Lepori Bonetti, Silva Semadeni, Sonja Crivelli e Renza De Dea hanno dimostrato competenza nelle materie trattate, prontezza nel rispondere e consapevolezza di sé, e hanno saputo imporsi tanto ai microfoni quanto sugli schermi. Nel caso della televisione, la presenza in immagine e il tempo di parola concesso sono stati ampiamente equivalenti. Di regola, le donne che hanno dimostrato sicurezza di sé non sono state trattate «peggio» degli uomini. Non sono per esempio neppure state confrontate con domande del tipo «Come intende conciliare la sua carica di consigliera nazionale con gli oneri di famiglia?» oppure con altre domande riguardanti la sfera privata. Qui va d'altronde segnalata una specificità ticinese: quella di una netta separazione tra vita privata e vita politica. Inoltre, la vita privata delle candidate e dei candidati è rispettata in quanto tale e non viene dibattuta pubblicamente.

5.2. Neofite politiche insicure faticano a imporsi benché competenti

Le donne con poca esperienza politica, come per esempio Vanna Bernasconi del PLRT, sono state trattate meno bene nei media e hanno anche faticato a mantenere un contegno che dimostrasse sicurezza di sé.

5.3. Donne di poche parole

D'altro canto si constata che le candidate hanno dimostrato maggiore disciplina che non i candidati nel loro modo di parlare. Nei dibattiti trasmessi dai media elettronici, alle domande del moderatore o della moderatrice i candidati hanno generalmente risposto in modo alquanto circostanziato, riprendendo le affermazioni del predecessore, presentando delle considerazioni di carattere generale per legare le parti del discorso, e aggiungendo da ultimo la loro propria affermazione. Le candidate, invece, hanno risposto in modo chiaro e mirato. Un comportamento, questo, che ha ovviamente contribuito a ridurre la quota del tempo di parola che sono state in grado di occupare.

5.4. Ruolo delle moderatrici e dei moderatori

Nelle maggiori trasmissioni preelettorali della RTSI, le moderatrici erano praticamente assenti. Le trasmissioni radiofoniche analizzate per questo studio sono state condotte solo in due casi da una moderatrice: la prima volta con una cerchia di soli uomini, la seconda volta con una cerchia di sole donne. Non si è pertanto potuto constatare se, in un gruppo misto, le candidate avrebbero fatto una figura migliore qualora la moderazione fosse stata assicurata da una donna. I moderatori, che hanno dunque fatto la parte del leone, hanno agito correttamente, ossia senza discriminare le donne. Tuttavia non hanno neppure stimolato un dibattito che avrebbe costretto le interlocutrici e gli interlocutori a prendere posizione sulla presenza delle donne nella politica ticinese e ad affrontare temi inerenti alla parità tra i sessi.

6. Conclusioni

L'analisi di 39 trasmissioni preelettorali della RTSI e di 50 articoli apparsi nei tre grandi quotidiani del Cantone ha, da un lato, mostrato che le candidate ticinesi erano veramente ferrate riguardo a tutti i temi affrontati. Dall'altro lato, ha però anche consentito di appurare che i partiti non hanno saputo valorizzare questa competenza oggettiva delle loro rare candidate per promuoverle di proposito, assicurando loro una presenza ancor più forte nei mass media. Il bilancio alquanto magro vien corretto verso l'alto dalla presenza delle candidate grigionesi nei media ticinesi: sono infatti loro a migliorare decisamente i risultati.

I media non hanno sostenuto attivamente le poche candidate, anche se non hanno neppure contribuito attivamente alla sconfitta elettorale delle donne in Ticino. Salvo poche eccezioni (per esempio il dibattito conclusivo tra soli uomini diffuso dalla TSI), le donne erano presenti nella proporzione corrispondente o, di regola, persino superiore alla loro presenza sulle liste di partito. Per quanto riguarda i contenuti, esse hanno trattato gli stessi argomenti degli uomini e hanno anche saputo tener testa a quest'ultimi su tutti i temi affrontati. Assenti sono stati i temi inerenti alla casa e al ruolo tradizionale della donna. Gli uomini non hanno praticamente mai trattato questioni inerenti alla parità, alla politica delle donne o alla campagna elettorale delle donne. Va tuttavia anche detto che non sono mai neppure stati interpellati esplicitamente in questo senso.

La presenza delle candidate al Consiglio nazionale nei media ticinesi riflette – quantitativamente, tematicamente e qualitativamente – quella che è la realtà sociale della Svizzera italiana. In Ticino, in particolare, la politica partitica non è ancora un campo in cui si misurano anche le donne. Nella stampa scritta (dove è quest'ultima a interpellare direttamente le candidate e i candidati e dove non sono i partiti a delegare le persone che li rappresentano), le scelte riguardanti la campagna elettorale sono gestite dalle testate stesse. Determinanti ai fini della presenza delle candidate e dei candidati si rivelano pertanto le preferenze politiche della singola testata. Le «candidate-alibi», rispettivamente le candidate ritenute tali, sono state eliminate senza pietà. La percentuale di donne presenti nelle redazioni appare in questo caso come un fattore irrilevante.

Tabella n 2

MEDIA ELETTRONICI: Televisione della Svizzera Italiana (TSI)						
Tempo di trasmissione secondo il partito e il sesso						
Numero delle trasmissioni analizzate: 29						
	U min.	U %	D min.	D %	T min.	T %
PLRT	102	86,5	16	13,5	118	16,9
PPD	83	70,9	34	29,1	117	16,8
PS	98	83,8	19	16,2	117	16,8
Lega	89	90,8	9	9,2	98	14
PdL	37	71,2	15	28,8	52	7,4
Verdi	44	100	0	0,0	44	6,3
UDC	53	85,5	9	14,5	62	8,9
Polo	50	100	0	0,0	50	7,2
altri	20	50,0	20	50,0	40	5,7
TOTALE	576	82,5	122	17,5	698	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 3

MEDIA ELETTRONICI: Radio della Svizzera Italiana (RSI)						
Tempo di parola secondo il partito e il sesso						
Numero delle trasmissioni analizzate: 10						
	U min.	U %	D min.	D %	T min.	T %
PLRT	31	88,6	4	11,4	35	10,5
PPD	57	82,1	12,5	17,9	69,5	21
PS	61,5	82,6	13	17,4	74,5	22,5
Lega	42	85,7	7	14,3	49	14,8
PdL	17,5	64,1	10,5	35,9	28	8,4
Verdi	15	75,0	5	25,0	20	6
UDC	12	88,9	1,5	11,1	13,5	4,1
Pòlo	16,5	100	0	0,0	16,5	5
altri	0	0,0	25,5	100	25,5	7,7
TOTALE	252,5	76,0	79	24,0	331,5	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 4

MEDIA ELETTRONICI: Televisione della Svizzera Italiana (TSI)						
Tempo di parola secondo il partito e il sesso						
Numero delle trasmissioni analizzate: 29						
	U min.	U %	D min.	D %	T min.	T %
PLRT	57,5	96,6	2	3,4	59,5	17,4
PPD	57	77,0	17	23,0	74	21,7
PS	54,5	81,3	12,5	18,7	67	19,7
Lega	40,5	92,0	3,5	8,0	44	12,9
PdL	10,5	67,7	5	32,3	15,5	4,6
Verdi	20,5	100	0	0,0	20,5	6
UDC	21	79,2	5,5	20,8	26,5	7,8
Polo	18	100	0	0,0	18	5,3
altri	10	64,5	5,5	35,5	15,5	4,6
TOTALE	289,5	85,0	51	15,0	340,5	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 5

MEDIA ELETTRONICI: Radio della Svizzera Italiana (RSI)						
Prese di posizione/ricieste di parola/interventi secondo il tema e il sesso						
Numero delle trasmissioni analizzate: 10						
THEMA	U	U %	D	D %	T	T %
Politica cantonale ticinese	8	88,9	1	11,1	9	2,6
Confederazione — Istituzioni e diritti popolari	25	75,8	8	24,2	33	9,7
Protezione dello stato, sicurezza interna	0	0	0	0	0	0
Politica estera in generale	0	0	0	0	0	0
Europa	60	93,8	4	6,2	64	18,8
Esercito	0	0	0	0	0	0
Economia in generale	31	93,9	2	6,1	33	9,7
Valuta, denaro e congiuntura	0	0	0	0	0	0
Agricoltura	3	100	0	0	3	0,9
Suolo e alloggi	0	0	0	0	0	0
Finanze pubbliche in generale	27	79,4	7	20,6	34	10
Ripartizione degli oneri tra Confederazione e cantoni	1	100	0	0	1	0,3
Politica sociale in generale	2	100	0	0	2	0,6
Mondo del lavoro, mercato del lavoro, disoccupazione	30	75,0	10	25,0	40	11,8
Assicurazioni sociali	0	0	0	0	0	0
Politica sanitaria in generale	0	0	0	0	0	0
Droghe e politica in materia di stupefacenti	5	71,4	2	28,6	7	2
Spazio vitale, ambiente ed energia	12	75,0	4	25,0	16	4,7
Traffico e politica dei trasporti in generale	3	75,0	1	25,0	4	1,2
NTFA	17	89,5	2	10,5	19	5,6
Tecnologie genetiche e biotecnologie	0	0	0	0	0	0
Politica degli stranieri e dei rifugiati	16	94,1	1	5,9	17	5
Famiglia, prole, gioventù, anziani	1	50	1	50	2	0,6
Formazione, cultura, lingua, chiesa	4	40	6	60	10	2,9
Donne e politica delle donne in generale	0	0	1	100	1	0,3
Parità e promozione della donna	0	0	20	100	20	5,9
Varia	20	80,0	5	20,0	25	7,4
	265	78	75	22	340	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 6

MEDIA ELETTRONICI: Televisione della Svizzera Italiana (TSI)						
Prese di posizione/ricieste di parola/interventi secondo il tema e il sesso						
Numero di trasmissioni analizzate: 29						
THEMA	U	U %	D	D %	T	T %
Politica cantonale ticinese	33	91,7	3	8,3	36	8,3
Confederazione — Istituzioni e diritti popolari	7	77,8	2	22,2	9	2,1
Protezione dello stato, sicurezza interna	0	0	0	0	0	0
Politica estera in generale	3	75,0	1	25,0	4	0,9
Europa	84	90,3	9	9,7	93	21,3
Esercito	0	0	0	0	0	0
Economia in generale	18	78,3	5	21,7	23	5,3
Valuta, denaro e congiuntura	4	66,7	2	33,3	6	1,4
Agricoltura	0	0	0	0	0	0
Suolo e alloggi	0	0	0	0	0	0
Finanze pubbliche in generale	13	72,2	5	27,8	18	4,1
Ripartizione degli oneri tra Confederazione e cantoni	9	69,2	4	30,8	13	3
Politica sociale in generale	27	77,1	8	22,9	35	8
Mondo del lavoro, mercato del lavoro, disoccupazione	27	84,4	5	15,6	32	7,3
Assicurazioni sociali	11	64,7	6	35,3	17	3,9
Politica sanitaria in generale	0	0	0	0	0	0
Droghe e politica in materia di stupefacenti	32	84,2	6	15,8	38	8,7
Spazio vitale, ambiente ed energia	10	90,9	1	9,1	11	2,5
Traffico e politica dei trasporti in generale	2	100	0	0	2	0,5
NTFA	37	92,5	3	7,5	40	9,2
Tecnologie genetiche e biotecnologie	0	0	0	0	0	0
Politica degli stranieri e dei rifugiati	24	100	0	0	24	5,5
Famiglia, prole, gioventù, anziani	3	60,0	2	40,0	5	1,1
Formazione, cultura, lingua, chiesa	0	0	0	0	0	0
Donne e politica delle donne in generale	1	100	0	0	1	0,2
Parità e promozione della donna	1	14,3	6	85,7	7	1,6
Varia	12	54,5	10	45,5	22	5
	358	82,1	78	17,9	436	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 7

STAMPA SCRITTA: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Quantità degli articoli secondo la superficie, il partito e il sesso						
Numero degli articoli analizzati: 50						
	U cm2	U %	D cm2	D %	T cm2	T %
PLRT	11993	85,8	1991	14,2	13984	28,1
PPD	9017	69,0	4053	31,0	13070	26,3
PS	7553	92,0	661	8,0	8214	16,5
Lega	6869	73,6	2459	26,4	9328	18,7
PdL	363	31,2	801	68,8	1164	2,3
Verdi	1447	95,0	76	5,0	1523	3,1
UDC	482	100	0	0,0	482	1
Polo	1201	100	0	0,0	1201	2,4
altri	578	72,8	216	27,2	794	1,6
TOTAL	39503	79,4	10257	17,8	49760	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 8

STAMPA SCRITTA: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Menzione dei nomi secondo il partito e il sesso						
Numero degli articoli analizzati: 50						
	U	U %	D	D %	T	T %
PLRT	56	88,9	7	11,1	63	21,2
PPD	42	67,7	20	32,3	62	20,9
PS	46	88,5	6	11,5	52	17,7
Lega	41	87,2	6	12,8	47	15,8
PdL	11	55,0	9	45,0	20	6,7
Verdi	25	89,3	3	10,7	28	9,4
UDC	5	100	0	0,0	5	1,7
Polo	10	100	0	0,0	10	3,3
altri	8	80,0	2	20,0	10	3,3
TOTAL	244	82,2	53	17,8	297	100

U = uomini / D = donne

Tabella n.9

STAMPA SCRITTA: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Menzione dei nomi secondo il tipo di testo e il sesso						
Numero degli articoli analizzati: 50						
	U	U %	D	D %	T	T %
Reportages su comizi elettorali	24	75,0	8	25,0	32	10,8
Reportages su conferenze-stampa	15	83,3	3	16,7	18	6,1
Interviste e ritratti	57	86,4	9	13,6	66	22,2
Dibattiti contraddittori, tavole rotonde	55	90,2	6	9,8	61	20,5
Presentazioni di candidate/i, inchieste tra candidate/i	93	77,5	27	22,5	120	40,4
TOTALE	244	82,2	53	17,8	297	100

U = uomini / D = donne

Tabella n 10

STAMPA SCRITTA: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo																											
Mne dei temi/prese di posizione secondo il partito e il sesso																											
Numero degli articoli analizzati: 50																											
Temi	PLRT	PLRT	PLRT	PPD	PPD	PPD	PS	PS	PS	Leg	Leg	Leg	PdL	PdL	PdL	Verdi	Verdi	Verdi	UDC	UDC	UDC	Pol	Pol	Pol	altri	altri	altri
	U	D	T	U	D	T	U	D	T	U	D	T	U	D	T	U	D	T	U	D	T	U	D	T	U	D	T
Politica cantonale ticinese	9	1	10	5	1	6	4	1	5	14	2	16	1	3	4	0	0	0	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Confederazione - Istituzioni e diritti popolari	14	1	15	7	3	10	5	0	5	10	2	12	1	2	3	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0
Protezione dello stato, sicurezza interna	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Politica estera in generale	3	0	3	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Europa	38	2	40	29	7	36	24	1	25	23	3	26	1	4	5	1	0	1	1	0	1	2	0	2	2	0	2
Esercito	4	1	5	3	2	5	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Economia in generale	4	0	4	6	1	7	4	0	4	1	2	1	0	3	3	0	0	0	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Valuta, denaro e congiuntura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agricoltura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Suolo e alloggi	3	0	3	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	2	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Finanze pubbliche in generale	11	1	14	13	3	16	12	0	12	12	2	14	2	2	4	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	0	1
Ripartizione degli oneri tra Confederazione e cantoni	0	0	0	2	1	3	2	0	2	9	0	9	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Politica sociale in generale	0	0	0	9	2	11	5	0	5	0	0	0	2	3	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mondo del lavoro, mercato del lavoro, disoccupazione	10	1	15	12	5	17	15	0	15	12	2	14	3	1	4	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0
Assicurazioni sociali	0	0	0	0	1	1	3	0	3	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Politica sanitaria in generale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Droghe e politica in materia di stupefacenti	6	1	7	5	2	7	5	0	5	5	1	6	2	1	3	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Spazio vitale, ambiente ed energia	0	0	0	0	0	0	4	0	4	2	2	4	1	1	2	10	1	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Traffico e politica dei trasporti in generale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NITFA	10	1	11	6	3	9	8	0	8	8	2	10	1	1	2	3	0	3	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Tecnologie genetiche e biotecnologie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Politica degli stranieri e dei rifugiati	4	1	5	4	3	7	4	0	4	8	1	9	1	1	2	2	0	2	1	0	1	1	0	1	1	0	1
Famiglia, prole, gioventù, anziani	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3
Formazione, cultura, lingua, chiesa	2	0	2	1	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Donne e politica delle donne in generale	0	0	0	0	2	2	1	1	2	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Parità e promozione della donna	4	3	7	3	10	13	3	3	6	2	4	6	1	4	5	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	2	2
Varia	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0

U = uomini / D = donne

Tabella n 11

STAMPA SCRITTA: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Temi secondo il sesso						
Prese di posizione, interventi, citazioni						
Numero degli articoli analizzati: 50						
THEMA	U	U %	D	D %	T	T %
Politica cantonale ticinese	37	82,2	8	17,8	45	6,8
Confederazione — Istituzioni e diritti popolari	39	83,0	8	17,0	47	7,0
Protezione dello stato, sicurezza interna	2	100	0	0	2	0,3
Politica estera in generale	5	83,3	1	16,7	6	0,9
Europa	121	87,7	17	12,3	138	20,7
Esercito	12	80,0	3	20,0	15	2,3
Economia in generale	19	76,0	6	24,0	25	3,8
Valuta, denaro e congiuntura	5	83,3	1	16,7	6	0,9
Agricoltura	2	100	0	0	2	0,3
Suolo e alloggi	10	100	0	0	10	1,5
Finanze pubbliche in generale	53	86,9	8	13,1	61	9,1
Ripartizione degli oneri tra Confederazione e cantoni	13	86,7	2	13,3	15	2,3
Politica sociale in generale	18	78,3	5	21,7	23	3,4
Mondo del lavoro, mercato del lavoro, disoccupazione	55	85,9	9	14,1	64	9,6
Assicurazioni sociali	8	88,9	1	11,1	9	1,4
Politica sanitaria in generale	0	0	0	0	0	0
Droghe e politica in materia di stupefacenti	24	80,0	6	20,0	30	4,5
Spazio vitale, ambiente ed energia	17	81,0	4	19,0	21	3,2
Traffico e politica dei trasporti in generale	5	100	0	0	5	0,7
NTFA	41	85,4	7	14,6	48	7,2
Tecnologie genetiche e biotecnologie	0	0	0	0	0	0
Politica degli stranieri e dei rifugiati	26	81,3	6	18,7	32	4,8
Famiglia, prole, gioventù, anziani	3	60,0	2	40,0	5	0,7
Formazione, cultura, lingua, chiesa	7	87,5	1	12,5	8	1,2
Donne e politica delle donne in generale	1	16,7	5	83,3	6	0,9
Parità e promozione della donna	15	36,6	26	63,4	41	6,2
Varia	2	100	0	0	2	0,3
Totale delle affermazioni/degli interventi tematici	540	81,1	126	18,9	666	100

U = uomini / D = donne

Zur Medienpräsenz der Kandidatinnen in der italienischen Schweiz

Barbara Hofmann

Inhaltsverzeichnis

1.	Im Tessin ist Politik Männersache	142
2.	Untersuchte Medien	144
3.	Fragestellungen und Methode	144
4.	Quantitative Ergebnisse	146
4.1.	Frauenpräsenz in den elektronischen Medien	146
4.1.1.	In welchem Umfang liessen die Parteien sich in den Medien von Frauen vertreten?	147
4.1.2.	Zu welchen Themen sprachen die Kandidatinnen und Kandidaten in den elektronischen Medien?	150
4.2.	Frauenpräsenz in den Printmedien	153
4.2.1.	In welchem Umfang werden die Parteien von Kandidatinnen repräsentiert?	153
4.2.2.	Wie oft kamen Kandidatinnen und Kandidaten in den Printmedien vor?	153
4.2.3.	In welchen Textsorten kamen die Kandidatinnen und Kandidaten vor?	154
4.2.4.	Zu welchen Themen äussern sich Kandidatinnen und Kandidaten in den Printmedien?	154
5.	Qualitative Ergebnisse	156
5.1.	Selbstbewusstsein und sachliche Kompetenz setzen sich durch	156
5.2.	Unsichere politische Newcomerinnen haben es trotz sachlicher Kompetenz schwer, sich durchzusetzen	156
5.3.	Frauen brauchen weniger Worte	156
5.4.	Die Rolle von Moderatorinnen und Moderatoren	156
6.	Fazit	157

Tabellen und Grafiken

Tabelle 1	Kandidierende (National- und Ständerat) im Kanton Tessin	143
Tabelle 2	Fernsehen TSI: Sendezeit nach Partei und Geschlecht	158
Tabelle 3	Radio RSI: Redezeit nach Partei und Geschlecht	159
Tabelle 4	Fernsehen TSI: Redezeit nach Partei und Geschlecht	160
Tabelle 5	Radio RSI: Stellungnahmen nach Thema und Geschlecht	161
Tabelle 6	Fernsehen TSI: Stellungnahmen nach Thema und Geschlecht	162
Tabelle 7	Printmedien: Artikelmenge nach Fläche, Partei und Geschlecht	163
Tabelle 8	Printmedien: Namensnennungen nach Partei und Geschlecht	164
Tabelle 9	Printmedien: Namensnennungen nach Textsorte und Geschlecht	165
Tabelle 10	Printmedien: Themennennungen nach Partei und Geschlecht	166
Tabelle 11	Printmedien: Stellungnahmen nach Thema und Geschlecht	167
Grafik 1	zu Tabelle 3: Radio RSI: Redezeit nach Partei und Geschlecht	148
Grafik 2	zu Tabelle 4: Fernsehen TSI: Redezeit nach Partei und Geschlecht	149
Grafik 3	zu Tabelle 5: Radio RSI: Themen nach Geschlecht	151
Grafik 4	zu Tabelle 6: Fernsehen TSI: Themen nach Geschlecht	152
Grafik 5	zu Tabelle 11: Printmedien: Themen nach Geschlecht	155

1. Im Tessin ist Politik Männersache

Sonntag, 15. Oktober 1995, 19.15 Uhr: Grosse Abschlussdiskussion des Wahlkampfs am Tessiner Fernsehen. 13 Tessiner Kandidaten und der Moderator Michele Fazioli sitzen in der Runde und diskutieren nochmals über sämtliche Themen des insgesamt eher flau verlaufenen Tessiner Wahlkampfs. Wirtschaft, Arbeitslosigkeit, Sozialpolitik, Drogen, Neat, Europa.

Tessiner Kandidatinnen, ohnehin in den Medien bislang nur marginal vertreten, dürfen hierzu nichts mehr sagen. Sie sind in der mehrstündigen Abschlussrunde des Wahlkampfs, die dann zur teilweise unflätigen Redeschlacht ausarten sollte, überhaupt nicht mehr vertreten. Politik ist Männersache.

Die Präsenz von Frauen in der Tessiner Politik ist traditionell sehr gering. Zwar hielt im Frühjahr 1995 mit der freisinnigen Marina Masoni zum ersten Mal eine Frau in die Kantonsregierung Einzug, doch sind im Tessiner Grossrat nur 11 der insgesamt 90 Plätze von Frauen besetzt. So gestaltete sich denn auch die Ausgangslage für die Tessiner Kandidatinnen der eidgenössischen Wahlen vom 22. Oktober 1995 wenig rosig. Insgesamt hätten sich 53 Männer und 10 Frauen für die 8 Sitze im Nationalrat zur Wahl gestellt. Frauen nahmen also 15,9 Prozent, Männer 84,1 Prozent der Listenplätze ein. Sieben Männer (87,5%) und eine Frau (12,5%) kandidierten für die beiden Tessiner Plätze im Ständerat.

Das Ergebnis ist bekannt: Die Tessiner Deputation besteht in der laufenden Legislatur ausschliesslich aus Männern, keine Frau, auch nicht die beiden aussichtsreichsten Kandidatinnen, eroberte einen Sitz in Bern. Die bisherige Nationalrätin Mimi Lepori Bonetti (CVP), deren Wiederwahl zuvor als sicher galt, erlangte nur einen dritten Platz und wurde abgewählt. Renza De Dea, die ebenfalls mit guten Chancen für die Lega dei Ticinesi angetreten war, musste sich ebenfalls mit einem dritten Platz begnügen.

Anders die Situation im Bündnerland. Für die 5 Sitze im Nationalrat kandidierten 51 Kandidatinnen und Kandidaten. Fast die Hälfte davon, 23 Kandidatinnen, waren Frauen. Von den 5 Kandidierenden aus italienisch Bünden waren sogar 3 (60%) weiblichen Geschlechts. Eine von ihnen, Silva Semadeni (SP) eroberte zum ersten Mal seit mehr als zwei Jahrzehnten wieder einen Nationalratssitz für das Puschlav.

Tabelle 1 Kandidierende (National- und Ständerat) im Kanton Tessin

	Männer	Frauen	Total	Frauen in %	Partei in %
FDP	8	1	9	11	12.9
CVP	7	2	9	22	12.9
SPS	14	3	17	18	24.3
Lega	7	1	8	13	11.4
PdA	6	2	8	25	11.4
Grüne	7	1	8	13	11.4
SVP	4	0	4	0	5.7
Polo	5	0	5	0	7.1
Partito per le donne*	1	0	1	0	1.4
Lista bianca	1	0	1	0	1.4
Alle Parteien	60	10	70	14.3	100

Abkürzungen

deutsch

italienisch

FDP	PLRT, Partito Liberale Radicale Ticinese
CVP	PPD, Partito Popolare Democratico
SP	PS, Partito Socialista
Lega	Lega dei Ticinesi
PdA	PdL, Partito del Lavoro
Grüne	I Verdi
SVP	UDC Unione Democratica del Centro (kandidierende Frauen nur in Graubünden)
Polo	Polo, Polo della Libertà

* Mit dieser «Frauenpartei» erlaubte sich ein einzelner Mann einen Scherz

In den Tessiner Medien waren zusätzlich zwei Parteien aus dem italienischsprachigen Teil Graubündens präsent: *Donne Indipendenti* und *Lista Gioventù 91*.

2. Untersuchte Medien

Die Medienpräsenz der Kandidatinnen wurde an folgenden Medien untersucht:

Printmedien

Corriere del Ticino	Auflage: 37'000
Giornale del Popolo	Auflage: 25'500
La Regione	Auflage: 35'000

Elektronische Medien

Untersucht wurden Vorwahlsendungen von Radio (RSI) und Fernsehen (TSI) der italienischen Schweiz. Beiträge mit Kandidierenden aus dem italienischen Teil des Bündnerlandes wurden ebenfalls mit einbezogen. Die Sendezeiten lagen mit wenigen Ausnahmen in den Abendstunden zwischen 19.00 Uhr und 23.00 Uhr.

3. Fragestellungen und Methode

Fragestellungen

Die Untersuchung geht zunächst der Frage nach, in welchem Umfang Frauen am Tessiner Radio, am Tessiner Fernsehen und in den genannten Printmedien überhaupt präsent waren. Wieviel Sende- und Redezeit erhielten Frauen in den elektronischen Medien, wieviel Platz in den Printmedien? Ein eigener Abschnitt wird schliesslich der Frage gewidmet sein: Wie verhielten sich die Frauen und wie wurden sie behandelt?

Weiter interessierte, welche Parteien sich im Wahlkampf von Frauen vertreten liessen und bei welchen sie kaum vorkamen. Welche Themen wurden in den Sendungen debattiert? Zu welchen Themen wurden Kandidaten befragt, zu welchen Themen wurden Kandidatinnen befragt? Und inwieweit wurde über die Situation von Frauen und über frauenrelevante bzw. Frauenpolitik gesprochen? Wurden auch Männer zu solchen Themen befragt?

Gab es Faktoren, die auf die Rolle der Frauen in den Vorwahlsendungen Einfluss hatten? Wie gross war der Anteil der von Frauen gestalteten Sendungen? Kamen Frauen in solchen Sendungen besser weg?

Methodische Bemerkungen

Ausgewertet wurden die im Zeitraum vom 11. September bis 21. Oktober 1995 erschienenen, spezifisch auf den Wahlkampf bezogenen Artikel aller drei genannten Printmedien und die im selben Zeitraum ausgestrahlten und explizit als Wahlsendungen deklarierten Beiträge von TSI und RSI, die vorwiegend in den Abendstunden ausgestrahlt wurden. Nicht gezählt wurden eigene, leserbriefartige Beiträge der KandidatInnen selbst, die auf den redaktionellen Seiten teilweise grossen Raum einnahmen.

In Artikeln, in denen mehrere Personen vorkamen, wie beispielsweise in der Berichterstattung über Wahlkampfveranstaltungen, wurde für die Kategorie Namensnennung pro Artikel jeder Name nur einmal gezählt (auch wenn er mehrmals vorkam). Für die Zuordnung der Artikelmenge nach Fläche wurde die Präsenz der KandidatInnen aufgrund des Umfangs ihrer themenbezogenen Präsenz im Artikel, nicht aufgrund der Häufigkeit von Namensnennungen gemessen.

Bei den elektronischen Medien wurde die Kategorie Sendezeit aufgrund der Gesamtpräsenz der KandidatInnen, respektive Parteien, in den Sendungen gemessen. Dies schloss zum Beispiel auch die Zeit ein, in der sich ein Moderator mit bestimmten KandidatInnen beschäftigte oder ihnen eine Frage stellte. Die Kategorie Redezeit hingegen gibt die Dauer der einzelnen Voten/Wortanteile der KandidatInnen an.

Die Kategorie Themen-Nennung bei Radio, Fernsehen und Printmedien benennt, wie häufig in den einzelnen Sendungen oder Beiträgen welche Fragen explizit thematisiert wurden. Unterschieden wurde dann im einzelnen nach Geschlecht und Partei. Die zeitliche Dauer der Behandlung der Themen wurde nicht gemessen.

4. Quantitative Ergebnisse

4.1. Frauenpräsenz in den elektronischen Medien

(Tabellen 1 bis 4)

Fernsehen TSI

In den 29 erfassten Sendungen (Total: 698 Sendeminuten) des Tessiner Fernsehens TSI erhielten Frauen 122 Sendeminuten, Männer 576 Sendeminuten zugestanden. Das heisst 17,5 Prozent der Sendezeit entfielen auf Kandidatinnen, 82,5 Prozent entfielen auf Kandidaten. Frauen nahmen sich / erhielten in dieser Zeit 51 Minuten Redezeit, Männer 289,5 Minuten. Das entspricht einem Redezeitanteil der Frauen von 15 Prozent, der Männer von 85 Prozent. Dieser Frauenanteil entspricht in etwa dem Anteil der Frauen unter den Tessiner Kandidierenden (rund 14,5%), liegt jedoch deutlich unter der gesamtschweizerischen Frauenkandidaturquote (35%). Zu beachten ist zudem, dass von der Gesamtredezeit der Frauen die Bündnerin Silva Semadeni alleine 12,5 Minuten bestritt. Wären nur Tessiner Kandidatinnen erfasst worden, wäre das Ergebnis wesentlich magerer ausgefallen. Das weist darauf hin, dass weniger die Tessiner Medien als vielmehr die Distanz der Tessinerinnen zur gängigen Parteipolitik und zusätzlich die Entsendungspolitik der Parteien für die magere Medienpräsenz von Kandidatinnen verantwortlich sind.

Radio RSI

Etwas besser fällt die Bilanz beim Tessiner Radio aus. Von insgesamt 623 erfassten Sendeminuten entfielen 138 Minuten auf Frauen, 485 Minuten auf Männer. Das entspricht einem Frauenanteil von 22,2 Prozent und einem Männeranteil von 77,8 Prozent. Von der Totalredezeit von 331,5 Minuten entfielen 79 Minuten – das sind 24 Prozent – auf Frauen und 252,5 Minuten – das sind 76 Prozent – auf Männer.

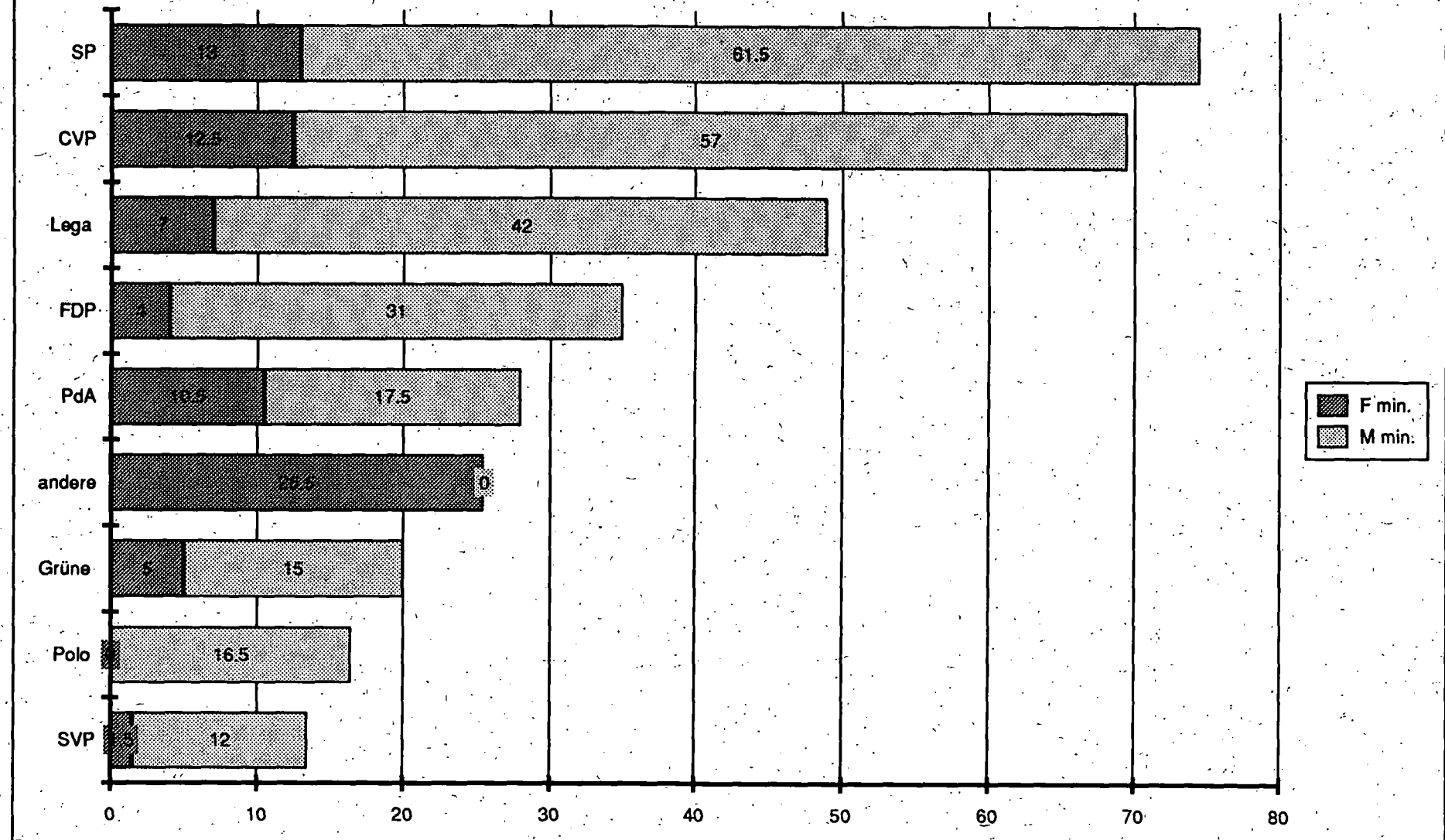
Zu berücksichtigen ist dabei, dass der Redezeitanteil der Kandidatinnen am Tessiner Radio durch einen ausschliesslich von Kandidatinnen bestrittenen Beitrag angehoben wurde. Am Tessiner Fernsehen fehlten die reinen Frauenbeiträge. Während die Frauen also beim RSI deutlich mehr Sende- und Redezeit belegen, als es ihrem Listenanteil von rund 14,5% entspricht, fällt die Bilanz beim Tessiner Fernsehen magerer aus.

Ein Grund für die höhere Frauenpräsenz beim Tessiner Radio liegt im Auswahlmodus. Während das TSI es den Parteien überliess, welche Kandidatinnen oder Kandidaten diese zu den jeweiligen Debatten delegieren wollten, hatte das RSI programmatisch festgelegt, ein besonderes Augenmerk auf Frauen, Junge und das italienische Bündnerland zu richten. Für die entsprechenden Schwerpunktsendungen bestimmte das RSI selbst die Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

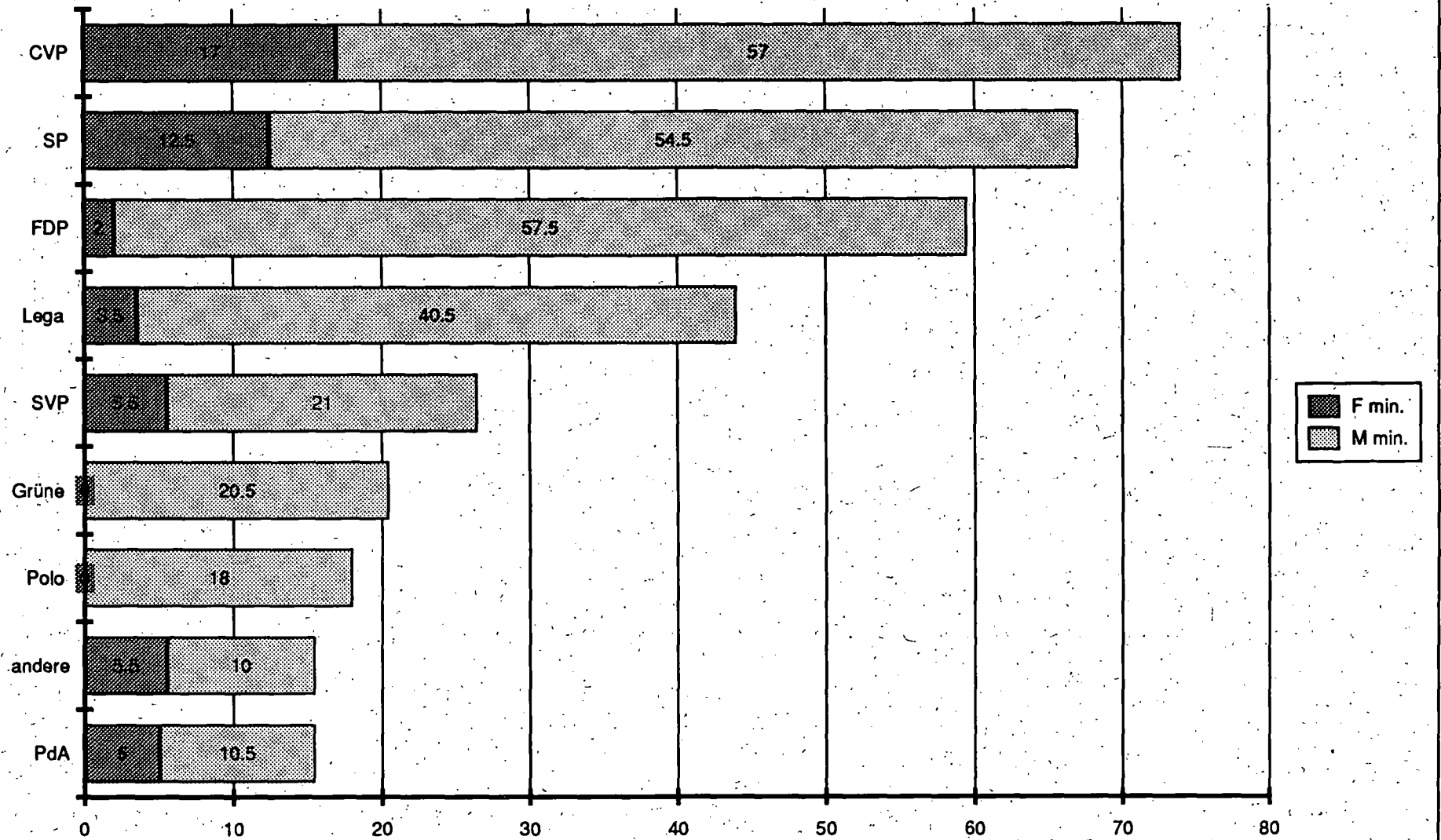
4.1.1. In welchem Umfang liessen die Parteien sich in den Medien von Frauen vertreten?

Differenziert man die Sende- und Redezeiten nach Parteien, so ergibt sich zwar, dass zwei Parteien sich in verhältnismässig deutlichem Umfang von Frauen vertreten liessen. Sowohl beim TSI wie beim RSI sicherten sich die Frauen der CVP und der PdA prozentual am meisten Sendezeit, während die Frauen der übrigen Parteien, insbesondere der FDP und SP, kaum vertreten waren. Die SP-Frauen waren in den Medien der italienischen Schweiz in erster Linie durch die Bündnerin Silva Semadeni vertreten. Der Frauenanteil der männerdominierten Lega dei Ticinesi lag in den Sendungen von TSI und TSR deutlich höher als bei SP und FDP. Grosse Tristesse bei den Grünen: Frauen sind hier praktisch nicht präsent. Die fünfminütige Redezeit der Kandidatin der Grünen ist einer einzigen Sendung zu Umweltthemen zu verdanken. Dies war die einzige Gelegenheit, bei der eine Frau der Grünen in den elektronischen Medien auftrat.

Grafik 1 zu Tabelle 3: Radio RSI: Redezeit nach Partei und Geschlecht



Grafik 2 zu Tabelle 4: Fernsehen TSI: Redezeit nach Partei und Geschlecht



4.1.2. Zu welchen Themen sprachen die Kandidatinnen und Kandidaten in den elektronischen Medien?

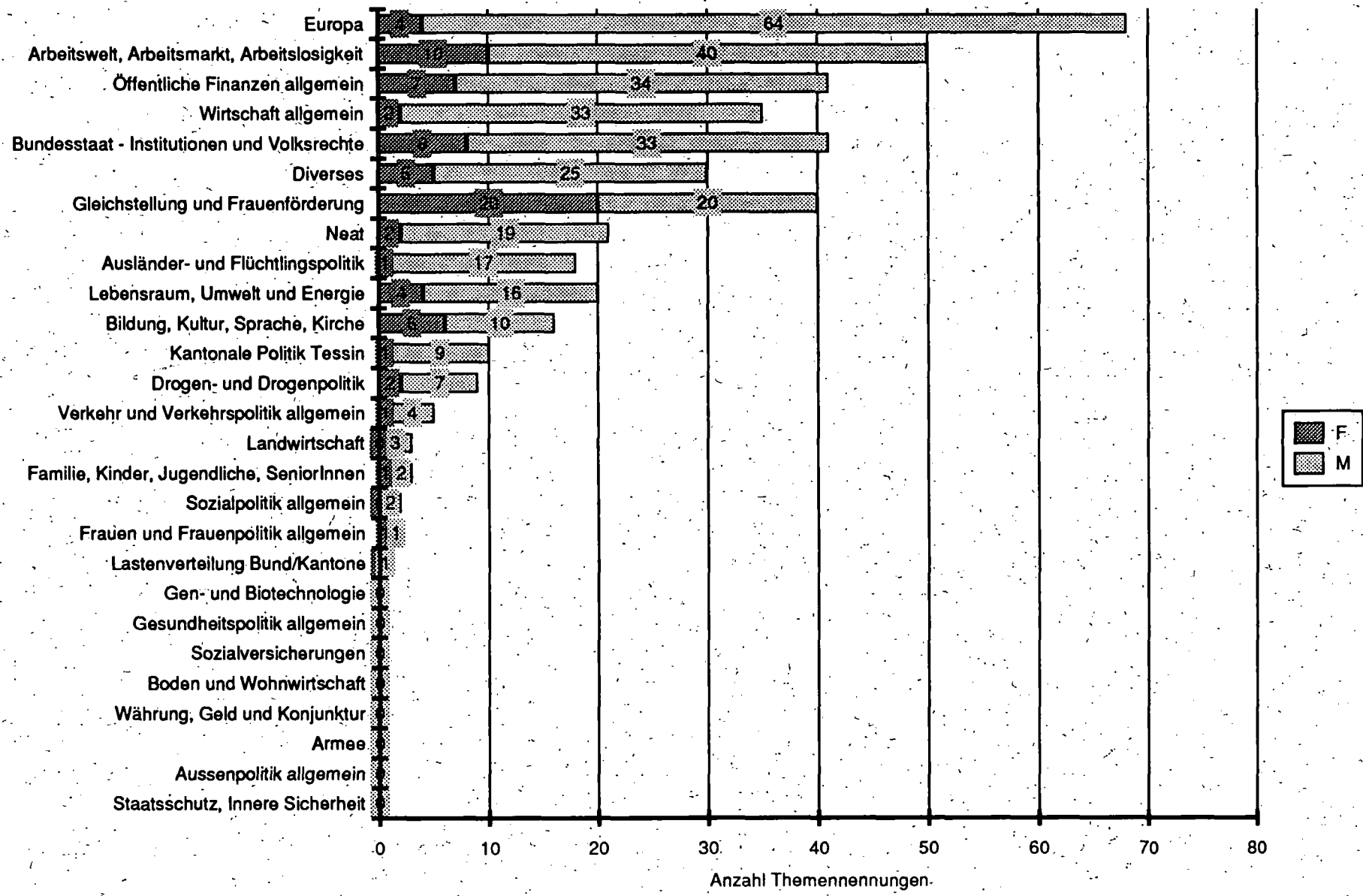
(Tabellen 5 und 6)

Die Wahlsendungen im Tessin waren fast ausschliesslich kontradiktorische Diskussions- sendungen und Parteienporträts. Aus den erfassten Sendungen wird deutlich, dass die Themen Europa, Neat, Wirtschaft, Arbeitswelt, soziale Fragen, Ausländer- und Flüchtlingspolitik in den elektronischen Medien nebst den öffentlichen Finanzen und den kantonalen Themen am meisten Raum einnahmen. Wirklich signifikante Unterschiede in der thematischen Ausgestaltung der Sendungen in den beiden Medien gibt es nicht.

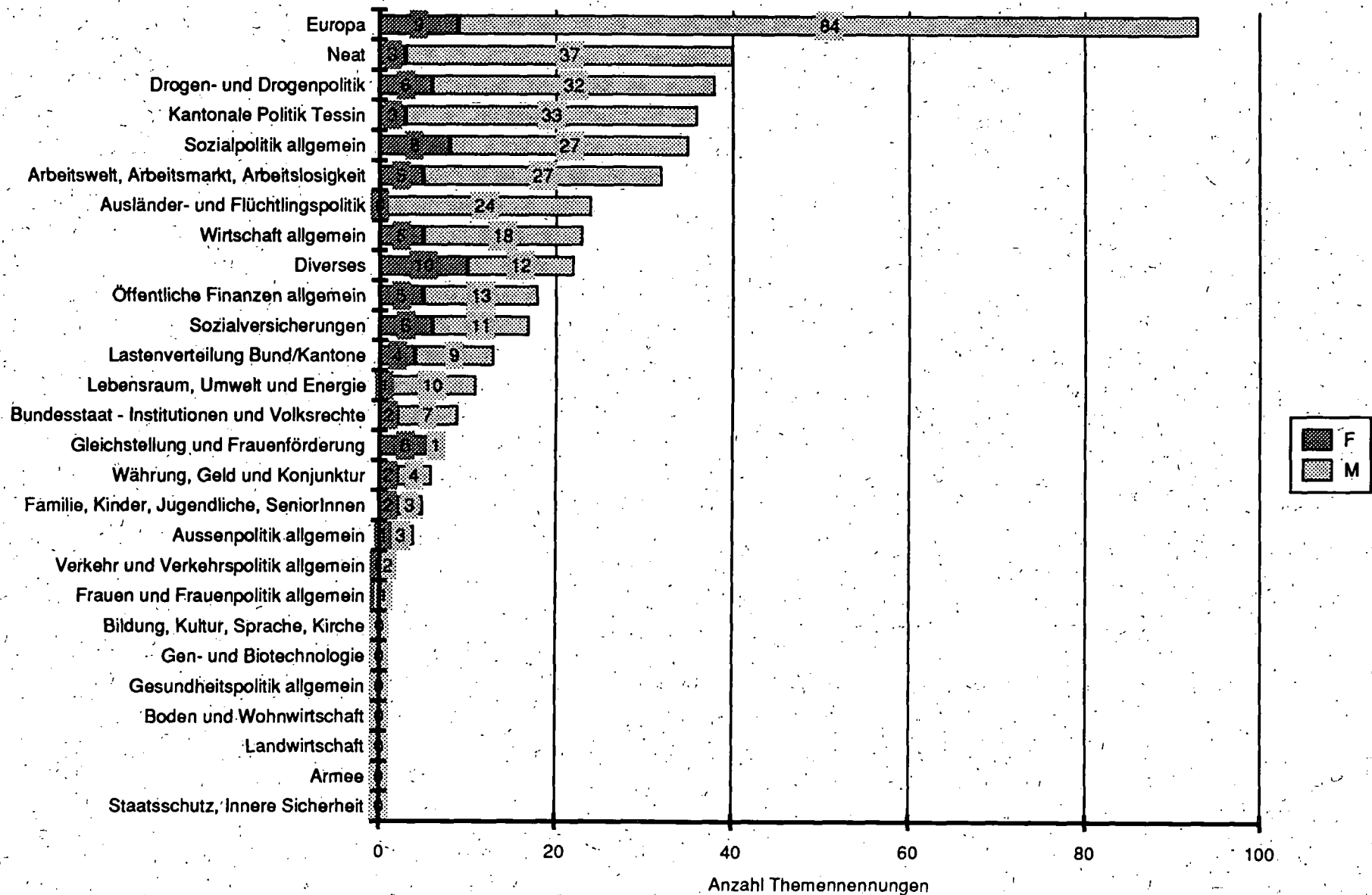
Einige Themen tauchen in den elektronischen Medien nur marginal oder überhaupt nicht auf. Dazu gehören beispielsweise Staatsschutz und innere Sicherheit oder die Armee ebenso wie Gen- und Biotechnologie. Entsprechend den Folgen der Wirtschaftskrise im Tessin werden Wirtschaftsthemen im Hinblick auf die Wahlen meist unter dem Aspekt der sozialen Folgen diskutiert. Erwerbslosigkeit ist ein entsprechend dominantes Wahlkampfthema. Ebenso aus naheliegenden Gründen der Bereich Verkehr/Neat. Ausserdem standen Europa sowie die Ausländer- und Flüchtlingspolitik im Vordergrund.

Ins Auge fällt, dass sich die Kandidatinnen in der Südschweiz nicht auffallend häufig zu typischen «Frauenthemen» (Soziales, Gesundheit) geäußert haben / befragt wurden, sondern sich ebensostark in andern Bereichen wie Bundesstaat, Finanzen, Arbeitswelt, Verkehr oder bei kantonalpolitischen Fragen profilierten. Nach wie vor Frauendomänen sind aber die Themen Frauen und Frauenpolitik sowie Gleichstellung und Frauenförderung. Dazu äussern sich Männer wesentlich weniger häufig.

Grafik 3 zu Tabelle 5: Radio RSI: Themen nach Geschlecht



Grafik 4 zu Tabelle 6: Fernsehen TSI: Themen nach Geschlecht



4.2. Frauenpräsenz in den Printmedien

(Tabelle 7)

Von den 50 in den drei genannten Tageszeitungen erfassten Artikeln nahmen die männlichen Kandidierenden 79,4 Prozent der Gesamtfläche ein. Der Flächenanteil der Frauen übertrifft mit 20,6 Prozent ihren Anteil auf den Listen. Der Flächenanteil der verschiedenen Parteien entspricht deren politischem Gewicht im Kanton Tessin, wobei die kleinen Parteien in den Zeitungen schlechter vertreten sind als bei Radio und Fernsehen. Auffallend wenig Platz wird der Lega eingeräumt, der immerhin drittstärksten Partei im Kanton.

4.2.1. In welchem Umfang werden die Parteien von Kandidatinnen repräsentiert?

Dass auch Frauen für die Wahlen kandidieren, wird am stärksten bei der CVP und erstaunlicherweise bei der Lega mehr noch als bei der SP deutlich. Die SP stellt sich ebenso wie die Grünen als reine Männerpartei mit Alibifrauen dar. Bei den <Verdi> wird die einzige Kandidatin Angela Tognetti gerade einmal – nämlich bei der Listenpräsentation – genannt. Die FDP als wichtigste Partei im Kanton tritt ebenfalls als Männerpartei mit einer kaum vorhandenen Kandidatin auf. Stark, wenn auch mengenmässig relativ weniger präsent ist wieder die PdA mit Sonja Crivelli.

4.2.2. Wie oft kamen Kandidatinnen und Kandidaten in den Printmedien vor?

(Tabelle 8)

Am häufigsten wurden die Kandidaten der FDP, Fulvio Pelli, Adriano Cavadini, Massimo Pini und Mauro dell'Ambrogio genannt. Die FDP-Kandidatin Vanna Bernasconi taucht dagegen sehr wenig auf. Aber sie kam als einzige FDP-Kandidatin mit 7 Nennungen immerhin noch besser weg als die insgesamt 3 Kandidatinnen der beiden miteinander verbundenen SP-Listen, die zusammen nur 6mal genannt werden. Die Tessiner SP profilierte sich in diesem Wahlkampf als Männerpartei, wobei Werner Carobbio als Bisheriger die meiste Aufmerksamkeit erhielt.

Bei der CVP ist es vor allem Mimi Lepori Bonetti, die mit dem Bisherigen Fulvio Caccia etwa gleich oft erwähnt wird und offenbar auch von ihrem Bonus als Bisherige profitieren konnte. Remigio Ratti und Carlo Donati erhalten als Neukandidierende in den Printmedien deutlich weniger Aufmerksamkeit. Bei der Lega nimmt Flavio Maspoli entschieden mehr Raum ein als Renza de Dea, aber sie wird immerhin noch häufiger genannt als Parteipräsident Giuliano Bignasca. Bei der PdA erweist sich einmal mehr Sonja Crivelli als Zugpferd.

4.2.3. In welchen Textsorten kamen die Kandidatinnen und Kandidaten vor?

(Tabelle 9)

In der Wahlberichterstattung der Tessiner Zeitungen nahmen Porträts und Interviews/Streitgespräche mit einer oder mehreren Personen nebst grossen ein- oder zweiseitigen Umfragen mit zahlreichen KandidatInnen den grössten Raum ein. Bei Interviews, Porträts, Streitgesprächen und ähnlichen Eigenleistungen luden die Printmedien überproportional mehr Männer ein. Frauen erreichen hier prozentual nicht einmal ihren Listenanteil. Das Motiv mag in der Auslesepraxis der stark männerlastigen Redaktionen der Tessiner Medien zu suchen sein. Nach dem Motto «Wer hat, dem wird gegeben» erhalten nur die Kandidaten und Kandidatinnen mit den besten Wahlchancen oder Parteiexponenten Einzelporträts oder andere nur auf sie bezogene Beiträge zugestanden. Dadurch werden Kandidatinnen aber indirekt benachteiligt: Da ihnen weniger Chancen zugemessen werden, erhalten sie auch weniger Raum.

Damit entfällt für sie aber eine der wichtigsten Möglichkeiten, sich persönlich und mit Sachthemen zu profilieren. In den «Pflichtbeiträgen» wie den obligaten KandidatInnenvorstellungen oder Berichten über Pressekonferenzen oder Wahlveranstaltungen werden Frauen dann ebenso pflichtgemäss zu einem Viertel bis einem Fünftel der Beiträge berücksichtigt.

Ähnliches gilt für die Platzierung (Aufschlagseite oder andere Seiten) und die Positionierung (oben oder unten) der Artikel. Massgeblich ist hier ebenfalls die Chance der Kandidierenden, gewählt zu werden, oder seine Stellung innerhalb der Partei.

Bei der Verwendung des Bildmaterials konnten hingegen keine geschlechtsspezifischen Unterschiede festgestellt werden. Wenn Frauen im Text vorkommen, werden sie – meist als Einzelporträt – auch abgebildet.

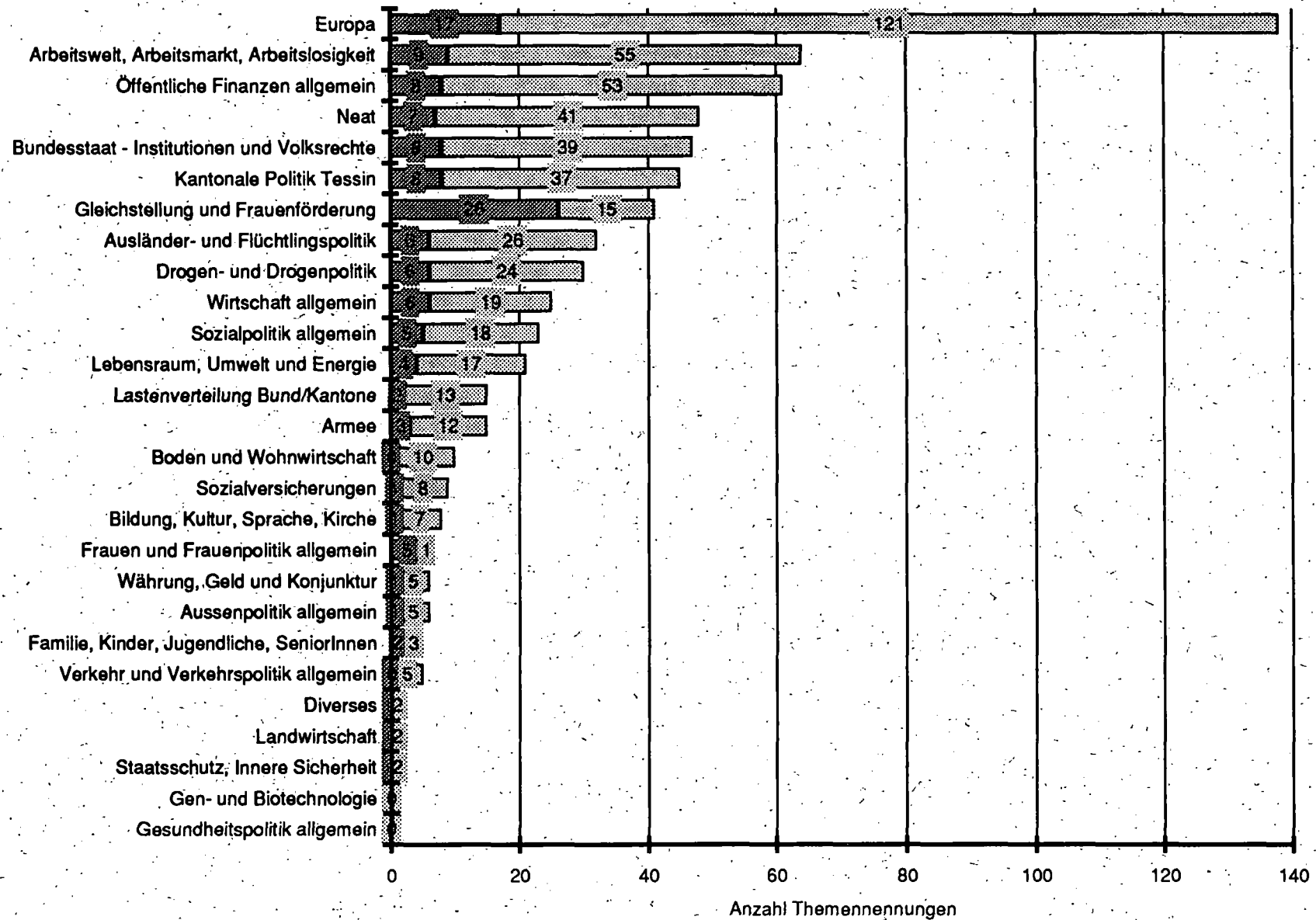
Auffällig ist, dass nur die CVP-Zeitung Giornale del Popolo den beiden aussichtsreichsten Kandidatinnen Mimi Lepori und Renza De Dea ganze Porträtseiten gewidmet hat. La Regione widmete einen Artikel ausschliesslich den kandidierenden Frauen. Am «männerlastigsten» schrieb der Corriere del Ticino.

4.2.4. Zu welchen Themen äussern sich Kandidatinnen und Kandidaten in den Printmedien?

(Tabellen 10 und 11)

Eindeutig im Zentrum des Wahlkampfes standen die Themen Bundesstaat und Tessin, Europa, Neat/öffentlicher Verkehr, Wirtschaft/Arbeitswelt sowie die öffentlichen Finanzen. Kein Thema waren hingegen die Bereiche Landwirtschaft und Reproduktionstechnologien. Entsprechend der kantonalen Situation wurde das Thema Wirtschaft meist sofort unter dem Gesichtspunkt der sozialen Folgen behandelt. Weder die Frauen noch die Parteien besetzten ein Thema wirklich für sich. Bei den Kandidatinnen mag dies unter anderem am Umstand liegen, dass ihnen weniger Raum gegeben wurde, sich inhaltlich wirklich zu profilieren (siehe 4.2.3. Textsorten). Generell profilieren sich die Parteien in der Presse kaum mit eigenen Themen.

Grafik 5 zu Tabelle 11: Printmedien: Themen nach Geschlecht



5. Qualitative Ergebnisse

5.1. Selbstbewusstsein und sachliche Kompetenz setzen sich durch

Im Wahlkampf der Südschweiz waren es immer wieder dieselben Frauen, die sich Sende- und Redezeit und auch Platz in den Printmedien eroberten. Mimi Lepori Bonetti, Silva Semadeni und Sonja Crivelli traten ebenso wie Renza de Dea sachlich kompetent, schlagfertig und selbstbewusst auf und behaupteten ihren Platz am Mikrophon und Bildschirm. Redezeit und Zeit im Bild entsprachen sich beim Fernsehen weitgehend. Generell wurden Frauen, wenn sie selbst entsprechend selbstbewusst auftraten, nicht «schlechter» behandelt als männliche Kandidierende. Es gab beispielsweise auch keine Fragen wie: «Wie wollen Sie Ihr Amt als Nationalrätin mit Ihrer Familie vereinbaren» oder andere Fragen nach Privatem. Hier spiegelt sich eine Tessiner Eigenart: Privatleben und Politik werden streng getrennt. Zudem wird das Privatleben von Kandidaten und Kandidatinnen als solches respektiert und nicht öffentlich thematisiert.

5.2. Unsichere politische Newcomerinnen haben es trotz sachlicher Kompetenz schwerer, sich durchzusetzen

Politisch weniger erfahrene Frauen, wie etwa Vanna Bernasconi von der FDP, kamen in den Medien schlechter weg und taten sich auch selbst schwerer mit dem selbstbewussten Auftritt.

5.3. Frauen brauchen weniger Worte

Andererseits ist festzustellen, dass die Kandidatinnen einen disziplinierteren Redestil pflegten als die Männer. Während die Kandidaten in Debatten der elektronischen Medien auf Fragen des Moderators oder der Moderatorin meist eher wortreich antworteten, zuerst das Statement ihres Vorredners aufnahmen, dann eine allgemeine Überleitung und schliesslich ihre eigene Aussage anschlossen, antworteten die Kandidatinnen prägnant und gezielt. Ein Verhalten, das natürlich auch ihren Redezeitanteil reduzierte.

5.4. Die Rolle von Moderatorinnen und Moderatoren

Frauen als Moderatorinnen waren in den grösseren Wahlsendungen des RTSI kaum präsent. In den hier erfassten Radiosendungen trat zweimal eine Moderatorin auf: Das eine Mal bei einer reinen Männerrunde, das andere Mal bei einer reinen Frauenrunde. So war nicht festzustellen, ob Frauen in einer gemischten Gesprächsrunde unter Frauenmoderation besser weggekommen wären. Die vorherrschend männlichen Moderatoren agierten korrekt, das heisst nicht frauendiskriminierend. Allerdings förderten sie auch keine Diskussion, die die Männer gezwungen hätte, zur Präsenz von Frauen in der Tessiner Politik Stellung zu beziehen oder auch Gleichstellungsthemen zu debattieren.

6. Fazit

Die Analyse von 39 Vorwahlsendungen der Tessiner Radio- und Fernsehgesellschaft RTSI und von 50 Artikeln der drei grossen Tessiner Tageszeitungen zeigte zwar, dass die Tessiner Kandidatinnen sich in allen Sachthemen bestens zu behaupten wussten. Aber eben auch, dass ihre Sachkompetenz von den Parteien nicht dahingehend genutzt wurde, ihre wenigen Kandidatinnen durch verstärkte Medienpräsenz gezielt zu fördern. Abgefedert wird das ernüchternde Resultat durch die Präsenz der Bündner Kandidatinnen in den Tessiner Medien. Sie drücken das Ergebnis deutlich nach oben.

Die Medien haben die wenigen Kandidatinnen nicht aktiv unterstützt. Aber sie haben zur Wahlniederlage der Frauen im Tessin auch nicht aktiv beigetragen. Mit einigen Ausnahmen – beispielsweise der vielbeachteten grossen TSI-Abschlussdebatte, einer reinen, 12köpfigen Männerrunde – waren Frauen entsprechend ihrem Anteil auf den Parteilisten vertreten, meistens darüber. Inhaltlich bewegten sie sich auf demselben Parkett wie die Männer und konnten diesen auch in allen Themen Paroli bieten. Heim- und Herd-Themen kamen nicht vor. Für die Männer waren die Bereiche Gleichstellung, Frauenpolitik, Frauenwahlkampf kaum ein Thema. Sie wurden allerdings auch nicht durch eine entsprechende Moderation veranlasst, es zu ihrem Thema zu machen.

Die Präsenz der Nationalratskandidatinnen und der Ständeratskandidatin – sei es mengenmässig, thematisch oder qualitativ – in den Tessiner Medien spiegelt die gesellschaftliche Realität der italienischen Schweiz. Vor allem im Tessin ist Parteipolitik noch nicht Frauensache geworden. In den Printmedien, wo auf Kandidatinnen und Kandidaten zugegangen wird, wo es nicht die Parteien sind, die ihre Leute schicken, wird der Wahlkampf jedoch stärker gesteuert. Ausschlaggebend für die KandidatInnenrepräsentation sind dann die politischen Präferenzen der Blätter. «Listenfüllerinnen» oder solche, die man dafür hält, werden gnadenlos übergangen. Der Frauenanteil in den Redaktionen ist hierfür irrelevant.

Tabelle 2

ELEKTRONISCHE MEDIEN: Fernsehen TSI						
Sendezeit nach Partei und Geschlecht						
Anzahl erfasste Sendungen: 29						
	M min.	M %	F min.	F %	T min.	T %
FDP	102	86,5	16	13,5	118	16,9
CVP	83	70,9	34	29,1	117	16,8
SP	98	83,8	19	16,2	117	16,8
Lega	89	90,8	9	9,2	98	14
PdA	37	71,2	15	28,8	52	7,4
Grüne	44	100	0	0,0	44	6,3
SVP	53	85,5	9	14,5	62	8,9
Polo	50	100	0	0,0	50	7,2
andere	20	50,0	20	50,0	40	5,7
TOTAL	576	82,5	122	17,5	698	100

Tabelle 3

ELEKTRONISCHE MEDIEN:						
Radio RSI						
Redezeit nach Partei und Geschlecht						
Anzahl erfasste Sendungen: 10						
	M min.	M %	F min.	F %	T min.	T %
FDP	31	88,6	4	11,4	35	10,5
CVP	57	82,1	12,5	17,9	69,5	21
SP	61,5	82,6	13	17,4	74,5	22,5
Lega	42	85,7	7	14,3	49	14,8
PdA	17,5	64,1	10,5	35,9	28	8,4
Grüne	15	75,0	5	25,0	20	6
SVP	12	88,9	1,5	11,1	13,5	4,1
Polo	16,5	100	0	0,0	16,5	5
andere	0	0,0	25,5	100	25,5	7,7
TOTAL	252,5	76,0	79	24,0	331,5	100

Tabelle 4

ELEKTRONISCHE MEDIEN:						
Fernsehen TSI						
Redezeit nach Partei und Geschlecht						
Anzahl erfasste Sendungen: 29						
	M min.	M %	F min.	F %	T min.	T %
FDP	57,5	96,6	2	3,4	59,5	17,4
CVP	57	77,0	17	23,0	74	21,7
SP	54,5	81,3	12,5	18,7	67	19,7
Lega	40,5	92,0	3,5	8,0	44	12,9
PdA	10,5	67,7	5	32,3	15,5	4,6
Grüne	20,5	100	0	0,0	20,5	6
SVP	21	79,2	5,5	20,8	26,5	7,8
Polo	18	100	0	0,0	18	5,3
andere	10	64,5	5,5	35,5	15,5	4,6
TOTAL	289,5	85,0	51	15,0	340,5	100

Tabelle 5

ELEKTRONISCHE MEDIEN: Radio RSI						
Stellungnahmen / Wortmeldungen / Voten nach Thema und Geschlecht						
Anzahl erfasste Sendungen: 10						
THEMA	M	M %	F	F %	T	T %
Kantonale Politik Tessin	8	88,9	1	11,1	9	2,6
Bundesstaat - Institutionen und Volksrechte	25	75,8	8	24,2	33	9,7
Staatsschutz, Innere Sicherheit	0	0	0	0	0	0
Aussenpolitik allgemein	0	0	0	0	0	0
Europa	60	93,8	4	6,2	64	18,8
Armee	0	0	0	0	0	0
Wirtschaft allgemein	31	93,9	2	6,1	33	9,7
Währung, Geld und Konjunktur	0	0	0	0	0	0
Landwirtschaft	3	100	0	0	3	0,9
Boden und Wohnwirtschaft	0	0	0	0	0	0
Öffentliche Finanzen allgemein	27	79,4	7	20,6	34	10
Lastenverteilung Bund/Kantone	1	100	0	0	1	0,3
Sozialpolitik allgemein	2	100	0	0	2	0,6
Arbeitswelt, Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit	30	75,0	10	25,0	40	11,8
Sozialversicherungen	0	0	0	0	0	0
Gesundheitspolitik allgemein	0	0	0	0	0	0
Drogen- und Drogenpolitik	5	71,4	2	28,6	7	2
Lebensraum, Umwelt und Energie	12	75,0	4	25,0	16	4,7
Verkehr und Verkehrspolitik allgemein	3	75,0	1	25,0	4	1,2
Neat	17	89,5	2	10,5	19	5,6
Gen- und Biotechnologie	0	0	0	0	0	0
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	16	94,1	1	5,9	17	5
Familie, Kinder, Jugendliche, SeniorInnen	1	50	1	50	2	0,6
Bildung, Kultur, Sprache, Kirche	4	40	6	60	10	2,9
Frauen und Frauenpolitik allgemein	0	0	1	100	1	0,3
Gleichstellung und Frauenförderung	0	0	20	100	20	5,9
Diverses	20	80,0	5	20,0	25	7,4
	265	78	75	22	340	100

Tabelle 6

ELEKTRONISCHE MEDIEN: Fernsehen TSI						
Stellungnahmen / Wortmeldungen / Voten nach Thema und Geschlecht						
Anzahl erfasste Sendungen: 29						
THEMA	M	M %	F	F %	T	T %
Kantonale Politik Tessin	33	91,7	3	8,3	36	8,3
Bundesstaat - Institutionen und Volksrechte	7	77,8	2	22,2	9	2,1
Staatsschutz, Innere Sicherheit	0	0	0	0	0	0
Aussenpolitik allgemein	3	75,0	1	25,0	4	0,9
Europa	84	90,3	9	9,7	93	21,3
Armee	0	0	0	0	0	0
Wirtschaft allgemein	18	78,3	5	21,7	23	5,3
Währung, Geld und Konjunktur	4	66,7	2	33,3	6	1,4
Landwirtschaft	0	0	0	0	0	0
Boden und Wohnwirtschaft	0	0	0	0	0	0
Öffentliche Finanzen allgemein	13	72,2	5	27,8	18	4,1
Lastenverteilung Bund/Kantone	9	69,2	4	30,8	13	3
Sozialpolitik allgemein	27	77,1	8	22,9	35	8
Arbeitswelt, Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit	27	84,4	5	15,6	32	7,3
Sozialversicherungen	11	64,7	6	35,3	17	3,9
Gesundheitspolitik allgemein	0	0	0	0	0	0
Drogen- und Drogenpolitik	32	84,2	6	15,8	38	8,7
Lebensraum, Umwelt und Energie	10	90,9	1	9,1	11	2,5
Verkehr und Verkehrspolitik allgemein	2	100	0	0	2	0,5
Neat	37	92,5	3	7,5	40	9,2
Gen- und Biotechnologie	0	0	0	0	0	0
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	24	100	0	0	24	5,5
Familie, Kinder, Jugendliche, SeniorInnen	3	60,0	2	40,0	5	1,1
Bildung, Kultur, Sprache, Kirche	0	0	0	0	0	0
Frauen und Frauenpolitik allgemein	1	100	0	0	1	0,2
Gleichstellung und Frauenförderung	1	14,3	6	85,7	7	1,6
Diverses	12	54,5	10	45,5	22	5
	358	82,1	78	17,9	436	100

Tabelle 7

PRINTMEDIEN: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Artikelmenge nach Fläche, Partei und Geschlecht						
Anzahl erfasste Artikel: 50						
	M cm2	M %	F cm2	F %	T cm2	T %
FDP	11993	85,8	1991	14,2	13984	28,1
CVP	9017	69,0	4053	31,0	13070	26,3
SP	7553	92,0	661	8,0	8214	16,5
Lega	6869	73,6	2459	26,4	9328	18,7
PdA	363	31,2	801	68,8	1164	2,3
Grüne	1447	95,0	76	5,0	1523	3,1
SVP	482	100	0	0,0	482	1
Polo	1201	100	0	0,0	1201	2,4
andere	578	72,8	216	27,2	794	1,6
TOTAL	39503	79,4	10257	17,8	49760	100

Tabelle 8

PRINTMEDIEN: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Namensnennungen nach Partei und Geschlecht						
Anzahl erfasste Artikel: 50						
	M	M %	F	F %	T	T %
FDP	56	88,9	7	11,1	63	21,2
CVP	42	67,7	20	32,3	62	20,9
SP	46	88,5	6	11,5	52	17,7
Lega	41	87,2	6	12,8	47	15,8
PdA	11	55,0	9	45,0	20	6,7
Grüne	25	89,3	3	10,7	28	9,4
SVP	5	100	0	0,0	5	1,7
Polo	10	100	0	0,0	10	3,3
andere	8	80,0	2	20,0	10	3,3
TOTAL	244	82,2	53	17,8	297	100

Tabelle 9

PRINTMEDIEN: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Namensnennungen nach Textsorte und Geschlecht						
Anzahl erfasste Artikel: 50						
	M	M %	F	F %	T	T %
Berichterstattung Wahlveranstaltung	24	75,0	8	25,0	32	10,8
Berichterstattung Pressekonferenz	15	83,3	3	16,7	18	6,1
Interviews und Portraits	57	86,4	9	13,6	66	22,2
Streitgespräch, Diskussionsrunde	55	90,2	6	9,8	61	20,5
KandidatInnenvorstellungen, KandidatInnenumfragen	93	77,5	27	22,5	120	40,4
TOTAL	244	82,2	53	17,8	297	100

Tabelle 10

PRINTMEDIEN: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo																											
Themennennungen / Stellungnahmen nach Partei und Geschlecht																											
Anzahl erfasste Artikel: 50																											
THEMA	FDP	FDP	FDP	CVP	CVP	CVP	SP	SP	SP	Leg	Leg	Leg	PdA	PdA	PdA	GP	GP	GP	SVP	SVP	SVP	Pol	Pol	Pol	and	and	and
	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T	M	F	T
Kantonale Politik Tessin	9	1	10	5	1	6	4	1	5	14	2	16	1	3	4	0	0	0	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Bundesstaat - Institutionen und Volksrechte	14	1	15	7	3	10	5	0	5	10	2	12	1	2	3	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0
Staatschutz, Innere Sicherheit	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Aussenpolitik allgemein	3	0	3	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Europa	38	2	40	29	7	36	24	1	25	23	3	26	1	4	5	1	0	1	1	0	1	2	0	2	2	0	2
Armee	4	1	5	3	2	5	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wirtschaft allgemein	4	0	4	6	1	7	4	0	4	1	2	1	0	3	3	0	0	0	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Währung, Geld und Konjunktur	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Landwirtschaft	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Boden und Wohnwirtschaft	3	0	3	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	2	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Öffentliche Finanzen allgemein	11	1	14	13	3	16	12	0	12	12	2	14	2	2	4	0	0	0	2	0	2	0	0	0	1	0	1
Lastenverteilung Bund/Kantone	0	0	0	2	1	3	2	0	2	9	0	9	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sozialpolitik allgemein	0	0	0	9	2	11	5	0	5	0	0	0	2	3	5	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Arbeitswelt, Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit	10	1	15	12	5	17	15	0	15	12	2	14	3	1	4	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0
Sozialversicherungen	0	0	0	0	1	1	3	0	3	5	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gesundheitspolitik allgemein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Drogen- und Drogenpolitik	6	1	7	5	2	7	5	0	5	5	1	6	2	1	3	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Lebensraum, Umwelt und Energie	0	0	0	0	0	0	4	0	4	2	2	4	1	1	2	10	1	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Verkehr und Verkehrspolitik allgemein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Neat	10	1	11	6	3	9	8	0	8	8	2	10	1	1	2	3	0	3	2	0	2	1	0	1	1	0	1
Gen- und Biotechnologie	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	4	1	5	4	3	7	4	0	4	8	1	9	1	1	2	2	0	2	1	0	1	1	0	1	1	0	1
Familien, Kinder, Jugendliche, SeniorInnen	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	
Bildung, Kultur, Sprache, Kirche	2	0	2	1	1	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Frauen und Frauenpolitik allgemein	0	0	0	0	2	2	1	1	2	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gleichstellung und Frauenförderung	4	3	7	3	10	13	3	3	6	2	4	6	1	4	5	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	2	2
Diverses	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0

Tabelle 11

PRINTMEDIEN: Corriere del Ticino, La Regione, Giornale del Popolo						
Stellungnahmen/Wortmeldungen/Voten nach Thema und Geschlecht						
Anzahl erfasste Artikel: 50						
THEMA	M	M %	F	F %	T	T %
Kantonale Politik Tessin	37	82,2	8	17,8	45	6,8
Bundesstaat - Institutionen und Volksrechte	39	83,0	8	17,0	47	7,0
Staatsschutz, Innere Sicherheit	2	100	0	0	2	0,3
Aussenpolitik allgemein	5	83,3	1	16,7	6	0,9
Europa	121	87,7	17	12,3	138	20,7
Armee	12	80,0	3	20,0	15	2,3
Wirtschaft allgemein	19	76,0	6	24,0	25	3,8
Währung, Geld und Konjunktur	5	83,3	1	16,7	6	0,9
Landwirtschaft	2	100	0	0	2	0,3
Boden und Wohnwirtschaft	10	100	0	0	10	1,5
Öffentliche Finanzen allgemein	53	86,9	8	13,1	61	9,1
Lastenverteilung Bund/Kantone	13	86,7	2	13,3	15	2,3
Sozialpolitik allgemein	18	78,3	5	21,7	23	3,4
Arbeitswelt, Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit	55	85,9	9	14,1	64	9,6
Sozialversicherungen	8	88,9	1	11,1	9	1,4
Gesundheitspolitik allgemein	0	0	0	0	0	0
Drogen- und Drogenpolitik	24	80,0	6	20,0	30	4,5
Lebensraum, Umwelt und Energie	17	81,0	4	19,0	21	3,2
Verkehr und Verkehrspolitik allgemein	5	100	0	0	5	0,7
Neat	41	85,4	7	14,6	48	7,2
Gen- und Biotechnologie	0	0	0	0	0	0
Ausländer- und Flüchtlingspolitik	26	81,3	6	18,7	32	4,8
Familie, Kinder, Jugendliche, SeniorInnen	3	60,0	2	40,0	5	0,7
Bildung, Kultur, Sprache, Kirche	7	87,5	1	12,5	8	1,2
Frauen und Frauenpolitik allgemein	1	16,7	5	83,3	6	0,9
Gleichstellung und Frauenförderung	15	36,6	26	63,4	41	6,2
Diverses	2	100	0	0	2	0,3
Total thematische Ausserungen/Voten	540	81,1	126	18,9	666	100

Fazit

der Eidgenössischen Kommission für Frauenfragen

I.

Bei den National- und Ständeratswahlen im Oktober 1995 konnten die Frauen ihren Anteil in der Grossen Kammer um 4 Prozent auf 21,5 Prozent und in der Kleinen Kammer um 8,3 Prozent auf 17 Prozent steigern. Damit ist es gelungen, den Frauenanteil, vor allem auch im Ständerat, wahrnehmbar zu erhöhen. Das ist so gesehen ein erfreuliches Resultat. Nach wie vor bilden Männer aber die weit überwiegende Mehrheit im Parlament.

Das Ziel bleibt daher für die Eidgenössische Kommission für Frauenfragen weiterhin klar: es heisst Parität der Geschlechter. Die Frauen sollen auf allen Ebenen, auf denen politische Entschiede erarbeitet und gefällt werden, entsprechend ihrem Anteil an der Bevölkerung vertreten sein. Von diesem Ziel sind wir allerdings noch sehr weit entfernt.

Auch diese Wahl hat gezeigt, wie schwer es Frauen in der Politik immer noch haben: Tatsache ist, dass die Chancen, gewählt zu werden, für Kandidatinnen noch immer wesentlich geringer sind als für Kandidaten. Damit setzt sich fort, was bereits bei allen früheren Wahlen eine Rolle gespielt hat. Die Anzahl Kandidaturen von Frauen ist gestiegen und mit 34,9 Prozent für den Nationalrat und 30 Prozent für den Ständerat ein positives Resultat. Das heisst, dass das Interesse der Frauen für die Politik und das Parlament vorhanden ist. Und es zeigt, dass das Kandidieren heute für Frauen leichter möglich ist als früher. Der Engpass für Frauen auf dem Weg ins eidgenössische Parlament liegt mittlerweile weniger auf der Ebene der Selektion als Kandidatinnen als auf jener der Wahl.

Die paritätische Vertretung von Frau und Mann in der Politik kommt nicht von alleine. Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt deutlich, dass auch im Bereich Politik weitere Anstrengungen unternommen werden müssen, um von der formalen politischen Gleichberechtigung von Frau und Mann zu einer tatsächlichen Gleichstellung zu kommen.

Die Bedeutung der Medien für das Funktionieren der Gesellschaft ist unbestritten. Entsprechend werden die Medien öfters als vierte Gewalt im Staate bezeichnet. Medien stellen gesellschaftliche Sachverhalte dar; sie machen sie öffentlich. Es fragt sich somit, ob und auf welche Art und Weise Themen, die die Situation der Frauen in der Gesellschaft behandeln, quantitativ und qualitativ angemessen zur Diskussion gestellt werden. Die Medien werden ihrer Funktion der Meinungsbildung nur gerecht, wenn sie die Diskriminierungen der Frauen in der Gesellschaft kritisieren und Alternativen aufzeigen. Da Medien in erheblichem Masse meinungsbildend und -verstärkend wirken und Verhaltensvorbilder verbreiten, die zur Identifizierung und Nachahmung veranlassen, üben sie einen grossen Einfluss darauf aus, ob sich eine Gesellschaft wandeln will oder es mehrheitlich vorzieht, auf dem Status quo zu verharren.

Die Medien verfügen demnach über eine nicht unerhebliche Macht. Sie besteht u.a. darin, zu bestimmen, welche Themen behandelt werden, in welcher Form und in welchem Sendegefäss, auf welcher Zeitungsseite oder Rubrik das geschieht, wer eingeladen oder interviewt wird. Dies trifft in ganz besonderem Mass für den politischen Wahlkampf auf eidgenössischer Ebene zu.

II.

Die im Auftrag der Eidg. Kommission für Frauenfragen durchgeführten Untersuchungen zur Medienpräsenz der Kandidatinnen bei den National- und Ständeratswahlen vom Oktober 1995 enthalten eine Fülle von Informationen und bringen einige überraschende Einsichten.

Ein direkter Vergleich der drei Teilstudien erscheint der Kommission wenig sinnvoll. Zum einen ist die Ausgangslage für die Frauenkandidaturen, ihre Verankerung in der Politik, je nach Sprachregion sehr unterschiedlich. Zum anderen sind die Teilstudien unterschiedlich detailliert. Während etwa die Auswertung für die deutsche Schweiz alle Artikel der ausgewählten Printmedien beinhaltet, umfasst die Auswertung für die Romandie nur einen Teil der Zeitungsartikel. Im Kanton Tessin wiederum zeigt sich sehr stark, dass die Parteipolitik immer noch Sache der Männer ist bzw. zu sein scheint.

Die Kommission äussert sich deshalb in allgemeiner Form zu den vorliegenden Ergebnissen der Teilstudien.

Die Medien spielen im Wahlkampf eine wichtige Rolle. Ihre Aufgabe ist es, im Wahlkampf Themen und Personen aus einer Palette von Informationen auszuwählen und die Öffentlichkeit zu informieren. Sie verfügen dabei über einen Spielraum, den sie zugunsten oder zuungunsten der Frauen nutzen können. Die Ergebnisse der von der Kommission in Auftrag gegebenen Teilstudien zeigen, dass die Medien vermehrt versucht haben, auf eine gerechtere Präsenz von Frauen in den Wahlendungen zu achten. So hat sich die Medienpräsenz der Kandidatinnen insgesamt verbessert. Sie liegt aber dennoch zum Teil weiterhin unter dem prozentualen Anteil der Frauen an den Kandidaturen. Interessante Unterschiede zeigen sich dabei beim Vergleich zwischen Radio und Fernsehen. Die Beteiligung von Kandidatinnen an Sendungen ist beim Radio in der Regel höher als beim Fernsehen. Auch bei der Redezeit ist der Anteil der Frauen beim Radio höher als beim Fernsehen.

Ein Grund für die höhere Frauenpräsenz etwa beim Tessiner Radio (RSI) war der Auswahlmodus für die Sendungen. Das RSI hatte programmatisch festgelegt, bei den Wahlen besonders Frauen, Junge und das italienische Bündnerland zu berücksichtigen. Für die entsprechenden Sendungen bestimmte das RSI selber die Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Das Tessiner Fernsehen überliess es dagegen den Parteien, wen sie delegieren wollten.

Es sollte eigentlich selbstverständlich sein, dass bei Wahlen darauf geachtet wird, dass Frauen in Sendungen und Artikeln mindestens gemäss ihrem Anteil an den Kandidaturen zum Zug kommen. Wie sich herausgestellt hat, ist dies jedoch auch 1995 noch keine Selbstverständlichkeit. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass hier nur durch bewusste und konkrete Planung positive Änderungen möglich sind.

Um effektiv zu einer Erhöhung des Frauenanteils in der Politik beizutragen, sind darüberhinaus weitere Schritte notwendig. Es müssen gezielt – und das bedeutet durch eine vorgängige Planung – mehr Kandidatinnen als Kandidaten berücksichtigt werden. Der Verzicht auf bewusste Planung von Frauenparität in den Vorwahlsendungen und Printmedien macht das Verfahren nicht «gerechter», sondern bevorteilt meist einseitig Männer. Ein wesentlicher Beitrag der Medien zur Verbesserung der Wahlchancen von Frauen bei künftigen Wahlen sollte die konsequente Parität der Geschlechter bezüglich ihrer Medienpräsenz sein. Dies kann beispielsweise

über eine Selbstverpflichtung geschehen: Medien sagen im voraus verbindlich zu, Frauen im nächsten Wahlkampf einen gleichberechtigten Platz einzuräumen und ihnen insbesondere gleich viel Zeit oder Raum in ihren Wahlbeiträgen zur Verfügung zu stellen.

Da Frauen noch immer weniger stark in der Politik verankert sind als Männer, benötigen sie überdurchschnittliche Aufmerksamkeit, um Profil entwickeln und ihre Positionen den Wählerinnen und Wählern vermitteln zu können. Die Medien können den Kandidatinnen dazu eine wichtige Plattform bieten.

Damit ist keineswegs gesagt, dass der Wahlerfolg einer Kandidatin direkt auf ihre Medienpräsenz zurückgeführt werden kann. Eine gute Präsentation und Präsenz in den Medien ist nur ein Faktor unter mehreren für eine erfolgreiche Wahl. Von Bedeutung sind zudem: die Parteizugehörigkeit, der Listenplatz, die Popularität einer Person, der Status als Bisherige oder Neukandidierende und – die Geschlechtszugehörigkeit. Welch gravierender Faktor die Geschlechtszugehörigkeit ist, zeigt sich wie erwähnt in den insgesamt geringeren Wahlchancen von Frauen. Und gerade hierbei spielen die Medien eine zentrale Rolle.

Ein erfreuliches Ergebnis ist, dass die Medien eine geschlechterstereotype Darstellung in Porträts und Berichterstattung vermieden haben. Bei der Untersuchung Cossy/Stutz der SRG-Vorwahlsendungen von 1991 wurde noch festgestellt, dass Kandidatinnen auf Fragen antworten mussten, die Kandidaten nicht gestellt wurden («Haben Sie eine eigene Meinung?», «Gibt es Momente, wo sie überlegen: Bin ich der Aufgabe auch gewachsen?», usw.). Wenn im politischen Leben Männer eher nach ihren Leistungen und Erfolgen, Frauen aber nach ihrem Privat- und Gefühlsleben befragt werden, wird Frauen die Gelegenheit vorenthalten, als Politikerinnen Profil zu zeigen und eine politische Auseinandersetzung zu führen. Diese Art von geschlechterstereotypen persönlichen Fragen wurde – zumindest in den untersuchten Sendungen und Printmedien – nicht mehr gestellt. Es ist positiv zu werten, dass hier in den Medien inzwischen mehr Sensibilität vorhanden ist.

Gleichstellungspolitik war auch bei diesen Wahlen in den Medien kein prominentes Thema. Es gab zwar einzelne Sendungen bzw. Artikel, welche sich mit Gleichstellungsfragen auseinandersetzten. Ansonsten wurden Frauenforderungen zumeist am Rande abgehakt. Auch die Gelegenheit, anhand der National- und Ständeratswahlen die Untervertretung der Frauen in der Politik zu thematisieren, wurde weitgehend verpasst. Noch weniger als die Kandidatinnen wurden die Kandidaten mit Gleichstellungsfragen und mit der zu geringen Vertretung der Frauen in der Politik konfrontiert.

So war z.B. bei den untersuchten Sendungen und Artikeln in der deutschen Schweiz die Gleichstellung ein «weibliches» Thema. Wirtschafts- und Verkehrspolitik, Europa und das politische System (die beiden letzteren nur in den Printmedien und im SF DRS 1) waren demgegenüber von Männern besetzte Themen. Diese Tendenz zeigt sich zum Teil auch in den Beiträgen zur welschen und italienischen Schweiz. In diesem Bereich bleibt also noch viel zu tun. Dies aus mindestens zwei Gründen: Zum einen findet die nötige Sensibilisierung der Gesellschaft für Frauenforderungen nicht statt, wenn Geschlechter- und Gleichstellungsaspekte in den Medien nicht thematisiert werden. Und zum anderen ist es für die Entwicklung unseres Staatwesens zentral, dass Frauen ihre Standpunkte zur wirtschaftlichen, sozialen und politischen Entwicklung der Gesellschaft einbringen.

Damit Frauen Standpunkte entwickeln können, ist es notwendig, dass die Kandidatinnen ihre Positionen zu diesen Fragen äussern. Umgekehrt ist es wesentlich, dass sich Männer vermehrt mit Gleichstellungsfragen und dem Geschlechterverhältnis auseinandersetzen. Die Kandidaten müssen daher künftig in Wahlsendungen auch dazu befragt werden. Die Fragen dürfen sich dabei nicht auf Allgemeinplätze beschränken, sondern sind konkret zu einzelnen Aspekten der Gleichstellung zu stellen. Es geht nicht darum, von Männern verbale Bekenntnisse zur Gleichstellung zu erhalten, sondern ihre Vorstellungen dazu in Erfahrung zu bringen. Nur so können sich Wählerinnen und Wähler ein klares Bild verschaffen.

III.

Es gibt für die Medien keinen Anlass, zwischen den Wahlen die Hände in den Schoss zu legen. Sie haben den medienpolitischen Auftrag, gesellschaftliche Sachverhalte aufzugreifen und eine öffentliche Diskussion darüber auszulösen und anzuregen. Das beinhaltet, dass sie die Frauenanliegen ernst nehmen und sich mit der Gleichstellungsthematik in den verschiedenen Lebensbereichen auseinandersetzen. Die Voraussetzung dafür ist von seiten der Medien eine bewusste Planung der Massnahmen, welche sie künftig durchführen wollen.

Vier grundlegende Massnahmen der Medien können sehr konkret den Boden für eine Verbesserung der Frauenvertretung in der Politik vorbereiten:

Erstens: Die Medien müssen in ihrer Berichterstattung häufiger Frauenanliegen und frauenspezifische Gesichtspunkte berücksichtigen. Da Medienschaffende zumeist über kein spezifisches Fachwissen in Gleichstellungsfragen verfügen, ist entsprechende Fortbildung eine Voraussetzung für eine geschlechtergerechte Medienarbeit. Nur so kann gewährleistet werden, dass Klischees und Geschlechterstereotype nicht erneut zum Tragen kommen.

Zweitens: Bei Interviews bzw. Studiogästen dürfen nicht mehr länger nur Männer berücksichtigt werden. Es gibt Expertinnen in allen Bereichen. Medien müssen zeigen, dass das Wissen und die Sichtweise der Frauen ebenso relevant für die Gesellschaft sind wie die Perspektive der Männer.

Drittens: Medienleute müssen die Grundsätze einer nicht-sexistischen Sprache beachten. Dies gilt für die elektronischen Medien ebenso wie für die Printmedien. Die Verwendung einer geschlechtergerechten Sprache ist ein wichtiger Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter. Die Sprache ist das zentrale Verständigungsmittel der Menschen. Und sie ist ein Spiegelbild der Gesellschaft. Dank der Sprache können wir Wahrnehmungen und Empfindungen erfassen, erklären, ordnen, hervorheben und werten. Sprachliche Gleichberechtigung ist ein Schritt in Richtung Gleichstellung.

Erfreulicherweise gibt es immer mehr Medienschaffende, die eine geschlechtergerechte Sprache verwenden. Inzwischen gibt es eine Reihe von konkreten Anleitungen, wie geschlechtergerechte sprachliche Lösungen aussehen können¹. Eine Sprache, die Frauen und Männer gleichermaßen berücksichtigt, ist dabei nicht nur im Deutschen, sondern auch im Französischen und Italienischen möglich. Entscheidend ist hierbei der bewusste Umgang mit Sprache und der

¹ Leitfaden zur sprachlichen Gleichstellung im Deutschen. Hrgin: Schweizerische Bundeskanzlei. Bern 1996.

Grundsatzentschluss für eine geschlechtergerechte Lösung. Die Suche nach geeigneten und praktikablen Formulierungen ist dann der zweite Schritt. Die Medien haben in diesem Bereich eine gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen.

Viertens: Ein weiterer Beitrag der Medien besteht in der internen Gleichstellung von Frauen und Männern auf den Redaktionen und in den Entscheidungsgremien. Auch hier sind in den letzten Jahren Fortschritte erzielt worden. Eine ungleichgewichtige Verteilung der Macht- und Entscheidungspositionen zwischen Männern und Frauen ist aber in praktisch allen Medien noch die Regel. An den entscheidenden Positionen sitzen viele Männer und nur wenige oder gar keine Frauen.

Damit mehr Frauen in höhere Positionen gelangen können, braucht es neben einer konsequenten Erhöhung des Frauenanteils gleichzeitig auch eine Veränderung der Arbeitsbedingungen und -möglichkeiten in den Medien (zum Beispiel hinsichtlich der Arbeitszeit und Laufbahnplanung der Mitarbeitenden).

Zentrales Anliegen ist, dass Frauen auf allen Stufen gleichgewichtig Einsitz nehmen und Männer infolgedessen Macht abgeben. Sobald Frauen paritätisch auf allen Positionen Funktionen ausüben – und sich damit nicht als isolierte Einzelkämpferinnen den männlichen Normen anpassen müssen – werden Auswirkungen auf die Inhalte unvermeidlich sein. Welche Wege zum Ziel führen, muss medienspezifisch entschieden werden. Wichtig ist bei allem: Es muss ein kurz-, mittel- und langfristiger zeitlicher Rahmen gesteckt werden, innerhalb dessen die Wirkung einer bestimmten Massnahme geprüft wird. Es geht nicht ohne verbindliche Erfolgskontrolle, die bei ungenügendem oder fehlendem Erfolg auch neue Weichen stellen kann. Interne und externe Evaluationen erlauben es zudem, Vergleiche mit anderen Medien zu ziehen und aus den Erfahrungen anderer zu lernen.

IV.

Die Eidgenössischen Wahlen 1995 sind vorbei. Sie haben eine bescheidene Erhöhung der Frauenpräsenz in der Politik gebracht. Von einer tatsächlichen Gleichstellung von Frau und Mann in der Politik sind wir – 25 Jahre nach der Einführung des Frauenstimm- und -wahlrechts und 15 Jahre nach der Verankerung der Gleichstellung von Frau und Mann in der Bundesverfassung – immer noch sehr weit entfernt. Frauen, die etwas mehr als die Hälfte der Bevölkerung ausmachen, sind noch nicht einmal zu einem Viertel im eidgenössischen Parlament vertreten. Damit kann sich in einer Demokratie niemand zufrieden geben. Es gilt daher, die Zeit zwischen den Wahlen zu nutzen.

Die Medien sind aufgefordert, ihren Beitrag dazu zu leisten.

Bilan

**de la Commission fédérale pour les questions
féminines**

I.

Les élections au Conseil national et au Conseil des Etats qui se sont déroulées en octobre 1995 ont permis aux femmes de renforcer leur présence au Parlement. La part des femmes a augmenté de 4 pour cent à la Chambre du peuple où elle atteint désormais 21,5 pour cent et de 8,3 pour cent à la Chambre des cantons où elle se situe à 17 pour cent. La hausse du pourcentage de femmes a donc été sensible, surtout au Conseil des Etats. Vu sous cet angle, le résultat est réjouissant. Il n'en reste pas moins que les hommes sont toujours très largement majoritaires au Parlement.

Pour la Commission fédérale pour les questions féminines, l'objectif demeure donc évident: il s'agit d'atteindre la parité des sexes. A tous les niveaux où s'élaborent et se prennent les décisions politiques, les femmes doivent être représentées conformément à leur proportion dans la population. Nous sommes encore bien loin de cet objectif.

Les élections de 1995 ont montré une fois de plus la difficulté des femmes à se faire une place dans la vie politique: le fait est établi que les candidates ont toujours sensiblement moins de chances d'être élues que leurs colistiers. Le scénario auquel on a assisté lors de toutes les élections précédentes s'est reproduit en 1995. Le nombre des candidatures féminines s'est accru, atteignant 34,9 pour cent pour le Conseil national et 30 pour cent pour le Conseil des Etats. Ce résultat est positif puisqu'il montre d'une part que les femmes s'intéressent à la politique et au travail du Parlement et, d'autre part, qu'il leur est aujourd'hui plus facile qu'autrefois de se porter candidates. A l'heure actuelle, le cap difficile à franchir pour une femme qui souhaite siéger au Parlement est moins celui de la désignation par son parti que celui de l'élection elle-même.

Une représentation paritaire des femmes et des hommes en politique ne viendra pas «avec le temps». L'évolution à laquelle on a assisté ces dernières années montre clairement qu'il convient, en politique comme ailleurs, de poursuivre les efforts pour passer d'une égalité formelle à une égalité réelle entre femmes et hommes.

L'importance que revêtent les médias dans le fonctionnement de la société est incontestée. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle on qualifie souvent les médias de quatrième pouvoir dans l'Etat. Les médias exposent les faits de société, les rendent publics. On peut dès lors se demander si les thèmes concernant la situation des femmes dans la société sont convenablement traités et si la manière dont ils sont abordés est appropriée, tant sur le plan qualitatif que quantitatif. S'ils entendent assumer correctement leur fonction qui est aussi de former l'opinion publique, les médias se doivent de critiquer les discriminations dont sont victimes les femmes dans notre société et d'indiquer des alternatives. Les médias contribuent dans une grande mesure à former et à renforcer l'opinion publique; ils propagent des modèles de comportement que le public imite ou auxquels il s'identifie. Ils exercent ainsi une grande influence sur la société l'amenant soit à se transformer, soit à camper sur ses positions.

Les médias disposent donc d'un pouvoir considérable. C'est notamment eux qui déterminent les thèmes à traiter ainsi que la manière de le faire, qui choisissent le canal de diffusion, la page ou la rubrique dans laquelle le thème va prendre place ainsi que les personnes appelées à donner leur avis. Ce pouvoir se manifeste tout particulièrement lors des campagnes électorales au niveau fédéral.

II.

Les trois études – une par région linguistique – consacrées à la présence dans les médias des candidates aux élections fédérales d'octobre 1995, études réalisées sur mandat de la Commission fédérale pour les questions féminines, fournissent une foule d'informations et livrent quelques constatations surprenantes.

La Commission a estimé peu judicieux d'établir une comparaison directe entre les trois études. D'une part, les conditions dans lesquelles sont déposées les candidatures féminines et leur ancrage dans la politique varient énormément d'une région linguistique à l'autre. D'autre part, les études ne fournissent pas toutes les mêmes détails. L'étude faite en Suisse alémanique par exemple a pris en compte tous les articles de la presse écrite sélectionnée alors que celle portant sur la Suisse romande ne comprend qu'une partie des articles de journaux. Au Tessin, on constate clairement que la politique partisane reste ou semble toujours rester l'affaire des hommes.

La Commission s'exprime donc de façon générale sur les résultats des trois études.

Le rôle dévolu aux médias pendant une campagne électorale est capital. Les médias ont pour tâche de sélectionner, parmi une foule d'informations, des thèmes et des personnes et d'informer le public. Ils disposent d'une marge de manoeuvre qu'ils peuvent utiliser au profit ou au détriment des femmes. Les résultats des études réalisées sur mandat de la Commission montrent que les médias audiovisuels ont davantage veillé à une présence équitable des femmes dans les émissions électorales. C'est ainsi que la présence des candidates dans les médias s'est d'une manière générale améliorée. Toutefois, elle ne correspond toujours de loin pas à la proportion des candidatures féminines. Une comparaison entre radio et télévision met en évidence des différences intéressantes. En règle générale, les candidates sont plus présentes à la radio qu'à la télévision. En ce qui concerne le temps de parole accordé aux femmes, il est également plus élevé à la radio qu'à la télévision.

Le mode de sélection appliqué pour les émissions électorales explique la plus forte présence de femmes à la radio tessinoise (RSI) par exemple. Pour ces élections, la RSI avait prévu de mettre tout particulièrement l'accent sur les femmes, les jeunes et la partie italophone des Grisons. Elle a dès lors choisi elle-même les participantes et les participants. La télévision tessinoise a, en revanche, laissé aux partis le soin de déléguer leurs représentant(e)s.

Dans les émissions et les articles de journaux consacrés aux élections, les femmes devraient à l'évidence se voir accorder au moins la place qui leur revient compte tenu de la part des candidatures féminines. En examinant les résultats des études, on constate que ce n'est malheureusement toujours pas le cas. On remarque que seule une planification minutieuse permet d'aboutir à des changements positifs.

Mais d'autres mesures encore sont nécessaires pour contribuer efficacement à augmenter le pourcentage de femmes dans la vie politique. Il faudrait viser, ce qui implique une planification préalable, à prendre en considération davantage de candidates que de candidats. En renonçant à planifier sciemment une présence féminine paritaire dans les émissions et les articles consacrés aux élections, on ne rend pas le processus plus «juste», on favorise généralement les hommes. Si les médias entendent contribuer à améliorer les chances des femmes lors de futures

élections, alors ils doivent viser une présence égale des deux sexes. Cela peut se faire, par exemple, par le biais d'une obligation librement consentie: les médias s'engagent à réserver aux femmes, lors de la prochaine campagne électorale, une place égale à celle accordée aux hommes et, en particulier, à mettre à leur disposition dans toutes les émissions et articles consacrés aux élections, autant de temps et d'espace qu'aux hommes.

Comme les femmes sont toujours moins ancrées dans le monde politique que les hommes, elles ont besoin de plus d'attention pour pouvoir se profiler et bien faire comprendre leurs positions aux électrices et aux électeurs. Les médias peuvent, à cet égard, offrir aux candidates une plate-forme de choix.

Il n'est pas dans notre intention de suggérer que les médias peuvent «faire» ou «défaire» une candidate. Les médias ne sont qu'un facteur parmi beaucoup d'autres pouvant contribuer au succès. L'appartenance à un parti, la place obtenue sur la liste, la popularité d'une personne, le statut de sortant ou de nouveau candidat, sans oublier l'appartenance à l'un ou l'autre sexe constituent également des éléments non négligeables. L'importance de l'appartenance à un sexe ou à l'autre est manifeste puisque, comme nous l'avons déjà indiqué, les femmes ont dans l'ensemble moins de chances d'être élues que les hommes. Et à cet égard, les médias jouent un rôle central.

Il est réjouissant de constater que dans les portraits et les comptes rendus électoraux, les médias ont évité de recourir à des stéréotypes liés au sexe. Dans leur analyse des émissions électorales diffusées par la SSR en 1991, Cossy/Stutz avaient constaté que les candidates étaient encore appelées à répondre à des questions qui n'étaient pas posées aux candidats («Avez-vous une opinion propre?», «Y a-t-il des moments où vous vous demandez si vous êtes à la hauteur de la tâche?», etc.). Questionner les hommes sur leurs prestations et leurs succès et demander aux candidates de parler de leur vie privée et sentimentale revient à priver les femmes de la possibilité de se profiler en tant que politiciennes et d'engager un débat politique. Ce genre de questions personnelles liées au sexe n'a plus été posé, tout au moins dans les émissions et les articles examinés. On constate donc que les médias ont acquis, depuis les élections de 1991, une nouvelle sensibilité qu'il convient d'apprécier.

Lors des élections de 1995, la politique de l'égalité n'a pas constitué un thème marquant pour les médias. Il y a bien eu quelques émissions et articles consacrés aux questions d'égalité, mais, dans l'ensemble, les revendications féminines ont généralement été marginalisées. On a ainsi manqué l'occasion offerte par ces élections au Conseil national et au Conseil des Etats de thématiser la sous-représentation des femmes dans la vie politique. Les candidats ont été encore moins confrontés que leurs colistières aux questions concernant l'égalité entre femmes et hommes et la trop faible représentation des femmes en politique.

Dans les émissions et les articles analysés en Suisse alémanique par exemple, l'égalité a été un thème quasi «exclusivement féminin». A contrario, la politique économique et la politique des transports, l'Europe et le système politique (ces deux derniers uniquement dans la presse écrite et à DRS 1) ont été la chasse gardée des hommes. Cette tendance se manifeste en partie aussi en Suisse romande et au Tessin. Il reste donc encore beaucoup à faire dans ce domaine et ce, pour deux raisons au moins: d'une part, la société ne sera pas suffisamment sensible aux revendications féminines tant que les médias ne traiteront pas avec rigueur et sérieux des rapports entre femmes et hommes et de l'égalité entre les sexes. D'autre part, il est d'une

importance capitale pour l'avenir de notre Etat que les femmes fassent valoir leur avis sur l'évolution économique, sociale et politique de la société. Les candidates doivent absolument faire connaître leurs positions sur ces questions afin que les femmes puissent développer leurs points de vue. A l'inverse, il est essentiel que les hommes se préoccupent davantage des questions d'égalité et des rapports entre les sexes. A l'avenir, les candidats doivent également être questionnés sur ces sujets lors d'émissions électorales. Les questions ne doivent pas se limiter à des généralités, mais porter concrètement sur différents aspects de la politique de l'égalité. Il ne s'agit pas d'extorquer aux hommes de belles paroles sur l'égalité, mais de connaître leurs véritables idées sur le sujet. C'est le seul moyen pour que les électrices et les électeurs puissent se forger une opinion.

III.

Il n'y a pas de raison qu'entre les grandes échéances électorales, les médias se croisent les bras. Ils ont pour mandat d'appréhender des faits sociaux et de susciter la discussion. Cela implique qu'ils prennent au sérieux les préoccupations féminines et traitent du thème de l'égalité dans les différents domaines de la vie. Et pour ce faire, les médias doivent planifier avec soin les mesures qu'ils ont l'intention de prendre à cet effet.

Les médias peuvent prendre quatre mesures pour préparer le terrain d'une meilleure représentation des femmes dans la vie politique:

Premièrement: les médias doivent prendre plus souvent en considération les préoccupations et les points de vue spécifiques des femmes. Etant donné que les journalistes ne disposent pas, pour la plupart, d'un savoir spécifique relatif aux questions d'égalité entre femmes et hommes, il est nécessaire de mettre en place une formation continue qui leur permette d'accomplir un travail non-sexiste. C'est seulement ainsi qu'on évitera à l'avenir l'utilisation persistante de clichés et de stéréotypes liés au sexe.

Deuxièmement: il n'y a aucune raison que l'on fasse toujours appel à des hommes pour des interviews. Dans tous les domaines, il y a des expertes.

Troisièmement: les journalistes, qu'ils soient des médias électroniques ou de la presse écrite, doivent observer les principes d'un langage et d'une écriture non sexistes. L'usage d'expressions à caractère égalitaire, incluant hommes et femmes, constitue une contribution importante à l'égalité entre les sexes. La langue est en effet le principal moyen de communication entre les humains. Et elle est un reflet de la société. La langue est aussi un instrument pour appréhender et comprendre le monde, pour ordonner, analyser et interpréter les expériences. L'égalité de traitement entre femmes et hommes sur le plan linguistique constitue un pas dans la direction d'une égalité réelle des sexes.

Il est réjouissant de constater que les journalistes sont toujours plus nombreux à utiliser des formules non sexistes. Une série de directives indiquant les solutions applicables a été élaborée. La possibilité d'utiliser des termes convenant aux deux sexes existe non seulement en allemand, mais également en français et en italien. L'élément déterminant est la volonté de se soucier de la langue et d'opter pour des formulations non sexistes. Le deuxième pas consiste à chercher les

expressions qui conviennent le mieux. Dans ce domaine, les médias ont une responsabilité à assumer face à la société.

Quatrièmement : une autre contribution des médias consiste à veiller à l'égalité entre femmes et hommes dans les rédactions et les instances décisionnelles. Là aussi des progrès ont été réalisés ces dernières années. Une répartition inégale du pouvoir et des compétences décisionnelles entre femmes et hommes demeure toutefois encore la règle dans presque tous les médias. Les positions-clé restent l'apanage des hommes, qui ne laissent aux femmes que la portion congrue.

Si l'on veut qu'un plus grand nombre de femmes obtiennent des postes plus élevés, il faut non seulement nommer plus de femmes dans ces postes, mais aussi changer les conditions de travail dans les médias (par exemple par rapport au temps de travail ou aux plans de carrière).

L'objectif est dès lors que les femmes puissent, à tous les niveaux, bénéficier de la place qui leur revient, ce qui signifie que les hommes doivent céder une part de leur pouvoir. Une fois que, dans toutes les positions, les femmes seront paritairement représentées et qu'elles ne devront dès lors plus, en combattantes isolées, s'adapter aux normes masculines, le message diffusé par les médias sera inévitablement différent. Il n'existe pas une voie unique pour atteindre ce but. Il est toutefois capital, quel que que soit le média, de définir un calendrier à court, moyen et long terme et de contrôler régulièrement les effets des mesures prises. Il est indispensable de procéder à un contrôle contraignant afin de pouvoir, si l'efficacité d'une mesure est insuffisante voire inexistante, chercher de nouvelles solutions. Les évaluations internes et externes permettent en outre d'établir des comparaisons avec d'autres médias et de profiter des expériences des autres.

IV.

Les élections fédérales de 1995 ont permis d'augmenter modestement la présence des femmes dans la vie politique. Mais 25 ans après l'introduction du droit de vote et d'éligibilité des femmes et 15 ans après l'inscription dans la Constitution fédérale du principe de l'égalité entre femmes et hommes, nous sommes toujours très loin d'une égalité effective entre les sexes dans le monde politique. Les femmes qui représentent un peu plus de la moitié de la population ne constituent même pas le quart du Parlement fédéral. Dans une démocratie, personne ne peut s'estimer satisfait d'une telle situation. Il s'agit donc de mettre à profit la période qui s'écoule entre les élections pour agir.

Et les médias sont invités à fournir leur contribution.

Conclusioni

**della Commissione federale per i problemi
della donna**

I.

Le elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati dell'ottobre 1995 hanno consentito alle donne di aumentare la loro presenza nella Camera bassa del 4%, portandola al 21,5%, e nella Camera alta dell'8,3%, portandola al 17%. La proporzione di donne è dunque ora sensibilmente maggiore, soprattutto anche nel Consiglio degli Stati. Un risultato senz'altro rallegrante, se non fosse che gli uomini continuano a costituire una maggioranza schiacciante in Parlamento.

Per la Commissione federale per i problemi della donna rimane dunque da perseguire un obiettivo preciso: la parità tra i sessi. Le donne devono essere rappresentate a tutti i livelli in cui si elaborano e prendono decisioni politiche con il peso corrispondente alla loro presenza percentuale nella popolazione. Da questo obiettivo ci separa tuttora una grande distanza.

Anche le ultime elezioni hanno mostrato quanto è difficile per le donne affermarsi in politica. Le candidate hanno tuttora molto meno probabilità di essere elette che i candidati. Continua pertanto a manifestarsi un ostacolo che aveva già giocato un ruolo in tutte le elezioni precedenti. Il numero delle candidature femminili è aumentato e, con una proporzione del 34,9% per il Consiglio nazionale e del 30% per il Consiglio degli Stati, rivela un'evoluzione positiva. Ciò significa anzitutto che, da parte delle donne, vi è interesse per la politica e per il Parlamento; ma anche che per le donne è diventato più facile candidarsi. La strettoia sulla via che conduce le donne al Parlamento federale si situa oggi meno nella selezione delle candidate che nell'elezione vera e propria.

La rappresentanza paritaria delle donne e degli uomini nella politica non viene da sé. L'evoluzione conosciuta negli ultimi anni mostra chiaramente che anche nel campo della politica occorre intraprendere ulteriori sforzi affinché la parità politica formale tra la donna e l'uomo diventi una parità effettiva.

La portata dei mass media per il funzionamento della società è incontestata, tant'è vero che spesso si tende a designarli come il quarto potere nello stato. I mass media riferiscono su fatti sociali, rendendoli pubblici. Ci si può pertanto porre la domanda se essi trattino in maniera quantitativamente e qualitativamente adeguata i temi relativi alla situazione delle donne nella società. Infatti, adempiono alla loro funzione di formare l'opinione pubblica solo se criticano le discriminazioni subite dalle donne nella società e indicano delle alternative. Siccome contribuiscono in maniera significativa a formare e rafforzare le opinioni e a diffondere modelli di comportamento che incitano all'identificazione e all'imitazione, esercitano una grande influenza sul fatto che una società voglia mutare o preferisca mantenere lo status quo.

I mass media dispongono pertanto di un potere tutt'altro che insignificante. Tale potere consiste tra l'altro nel determinare quali temi vengono trattati, in quale forma e attraverso quale canale di diffusione, su quale pagina di giornale o in quale rubrica, e chi è la persona invitata o intervistata. Ciò vale in particolare per una campagna politica come quella che precede le elezioni federali.

II.

Le analisi effettuate su mandato della Commissione federale per i problemi della donna per appurare la presenza nei media delle candidate alle elezioni in Consiglio nazionale e in Consiglio degli Stati dell'ottobre 1995 contengono moltissime informazioni e stimolano alcune considerazioni sorprendenti.

La Commissione non ritiene opportuno un confronto diretto tra le tre indagini regionali. Da un lato, la situazione di partenza per le candidature femminili e l'aggancio di quest'ultime alla politica sono molto diversi a seconda dell'area linguistica. Dall'altro lato, le indagini regionali non sono ugualmente particolareggiate. Mentre lo spoglio dei dati per la Svizzera tedesca ritiene tutti gli articoli della stampa scritta considerata, lo spoglio per la Svizzera romanda ne ritiene solo una parte. Nel Cantone Ticino emerge d'altronde che la politica partitica è risp. sembra tuttora essere prevalentemente un affare da uomini.

La Commissione esprime pertanto un giudizio generale sui risultati delle indagini regionali.

Nella campagna elettorale, i mass media svolgono un ruolo importante. Il loro compito in questo contesto è di scegliere temi e persone da un intero ventaglio di informazioni e di informare il pubblico. Nello svolgimento di questa loro funzione godono di un margine d'azione che possono utilizzare a favore o a scapito delle donne. I risultati delle indagini regionali elaborate su mandato della Commissione mostrano che i mass media hanno fatto un maggiore sforzo per assicurare una presenza più equa delle donne nei loro servizi preelettorali. Complessivamente, la presenza delle donne nei media è migliorata; continua tuttavia in parte a situarsi al disotto della percentuale delle donne tra le persone candidate. Differenze interessanti emergono dal confronto tra la radio e la televisione. La partecipazione delle candidate alle trasmissioni è di regola più alta per la radio che per la televisione. Anche per quanto riguarda il tempo di parola, la quota delle donne è più alta per la radio che per la televisione.

Una ragione della maggiore presenza femminile è ravvisabile, p.es. nel caso della Radio della Svizzera Italiana (RSI), nelle modalità di scelta applicate per le trasmissioni. La RSI aveva programmato, nell'ambito delle elezioni, di considerare in particolare le donne, la gioventù e il Grigioni italiano. La RSI si era riservata di scegliere le partecipanti e i partecipanti alle trasmissioni preelettorali. La Televisione della Svizzera Italiana (TSI) aveva per contro lasciato ai partiti l'incombenza di delegare chi meglio credevano.

Dovrebbe in fondo essere ovvio che, nel contesto delle elezioni, si badi a dare alle donne uno spazio che sia almeno proporzionale alla loro presenza sulle liste. Ma, come si potuto constatare, anche nel 1995 ciò non era affatto una cosa ovvia. I risultati indicano che anche qui un cambiamento positivo è possibile solo con uno sforzo cosciente e con un piano mirato.

Per aumentare effettivamente la proporzione delle donne in politica sono inoltre necessari altri passi. Occorre considerare in maniera mirata – e dunque pianificando di proposito – un numero superiore di candidate che di candidati. La rinuncia a una pianificazione mirata della presenza paritaria delle donne nelle trasmissioni preelettorali e nella stampa scritta non rende affatto la procedura «più giusta», bensì favorisce di regola in modo unilaterale gli uomini. Un contributo sensibile dei mass media al miglioramento delle probabilità di elezione delle donne nelle future elezioni dovrebbe essere la sistematica parità dei sessi per quanto riguarda la loro presenza

mediatica. Per questo basterebbe impegnarsi liberamente in tale senso: i mass media dovrebbero dunque accettare anticipatamente in modo impegnativo di assicurare nella prossima campagna elettorale uno spazio paritario alle donne, segnatamente di mettere a loro disposizione altrettanto tempo o spazio nei loro servizi preelettorali.

Siccome le donne continuano tuttora a essere meno legate alla politica degli uomini, richiedono un'attenzione più che proporzionale per poter sviluppare un profilo e riuscire a trasmettere alle elettrici e agli elettori quelle che sono le loro posizioni. A questo scopo, i mass media possono offrire alle candidate un'importante piattaforma.

Ciò non implica affatto che il successo elettorale di una candidata sia riconducibile direttamente alla sua presenza mediatica. Una buona presentazione e una buona presenza nei mass media sono solo due fattori tra i molti di un successo elettorale. Importanti sono infatti pure: l'appartenenza partitica, il posto occupato sulla lista, la popolarità della persona, lo statuto di candidata uscente o di nuova candidata e, ovviamente, l'appartenenza sessuale. Il peso che può avere il fattore dell'appartenenza sessuale è dimostrato, come si è già menzionato, dalle minori probabilità di elezione di cui godono le donne. Ed è proprio su questo punto che i mass media svolgono un ruolo centrale.

Un risultato rallegrante è il fatto che i mass media hanno evitato di riproporre rappresentazioni stereotipate dei sessi nel presentare le candidate e i candidati e nei loro servizi preelettorali. Nell'indagine di Cossy e Stutz sulle trasmissioni preelettorali della SSR nel 1991 si constatava ancora che le candidate erano tenute a rispondere a domande impensabili per i candidati («Ha un'opinione personale?», «Ci sono momenti in cui pensa: chissà se ho davvero le capacità per affrontare un simile compito?» ecc.). Se, nella vita politica, si chiede agli uomini di parlare delle loro prestazioni e dei loro successi, mentre si interrogano le donne in merito alla loro vita privata e affettiva, si privano le donne della possibilità di dimostrare il loro profilo in quanto politiche e di dibattere i temi in termini politici. Questo tipo di domande personali imperniate su stereotipi sessuali non sono più state poste, perlomeno non nelle trasmissioni e nella stampa scritta prese in considerazione. Il fatto che i mass media abbiano nel frattempo dimostrato una maggiore sensibilità a questo proposito è senz'altro da considerarsi un'evoluzione positiva.

La politica della parità non è stata un tema di rilievo neanche in occasione di queste ultime elezioni. Si sono avute alcune trasmissioni e alcuni articoli sulle questioni inerenti alla parità. Ma per il resto, le aspirazioni e le rivendicazioni delle donne sono risultate marginalizzate. Persa in ampia misura si è pure l'opportunità di tematizzare la sottorappresentanza delle donne in politica nel contesto delle elezioni al Consiglio nazionale e al Consiglio degli Stati. E i candidati sono stati interrogati ancor meno delle candidate in merito alle questioni legate alla parità e alla carente rappresentanza delle donne nella politica.

Così, nelle trasmissioni e negli articoli svizzerotedeschi analizzati, la parità ha finito per diventare un tema «femminile». Per contro, la politica economica e dei trasporti, l'Europa e il sistema politico (questi ultimi solo nella stampa scritta e alla Televisione svizzera DRS 1) sono stati temi di pertinenza maschile. Una tendenza che si nota in parte anche nei contributi della Svizzera romanda e italiana. In questo ambito rimane pertanto ancora molto da fare. E ciò per almeno due ragioni: anzitutto, se le questioni inerenti ai sessi e alla parità non trovano spazio nei mass media, nella società non avviene la necessaria sensibilizzazione alle rivendicazioni femminili; in secondo luogo, per lo sviluppo del nostro stato è fondamentale che le donne

possano far valere il loro punto di vista sullo sviluppo economico, sociale e politico della società.

Affinché le donne possano farsi un'opinione, è necessario che le candidate esprimano le loro posizioni su tali questioni. Inversamente, è essenziale che gli uomini si occupino maggiormente di questioni inerenti alla parità e al rapporto tra i sessi. Bisogna dunque che i candidati vengano in futuro interrogati in tale senso nelle trasmissioni preelettorali. Le domande non devono limitarsi ai luoghi comuni, ma devono toccare concretamente i singoli aspetti della parità. Non si tratta infatti di ottenere dagli uomini dichiarazioni puramente verbali sulla parità, ma di chiarire quali sono le loro visioni. Solo così le elettrici e gli elettori potranno farsene un'idea precisa.

III.

Per i mass media non c'è tregua tra due scadenze elettorali. Hanno il compito di cogliere le questioni impellenti per la società e di sollevare e fare avanzare il dibattito pubblico in merito. Ciò comporta di prendere sul serio le aspirazioni e le rivendicazioni delle donne e di discutere il tema della parità come si presenta nei vari ambiti di vita. Quale premessa in questo senso occorre che planifichino consapevolmente le misure da attuarsi in futuro.

Quattro sono i provvedimenti dei mass media atti a preparare concretamente il terreno per migliorare la rappresentanza delle donne nella politica.

Primo. I mass media devono considerare maggiormente nei loro servizi le aspirazioni e le rivendicazioni e i punti di vista specifici delle donne. Siccome il personale addetto all'informazione non sempre dispone di conoscenze particolari sulle questioni legate alla parità, uno specifico aggiornamento in questo campo costituisce la premessa per un lavoro a misura di entrambi i sessi. Solo così si avrà la certezza di non veder riemergere clichés e stereotipi sessuati.

Secondo. Nei caso di interviste risp. nella scelta di ospiti da intervistare in studio, non si possono più considerare solo gli uomini: in tutti i campi c'è oggi un numero sufficiente di esperte.

Il mass media devono mostrare che, per la società, le conoscenze e il modo di vedere delle donne sono altrettanto rilevanti della prospettiva maschile.

Terzo. Le giornaliste e i giornalisti devono rispettare i principi dell'uso non discriminatorio del linguaggio. Ciò vale sia per i media elettronici, sia per la stampa scritta. Una lingua che rispetti la dignità dei sessi costituisce un importante contributo alla parità. La lingua è il vettore fondamentale della comunicazione tra le persone, ed è lo specchio della società. Grazie alla lingua possiamo recepire, spiegare, ordinare, evidenziare e valutare le percezioni e le sensazioni. Il pari trattamento linguistico rappresenta un passo verso la parità.

Fortunatamente ci sono sempre più giornaliste e giornalisti che si esprimono in modo non sessista. Nel frattempo, sono state pubblicate varie direttive concrete, che propongono anche esempi di soluzioni linguistiche non sessiste.¹ Un linguaggio che tiene conto tanto delle donne quanto degli uomini è realizzabile non solo in tedesco, ma anche in francese e in italiano.

1 Leitfaden zur sprachlichen Gleichstellung, Cancelleria federale, Berna, 1996.

Determinante si rivelano a questo proposito la volontà di usare la lingua con consapevolezza e la decisione di principio a favore di una soluzione equa. La ricerca di formulazioni idonee e praticabili costituisce il passo successivo. In questo campo, i mass media sono chiamati ad assumere la loro responsabilità di fronte alla società.

Quattro. Un ulteriore contributo dei mass media consiste nel realizzare la parità tra donne e uomini all'interno delle redazioni e nei consessi dotati di potere decisionale. Anche qui si sono compiuti dei progressi negli ultimi anni. Uno squilibrio nella distribuzione delle posizioni decisionali e di potere è tuttavia la regola in quasi tutti i mass media. I posti che contano veramente sono occupati da uomini e da pochissime, se non addirittura da nessuna donna.

Affinché un numero crescente di donne possa raggiungere posizioni più elevate è necessario nel contempo che nel settore dei mass media, oltre a un aumento sistematico della proporzione di donne, si verifichi anche un cambiamento delle condizioni e delle possibilità di lavoro (p.es. per quanto riguarda gli orari di lavoro e la pianificazione della carriera delle collaboratrici).

Tra le preoccupazioni centrali vi è dunque quella che le donne possano essere presenti a tutti i livelli con pari forza degli uomini, e che quest'ultimi cedano di conseguenza una parte del potere. Non appena le donne eserciteranno le loro funzioni paritariamente e a tutti i livelli, senza più essere costrette ad adeguarsi alle norme maschili, si constateranno inevitabilmente delle ripercussioni sul modo di vedere e di realizzare le cose. Occorrerà studiare in maniera specifica per ogni organo d'informazione quali vie conducono alla meta. Importante è soprattutto dotarsi di uno scadenziario a breve, medio e lungo termine, che consenta di verificare l'effetto di un determinato provvedimento. Un controllo impegnativo dei risultati conseguiti è cosa irrinunciabile. E se le misure producessero risultati mediocri o non ne producessero affatto, il controllo offrirà l'occasione per ridefinire le strategie. Valutazioni interne ed esterne consentono inoltre il confronto con altri organi d'informazione e l'apprendimento sulla base delle esperienze altrui.

IV.

Le elezioni federali del 1995 sono passate. Hanno segnato un leggero aumento della presenza femminile nella politica. Ma a 25 anni dall'introduzione del diritto di voto e di eleggibilità per le donne e a 15 anni dall'iscrizione della parità tra donna e uomo nella Costituzione federale siamo ancora lungi dalla parità effettiva tra donna e uomo in campo politico. Le donne, che costituiscono un po' più della metà della popolazione, sono rappresentate solo in ragione di poco meno di un quarto nel Parlamento federale. Ciò è inaccettabile in una democrazia. Occorre pertanto darsi da fare nel tempo che ci separa dalle prossime elezioni.

I mass media, dal canto loro, sono chiamati a fornire il loro contributo.