



Eidgenössische Kommission für **Frauenfragen**
Commission fédérale pour les **questions féminines**
Commissione federale per le **questioni femminili**
Cummissiun federala per **dumondas da las dunnas**

Perspective genre

13 recommandations aux professionnel-le-s des médias en vue des élections fédérales 2003

La présence des femmes et des hommes politiques dans les médias est un facteur de succès déterminant. L'électorat n'identifie et ne garde en mémoire que celles et ceux qui apparaissent dans les journaux, à la radio et à la télévision. Un cap décisif de l'issue des élections est donné par les médias déjà au moment de l'établissement des candidatures. Durant la campagne électorale, les journalistes sélectionnent les thèmes et les personnes auxquels seront consacrés leurs articles ou leurs émissions. Assurer une présence égale des deux sexes demande donc une planification consciente et précise. L'engagement des médias en faveur de l'égalité est un signal important donné aux partis, ainsi qu'aux citoyennes et citoyens.

Recommandations concernant la couverture des élections par les médias

- **1. Objectif.** Les responsables des médias se fixent pour but d'accorder aux femmes une place équivalente à celle des hommes dans la campagne électorale et de leur laisser autant d'espace et de temps pour s'exprimer dans les articles et les émissions.
- **2. Concept.** Les rédactions élaborent un concept pour l'ensemble de la couverture des élections, dans lequel elles tiennent compte du postulat de l'égalité des sexes.
- **3. Engagement.** Les médias s'engagent envers les partis politiques et le public à assurer une participation équitable des femmes et des hommes dans tous les articles et toutes les émissions ayant trait aux élections.
- **4. Informations de base et analyses.** Les médias fournissent à temps des informations de base et des analyses concernant la participation politique des femmes et des hommes. Les événements qui surviennent sont placés dans ce contexte.
 - Avant que les partis désignent leurs candidates et candidats, les médias mettent en lumière la sous-représentation des femmes dans le monde politique et analysent les différences entre partis et entre régions.
 - Ils informent les électrices et les électeurs de la façon dont chaque parti aborde les questions de l'égalité sur le plan interne et au sein de la société.
 - Ils analysent sous l'angle de l'égalité des sexes les listes de candidates et candidats des partis : Quelle est la proportion de femmes ? A-t-elle augmenté par rapport aux élections précédentes ? Que ressort-il de la comparaison avec d'autres partis ?
 - Ils comparent la présence des femmes sur les listes électorales avec leurs chances réelles d'être élues.
- **5. Candidates et candidats.** Les rédactions font en sorte que les candidates et les candidats soient représentés équitablement sur la scène médiatique, ou au moins proportionnellement à leur présence sur les listes électorales.
- **6. Nouvelles candidatures.** Les médias s'intéressent davantage qu'auparavant aux femmes qui se présentent pour la première fois. Jusqu'ici, la couverture des campagnes électorales a été centrée sur des femmes et des hommes politiques qui se représentaient, alors que ces personnes ont généralement acquis une certaine notoriété et ont donc plus de chances d'être élues que les nouveaux venus. Ce procédé défavorise les femmes vu qu'elles sont nettement moins nombreuses parmi les sortant-e-s que sur les listes électorales.
- **7. Sujets.** Les journalistes interrogent les femmes et les hommes sur les mêmes sujets politiques.
- **8. Temps de parole.** Les médias électroniques veillent à ce que les temps de parole soient répartis équitablement entre femmes et hommes.
- **9. Évaluation.** L'évaluation de la couverture des élections inclut également celle de la présence des candidates et candidats sur la scène médiatique.¹ Les résultats font l'objet d'une analyse dans les rédactions et les organes de direction. Cette analyse donne lieu à des conclusions utiles pour la couverture des élections ultérieures.

Recommandations générales

- **10. Égalité sur le plan interne.** Les responsables des médias veillent à ce que la promotion de l'égalité des chances entre les sexes soit partie intégrante de leur politique et de leur culture d'entreprise. La mise en œuvre de mesures concrètes et le contrôle régulier de leurs effets revêtent une importance primordiale.
- **11. Formation continue.** Les professionnel-le-s des médias sont sensibles aux questions d'égalité et à la situation des femmes et des hommes dans la société. Des offres internes et externes de formation continue dispensent des connaissances en vue d'utiliser un langage épiciène et d'éviter les stéréotypes liés au genre lors de comptes-rendus.
- **12. Expertes et experts.** Les journalistes établissent une liste d'expertes et d'experts dans les différents domaines. Lorsqu'il s'agit de traiter un thème d'actualité, ils/elles invitent un nombre égal d'expertes et d'experts à venir au studio participer à une émission de radio ou de télévision. Dans les contributions et les interviews à la radio, à la télévision et dans la presse, ils/elles interrogent les femmes et les hommes sur les mêmes sujets et signifient ainsi au public que le savoir et le point de vue des deux sexes sont pertinents pour la société.
- **13. L'égalité, une discipline transversale.** Les médias informent régulièrement le public de l'évolution de l'égalité des sexes dans la politique et la société. Ils s'attachent à montrer où et comment les femmes s'engagent en politique.

¹ cf. Commission fédérale pour les questions féminines (éd.); Bettina Nyffeler (auteure): Elections fédérales 1999: médias, politique et parité. Analyse de l'offre d'informations des télévisions et radios suisses à desserte nationale sous l'angle de la parité des sexes, à partir des émissions électorales diffusées en prélude aux élections fédérales 1999. Berne, 2001. Résumé de l'étude, 26 p.; version intégrale (seulement en allemand), 92 p. Disponibles sur: www.comfem.ch/publikation_f.htm

Édité par la
Commission fédérale pour les questions féminines
Schwarztorstrasse 51
3003 Berne

Tél. 031 322 92 75 / Fax 031 322 92 81
ekf@ebg.admin.ch
www.comfem.ch

Ces recommandations aux professionnel-le-s des médias existent en langue française, allemande et italienne et sont disponibles sur Internet également:
www.comfem.ch (rubrique Publications)

Berne, mars 2003