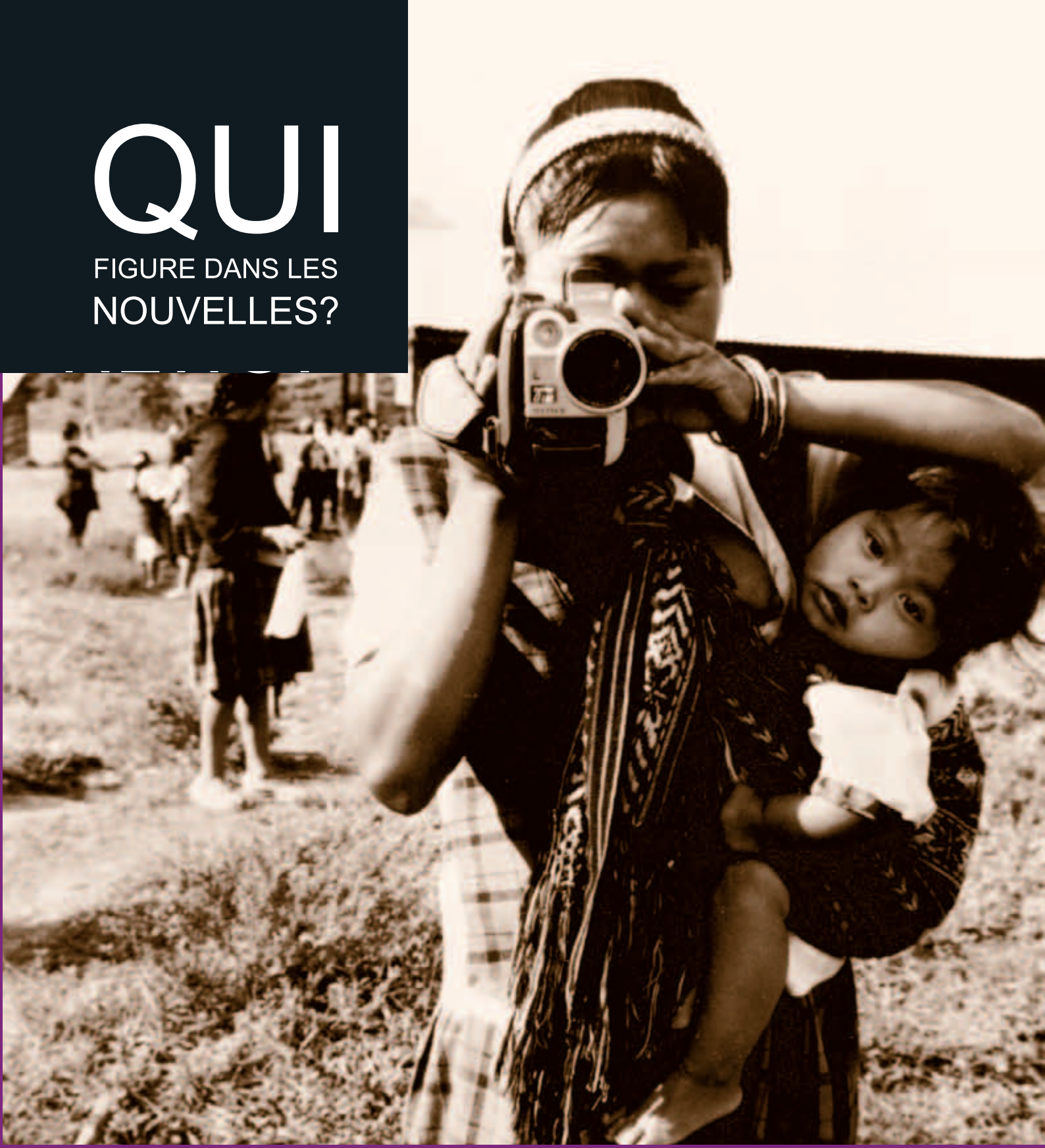
QUI
FIGURE DANS LES NOUVELLES?



Projet mondial de monitorage des médias 2010

GMMP
Projet mondial de monitorage des médias

Avant-propos de Margaret Gallagher

QUI FIGURE DANS LES NOUVELLES?

Rapport GMMP

Septembre 2010 Projet Mondial de monitorage des médias 2010

Recherche compilée par Sarah Macharia, Dermot O'Connor et Lilian Ndangam

Avant-propos : Margaret Gallagher

Observations : Amie Joof, Mindy Ran et Nidya Pesántez-Calle. Voir l'Annexe 6 pour consulter les notes biographiques.

Collecte de données : Équipes de moniteurs bénévoles – groupes de base œuvrant en communication, chercheurs universitaires, étudiants et professionnels des médias – de 108 pays du monde entier. Voir l'Annexe 4.

Développement de la base de données, collecte des données, gestion des données et tableaux : Media Monitoring Africa (MMA).

Perfectionnement de la méthodologie de recherche du quatrième GMMP : Gender Links et un groupe de travail virtuel international. Voir l'Annexe 5.

Remerciements

Joanne Sandler, directrice exécutive adjointe (UNIFEM) et Jennifer Cooper, Spécialiste des programmes de communications (UNIFEM).

Lavinia Mohr, directrice des programmes à la WACC ainsi que l'ensemble du personnel, y compris Gisèle Langendries, Chloe Shantz-Hilkes et Laura Knox.

Les associations régionales, les membres et les partenaires de la WACC.

Les coordinateurs et coordinatrices ainsi que les moniteurs du GMMP dans 108 pays du monde.

Soutien financier

Fonds de développement des Nations Unies pour la femme (UNIFEM), Women's World Day of Prayer (WWDP) – Comité allemand, Stichting Rotterdam (Pays-Bas), Donneur anonyme (Pays-Bas) et Pain pour le prochain (Suisse).

creative commons

Placé sous licence Creative Commons (Paternité – Pas d'utilisation commerciale – Pas de travaux dérivés 2.5). Pas d'utilisation commerciale. Vous n'avez pas le droit d'utiliser cette création à des fins commerciales. Vous n'avez pas le droit de modifier, de transformer ou d'adapter cette création.

À chaque réutilisation ou distribution de cette création, vous devez faire apparaître clairement au public les conditions contractuelles de sa mise à disposition.

Rien dans ce contrat ne diminue le droit moral de l'auteur ou des auteurs.

Le Projet mondial de monitorage des médias est coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), un réseau de communicateurs et de communicatrices d'envergure mondiale, qui fait la promotion de la communication pour le changement social.

La WACC a des bureaux à Londres, au Royaume-Uni et à Toronto, au Canada.

www.waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

Publié par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC).

Septembre 2010.

Photo de la page couverture : Chiapas Media Project, Mexico

Traduit de l'anglais par Claire Mazuhelli

Conception graphique : Brad Collicott

United Nations Development Fund for Women
UNIFEM
part of UN Women

MEDIAMONITORING AFRICA

WACC
prendre parti

GMMP Monitors, Trinidad and Tobago

GMMP Monitor, Jordan

Table des matières

Avant-Propos . . . . . **iii**
Préface . . . . . **v**
Sommaire . . . . . **viii**
Sommaire des résultats viii
Genre et progrès dans la marge des nouvelles viii
Transmettre les nouvelles x
Contenu des nouvelles x
Qui figure dans les nouvelles du cyberespace? xii
Vers un journalisme éthique et l'équilibre de genre : Un point de vue syndical. xii
Une feuille de route pour accélérer les progrès dans la description et la représentation des femmes dans les nouvelles xii
1. Une Journée Dans Les Nouvelles Du Monde **1**
10 novembre 2009 1
Méthodologie 1
Pays participants au GMMP 2010 2
Portée 4
Les thèmes évoqués dans les nouvelles le jour du monitorage 5
2. Genre Et Progrès Dans La Marge Des Nouvelles **7**
Occupation des sujets des nouvelles 10
Fonction des sujets des nouvelles 12
Âge des sujets des nouvelles. 12
Victimes et survivants 15
Identité et famille 16
Photos 17
Récapitulation des résultats 21
3. Transmettre Les Nouvelles **23**
Aperçu 23
Présenter les nouvelles 23
Rapporter les nouvelles 24
Observations de Amie Joof 26
Récapitulation des résultats 29
4. Contenu Des Nouvelles **30**
La place centrale qu'occupent les femmes dans les nouvelles 30
L'(in)égalité des sexes dans les nouvelles. 30
Les stéréotypes sexuels dans les nouvelles 35
Le genre, les médias et les droits humains des femmes 39
Observations de Nidya Pesántez Calle 40
Récapitulation des résultats 42
5. Qui Figure Dans Les Nouvelles Du Cyberespace? . . . **43**
Introduction 43
Méthodologie de monitorage des nouvelles sur l'Internet . . 44
L'ordre du jour des nouvelles sur l'Internet 44
Les sujets des nouvelles dans les photos et le multimédia 46
Les reporters dans les nouvelles en ligne. 47
Stéréotypes et marginalité dans les nouvelles en ligne . . 47
Regard vers l'avenir 48
Récapitulation des résultats 49
Bibliographie 49

6. Études De Cas 50
1. Reportages affichant des stéréotypes flagrants . . . 51
2. Reportages affichant des stéréotypes subtils. 55
3. Reportages sans référence au genre et occasions manquées 56
4. Reportages où l'on est attentif aux questions de genre 58

7. Vers Un Journalisme Éthique Et L'équilibre De Genre : Un Point De Vue Syndical 60
« Les planchers collants » et pire encore 60
Initiatives : Anciennes et nouvelles 61
Revue du plan d'action issu du GMMP 20052 61

8. Une Feuille De Route Pour Accélérer Les Progrès Dans La Description Et La Représentation Des Femmes Dans Les Nouvelles 63

Annexe 1. Notes méthodologiques 65

Annexe 2. Index des tableaux et des graphiques 70

Annexe 3. Résultats nationaux 72
1. Sexe des présentateurs, reporters, et sujets des nouvelles 72
2. Sujets des nouvelles à la télévision, à la radio et dans les journaux 74
3. Sujets des nouvelles par thème principale 77
4. Sujets des nouvelles par catégorie d'occupation . . . 81
5. Fonction des sujets des nouvelles 84
6. Sujets des nouvelles qui sont des victimes. 90
7. Sujets des nouvelles par relations familiales 92
8. Sujets des nouvelles cités dans les journaux. 94
9. Sujets des nouvelles qui figurent dans des photos de journaux 96
10. Présentateurs et reporters à la télévision, à la radio et dans les journaux 98
11. Reporters par thème principal 103
12. Thèmes des reportages où les femmes occupent une position centrale 106
13. Sexe du reporter dans des reportages avec des sujets féminins et masculins. 108
14. Reportages qui contestent ou renforcent manifestement des stéréotypes 110
15. Reportages qui mettent en évidence des problèmes touchant à l'égalité ou à l'inégalité entre les femmes et les hommes. 112

Annexe 4. Pays participants, coordinateurs régionaux et nationaux 114

Annexe 5. Membres du groupe de travail virtuel 116

Annexe 6. Observations : Notes biographiques des collaboratrices. 117

GMMP Monitors, Belgium

GMMP Monitors, India - New Delhi

GMMP Monitors, Dominican Republic

Avant-Propos

« Si, par une répartition inéquitable des ressources narratives, certaines personnes ne peuvent adapter ou contrôler le matériel à partir duquel elles élaborent des comptes-rendus les concernant, il s'agit alors d'un sérieux déni de parole, d'une forme profonde d'oppression »[1].

Depuis 1995, le Projet mondial de monitorage des médias (GMMP) travaille à documenter le profond désaveu de la voix des femmes dans les médias d'information de la planète. Le projet prend source au cœur de l'une des préoccupations principales et persistantes du mouvement des femmes à travers le monde : l'aspect politique de la représentation. Depuis des décennies, les universitaires et les activistes féministes ont mis en lumière les dimensions culturelles du pouvoir et le rôle des médias dans la reproduction de schémas particuliers d'inégalité des genres. Cependant, jusqu'à l'avènement du GMMP il n'existait aucune vue d'ensemble mondiale en mesure de consigner la nature *systématique* de l'exclusion des femmes dans les médias d'information. L'un des résultats les plus étonnants émergeant de la première étude en 1995 est sans doute l'homogénéité des constatations, non seulement dans l'ensemble des trois médias (journaux, télévision, radio), mais également au sein des 71 pays qui en faisaient partie. Ainsi, le ratio femmes-hommes ne s'approchait de la parité dans aucun média, aucune région, non plus que dans les sujets des nouvelles. La visibilité des femmes dans les actualités était extrêmement et uniformément faible.

Depuis, tous les cinq ans, ce profil général s'est reproduit dans les études successives. En dépit d'une expansion considérable du nombre de pays participants (atteignant 108 en 2010) et de l'inclusion d'un échantillon pilote de sites Web nationaux et internationaux, le quatrième Projet mondial de monitorage des médias confirme la représentation d'ensemble constatée 15 ans plus tôt. Cela ne signifie pas pour autant que la situation soit statique. Le nombre relatif à la présence des femmes dans les actualités a atteint 24 % en 2010, une augmentation par rapport aux 17 % de 1995. Toutefois, bien que cette augmentation soit prometteuse, le nombre lui-même nous rappelle que dans le « miroir du monde » que nous présentent les médias d'information, les visages que l'on aperçoit et les voix que l'on entend demeurent largement ceux des hommes.

Les raisons pour lesquelles persiste cette exclusion des voix des femmes sont à la fois nombreuses et complexes. Lorsque mis au défi, les journalistes offrent fréquemment des explications plutôt simplistes : on n'a pas eu le temps de trouver une femme, on n'a pu convaincre aucune femme de s'exprimer, on n'a pu trouver une experte féminine adéquate, un rédacteur a jugé qu'un reportage mettant en lumière les dimensions de genre d'un sujet d'actualité ne méritait pas d'être signalé dans les nouvelles, et ainsi de suite. De telles réponses ne peuvent être perçues comme de simples rationalisations. Elles décrivent la réalité de la production quotidienne de l'information. Cependant, elles sont plus souvent qu'autrement une simple expression qui cache un enchevêtrement d'évaluations et de priorités liées au genre. En définissant de manière implicite les « gens » ou le « public » comme masculins, celles-ci ne reconnaissent pas les positions sociales et économiques distinctes des femmes et des hommes, les relations de genre qui déterminent et résultent de ces positions, et les priorités sexospécifiques qui surgissent de ces positions et de ces relations. Dans les nouvelles, la tendance à ignorer les femmes – ou au mieux – à parler *de*, plutôt qu'*aux* femmes ou *par les* femmes, est ainsi profondément incrustée dans les pratiques culturelles normatives et par conséquent, dans les coutumes de collecte et de production générale d'information. Ces pratiques et ces coutumes sont extrêmement difficiles à modifier, mais il ne s'agit pas d'une tâche impossible. La raison d'être du GMMP depuis sa création est précisément de contribuer à ce changement.

Le GMMP représente beaucoup plus qu'un exercice de collecte de données. En remettant dans les mains des activistes et des chercheurs des outils de monitorage simples et en développant les habiletés en matière d'éducation aux médias et de revendication par le processus de monitorage, il vise à être véritablement transformationnel. On témoigne d'un énoncé symbolique puissant lorsque des centaines de groupes du monde entier se rassemblent le même jour, à tous les cinq ans, pour surveiller leurs médias. Plus encore, le GMMP est grandement préoccupé par la reddition de comptes chez les médias. La régularité de l'exercice de monitorage offre aux militants et militantes une formidable justification, permettant de rappeler aux professionnels des médias et aux décideurs en matière de politiques, leurs obligations à l'égard de leurs auditoires ou de leurs énoncés au soutien de l'égalité des sexes. Il est cependant terriblement ardu de modifier les politiques, comme les pratiques. De même que les journalistes argumenteraient que les tentatives de rétablir les déséquilibres de genre dans le contenu médiatique représenteraient l'abdication de leur « objectivité » professionnelle, les décideurs interprètent fréquemment le fait de revendiquer en faveur d'une politique qui tient compte des questions de genre comme un assaut sur la « liberté » – d'expression, de presse et des médias dans leur ensemble.

Pourtant, ni les droits ni la liberté ne sont sans distinction de sexe. Les droits des femmes à la liberté d'expression et à l'information sont largement limités par des strates de contraintes structurelles, économiques et culturelles. Ce fait est d'ailleurs reconnu dans une déclaration de 2010 émise par les rapporteurs spéciaux sur la liberté d'expression désignés par les Nations Unies, l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE), l'Organisation des États américains (OEA), et la Commission africaine pour les droits de l'homme et des peuples (ACHPR). Parmi les principaux défis identifiés, ils évoquent notamment « la discrimination en ce qui concerne l'exercice du droit à la liberté d'expression ». Les femmes et les autres groupes traditionnellement marginalisés « continuent de lutter pour faire entendre leurs voix et avoir accès à des informations d'intérêt pour eux ». La sous-représentation, la couverture insuffisante de la part des médias et le caractère répandu de

clichés ou d'informations dénigrantes sont tous cités comme obstacles à l'exercice équitable de droit à la liberté d'expression[2].

En dépit de tels signes indiquant un fléchissement du discours classique relatif à la « liberté d'expression » vers la reconnaissance des conceptions des libertés de communications qui soient fondées sur les droits, la lutte pour les droits des femmes en matière de médias et de communication est colossale. Le débat qu'elle génère demeure marginal dans les plateformes de plusieurs des principaux mouvements sociaux et politiques. Le Projet mondial de monitorage des médias a contribué de manière inestimable à ce que ces questions demeurent inscrites aux ordres du jour internationaux, régionaux et locaux. Comme l'illustrent les résultats 2010, le projet sera essentiel pendant des années à venir.

Margaret Gallagher

---

1 Nick Couldry (2010). *Why Voice Matters: Culture and Politics After Neoliberalism*, Londres, Sage Publications, page 9.

2 F. LaRue, M. Haraszti, C. Botero et F.P. Tlakula (2010). *Déclaration commune marquant dix années de collaboration: 10 grandes menaces qui pèseront sur la liberté d'expression au cours des dix prochaines années.* http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/14session/A.HRC.14.23.Add.2_fr.pdf

Préface

Le Projet mondial de monitorage des médias (GMMP) représente la recherche la plus étendue et la plus substantielle au monde portant sur le genre dans les médias d'information.

Il y a quinze ans, les Nations Unies adoptaient à l'unanimité la Déclaration et le Programme d'action de Beijing lors de la quatrième Conférence mondiale sur les femmes. Le Programme d'action proposait un cadre qui permettrait « [d']éliminer tous les obstacles qui empêchent les femmes de jouer un rôle actif dans tous les domaines de la vie publique et privée en participant pleinement, et sur un pied d'égalité, à la prise de décisions dans les domaines économique, social, culturel et politique »[1] . Le Programme d'action soulignait l'importance des médias en matière de promotion des femmes et dans la Section J, définissait comme objectif le fait de permettre aux femmes de mieux s'exprimer et de mieux participer à la prise des décisions dans le cadre et par l'intermédiaire des médias et des nouvelles techniques de communication et favorisait une représentation nuancée et diversifiée des femmes par les médias. Les organisations non gouvernementales et les associations professionnelles des médias étaient incitées à « encourager la création de groupes de surveillance des médias capables de contrôler les médias et de tenir des consultations avec eux afin de veiller à ce qu'il soit dûment tenu compte des besoins et des préoccupations des femmes »[2] .

Le premier GMMP était coordonné par l'ONG canadienne Media Watch, un organisme pionnier à l'égard de la « surveillance des médias », avec le soutien de l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC) et d'autres organisations. Erin Research Inc. Canada a élaboré la méthodologie et conçu les outils de monitorage. La première journée de monitorage, le 18 janvier 1995, comportait la surveillance de la radio, de la télévision et des journaux dans 71 pays. Elle a mené au rapport *Global Media Monitoring Project: Women's Participation in the News*. Le rapport a été lancé au Forum des ONG à Beijing, en septembre 1995. Cinq ans plus tard, le Programme des femmes de la WACC coordonnait le second GMMP, auquel participaient 70 pays. Les données ont été analysées par le Media Monitoring Project en Afrique du Sud. Quelque 76 pays participaient au troisième GMMP tenu en 2005. Il était également coordonné par la WACC, alors que l'analyse des données était effectuée par Media Monitoring Project. Lors du quatrième GMMP, 108 pays ont participé à la journée de monitorage.

Bien peu de participants au premier GMMP auraient pu prévoir que ce projet serait un jour l'étude longitudinale la plus vaste et la plus durable portant sur le genre et les médias que le monde ait connue. Ce succès est en grande partie fondé sur la participation volontaire des coordinateurs nationaux et régionaux et des milliers de moniteurs du monde entier, qui depuis plus de quinze ans organisent et mènent à bien le monitorage. Les bénévoles du GMMP ont des antécédents diversifiés, provenant tour à tour de groupes communautaires, de groupes de la société civile voués au travail sur le genre et les communications, de syndicats de journalistes, d'associations professionnelles des médias et des universités.

Pourquoi se préoccuper des médias d'information?

Qu'est-ce qui pousse autant de personnes à surveiller bénévolement la radio, la télévision et les journaux? Pourquoi est-ce si important?

Malgré la récente prolifération de médias sociaux dans certaines régions, les médias d'information demeurent la source d'information, d'idées et d'opinions la plus importante et la plus influente à l'échelle mondiale. Il s'agit d'un élément clé de l'espace public et privé dans lesquels évoluent les gens, les nations et les sociétés. Une nation ou une société qui ne se connaît pas entièrement ne peut répondre aux aspirations de ses citoyens. Les personnes et les choses qui figurent dans les nouvelles et la manière dont on représente les gens et les événements sont significatifs. Les personnes qui sont laissées pour compte et les choses qui ne sont pas couvertes sont tout aussi importantes. Le premier GMMP et, comme nous le constaterons, le quatrième GMMP révèlent que le monde dont on rend compte dans les actualités est principalement masculin. Dans plusieurs pays, les piliers culturels de l'inégalité des sexes et de la discrimination à l'égard des femmes sont renforcés par les médias.

> « *La représentation impartiale des genres est une aspiration professionnelle et éthique, similaire au respect pour la vérité, l'équité et l'honnêteté* ».
>
> Aidan White, Secrétaire général de la Fédération internationale des journalistes dans *Rétablir l'équilibre : L'égalité des genres dans le journalisme*. FIJ. 2009

Le journalisme et les médias composent avec de nombreux défis dans ce monde en constant changement, où la convergence des nouveaux médias et des médias conventionnels a des conséquences imprévisibles. Les normes éthiques et professionnelles élevées et les politiques rédactionnelles fondées sur des intérêts éclairés représenteront sans aucun doute certains des facteurs qui détermineront l'avenir de la profession journalistique et des médias d'information traditionnels. L'avenir du journalisme professionnel est également lié à la recherche de journalisme de qualité. Jim Boumelha, président de la Fédération internationale des journalistes (FIJ), affirmait que l'acte du journalisme pour le bien commun ne survivra pas, sur quelque plateforme que ce soit, sans engagement à l'égard de l'éthique et des valeurs[3]. Les décideurs et les propriétaires du domaine médiatique ont beaucoup à gagner à tenter de joindre de nouveaux auditoires qui, dans plusieurs parties du monde, sont composés de femmes actuellement peu servies.

L'élan ayant mené au premier GMMP était d'intégrer la responsabilité des médias dans la lutte pour l'égalité des sexes. Le projet est également guidé par un engagement à faire en sorte que les résultats tirés des données recueillies par plusieurs chercheurs de divers contextes soient comparables et précis.

Un outil pour le changement

Le rythme d'une extrême lenteur selon lequel se produit le changement révélé par le troisième GMMP a pavé la voie à une revendication plus marquée et mieux orchestrée en faveur de médias d'information plus justes sur le plan du genre. Puis, le GMMP a contribué à bâtir la capacité des groupes de la société civile à interagir avec leurs médias d'information et à revendiquer en faveur de médias et de politiques de communication équitables à l'égard des deux sexes[4]. Les années qui ont suivi ont vu grandir l'intérêt et les préoccupations relativement aux dimensions de ge nre dans les médias d'information. La méthodologie du GMMP est devenue un modèle utilisé partout au monde dans le cadre d'exercices de monitorage des médias centrés sur le genre, en plus d'être adaptée pour le monitorage de reportages sur des thèmes d'actualité selon une perspective tenant compte du genre. Certaines formations destinées aux praticiens des médias ont intégré les résultats du GMMP, faisant valoir l'urgence de se tourner vers un journalisme plus équilibré et plus équitable sur le plan du genre.

Au cours des cinq dernières années, le GMMP a généré une impulsion et une énergie favorisant le changement. Les organisations de la société civile ont accéléré leurs efforts en matière de formation en compétences d'analyse des médias selon une perspective de genre. Par exemple, le Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA) a institutionnalisé le monitorage citoyen des médias, avec la participation du gouvernement local, à Cuenca en Équateur. De l'autre côté du monde, la maison d'édition pour femmes et organisation de médias et de ressources Asmita forme régulièrement des femmes des communautés de plusieurs districts du Népal afin qu'elles interviennent activement auprès des médias locaux à propos de reportages déséquilibrés ou sexistes.

> *"Nous souhaitons que les gestionnaires des médias prennent au sérieux ce que nous aurons à dire sur la représentation des genres dans les médias".*
>
> Abebech Wolde, Ethiopian Media Women's Association et coordinatrice du GMMP pour l'Éthiopie

Les rapports du GMMP précédents ont trouvé de multiples usagers. On peut notamment citer les agences multilatérales comme le Programme des Nations Unies pour le développement, sous l'égide duquel est publié le Rapport sur le développement humain arabe 2005, où il est souligné l'importance des médias pour les droits des femmes et le développement humain dans les pays arabes ou encore l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) qui y fait référence dans la publication de 2008 *Indicateurs de développement des médias: cadre pour l'évaluation du développement des médias* (maintenant disponible en six langues). Plusieurs agences de développement des médias, centres de formation médiatique, associations médiatiques professionnelles, organisations internationales et locales des droits humains des femmes ou travaillant à l'égalité, voire des organes de réglementation du domaine de la radiodiffusion, ont utilisé le rapport GMMP 2005 *Qui figure dans les nouvelles*.

Les praticiens des médias contribuent au changement. En 2008, la FIJ lançait son initiative sur l'éthique en journalisme intitulée The Ethical Journalism Initiative, une campagne d'envergure mondiale où se succèdent programmes et activités soutenant et renforçant la qualité dans le domaine du journalisme[5]. Au cours de la dernière décennie, la FIJ a activement incité les syndicats de journalistes et les organisations médiatiques à prendre au sérieux l'égalité des sexes dans les salles de rédaction, au sein des syndicats et dans la pratique journalistique[6]. En 2009, lors d'une réunion du groupe de soutien de l'Inter Press Service (IPS) à Rome, on s'est penché sur le rôle des médias dans la couverture des questions relatives au troisième objectif du Millénaire pour le développement, soit celui de « Promouvoir l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes ». L'égalité des sexes par le truchement des médias est inscrite aux priorités du programme actuel de l'IPS, par lequel l'agence vise à augmenter la couverture indépendante de sujets liés à l'égalité des sexes[7].

Le GMMP 2010

La décision de mener un quatrième GMMP a été prise en réponse aux requêtes de groupes du monde entier. Certains avaient pris part aux projets antérieurs et faisaient valoir la nécessité de compter sur des preuves mises à jour pour favoriser le changement. D'autres groupes provenaient de pays qui n'avaient pas participé aux GMMP mais qui avaient besoin de données fiables propres à leurs pays respectifs. À ces appels à réaliser un quatrième GMMP, s'ajoutait le vaste intérêt que démontrait l'abondante utilisation des conclusions du GMMP par les organisations et agences internationales, nationales et locales évoluant à l'extérieur du réseau GMMP et qui réclamaient des données mises à jour au soutien de leur travail.

> *"Le GMMP représente la démocratie en action … il met en lumière la façon dont les gens de partout au monde manifestent leur passion à l'égard des médias, de l'égalité des sexes et ce qui est essentiel, leur aspiration d'être des agents de changement."*
>
> William Bird, Media Monitoring Africa, Afrique du Sud

Le quatrième GMMP a suscité une véritable explosion de participation. En effet, ce rapport inclut 43 pays n'ayant pas participé aux GMMP précédents. La collaboration s'est considérablement accrue en Afrique – particulièrement dans les pays francophones. Elle a également augmenté en Asie, dans les Caraïbes, en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique du Nord et dans le Pacifique. Il importe également de noter la participation accrue des pays arabes.

Dans la préface du rapport GMMP 2005, Anna Turley, ex-coordinatrice du Programme des femmes à la WACC, écrivait « Si ces [petites] avancées sont dues à une prise de conscience qui nous incite à remettre en question la représentation actuelle plutôt que de l'accepter, elles ont le potentiel de changer les choses… Cette transformation ne se fera pas du jour au lendemain, mais le GMMP nous amène dans cette voie ».

Les résultats du GMMP 2010 indiquent qu'il reste une longue route à parcourir. Le changement se produit plus rapidement dans certaines sphères d'importance, pendant qu'ailleurs les progrès demeurent lents ou se sont même effrités. Pourtant, dans chacune des dimensions des nouvelles mesurées par le GMMP, on peut cerner des situations où intervient un journalisme exemplaire. Ces situations, aussi isolées qu'elles soient, démontrent la manière dont le journalisme tenant compte des sexes et qui les représente de manière équilibrée est non seulement compatible au journalisme de haute qualité, mais qu'il y est intrinsèque.

Entre 2000 et 2010, nous avons constaté une augmentation de six points de pourcentage quant à la présence des femmes à titre de sujets dans les nouvelles. Au rythme actuel de

changement, il faudra encore plus de 40 ans avant d'atteindre la parité. Il est nécessaire que prennent place un dialogue et des interventions concertés chez les militants de la promotion des femmes, les groupes de la société civile préoccupés de développement humain, les usagers et les professionnels des médias, les décideurs, les propriétaires, les institutions d'enseignement et les agences de développement du domaine des médias, ainsi que, lorsque pertinent et opportun, les décideurs du secteur public.

Remerciements

Des préparatifs et une planification élaborés précèdent chacune des phases de monitorage du GMMP. Nous sommes reconnaissants à l'égard du groupe de travail virtuel international (voir l'Annexe 5) qui a peaufiné le processus, les outils et la méthodologie de monitorage. Nous remercions Colleen Lowe Morna et Gender Links en Afrique du Sud, qui ont proposé un cadre d'analyse qualitative, fourni des conseils sur la méthodologie et contribué à la formation des coordinateurs du GMMP. Nous devons beaucoup à William Bird et à Media Monitoring Africa (MMA), également situé en Afrique du Sud, dont la responsabilité première consistait à développer et à gérer les bases de données des résultats du monitorage, y compris la production des tableaux de données présentés dans ce rapport. MMA a mis l'épaule à la roue dans le perfectionnement des outils de recherche de monitorage, en plus de former les coordinateurs afin qu'ils utilisent les outils correctement. Des remerciements doivent également être adressés aux membres du conseil d'administration de la WACC et aux comités directeurs régionaux pour leur soutien au GMMP, qui s'est manifesté de diverses manières, y compris en coordonnant la recherche dans leurs régions respectives. Nous souhaitons exprimer toute notre reconnaissance aux membres et au personnel de la WACC, anciens et actuels, qui ont contribué au succès de cette phase du GMMP. Nous sommes ravis de souligner l'apport considérable de Margaret Gallagher, l'auteure des rapports GMMP précédents (2000 et 2005), qui continue après toutes ces années de prodiguer ses judicieux conseils.

Nous sommes profondément reconnaissants envers nos donateurs pour leur soutien : Pain pour le prochain (Suisse), Women's World Day of Prayer – German Committee, un bailleur de fonds des Pays-Bas qui souhaite conserver l'anonymat, et le Fonds de développement des Nations Unies pour la femme (UNIFEM). Le GMMP 2010 n'aurait pas été possible sans eux. Nous apprécions tout particulièrement la confiance indéfectible d'UNIFEM à l'égard de la WACC, lui accordant une grande latitude dans la direction du projet selon les exigences de circonstances changeantes.

Des remerciements sincères à tous les bénévoles des 108 pays du monde qui ont assuré la coordination régionale et nationale et qui ont surveillé leurs médias d'information locaux dans le cadre du quatrième GMMP. Leur engagement passionné a généré un ensemble de preuves qui soutiendra tous ceux et celles qui travaillent à instaurer le changement, dès maintenant et au cours des années à venir.

Lavinia Mohr
Directrice des programmes, WACC

Sarah Macharia
Responsable de programme,
Les médias et justice pour les genres,
WACC

1 La Déclaration et le Programme d'action de Beijing, 1995, paragraphe 1.

2 Ibid., paragraphe 242 a.

3 *To Tell the Truth: The Ethical Journalism Initiative*, Aidan White, Fédération internationale des journalistes, 2008.

4 Voir *Mission Possible : Manuel des groupes d'intervention œuvrant pour l'égalité des sexes dans les médias*, WACC, 2007.

5 Voir le site Web de l'initiative www.ethicaljournalisminitiative.org. Cette initiative a été adoptée par le Congrès mondial de la FIJ, tenu à Moscou en 2007 et fut lancée officiellement en 2008.

6 White, Aidan, 2008, *The Ethical Journalism Initiative*. Fédération internationale des journalistes et *Rétablir l'équilibre : Égalité des genres dans le journalisme*, Fédération internationale des journalistes, 2009.

7 Voir www.ips.org/mdg3.

Sommaire

Il y a seize ans, des visionnaires participant à la conférence Women Empowering Communication[1] ont posé une question qui paraît fort simple : à quoi ressemble l'image du genre[2] lors d'une journée de nouvelles « ordinaire »?

Derrière cette question, subsistait un besoin de découvrir dans quelle mesure on pouvait affirmer que les médias étaient démocratiques, inclusifs et participatifs du point de vue du genre. Cette question devint la pierre angulaire du Projet mondial de monitorage des médias (GMMP), la recherche longitudinale et l'initiative de plaidoyer portant sur le genre et les médias d'information la plus vaste et durable au monde. Le premier GMMP, le 18 janvier 1995 a dressé un profil du genre dans les médias d'information de 71 pays. Plus tard, en septembre de la même année, le monitorage des médias fut officiellement reconnu dans la Déclaration et le Programme d'action de Beijing, adoptés en 1995, lors de la quatrième Conférence mondiale sur les femmes, tenue sous l'égide des Nations Unies, comme outil de changement vers l'égalité des sexes.

Depuis 1995, tous les cinq ans, le GMMP documente les tendances dans la représentation et l'image des femmes et des hommes dans le discours et l'imagerie des médias d'information. Les preuves qualitatives et quantitatives recueillies ont révélé que les femmes sont outrageusement sous-représentées dans la couverture des nouvelles, en comparaison aux hommes. Cette sous-représentation a pour effet de créer un profil déséquilibré du monde, un portrait duquel les femmes sont largement absentes. En outre, les études ont démontré la rareté des voix des femmes dans le contenu des médias d'information, comparativement aux points de vue des hommes. Il résulte de cette situation que les actualités présentent une vision du monde centrée sur les hommes.

La nécessité de focaliser sur les médias d'information devient évidente lorsque l'on considère deux faits en particulier. Tout d'abord, les nouvelles sont la source d'information principale sur les enjeux et les événements, connaissances qui à leur tour nourrissent la compréhension des collectivités à l'égard de leur univers et leurs réactions à cet univers. Le second fait consiste à ce que les nouvelles soient aptes à influer les ordres du jour liés aux politiques, alors que les enjeux prennent l'avant-scène du débat public, ce qui est notamment manifeste lors de changements aux politiques locales et étrangères dans le contexte de crises humanitaires.

Dans le cadre du quatrième GMMP, le 10 novembre 2009, 1 281 journaux et stations de radio et de télévision ont fait l'objet de monitorage, dans 108 pays du monde. La recherche a couvert 16 734 reportages, auxquels participaient 20 769 personnel des médias des nouvelles (annonceurs, présentateurs et reporters) et un total de 35 543 sources ou sujets de nouvelles, c'est-à-dire les personnes interviewées et celles qui sont les sujets des nouvelles.

Pour la première fois, le monitorage des nouvelles Internet a été intégré au GMMP à titre de projet pilote. Soixante-seize sites Web de nouvelles nationales, dans 16 pays et huit sites Web de nouvelles internationales, comportant 1 061 reportages, 1 044 membres du personnel et 2 710 sujets de nouvelles ont été examinés. Les résultats du monitorage des nouvelles Internet sont présentés dans un chapitre distinct, en marge de l'analyse des résultats des nouvelles parues dans les journaux, à la radio ou à la télévision.

Sommaire des résultats

Le système de classification du GMMP classe les nouvelles sous sept catégories de thèmes principaux et 52 sous-thèmes (voir l'Annexe 1). Les thèmes principaux sont : politique et gouvernement; économie; sciences et santé; social et juridique; criminalité et violence; personnes célèbres, arts, médias et sports; et la jeune fille.

La recherche a révélé relativement peu de changement au cours des cinq dernières années quant à la hiérarchie des priorités dans l'ordre du jour des médias d'information. Les reportages sur la politique/gouvernement (29 %), la criminalité/violence (19 %) et l'économie (18 %) dominent les actualités. Les nouvelles sur les domaines social/juridique, les personnes célèbres, les arts, les médias, les sports ainsi que sur les sciences/la santé sont moins fréquemment abordées, atteignant respectivement une moyenne de 13 %, 11 % et 9 % du total des reportages dans les trois médias.

Genre et progrès dans la marge des nouvelles

Seulement 24 % des personnes que l'on entend ou desquelles il est question dans les nouvelles de la presse écrite, de la radio et de la télévision sont des femmes. En revanche, 76 % – plus de 3 sur 4 – des personnes dans les nouvelles sont des hommes.

Il s'agit d'une amélioration considérable par rapport à 1995, où seulement 17 % des personnes vues et entendues dans les nouvelles étaient des femmes. Toutefois, malgré une lente mais constante progression de la présence des femmes dans les nouvelles au cours des dix dernières années, le monde que décrivent les nouvelles demeure majoritairement masculin. Ce portrait ne correspond pas à la réalité, les femmes représentant plus de la moitié de la population mondiale.

D'une part, le rythme selon lequel augmente la visibilité des femmes dans les nouvelles s'est maintenu au cours de la dernière décennie. En 2005, la présence des femmes dans les nouvelles avait augmenté à 21 % – une augmentation par 3 points de pourcentage par rapport à la présence des femmes selon la recherche menée en 2000. De 2005 à 2010, on témoigne encore une nouvelle augmentation de 3 points de pourcentage illustrant une évolution lente mais constante au cours de la dernière décennie.

D'autre part, l'augmentation de la visibilité des femmes dans les reportages sur les sciences/la santé (passant de 22 % des sujets de nouvelles en 2005 à 32 % en 2010) explique dans une large mesure l'augmentation de la présence des femmes dans les nouvelles. Dans les faits, ce thème occupe moins d'espace dans l'ordre du jour des informations, comparativement aux autres thèmes majeurs. La proportion accrue de femmes comme sujets des nouvelles est moins marquée dans les reportages

touchant les thèmes ayant une priorité élevée dans l'ordre du jour des nouvelles. La présence des femmes dans les reportages sur la politique/gouvernement a augmenté de 14 à 19 % au cours de la période, alors que le pourcentage est demeuré le même, soit 20 %, dans les histoires portant sur l'économie.

La présence des femmes dans les nouvelles de l'étranger a augmenté pour correspondre à leur présence dans les nouvelles locales.

Entre 1995 et 2005, les femmes ont été les plus visibles dans le cadre de reportages locaux, en comparaison avec les nouvelles de portée nationale ou étrangère. Cette tendance s'interrompt dans le quatrième GMMP, où la visibilité des femmes dans les nouvelles étrangères a augmenté jusqu'à correspondre à leur visibilité dans les reportages locaux.

En outre, le rythme d'augmentation de la présence des femmes dans les nouvelles étrangères au cours des cinq dernières années correspond au taux noté au cours de la période précédente, de 2000 à 2005. Il se peut que cette tendance soit synchronisée à la prééminence accrue des femmes, à l'échelle mondiale. Cependant, si nous mettons en application les leçons tirées des résultats du GMMP liés à la sous-représentation des femmes sur plusieurs fronts, il est difficile d'affirmer la mesure dans laquelle l'augmentation dans la représentation médiatique reflète avec exactitude les changements réels se produisant dans le monde.

Les nouvelles représentent toujours un monde dans lequel les hommes sont plus nombreux que les femmes dans presque toutes les catégories d'occupations, la disparité la plus marquée se trouvant dans les professions.

Au cours des dix dernières années, la proportion de femmes comme sujets des nouvelles identifiées, représentées ou décrites comme travailleuses ou professionnelles a augmenté dans certaines catégories d'emploi.

Nonobstant ce fait, l'écart entre les sexes demeure élevé, particulièrement dans les professions telles qu'elles sont représentées dans les nouvelles : 69 % des sujets représentés comme éducateurs dans les nouvelles sont des hommes. Il en va de même pour les professionnels de la santé (69 %), les professionnels du domaine juridique (83 %), les fonctionnaires (83 %) et les scientistes (90 %).

Les femmes sont plus nombreuses que les hommes dans seulement deux catégories d'emploi sur 25 : les sujets des nouvelles représentés comme personnes au foyer (72 %) et les sujets représentés comme étudiants (54 %).

Le tableau que nous dépeignent les nouvelles est un monde où les femmes sont pratiquement invisibles comme participantes actives au travail à l'extérieur du foyer.

À titre de personnes interviewées ou entendues dans les nouvelles, les femmes demeurent confinées au rang de « personnes ordinaires », alors que les hommes continuent d'être principalement représentés comme « experts ».

Les femmes avancent lentement vers la parité comme personnes exprimant l'opinion populaire dans les nouvelles, représentant 44 % des personnes interviewées à ces fins dans les nouvelles, comparativement à 34 % en 2005. La présence des femmes comme personnes s'exprimant à partir de leur expérience personnelle, à titre de porte-parole (des gens qui représentent ou parlent au nom des autres) et en tant qu'expertes (les personnes qui font des commentaires en fonction de leurs connaissances et de leur expertise) a considérablement augmenté. Malgré les progrès, seulement 19 % des porte-parole et 20 % des experts sont des femmes. En revanche, 81 % des porte-parole et 80 % des experts dans les nouvelles sont de sexe masculin.

Les journalistes sont presque deux fois plus susceptibles de mentionner l'âge de leurs sujets féminins qu'ils ne le sont de mentionner l'âge de leurs sujets masculins.

Dans les journaux, l'âge est mentionné dans 22 % des cas où les femmes sont les sujets des nouvelles, alors qu'il n'est souligné que dans 12 % des cas où les sujets sont des hommes.

Quelque 18 % des femmes sujets de nouvelles sont représentées comme victimes en comparaison avec 8 % des sujets masculins. Par contre, les femmes sont désormais deux fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme survivantes.

Bien que l'écart entre le pourcentage de femmes et le pourcentage d'hommes décrits comme victimes demeure considérable, il diminue graduellement depuis 1995. Il est remarquable de constater qu'en 2010, 6 % des femmes et 3 % des hommes sont représentés comme survivants. Cela représente un renversement de situation par rapport à 2005, où 4 % des femmes et 8 % des hommes étaient dépeints comme survivants.

Les femmes sujets de nouvelles sont identifiées en fonction de leur situation familiale quatre fois plus souvent que ne le sont les hommes sujets de nouvelles.

Cette conclusion est révélatrice si on la considère parallèlement aux statistiques sur la représentation des sujets des nouvelles dans leurs diverses occupations, en plus de leurs fonctions dans les nouvelles. L'identification des femmes selon leur situation familiale, alliée au fait d'atténuer leurs rôles et leur autorité dans leurs collectivités, masque les multiples identités des femmes, comme êtres humains indépendants, autonomes et participantes actives à l'ensemble de la société, bien au-delà de leur foyer.

Les sujets dans les reportages présentés par des femmes journalistes sont aussi susceptibles que des sujets de reportages produits par des journalistes masculins d'être identifiés selon leur situation familiale. Chez les reporters féminins et masculins, on constate une propension à identifier les femmes sujets de nouvelles selon leur situation familiale qui est trois à quatre fois plus élevée que la propension à identifier les sujets masculins en fonction de leur situation familiale.

Quelque 52 % des femmes dans les nouvelles sont citées, une augmentation comparativement aux 50 % en 2005.

Les femmes (52 %) sont légèrement plus susceptibles que les hommes (50 %) d'être citées. Il s'agit d'un virage par rapport à la situation de l'an 2005, alors que les hommes étaient plus susceptibles d'être cités (53 %) que les femmes (50 %). Cependant, considérant que le nombre absolu de femmes sujets des nouvelles est beaucoup moins élevé (seulement 24 %) que le nombre d'hommes sujets des nouvelles, la voix directe des femmes demeure dans les faits assez dérisoire.

Un total de 26 % des femmes sujets de nouvelles dans les journaux figurent sur les photos, comparativement à 17 % des hommes.

Une analyse qualitative des photos paraissant dans les journaux publiés le jour du monitorage révèle que les hommes sont habituellement photographiés en gros plan et entièrement vêtu et que les corps des femmes sont beaucoup plus fréquemment exposés alors qu'elles sont plus ou moins vêtues.

Transmettre les nouvelles

Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes à la télévision, à la radio et dans les journaux est exactement le même qu'en 2005, soit 37 %.

Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes, tous médias confondus, a augmenté jusqu'en 2005. Il importe de souligner les statistiques relatives à la radio, où l'on a constaté une progression significative entre 2000 et 2005 (de 27 % à 45 % des reportages présentés par des femmes), suivie cinq ans plus tard d'une régression marquée de 8 %. La stagnation des statistiques d'ensemble en 2010 est issue de la variation négative observée à la radio entre 2005 et 2010.

Un total de 52 % des reportages télévisés et de 45 % de ceux entendus à la radio sont présentés par des femmes.

La moyenne totale de reportages à la télé et à la radio présentés par des femmes est de 49 %, soit moins de la moitié du nombre total de reportages présentés dans les deux médias combinés, une régression de 4 % depuis 2005 et elle est moins élevée qu'en 1995, où elle atteignait 51 %.

Plus de reportages télévisés sont actuellement présentés par des femmes plus âgées qu'il y a cinq ans.

Il y a cinq ans, seulement 7 % des reportages étaient transmis par des présentatrices de nouvelles âgées de 50 à 64 ans. Actuellement, 51 % des reportages dont les présentateurs font partie de cette catégorie d'âge sont présentés par des femmes. Cela suggère l'atteinte possible de la parité numérique avec les présentateurs masculins du même âge. Il faudra approfondir la recherche à ce sujet pour confirmer si c'est réellement le cas.

Par surcroit, les reportages par des femmes journalistes de cette catégorie d'âge ont augmenté. Il y a cinq ans, 34 % des reportages présentés par des journalistes âgés de 35 à 49 ans étaient soumis par des femmes. Cette statistique atteint 42 % en 2010. La proportion de reportages produits par des femmes dans la cohorte des 50 à 64 ans a également augmenté de façon remarquable, passant de 17 % en 2005 à 40 % aujourd'hui. Ici encore, il faudra mener des recherches additionnelles afin de confirmer cette tendance de manière concluante.

Depuis l'an 2000, le pourcentage de reportages présentés par des femmes en comparaison avec ceux que produisent les hommes a augmenté sous tous les thèmes majeurs, à l'exception de « sciences/santé ». Néanmoins, les reportages produits par les journalistes masculins continuent d'être plus nombreux que ceux des femmes dans tous les sujets.

Les changements varient entre 3 et 11 %, l'augmentation la plus élevée se trouvant dans la catégorie « personnes célèbres/arts ». Les hommes produisent 67 % des reportages sur la politique/gouvernement, 65 % des histoires relatives à la criminalité/la violence et 60 % des nouvelles sur l'économie. Le pourcentage des reportages sur les sciences/la santé présentés par des femmes a considérablement décliné entre 2000 et 2005, passant de 46 % à 38 %. Ce déclin fut suivi d'une augmentation atteignant 44 % en 2010, ce qui n'est toutefois pas suffisant pour rejoindre les niveaux observés il y a dix ans.

Les statistiques suggèrent fortement que les reportages auxquels les décideurs des salles de rédaction accordent une plus grande valeur du point de vue de l'information sont moins susceptibles d'être assignés à des femmes journalistes, alors que les reportages ayant une moindre priorité sont plus susceptibles d'être attribués à des femmes journalistes.

Désormais, les reportages étrangers et nationaux sont présentés par des femmes et ce, pratiquement dans la même mesure que le sont les reportages locaux.

Cette situation est différente de celle qui régnait entre 1995 et 2005 lorsque les reportages locaux étaient plus susceptibles d'être présentés par les femmes que ne l'étaient les reportages qui avaient une portée plus vaste. Quelque 40 % des reportages locaux, 38 % des reportages nationaux et 37 % des nouvelles internationales sont présentés par des femmes. Ainsi, bien que la répartition entre les nouvelles locales, nationales et étrangères soit semblable sur le plan du pourcentage de reportages assignés aux femmes journalistes, il n'en demeure pas moins que l'écart entre les sexes persiste dans les reportages de toutes portées.

Les reportages présentés par des femmes journalistes comportent plus de femmes sujets des nouvelles que les reportages présentés par des hommes.

Cette tendance s'est maintenue au cours des dix dernières années. En 2000, 24 % des sujets des reportages présentés par les femmes journalistes étaient des femmes, contrairement aux 18 % des reportages présentés par les journalistes masculins. Actuellement, les statistiques se trouvent à 28 % et 22 % respectivement.

Dans sa réflexion sur les statistiques, Amie Joof (Chapitre 3) aborde les tendances des pratiques dans les salles de rédaction et dans les processus de production des nouvelles qui contribuent à ces bien maigres progrès. Elle met en lumière la nécessité d'instaurer à l'interne des politiques rédactionnelles et des lignes directrices sur les reportages qui tiennent compte des dimensions de genre, *appuyées* par du monitorage et des évaluations efficaces. Elle fait également valoir l'importance de former et de sensibiliser les rédacteurs, les reporters et les journalistes, si l'on veut faire en sorte de supprimer les cultures des salles de rédaction qui font obstacle aux changements plus rapides.

Contenu des nouvelles

Quelque 13 % de tous les reportages sont centrés spécifiquement sur les femmes.

Il s'agit d'un changement considérable si on compare ce chiffre aux 10 % de la recherche en 2005. Sous trois des thèmes majeurs, on ne constate aucune amélioration depuis 2005 quant à l'éventualité que les reportages soient particulièrement axés sur les femmes. Les exceptions se situent sous « politique/gouvernement », où les femmes sont le centre de 13 % des reportages, en comparaison avec 8 % en 2005; sous le thème « sciences/santé », où l'on observe une augmentation de 6 % en 2005 à 16 % en 2010, et dans les reportages sur « l'économie », où le taux augmente de 3 à 11 %.

Seulement 6 % des reportages soulignent des questions d'égalité ou d'inégalité des sexes.

Cependant, on constate une légère amélioration depuis 2005, alors que 4 % des reportages évoquaient ou comportaient des commentaires sur l'inégalité ou l'égalité des sexes. Les résultats démontrent un changement remarquable en Amérique latine, où le nombre de tels reportages a triplé depuis 2005.

En Afrique, en Europe et en Amérique latine, l'incidence de reportages qui soulèvent des enjeux relatifs à l'(in)égalité des sexes est plus élevée chez les femmes reporters que chez leurs homologues masculins. En revanche, les reportages présentés par les reporters masculins dans les Caraïbes sont

deux fois plus susceptibles de mettre en lumière l'(in)égalité que ceux des journalistes féminines.

L'examen de la liste des reportages révèle que les thèmes majeurs « sciences/santé » et « social/juridique » comportent une proportion plus élevée de reportages qui mettent en évidence les questions d'(in) égalité, que les thèmes où les femmes ont traditionnellement été marginalisées, nommément les thèmes abordant la politique et l'économie, ces deux thèmes dominant les actualités.

La faible incidence de mentions des questions d'(in)égalité ou de commentaires à ce propos dans les reportages qui dominent les nouvelles implique un grand nombre d'occasions manquées qui auraient pu contribuer à rehausser la conscientisation du public et à susciter des débats sur l'inégalité.

Quelque 46 % des reportages renforcent les stéréotypes sexuels, presque huit fois plus que les histoires qui contestent ces stéréotypes (6 %).

Plus de 50 % des reportages sur la « criminalité » renforcent les stéréotypes, suivis de près par les nouvelles portant sur les célébrités ou la politique. Le fait que deux de ces thèmes occupent une large part de l'ordre du jour des nouvelles implique leur incidence démesurée sur le renforcement des stéréotypes.

De tous les thèmes abordés, les reportages portant sur le domaine « social/juridique » contestent plus souvent les stéréotypes que les reportages sur tout autre sujet. Toutefois, la faible priorité accordée à ce thème dans les médias diminue son impact général sur l'augmentation de contenu de nouvelles dénué de stéréotypes.

Les reportages présentés par les femmes journalistes sont manifestement plus susceptibles que ceux qui sont soumis par les hommes de contester les stéréotypes et ils sont également moins susceptibles de renforcer les stéréotypes que ceux des hommes.

Quelque 7 % des reportages présentés par des femmes contestent les stéréotypes, par rapport à 4 % des reportages soumis par des hommes. Un total de 35 % des reportages présentés par les femmes reporters renforcent les stéréotypes, comparativement à 42 % de ceux des hommes. Pour ce qui est de cet indicateur, les statistiques révèlent une disparité de genre dans les modèles de reportages.

Dans l'ensemble, les médias d'information de toutes les régions ont progressé dans la diffusion de nouvelles qui contestent les stéréotypes. Le changement le plus impressionnant est survenu en Amérique latine, où de tels reportages ont plus que quadruplé au cours des cinq dernières années. L'Amérique latine compte désormais la proportion la plus élevée de reportages qui contestent les stéréotypes (13 %), alors que le Moyen-Orient présente le pourcentage le plus élevé (81 %) de nouvelles qui renforcent les stéréotypes.

Dans toutes les régions, les reportages présentés par des femmes journalistes contestent les stéréotypes entre 1,2 et 7 fois plus que les reportages de leurs homologues masculins. À cet égard, le Moyen-Orient est remarquable : les productions des femmes reporters contestent les stéréotypes sept fois plus que celles des reporters masculins. L'écart le plus faible se trouve en Amérique du Nord, où les reportages des femmes contestent les stéréotypes 1,2 fois plus fréquemment que les reportages de leurs collègues masculins.

Un très grand nombre de reportages sur la paix (64 %), le développement (59 %), la guerre (56 %), et la violence sexiste (56 %) renforcent les stéréotypes sexuels.

La majorité de nouvelles sur des sujets importants comme l'éducation (63 %) ou le droit de la famille (63 %) semblent neutres, ne contestant, ni ne renforçant les stéréotypes. Cependant, cette soi-disant neutralité est un leurre qui sert à perpétuer les préjugés sexistes subtils ou que l'on ne met pas en question, exacerbant ainsi les effets des reportages stéréotypés sur la consolidation de la discrimination.

Parmi cinq objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) sélectionnés, les reportages sur le VIH et le SIDA étaient les plus sensibles aux sexospécificités.

Un examen sérieux des reportages sur des questions liées aux OMD, notamment la pauvreté, l'éducation, le VIH et le SIDA, l'environnement et le partenariat mondial (les OMD 1, 2, 6, 7 et 8 respectivement) révèle que les nouvelles sur le VIH et le SIDA sont les plus sensibles aux sexospécificités dans le contexte de la moyenne mondiale de la recherche du GMMP. Une comparaison des résultats relatifs à trois indicateurs – les nouvelles où les femmes occupent une place centrale, les nouvelles qui mettent en lumière l'égalité des sexes et les reportages qui contestent les stéréotypes sexuels – sous les cinq thèmes démontre des résultats positifs exceptionnels dans les nouvelles abordant le VIH et le SIDA. Il est fort probable que ces résultats encourageants découlent de l'accent placé sur les dimensions sexospécifiques du VIH et du SIDA, y compris le travail accompli pour favoriser les reportages sur le VIH et le SIDA qui sont attentifs aux questions de genre. Parallèlement, il se peut que les médias aient aussi été proactifs dans la mise en évidence des questions de genre dans les reportages sur le VIH et le SIDA, en réponse à la sensibilisation accrue de l'ensemble du public sur cette question. Voilà qui semble suggérer certaines ouvertures, à la fois pour les médias et pour l'ensemble de la société civile qui souhaitent examiner la faible compréhension des OMD du point de vue de l'égalité des sexes : peut-être est-ce l'occasion de mettre de l'avant les préoccupations liées au genre que suscitent les OMD dans le débat public entourant ces questions.

Seulement 10 % des reportages citent ou font référence aux instruments juridiques pertinents à l'échelle locale, nationale, régionale ou internationale en matière d'égalité des sexes et/ou de droits humains.

Cette conclusion suggère que de nombreux reportages ratent l'occasion de générer une sensibilisation à l'égard des instruments visant à protéger les droits humains, les droits des femmes ou l'égalité des sexes, ce qui étaye les observations de groupes travaillant dans le domaine des communications ou sur le genre au sujet de la relative invisibilité des droits humains/des femmes dans le contenu de l'information grand public.

Dans sa réflexion sur les preuves démontrant la présence de préjugés sexistes, de discrimination et de stéréotypes dans le contenu des médias d'information, Nidya Pesàntez-Calle (Chapitre 4) avance que le pouvoir des médias réside dans leur capacité à influencer « l'imaginaire social » – le sens commun de masse qui régit les comportements, les actions et les attitudes de la collectivité et de la société. Les relations de pouvoir entre les sexes représentées sous des angles discriminatoires à l'égard des femmes, qui affublent la « masculinité » et la « féminité » de stéréotypes dans un contexte culturel donné et qui présentent les inégalités entre les sexes comme « normales », servent à renforcer, à justifier et à perpétuer l'imaginaire social qui soutient une vision du monde qui est tout aussi biaisée. Dans la mesure où les médias sont une voie d'accès vers la culture qu'ils contribuent à façonner, ils possèdent également le pouvoir de bâtir des imaginaires sociaux différents dans lesquels les femmes en particulier s'épanouissent, libres de discrimination

et de stéréotypes qui limitent leurs habiletés et restreignent les occasions qui leur sont offertes.

La manière dont les médias représentent les genres devrait ainsi préoccuper toute personne qui aspire à l'émergence de sociétés moins discriminatoires, plus inclusives et équitables, y compris les journalistes, les reporters, les rédacteurs et la brochette plus vaste de professionnels des médias qui sont sensibles aux incidences de leur pratique sur les réalités que vivent leurs auditoires.

Qui figure dans les nouvelles du cyberespace?

Les femmes représentaient seulement 23 % des sujets dans les nouvelles dans les reportages de 84 sites Web ayant fait l'objet de monitorage.

Cette conclusion suggère que la sous-représentation des femmes dans les médias d'information conventionnels se propage dans le monde virtuel de l'information.

Un total de 16 % des femmes sujets des nouvelles en ligne étaient décrites comme victimes, par rapport à 5 % des hommes sujets des nouvelles.

Autrement dit, les femmes sont au moins trois fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme victimes dans les nouvelles sur l'Internet.

Quelque 26 % des femmes sujets de nouvelles, comparativement à 21 % des hommes, figuraient sur les photos et les composantes multimédias visuels accompagnant les reportages.

Seulement 36 % des nouvelles de l'échantillon étaient présentées par des femmes, en comparaison aux 64 % qui étaient présentées par des hommes.

Premièrement, une comparaison de ces résultats à ceux qui touchent les nouvelles dans les journaux, à la télévision et à la radio dans les mêmes pays révèle une différence statistique importante : 41 % des reportages des médias traditionnels grand public dans les pays participant au projet pilote Internet étaient présentés par des femmes journalistes, contrairement à 36 % des reportages en ligne.

Deuxièmement, la dominance des reporters masculins dans les médias grand public conventionnels se reproduit dans les informations en ligne et elle est même encore plus prééminente dans les nouvelles touchant l'économie, la criminalité/la violence et les personnes célèbres. Ainsi, 64 % des reportages sur l'économie sont présentés par des hommes, de même que 69 % des reportages sur la criminalité/la violence et 75 % de ceux qui portent sur les personnes célèbres/les arts/les médias/les sports.

Toutefois, 42 % des reportages sur la politique présentés sur Internet le sont par des femmes, comparativement à 33 % dans les médias conventionnels, soit la presse écrite, la radio et la télévision. Voilà une bonne nouvelle pour les femmes reporters, compte tenu des tendances historiques au déséquilibre alarmant sur le plan du sexe des reporters dans le cadre de reportages sur la politique présentés dans les médias grand public – un thème de première importance à l'ordre du jour des médias d'information.

On a jugé que 42 % des nouvelles en ligne renforçaient les stéréotypes sexuels, alors que seulement 4 % les contestaient et que la majorité (54 %) ne faisaient ni l'un ni l'autre.

Les femmes étaient au centre de 11 % des nouvelles en ligne, ce qui est comparable à la situation des médias conventionnels, où le total est de 13 %.

Dans l'ensemble, les différences parfois statistiquement significatives[3], suggèrent que les nouvelles sur Internet représentent un format sous lequel les préjugés liés au genre deviennent non seulement plus visibles, mais aussi plus concentrés qu'ils ne le sont dans les médias traditionnels.

Vers un journalisme éthique et l'équilibre de genre : Un point de vue syndical

« Le journalisme éthique évoque le fait de prendre ses responsabilités face aux choix qui sont faits, allié à une conscience des incidences de ces choix; les décisions sur qui on interviewe, sous quelle fonction, sur la manière de les représenter visuellement, en plus de ceux et celles qui ont accès à la formation, qui sont embauchés, qui ont des promotions, qui présentent les nouvelles et leur contenu. Inhérente à cette responsabilité, la notion qu'un journalisme juste, équilibré est un journalisme éthique, qui à son tour ne peut être atteint que par le truchement de l'équité, à la fois dans le contenu des nouvelles et dans la salle de rédaction ». (Mindy Ran, Chapitre 7)

Ran passe en revue le plan d'action élaboré après le GMMP 2005, pour proposer une voie d'avenir qui s'inspire des débats au sein des syndicats regroupant les journalistes. Le plan révisé confirme la constante pertinence des actions de 2005 : plaidoyers et lobbying; politiques et responsabilité des médias; objectifs organisationnels et monitorage interne; sensibilisation et formation des journalistes et des rédacteurs; compétences d'analyse des médias et le développement du monitorage des médias. Ran recommande une intervention supplémentaire : l'amélioration de l'équilibre des genres dans l'industrie des médias, afin d'instaurer un milieu de travail équilibré et exempt de sexisme.

Une feuille de route pour accélérer les progrès dans la description et la représentation des femmes dans les nouvelles

Si le rythme de changement observé depuis 2000 quant à la présence des femmes dans les nouvelles se maintient, il faudra plus de 40 ans encore avant d'atteindre la parité. Le plan d'action (Chapitre 8) vise non seulement à accélérer le rythme du changement, mais également à réorienter les progrès vers les domaines des politiques et des pratiques médiatiques qui contraignent les avancées vers des médias plus équitables en matière de genre.

1. Constatations principales: 1995-2010

	1995		2000		2005		2010	
Sujets d'actualité								
	% Femmes	% Hommes	% Femmes	% Hommes	% Femmes	% Hommes	% Femmes	% Hommes
Tous les médias	**17**	**83**	**18**	**82**	**21**	**79**	**24**	**76**
Télévision	21	79	22	78	22	78	24	76
Radio	15	85	13	87	17	83	22	78
Presse écrite	16	84	17	83	21	79	24	76
Portée:								
Local	22	78	23	77	27	73	26	74
National	14	86	17	83	19	81	23	77
International	17	83	15	85	18	82	20	80
Étranger	17	83	14	86	20	80	26	74
Sujet principal du reportage :								
Célébrités, arts, sports	24	76	23	77	28	72	26	74
Social et juridique	19	81	21	79	28	72	30	70
Criminalité et violence	21	79	18	82	22	78	24	76
Science et santé	27	73	21	79	22	78	32	68
Économie	10	90	18	82	20	80	20	80
Politique et gouvernement	7	93	12	88	14	86	19	81
Fonction dans le reportage :								
Exprimer une opinion					34	66	44	56
Expérience personnelle					31	69	36	64
Témoin oculaire	N/A	N/A	N/A	N/A	30	70	29	71
Sujet du reportage					23	77	23	77
Expert					17	83	20	80
Porte-parole					14	86	19	81
Occupation								
Non indiqué			44	56	42	58	41	59
Célébrité			45	55	42	58	41	59
Académicien, pédagogue			24	76	27	73	31	69
Activiste dans une ONG	N/A	N/A	24	76	23	77	34	66
Fonctionnaire			12	88	17	83	17	83
Personnalité sportive			9	91	16	84	11	89
Homme/femme d'affaires / Droit			11	89	14	86	16	84
Politicien			10	90	12	88	17	83
% Décrit comme victime	29	10	19	7	19	8	18	8
% Décrit par son statut familial	N/A	N/A	21	4	17	5	18	5
% Dans les photos de presse écrite	N/A	N/A	25	11	23	16	26	17
Rapporter et présenter les nouvelles								
	% Femmes	% Hommes	% Femmes	% Hommes	% Femmes	% Hommes	% Femmes	% Hommes
% Reportages présentés à la télé et à la radio	**51**	**49**	**49**	**51**	**53**	**47**	**49**	**51**
Télévision			56	44	57	43	52	48
Radio			41	59	49	51	45	55
% Reportages	**28**	**72**	**31**	**69**	**37**	**63**	**37**	**63**
Télévision	N/A	N/A	36	64	42	58	44	56
Radio	N/A	N/A	28	72	45	55	37	63
Presse écrite	N/A	N/A	26	74	29	71	33	67
% Reportages – Portée								
Local	33	67	34	66	44	56	40	60
National	24	76	30	70	34	66	38	62
International	28	72	33	67	32	68	32	68
Étranger	28	72	29	71	36	64	37	63
% Reportages – Thèmes principaux :								
Célébrités, arts, sports	N/A	N/A	27	73	35	65	38	62
Social et juridique			39	61	40	60	43	57
Criminalité et violence			29	71	33	67	35	65
Science et santé			46	54	38	62	44	56
Économie			35	65	43	57	40	60
Politique et gouvernement			26	74	32	68	33	67
% de femmes comme sujets des nouvelles par sexe du journaliste	N/A	N/A	24	18	25	20	28	22

Contenu des nouvelles	1995	2000	2005	2010
% Reportages centrés sur les femmes	N/A	10	10	10
Célébrités, arts, sports		16	17	16
Social et juridique		19	17	17
Criminalité et violence		10	16	16
Politique et gouvernement		7	8	13
Science et santé		11	6	16
Économie		4	3	11
% Reportages qui défient les stéréotypes de genre	N/A	N/A	3	6
% Reportages qui renforcent les stéréotypes de genre	N/A	N/A	6	46*
% Reportages qui soulignent l'égalité/inégalité entre les sexes	N/A	N/A	4	6
% Reportages qui font référence aux instruments relatifs à l'égalité des sexes, aux droits humains ou aux droits des femmes.	N/A	N/A	N/A	10

*La différence marquée entre les conclusions de 2005 et 2010 est le résultat d'une précision et d'une clarté accrues.

Résultats du GMMP 2010 relatifs à quelques objectifs du Millénaire pour le développement (ODM)	
% Reportages centrés sur les femmes	
ODM 1. Pauvreté	8
ODM 2. Education	9
ODM 6. VIH et SIDA	39
ODM 7. Environnement	4
ODM 8. Partenariats mondiaux	19
% Reportages soulignant l'égalité/ inégalité entre les sexes	
ODM 1. Pauvreté	3
ODM 2. Education	2
ODM 6. VIH et SIDA	25
ODM 7. Environnement	3
ODM 8. Partenariats mondiaux	1
% Reportages qui défient les stéréotypes de genre	
ODM 1. Pauvreté	5
ODM 2. Education	5
ODM 6. VIH et SIDA	16
ODM 7. Environnement	3
ODM 8. Partenariats mondiaux	1

Qui Figure Dans Les Nouvelles Du Cyberespace?	
% femmes comme sujets dans les reportages	**23**
Célébrités, arts, sports	27
Social et juridique	32
Criminalité et violence	22
Science et santé	33
Économie	24
Politique et gouvernement	17
% Décrit comme victime	
Femmes	16
Hommes	5
% Reportages qui renforcent les stéréotypes de genre	42
% Reportages qui défient les stéréotypes de genre	4
% Reportages qui ni renforcent ni défient les stéréotypes de genre	54
% Reportages par les femmes	**36**
Célébrités, arts, sports	25
Social et juridique	47
Criminalité et violence	31
Science et santé	45
Économie	36
Politique et gouvernement	42
% Dans les images et les elements multimédias	
Femmes	26
Hommes	21
% Reportages centrés sur les femmes	**11**

1 Organisée par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), Isis International-Manila et la International Women's Tribune Centre (IWTC).

2 La notion de « genre » fait référence aux relations de pouvoir hiérarchique entre les hommes et les femmes, y compris la « masculinité » et la « féminité » dans un contexte culturel donné. Contrairement au « genre », qui est relationnel, le « sexe » fait davantage référence à l'aspect biologique, quoique cette distinction soit moins généralisée en français qu'elle ne l'est en langue anglaise.

3 Lorsqu'énoncées, les différences sont statistiquement significatives selon un intervalle de confiance de 95 %, ce qui signifie que l'éventualité où elles seraient apparues purement par hasard n'est que de 1 sur 20.

1. Une Journée Dans Les Nouvelles Du Monde

10 novembre 2009

« La police gagne la guerre contre les vols à main armée » (*Ghana Chronicle*). « Un budget favorisant la croissance économique » (The Times of Malta). 'Atormentado por la pobreza' (Tourmenté par la pauvreté) (*Primera Hora*, Porto Rico). « Une bombe éclate à Peshawar en 24 heures. 4 morts, 3 blessés » (*Jang newspaper*, Pakistan). « Disgrâce sanglante : Une pénurie de sacs de stockage cause un embouteillage aux centres transfusionnels… » (*The Gleaner*, Jamaïque). L'ordre du jour des informations en ce 10 novembre 2009 était marqué par la routine habituelle : la politique, la criminalité, l'économie et les sujets courants régulièrement en vedette dans les nouvelles.

Suivant les pratiques habituelles de reportage, les manchettes attiraient l'attention sur les histoires suscitant un grand intérêt. En Inde, en Roumanie, au Danemark, au Liban et aux Philippines notamment, les grands titres mettaient en lumière des élections annoncées, en cours ou qui venaient de se terminer. Les inondations dans la province de Phu Yên se trouvaient à la une au Vietnam, les nouvelles nationales de la Géorgie abordaient les conflits armés entre Géorgiens et Ossètes et on parlait de fraude et de détournement d'avion en Afrique du Sud. En Estonie et en Hongrie, on accordait une certaine attention aux questions entourant la propagation de l'influenza H1N1. Ailleurs, des événements spéciaux ont retenu plus d'attention dans certaines régions que dans d'autres parties du monde. Par exemple, l'échange de coups de feu entre la Corée du Nord et la Corée du Sud dans la mer du Japon a été couvert en Asie et dans les nouvelles internationales. Des relents de reportages sur les célébrations du 20e anniversaire de la chute du mur de Berlin ont occupé les ondes, particulièrement dans les informations européennes.

Dans l'ensemble, le 10 novembre fut une journée de nouvelles ordinaire, au cours de laquelle les questions régulièrement présentées ont fait l'objet de leur couverture habituelle. Aucun sujet particulier n'a dominé les nouvelles dans la plupart des pays.

> *« Le 10 novembre fut une journée bien remplie mais agréable et une excellente expérience d'apprentissage pour nos étudiants… Ils ont affirmé que cet exercice les a aidés à observer de manière critique les nombreux « coins ronds » et lacunes journalistiques dans les pratiques de reportage de nos médias grand public. Ils en sortent avec de nouvelles réflexions sur les stéréotypes sexuels et sur le déséquilibre de la couverture des voix des femmes et des hommes dans les reportages quotidiens ».*
>
> Dipti Kotian, Indian Institute of Journalism and New Media

Par contre, au contraire d'une journée de nouvelles ordinaire, cette date a vu des moniteurs bénévoles dans plus de 100 pays du monde se pencher sur leurs journaux nationaux, écouter attentivement les radiodiffusions, regarder consciencieusement les émissions d'information locales et examiner méthodiquement les sites Web d'information de leurs pays. Armés de crayons, de guides de monitorage et de grilles de codage, ils avaient pour mission d'observer et d'analyser les nouvelles et de consigner leurs conclusions sur les indicateurs liés au genre, dans le cadre du quatrième Projet mondial de monitorage des médias (GMMP).

Les bénévoles provenant de groupes de la base, de groupes de la société civile travaillant dans le domaine du genre ou des communications, des syndicats de journalistes, d'associations de praticiens des médias et d'universités se sont unis dans un engagement commun visant à créer des médias d'information équitables en matière de genre. Ils font partie d'un réseau mondial résultant de 15 ans de GMMP, la recherche longitudinale et l'initiative de revendication portant sur le genre et les médias d'information la plus étendue et la plus durable au monde. Les diverses composantes du GMMP convergent vers une raison d'être principale qui consiste à contribuer à la transformation des médias d'information vers une couverture plus éthique, juste et équilibrée en matière de genre.

Le premier GMMP, tenu le 18 janvier 1995, était coordonné par l'organisme canadien Évaluation nationale des images des femmes dans les médias (Évaluation-Médias Inc.). Il a tracé un portrait du genre dans les médias d'information à partir des données recueillies dans 71 pays de l'Asie, de l'Afrique, de l'Europe, du Moyen-Orient, de l'Amérique du Nord, des Caraïbes, de l'Amérique latine et de la région du Pacifique. L'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC) a coordonné le second GMMP et les recherches subséquentes, jusqu'à aujourd'hui. Le deuxième GMMP du 1er février 2000 a recueilli des données dans 70 pays, alors que le troisième, tenue le 16 février 2005 accueillait 76 pays participants.

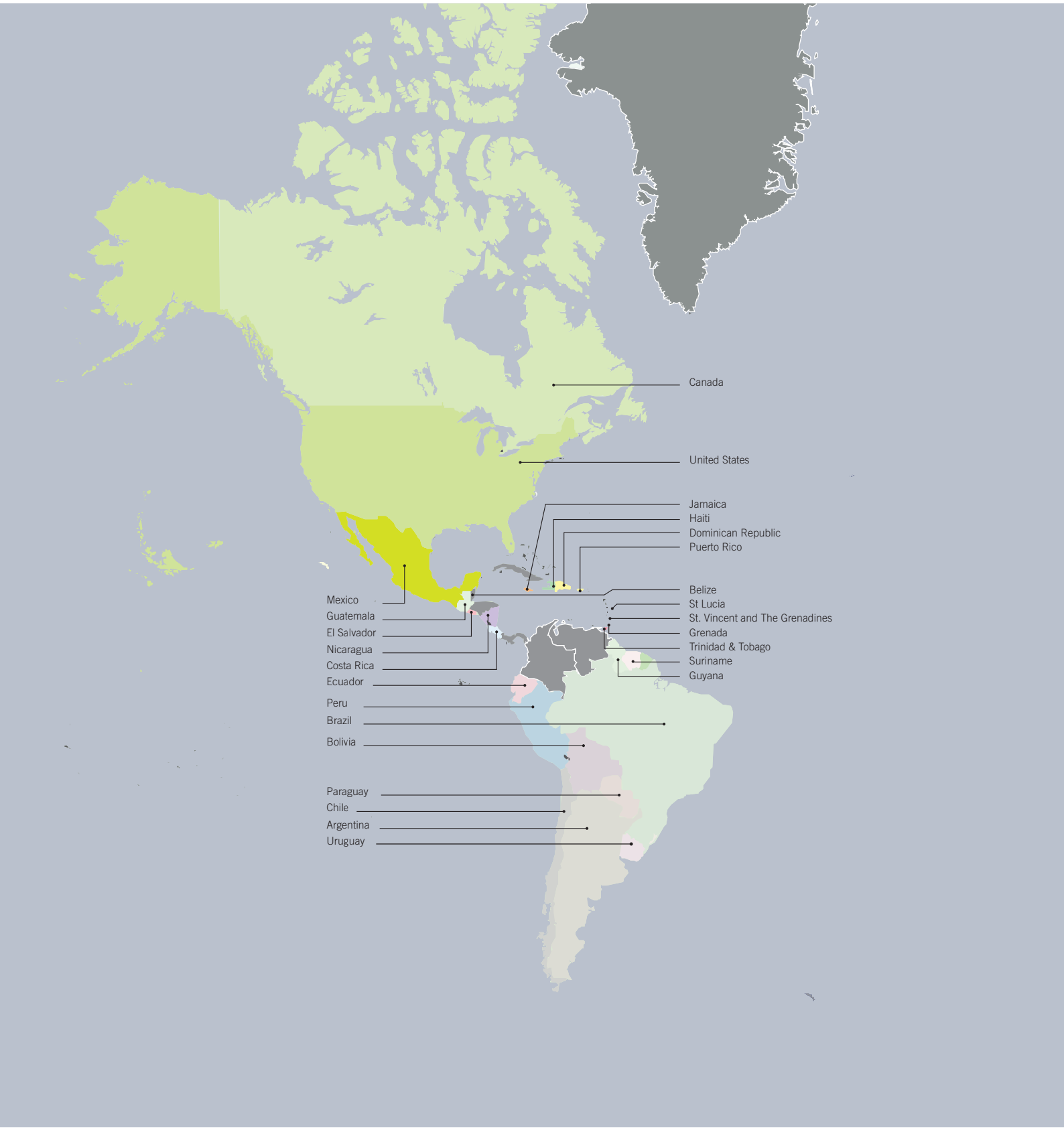
Le travail cumulatif accompli depuis 1995 par le truchement et au-delà du GMMP a contribué à créer une remarquable expérience dans le cadre du quatrième GMMP. Le nombre et le profil des participants s'élargissent, tout comme le nombre de pays qui y prennent part. Ce rapport dresse le tableau du genre dans les médias d'information provenant d'un nombre record de 108 pays[1], ce qui correspond à une augmentation de 44 % par rapport au nombre de pays ayant pris part à la recherche de 2005.

Méthodologie

La méthodologie de monitorage du GMMP a été peaufinée et mise à jour pour améliorer la clarté des questions, intégrer de nouvelles préoccupations thématiques et refléter les changements intervenus dans l'environnement des médias d'information. Un groupe de travail virtuel, composé de chercheurs universitaires et de représentants des groupes travaillant dans les domaines du genre et des communications, était chargé du processus de revue de la méthodologie.

Cependant, les paramètres de codage sont demeurés sensiblement les mêmes afin d'assurer la comparabilité des

Pays participants au GMMP 2010



Netherlands
Denmark
Norway
Sweden
Finland
Iceland
Austria
Czech Republic
Poland
Estonia
Belarus
Hungary
Romania
Croatia
Bosnia & Herzegovina
Kosovo
Bulgaria
Montenegro
Turkey
Cyprus
Georgia
United Kingdom (England, Northern Ireland, Scotland, Wales)
Ireland, Republic of
Belgium
Germany
Switzerland
France
Spain
Portugal
Italy
Greece
Malta
Kyrgyzstan
China
Japan
South Korea
Pakistan
India
Nepal
Bangladesh
Taiwan
Vietnam
Thailand
Philippines
Malaysia
United Arab Emirates
Jordan
Lebanon
Israel
Egypt
Tunisia
Ethiopia
Sudan (south)
Kenya
Uganda
Tanzania
Burundi
Mauritius
Madagascar
Zambia
Zimbabwe
Guinaée Conakry
Senegal
Mauritania
Liberia
Burkina Faso
Ghana
Togo
Benin
Niger
Nigeria
Cameroon
Congo, Rep (Brazzaville)
Congo, Dem Rep
Namibia
Botswana
South Africa
Lesotho
Australia
Papua New Guinea
Fiji
Tonga
New Zealand

résultats dans les recherches de 1995, 2000, 2005 et 2010. À titre de projet pilote, les nouvelles sur l'Internet ont été intégrées au GMMP pour la première fois, en réponse à l'importance grandissante du Web comme source d'information. Les équipes de monitorage des pays sélectionnés où le taux d'accès à l'Internet par habitant était élevé ont été invitées à coder les sites Web nationaux choisis selon des critères établis.

Une autre innovation a vu le jour au cours du GMMP 2010, soit une base de données mise à la disposition des moniteurs, permettant la capture des données dans chaque pays, un élément qui a contribué à diminuer le temps nécessaire au transfert des données des feuilles de codage vers une base de données centrale. Les bases de données nationales ont fait l'objet d'une série de vérifications contrôlant leur qualité, avant que les données ne soient intégrées à la base de données mondiale.

On a distribué des trousses de monitorage et des guides méthodologiques détaillés, comprenant des formulaires, des directives et des fiches de codage vierges. Les guides précisaient les critères relatifs au choix des médias, au nombre de médias à coder, les bulletins et les émissions à sélectionner ainsi que la manière de les coder. Les moniteurs codaient l'information de base sur le médium, les détails du contenu du reportage, les personnes qui figuraient dans les nouvelles – journalistes/reporters et les sujets des nouvelles – et une analyse du reportage fondée sur le genre où l'on examinait si la nouvelle était centrée sur les femmes, si elle mettait en lumière des questions d'(in)égalité et si elle renforçait les stéréotypes. Les directives comportaient des exemples illustrés de reportages en plus d'échantillons de fiches de codage déjà complétées.

Pour faire en sorte que la méthodologie soit comprise de manière uniforme et exacte, on a adopté une stratégie à multiples volets. Elle comportait notamment des ateliers de formation en personne à l'échelle locale, régionale et mondiale, des vidéoconférences, les courriels, et par la voie du site Web du GMMP, www.whomakesthenews.org, des ressources destinées aux formateurs et des tutoriels autogérés à l'intention des moniteurs.

L'Annexe 1 fournit de plus amples renseignements sur la méthodologie de monitorage du GMMP 2010.

Portée

On a invité les moniteurs à choisir des médias qui sont représentatifs de la diversité et de la densité des médias de leurs pays pour ce qui est de l'auditoire, de la propriété et de la langue. Des médias grand public, des secteurs privés et publics ont été retenus pour faire l'objet de monitorage et l'on a exclu les médias marginaux sur le plan des opinions ou de la portée.

Un total de 1 281 journaux, stations de radio et de télévision ont fait l'objet de monitorage dans 108 pays de l'Afrique (26), de l'Asie (13), des Caraïbes (11), de l'Europe (32), du Moyen-Orient (6), de la région du Pacifique (5), de l'Amérique latine (13) et de l'Amérique du Nord (2). Depuis 2005, le nombre de pays participants a doublé, voire triplé dans certaines régions, illustrant un intérêt grandissant chez les groupes de la société civile, y compris les syndicats et les associations journalistiques, pour la recherche « genre et médias ».

Les données touchent 16 734 reportages, 20 769 membres du personnel (annonceurs, présentateurs et reporters) et 35 543 sujets de nouvelles. Les « sujets de nouvelles » font référence aux personnes interviewées à titre d'experts, de porte-paroles ou encore aux personnes qui s'expriment en représentant l'opinion populaire, qui sont des témoins oculaires des événements, ou encore des personnes sur lesquelles le reportage est centré.

Voir table 2

Des invitations à participer à une recherche pilote de monitorage sur l'Internet ont été acheminées aux équipes de monitorage du GMMP évoluant dans les pays où le Rapport mondial sur le développement humain 2009, publié par les Nations Unies, soulignait un accès à l'Internet exceptionnellement élevé par habitant. Le projet pilote couvrait 8 sites de nouvelles internationaux et 76 sites nationaux, pour un total de 84 sites Web. Les sites de nouvelles internationales comprenaient toutes les régions du monde, alors que les sites nationaux étaient codés dans 16 pays participant au GMMP, représentant toutes les régions sauf l'Afrique et l'Amérique latine.

Le projet pilote a généré 1 061 reportages, touchant 2 710 sujets de nouvelles, rapportées par 1 044 membres du personnel médiatique.

Les tendances liées au genre dans les nouvelles sur l'Internet sont analysées de manière distincte au Chapitre 5 de ce rapport. Certaines comparaisons sont établies dans ce chapitre afin de tenter de tirer des conclusions sur les similitudes et/ou les différences importantes entre les nouvelles Internet et celles de la radio, des journaux et de la télévision.

(Voir l'Annexe 4 pour la liste des pays participants)

2. Les médias ayant fait l'objet de monitorage dans le cadre du GMMP 2010.

	Journaux	Radio	Télévision	Internet*	Total
Afrique	77	57	41	-	175
Asie	96	64	69	19	248
Caraïbes	28	35	24	3	90
Europe	186	157	132	34	509
Amérique Latine	65	40	41	-	146
Moyen Orient	26	34	21	-	81
Amérique du Nord	21	5**	7	6	39
Pacifique	20	21	14	14	69
International	-	-	-	8	8
TOTAL	**519**	**413**	**349**	**84**	**1365**

* Les actualités sur l'Internet ont été monitorées dans un projet pilote dans 16 pays. Les sites de nouvelles internationales codés couvraient toutes les régions et comprenaient CNN International, Africa News, Africa 24, Euronews, Al Jazeera, Deutche Welle World, Telesur et BBC World. Les résultats du monitorage des nouvelles en ligne sont analysés séparément au Chapitre 5 ; ceux-ci ne sont pas inclus dans l'analyse contenue dans le restant du rapport.

** Les statistiques sont seulement du Canada. Aucun reportage des actualités sur radio n'a été monitoré aux États-Unis

Les thèmes évoqués dans les nouvelles le jour du monitorage

Le système de classification du GMMP classe les nouvelles sous sept catégories de thèmes principaux et cinquante-deux sous-thèmes (voir l'Annexe 1). Les thèmes principaux sont : politique et gouvernement; économie; sciences et santé; social et juridique; criminalité et violence; personnes célèbres, arts, médias et sports; et la jeune fille.

La recherche a révélé relativement peu de changement au cours des cinq dernières années quant à la hiérarchie des priorités dans l'ordre du jour des médias d'information. Au cours de la journée mondiale de monitorage, les reportages sur la politique/gouvernement (29 %), la criminalité/violence (19 %) et l'économie (18 %) dominent les actualités. Les reportages sur les domaines social/juridique, les personnes célèbres, les arts, les médias, les sports ainsi que les nouvelles sur les sciences/la santé sont moins fréquemment abordées, atteignant respectivement une moyenne de 13 %, 11 % et 9 % du total des reportages dans les trois médias.

Voir table 3

Dans l'ensemble des régions, on trouve aux premiers rangs de la hiérarchie des priorités à l'ordre du jour des nouvelles les thèmes politique/gouvernement et criminalité/violence. Le thème principal politique/gouvernement recevait le pourcentage le plus élevé de couverture en Afrique, en Asie, en Europe, en Amérique latine et au Moyen-Orient.

En revanche, le thème principal criminalité/violence faisait l'objet du pourcentage le plus élevé de reportages en Amérique du Nord, dans les Caraïbes et dans la région du Pacifique.

Le profil observé en Amérique du Nord peut s'expliquer de deux manières. Premièrement, la prédominance persistante de la « lutte contre le terrorisme » dans le discours politique américain et deuxièmement, le fait que le jour du monitorage précédait de peu le *Jour du souvenir* (Canada) et le *Veteran's Day* (États-Unis), deux journées nationales vouées à commémorer les anciens combattants.

Le portrait tracé aux Caraïbes est assez caractéristique, considérant l'explication de la coordinatrice du GMMP en Jamaïque, qui affirmait que la prévalence élevée de reportages sur les

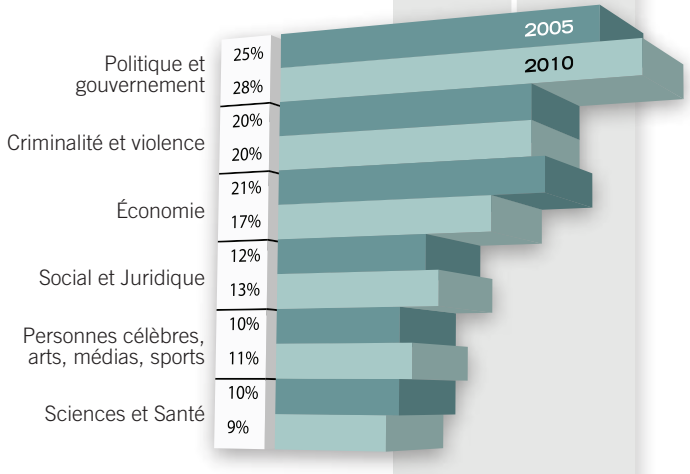
3. Les thèmes évoqués dans les nouvelles: 2005-2010

	2005				2010				N**
Thème	Journaux	Radio	Télévision	Total	Journaux	Radio	Télévision	Total	
Politique et gouvernement	27%	23%	23%	25%	32%	28%	26%	28%	4685
Criminalité et violence	20%	17%	22%	20%	19%	18%	22%	20%	3329
Économie	19%	27%	18%	21%	16%	21%	17%	17%	2949
Social et Juridique	14%	11%	10%	12%	15%	12%	10%	13%	2146
Personnes célèbres, arts, médias, sports	9%	8%	14%	10%	7%	10%	14%	11%	1773
Sciences et Santé	11%	11%	9%	10%	10%	9%	9%	9%	1539
Autre	0	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%	274
La jeune fille	Thème nouveau	Thème nouveau	Thème nouveau	-	*	*	*	*	39
				100%* **				**100%*** **	**16734**

* indique moins de 1% dans tous les tableaux;

** Total N pour la pondération en 2010 (voir les notes méthodologiques dans l'annexe)

*** Le total pour la colonne peut être légèrement plus ou moins que 100% dû à l'arrondissement



Thèmes évoques dans l'ensemble des médias : 2005 - 2010

crimes violents est assez courante dans ce pays[2]. Un examen plus approfondi des résultats régionaux obtenus dans les Caraïbes démontre qu'au cours de la journée mondiale de monitorage, un grand nombre de reportages ont été classifiés sous « crime violent, meurtre, enlèvement, rapt, voies de fait, violence liée à la drogue... », des sous-thèmes de « criminalité/violence ».

Une grande partie des reportages de la région du Pacifique codés sous le même thème principal ont dans les faits été classifiés sous « catastrophes, accidents, famines, tremblement de terre, inondation, accident aérien, accident d'automobile... », alors qu'un nombre moins élevé mais relativement significatif a été classifié à la fois sous crime (politique) violent et non violent.

4. Les thèmes évoqués dans les nouvelles : Comparaisons régionales. 2010

	Afrique	Asie	Caraïbes	Europe	Amérique Latine	Moyen Orient	Amérique du Nord	Pacifique	Total	
									%	N
Politique et gouvernement	29%	30%	22%	31%	25%	48%	24%	16%	28%	4685
Criminalité et violence	17%	18%	27%	18%	22%	12%	30%	22%	20%	3329
Économie	18%	20%	15%	15%	17%	11%	11%	15%	17%	2949
Social et Juridique	18%	14%	17%	11%	15%	11%	9%	18%	13%	2146
Personnes célèbres, arts, médias, sports	7%	8%	9%	13%	9%	7%	7%	19%	11%	1773
Sciences et Santé	9%	9%	9%	10%	11%	9%	15%	6%	9%	1539
Autre	1%	1%	2%	2%	1%	3%	1%	3%	2%	274
La jeune fille	*	*	*	*	*	*	2%	*	*	39
									100%	**16734**

1 Le nombre de pays ayant manifesté leur intérêt à participer était plus élevé. Certains n'ont pas participé, alors que d'autres ont soumis des données qui ont été exclues de l'analyse en raison de discordance ou pour d'autres motifs. Le compte final de pays participants aux fins de ce rapport atteint 108.

2 GMMP 2009/2010, Formulaire pour l'information contextuelle, Jamaïque.

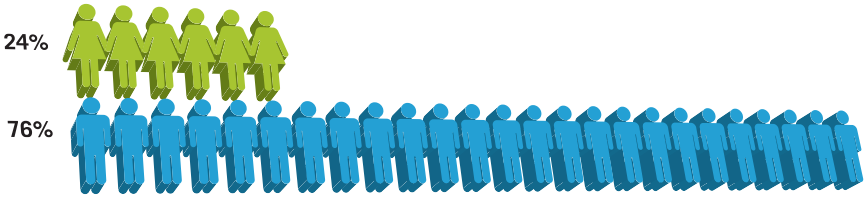
2. Genre Et Progrès Dans La Marge Des Nouvelles

Seulement 24 % des personnes que l'on entend ou desquelles il est question dans les nouvelles de la presse écrite, de la radio et de la télévision sont des femmes, alors que 76 % sont des hommes.

Dans l'ensemble, en dépit d'une lente mais constante progression de la présence des femmes dans les nouvelles au cours des dix dernières années, le monde que décrivent les nouvelles demeure majoritairement masculin. Or, ce portrait ne correspond pas à la réalité, les femmes représentant plus de la moitié de la population mondiale.

Au cours des 15 dernières années, l'Europe et l'Amérique latine ont démontré les augmentations les plus notables, se situant entre 10 et 13 %. La régression apparente en Afrique, de 22 % des femmes sujets de nouvelles en 1995, à 19 % en 2010 pourrait en fait s'expliquer par le nombre de pays participants de ce continent qui a plus que doublé dans les 15 dernières années, passant de 12 en 1995 à 26 en 2010. Le résultat obtenu en 2010 pour l'Afrique est similaire au résultat de 2005, confirmant par conséquent l'exactitude de la statistique de 19 %.

Seulement 24% des sujets* sont femmes



*Défini comme 'personnes qui sont interviewées ou de qui traitent les nouvelles'

5. Sujets féminins dans les nouvelles par région: 1995-2010

	1995	2000	2005	2010
Journaux	16%	17%	21%	24%
Radio	21%	22%	22%	24%
Télévision	15%	13%	17%	22%
Général	**17%**	**18%**	**21%**	**24%**

Au cours des cinq dernières années, la répartition régionale révèle des progrès dans certaines régions, alors que d'autres stagnent. Les statistiques les plus notoires portent sur l'Amérique latine, où l'on a constaté une augmentation de la présence des femmes de 6 %, suivie de près par l'Europe où l'on observe une augmentation de 5 %. Dans toutes les autres régions, on constate une stagnation ou encore une très légère augmentation. L'Amérique latine possède actuellement le pourcentage le plus élevé de femmes sujets de nouvelles (29 %), alors que le Moyen-Orient compte le plus faible, à 16 %.

6. Sujets féminins dans les nouvelles par média: 1995-2010.

	1995	2000	2005	2010
Afrique	22	11	19	19
Asie	14	17	19	20
Caraïbes	22	24	25	25
Europe	16	19	21	26
Amérique Latine	16	20	23	29
Moyen Orient	14	15	15	16
Amérique du Nord	27	25	26	28
Pacifique	20	25	26	25
Général	**17**	**18**	**21**	**24**

Un examen plus approfondi de la répartition à travers les trois médias au cours des 15 dernières années révèle une augmentation constante cumulative des femmes comme sujets des nouvelles dans la presse écrite et à la radio, et une augmentation négligeable dans les nouvelles télévisées. Dans l'ensemble, le pourcentage de femmes par rapport aux hommes sujets de nouvelles a augmenté de deux à cinq points dans les trois médias. Néanmoins, les filles et les femmes demeurent lourdement sous-représentées dans la population des personnes entendues, vues ou au sujet desquelles on lit dans les nouvelles.

Pour ce qui est des thèmes principaux des nouvelles, le changement est réparti de manière inégale. Il est plus manifeste sous le thème sciences/santé. On constate également des progressions faibles mais statistiquement significatives[1] sous les thèmes politique/gouvernement, social/juridique et criminalité/violence. La présence des femmes a augmenté dans les reportages sur les « sciences et la santé », passant de 22 % à titre de sujets de nouvelles en 2005, à 32 % en 2010. Dans les reportages sur la politique, l'augmentation était de 14 % à 19 % au cours de la période, alors que les reportages sur l'économie ne démontraient aucun changement, demeurant à 20 %.

De tous les thèmes, les femmes sont le plus présentes dans les nouvelles sur les sciences/la santé (représentant 32 % des sujets de nouvelles) et sur le thème social/juridique (30 %). Compte tenu de l'ordre du jour des nouvelles au cours de la journée mondiale de monitorage et de la constatation voulant que ces thèmes soient beaucoup moins importants dans la hiérarchie des priorités, il devient manifeste que la présence soi-disant plus élevée des femmes est en réalité numériquement négligeable dans l'ensemble du paysage médiatique.

Parallèlement à cette conclusion, la hiérarchie des priorités suscite des questions sur les critères servant à déterminer le mérite accordé aux thèmes des nouvelles, ce qui paraît évident à la lumière de l'espace qui leur est accordé dans l'ordre du jour des médias. Les intérêts stratégiques et pratiques sexospécifiques se trouvent dans toute la gamme de reportages examinés dans le cadre du GMMP. Cependant, les enjeux pertinents aux intérêts pratiques sexospécifiques des femmes se concentrent dans les thèmes « sciences / santé » et « social/juridique », alors qu'en général ces thèmes reçoivent moins d'attention. Il importe ici de clarifier ces notions. Les intérêts sexospécifiques émergent des relations entre les sexes et

sont distincts chez les femmes et chez les hommes. Les intérêts pratiques sont issus des besoins pratiques qui sont fonction des rôles différents selon le genre : par exemple, les femmes prennent traditionnellement soin des enfants et des personnes âgées et malades. Dans le cas qui nous occupe, les nouvelles sur la santé ou le bien-être des enfants sont perçues comme pertinentes aux intérêts pratiques sexospécifiques des femmes. L'attention portée aux intérêts pratiques dans les nouvelles ne devrait en aucun cas voiler la nécessité de se concentrer aussi sur les intérêts stratégiques, c'est-à-dire les intérêts qui sont liés à la transformation des relations entre les sexes de manière à corriger les positions de pouvoir inéquitables. Les nouvelles qui sont attentives aux intérêts sexospécifiques stratégiques des femmes reconnaîtront par exemple, de façon explicite, les situations où les femmes brisent les barrières traditionnelles pour occuper des postes de pouvoir et d'autorité qui étaient autrefois la chasse gardée des hommes ou encore elles mettront explicitement en lumière la marginalisation historique des femmes dans le cadre d'un enjeu donné.

7. Présence générale des femmes dans les nouvelles: 1995-2010

	1995	2000	2005	2010	Total N (Tous sujets)
Sciences et Santé	27%	21%	22%	32%	2828
Social et Juridique	19%	21%	28%	30%	4194
Personnes célèbres, arts, médias, sports	24%	23%	28%	26%	3234
Criminalité et violence	21%	18%	22%	24%	6761
Économie	10%	18%	20%	20%	4579
Politique et gouvernement	7%	12%	14%	19%	10615
La jeune fille*	-	-	-	69%	87
Autre*	-	-	-	38%	399
Total	**17%**	**18%**	**21%**	**24%**	**32697

* (-) = Nouveau thème en 2010 ou statistiques non disponibles. Les reportages sur 'la jeune fille' et 'autres thèmes' représentent moins de 1% du total général.

** Exclue les sujets des nouvelles dont le sexe n'était pas connu. Toute différence entre le nombre total de personnes dans les nouvelles et ce tableau est dû au nombre de personnes dans les nouvelles dont le sexe n'a pas été codé.

8. Sujets féminins dans les reportages locaux, nationaux et internationaux : 1995-2010.

	% Féminin			
Portée	1995	2000	2005	2010
Local	22%	23%	27%	26%
National	14%	17%	19%	23%
National et autre*	17%	15%	18%	20%
Etranger, international	17%	14%	20%	26%
Total	**17%**	**18%**	**21%**	**24%**

* Impliquant d'autres pays en plus de celui dans lequel le reportage est codé

Entre 1995 et 2005, les femmes ont été les plus visibles dans les reportages locaux, en comparaison avec les nouvelles de portée nationale ou étrangère. Cette tendance s'interrompt dans le quatrième GMMP, où la visibilité des femmes dans les nouvelles étrangères a augmenté jusqu'à correspondre à leur visibilité dans les reportages locaux. Actuellement, 26 % des sujets des nouvelles locales et 26 % des sujets des nouvelles étrangères sont des femmes.

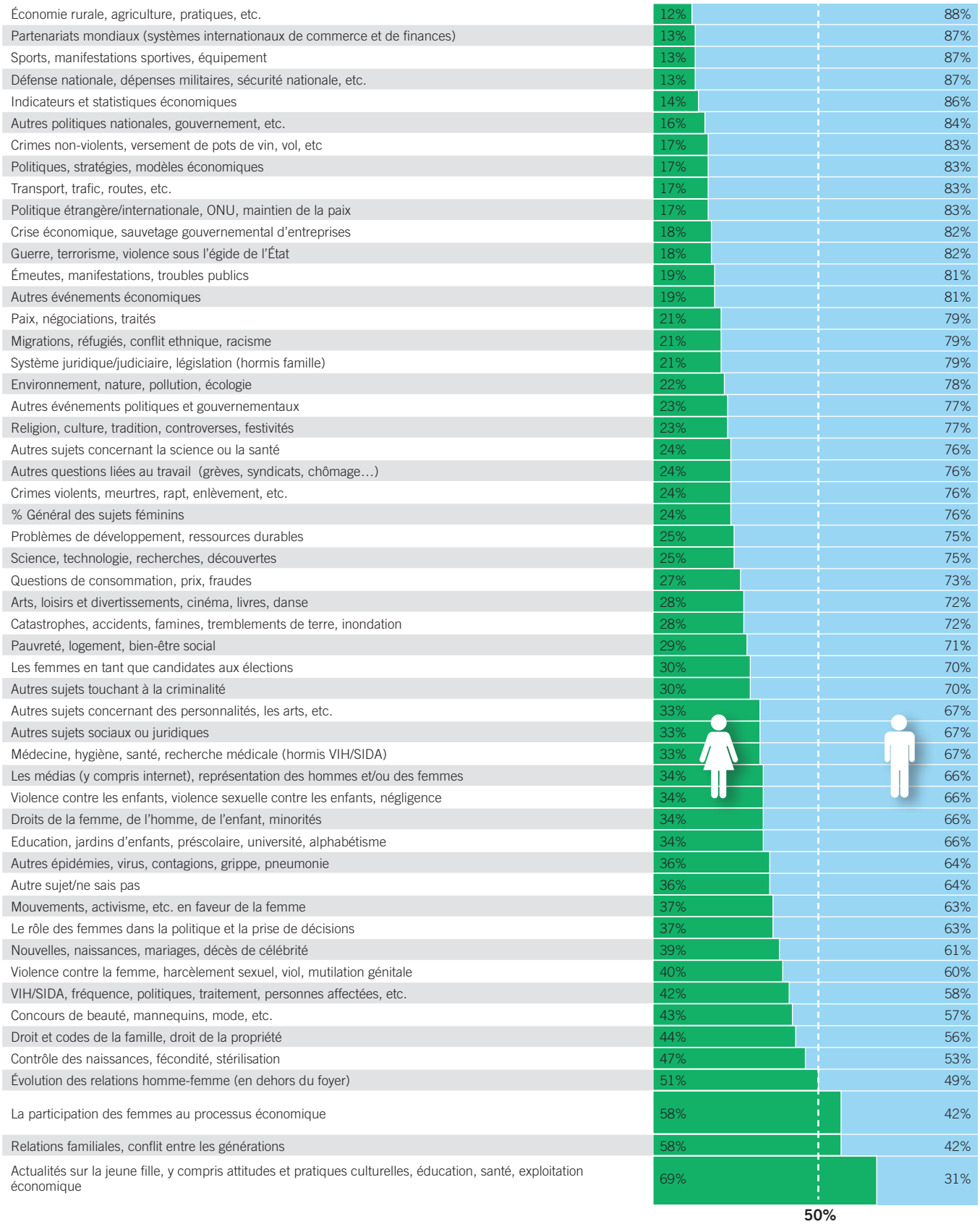
En outre, le rythme d'augmentation de la présence des femmes dans les nouvelles étrangères au cours des cinq dernières années correspond au taux noté au cours de la période précédente, de 2000 à 2005. Il se peut que cette tendance soit synchronisée à la prééminence accrue des femmes, à l'échelle mondiale. Cependant, si nous mettons en application les leçons tirées des résultats du GMMP liés à la sous-représentation des femmes sur plusieurs fronts, il est difficile d'affirmer la mesure dans laquelle l'augmentation dans la représentation médiatique reflète avec exactitude les changements réels se produisant dans le monde.

Les femmes ont aussi une plus grande visibilité dans les reportages nationaux et dans ceux qui mettent en cause leurs propres pays et d'autres pays (« national et autre »). Quelque 14 % des sujets des nouvelles dans les reportages nationaux de 1995 étaient des femmes. Aujourd'hui, 23 % sont des femmes, soit une hausse de 10 % au cours des 15 dernières années. Dans les deux « types » de reportages, il se peut que dans une certaine mesure, la visibilité accrue des femmes reflète leur présence plus marquée à tous les échelons de la vie publique, au cours des cinq dernières années.

Les femmes sont plus nombreuses que les hommes dans 4 des 52 sous-thèmes de reportages identifiés par le GMMP. Il ne surprendra personne que deux des quatre sous-thèmes portent sur les filles ou les femmes : la jeune fille et la participation des femmes aux processus économiques. En revanche, il est étonnant d'observer l'absence des femmes comme sujets de nouvelles dans des domaines où l'on s'y attendrait pourtant. Par exemple, seulement 37 % des sujets de reportages sur le mouvement des femmes sont des femmes alors qu'elles représentent 30 % des personnes qui sont présentées dans des reportages sur les femmes candidates aux élections.

Les femmes sont sous-représentées dans tous les autres sous-thèmes. Il est d'autant plus regrettable qu'elles le soient dans les thèmes qui ont des

9. Le sexe des sujets des nouvelles dans divers thèmes de reportages: 2010.



incidences démesurées sur les femmes par rapport aux hommes. Par exemple, dans les reportages sur le VIH et le SIDA, seulement 42 % des sujets de nouvelles sont des femmes. Lorsqu'on aborde la question de la violence fondée sur le genre, elles atteignent 40 %. Il est encore plus déconcertant de constater le déséquilibre des thèmes fondamentaux relatifs à l'égalité des sexes : dans les reportages sur les droits humains, seulement 34 % des sujets de nouvelles sont des femmes, sur l'éducation 34 %, sur la santé 33 %, sur la pauvreté 29 % et sur le développement 25 %.

Voir table 9

Occupation des sujets des nouvelles

Au cours des dix dernières années, la proportion de femmes sujets de nouvelles identifiées, représentées ou décrites comme travailleuses ou professionnelles a augmenté dans certaines catégories d'emploi. Cependant, l'esquisse que nous renvoient les nouvelles n'est pas compatible à la réalité; dans ce monde qui nous est présenté, les hommes sont plus nombreux que les femmes dans presque toutes les catégories d'emploi.

La disparité la plus marquée se trouve dans les professions. Du nombre total de sujets de nouvelles identifiés, représentés ou décrits comme éducateurs, un taux effarant de 69 % sont des hommes et il en va de même pour les professionnels de la santé (69 %), les professionnels du domaine juridique (83 %), les fonctionnaires (83 %) et les scientistes (90 %). Le paysage que nous renvoient les nouvelles décrit un monde où les femmes sont pratiquement invisibles comme participantes actives au travail à l'extérieur du foyer.

Parmi les sujets de nouvelles que l'on présente comme hauts fonctionnaires du gouvernement, 17 % sont des femmes, comparativement aux 10 % de l'an 2000. La progression semble correspondre à l'augmentation du nombre de femmes occupant des fonctions publiques. Si l'on se fie aux statistiques sur les moyennes mondiales des femmes aux parlements, les statistiques réelles se situaient à 13 % en 2000 et atteignent 19 % aujourd'hui[2].

Parmi les sujets de reportages représentés comme professionnels de la santé/des services sociaux, 31 % sont des femmes, alors qu'elles atteignaient 20 % en l'an 2000; pour ce qui est des sujets de reportages représentés comme employés de bureau, les femmes passent de 35 % en 2000 à 45 % en 2005 et comme travailleurs dans une organisation de la société civile/activistes, de 24 à 34 %.

Par ailleurs, il existe de légères diminutions, quoique statistiquement significatives, quant à la part des femmes dans les professions, telles que décrites dans les actualités. Dans le cas de sujets de nouvelles représentés comme professionnels des sciences/ingénieurs, seulement 10 % sont des femmes, une diminution par rapport aux 12 % de l'an 2000, comme travailleurs dans l'agriculture/les mines/la foresterie (de 15 % à 13 %); on constate également une diminution notable de sujets des nouvelles représentés comme professionnels des médias (de 36 % à 29 % au cours des cinq dernières années).

10. Occupation des sujets féminins dans les nouvelles: 2000-2010.

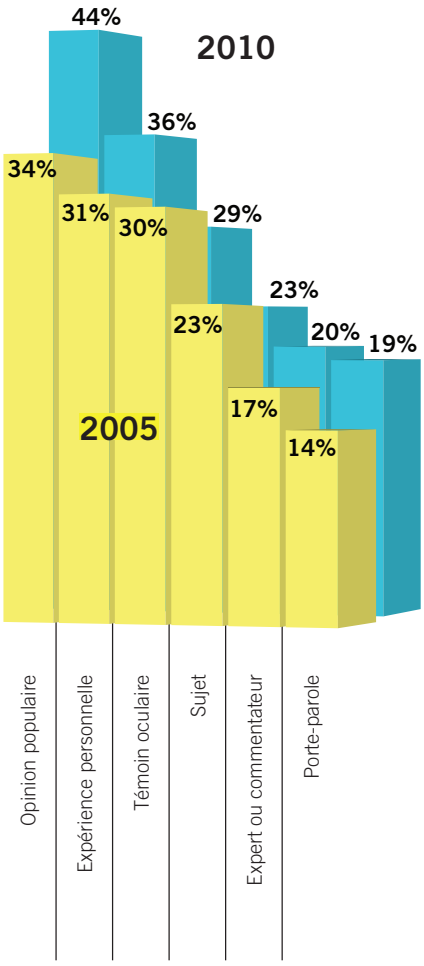
	% Féminin		
Occupation ou position	**2000**	**2005**	**2010**
Dirigeant d'une famille, parent homme ou femme	81%	75%	72%
Etudiant, élève, écolier	46%	51%	54%
Enfant, jeune (jusqu'à 18 ans)	n/a	44%	46%
Employé de bureau ou de services, etc.	35%	40%	45%
Célébrité, artiste, acteur, écrivain, chanteur	45%	42%	41%
Autre	44%	42%	41%
Personne vivant d'une activité sexuelle, prostituée	n/a	n/a	39%
Villageois ou résident	n/a	39%	39%
Retraité, pensionnaire	35%	33%	35%
Chômeur, ou occupation non indiqué	33%	19%	35%
Activiste ou travailleur humanitaire, dans une ONG, etc.	24%	23%	34%
Membre de la famille royale, monarque	n/a	33%	31%
Académicien, pédagogue, enseignant, etc.	27%	25%	31%
Professionnel des services de santé ou sociaux	20%	30%	31%
Professionnel des medias, journaliste, etc.	n/a	36%	29%
Travailleur à son compte, artisan, manœuvre, etc	15%	23%	22%
Haut fonctionnaire du gouvernement, politicien…	10%	12%	17%
Fonctionnaire dans les services du gouvernement	12%	17%	17%
Avocat, juge, magistrate, etc.	n/a	18%	17%
Homme/femme d'affaires, cadre d'entreprise, économiste	n/a	12%	14%
Travailleur dans l'agriculture, les mines, la pêche	15%	13%	13%
Personnalité religieuse, prêtre, moine, rabbin, etc.	9%	21%	13%
Personnalité sportive, athlète, entraîneur, arbitre	9%	16%	11%
Professionnel des sciences ou de la technologie	12%	10%	10%
Criminel, suspect	7%	9%	8%
Policier, militaire, officier de sécurité	4%	5%	7%
Pourcentage des sujets féminins dans les nouvelles	**18%**	**21%**	**24%**

The Gleaner, Jamaica.
10 November, 2009.

Fonction des sujets des nouvelles

À titre de personnes interviewées ou entendues dans les nouvelles, les femmes demeurent confinées au rang de « personnes ordinaires », alors que les hommes continuent d'être principalement représentés comme « experts ». Les personnes « ordinaires » sont celles qui fournissent des comptes rendus en tant que témoins oculaires, représentant l'opinion populaire reflétant le citoyen ordinaire ou qui s'expriment selon leur expérience personnelle. Par contre, les « experts » sont ces personnes qui expriment des commentaires selon leurs connaissances ou leur expertise spécialisées ou qui sont porte-parole représentant ou s'exprimant au nom de groupes.

11. Fonction des sujets féminins dans les nouvelles: 2005-2010.



La recherche de 2010 démontre que les femmes s'approchent lentement de la parité comme personnes exprimant en reflétant l'opinion populaire dans les actualités. En effet, elles atteignent 44 % des personnes interviewées à ces fins comparativement à 34 % en 2005. Les femmes représentent également 36 % des personnes fournissant des commentaires selon leur expérience personnelle et 29 % de celles qui font des témoignages ou des comptes-rendus en tant que témoins oculaires.

La présence des femmes comme porte-parole et experts dans les nouvelles s'est aussi améliorée depuis 2005. Ainsi, il y a cinq ans, 14 % des porte-parole et 17 % des experts étaient des femmes, comparativement à 19 % et 20 % respectivement en 2010. Malgré cette progressions, la sous-représentation scandaleuse des femmes dans la catégorie des experts contredit la réalité où l'écart entre les sexes dans divers champs d'expertise n'est pas aussi marqué qu'il ne l'est dans le discours et l'imagerie des médias.

Voir table 12

Presque la moitié (49 %) des femmes qui figurent dans les nouvelles comme porte-parole sont identifiées comme hauts fonctionnaires du gouvernement, politiciennes ou leaders politiques. Sous cette statistique en apparence réjouissante se cache une constatation plutôt navrante : en réalité dans les nouvelles, seulement 19 % des porte-parole sont des femmes et par conséquent, la représentation des femmes comme porte-parole du reste des catégories d'occupations est bien faiblement répartie.

Les femmes qui fournissent des opinions reflétant l'opinion populaire – la fonction qui leur est le plus fréquemment accordée – sont identifiées comme villageoise/résidentes (24 %), étudiantes (18 %) et personnes au foyer (16 %). Dans les fonctions où les femmes figurent le plus (comme témoins oculaires, fournissant des opinions populaires), elles sont moins susceptibles d'être identifiées comme travailleuses ou d'être décrites comme des personnes participant à la vie sociale, économique ou politique et on est moins susceptible de préciser leur profession. En revanche, les hommes sont plus susceptibles d'être identifiés comme professionnels pour l'ensemble des fonctions dans lesquelles ils figurent aux nouvelles, que ce soit à titre « d'experts », de « porte-parole », de « témoins oculaires » ou pour exprimer une opinion populaire. Sur le plan numérique, cette représentation est largement biaisée en faveur de la voix masculine, compte tenu que 75 % des sources de nouvelles[3] sont des hommes.

Âge des sujets des nouvelles

On a demandé aux moniteurs de coder l'âge des sujets des nouvelles dans la presse écrite où l'âge était explicitement mentionné dans le texte, et dans les nouvelles télévisées où on apercevait la personne en question.

L'âge est mentionné dans 22 % des cas où le sujet est une femme et dans 12 % lorsque les hommes le sont. Cela suggère fortement que les journalistes sont presque deux fois plus enclins à mentionner l'âge des sujets de nouvelles féminins qu'ils ne le sont à souligner l'âge de leurs sujets de nouvelles masculins. Un exemple, tiré du journal en ligne croate *Slobodna Dalmacija*. Une personne soupçonnée de vol est décrite comme « une femme de 47 ans loquace et agréable et qui est belle à voir » en dépit du fait que le reporter admette lui-même n'avoir jamais vu cette femme!

Une comparaison entre les résultats de 2005 et de 2010 démontre une augmentation du pourcentage de femmes sujets de nouvelles décrites selon leur âge et ce, dans tous les groupes d'âge sauf le plus élevé (65 ans et plus) et le moins élevé (12 ans et moins).

Voir table 13

À la télévision, les femmes comme sujets des nouvelles sont dorénavant plus nombreuses que les hommes dans le groupe d'âge de 19 à 34 ans (à 54 %), une augmentation au cours des cinq dernières années, alors que seulement 35 % des sujets des nouvelles de ce groupe d'âge étaient des femmes. Les hommes continuent de dominer tous les autres groupes d'âge en dépit de l'écart homme-femme qui s'amenuise chez les personnes de 35 ans et plus paraissant à l'écran.

Voir table 14 et 15

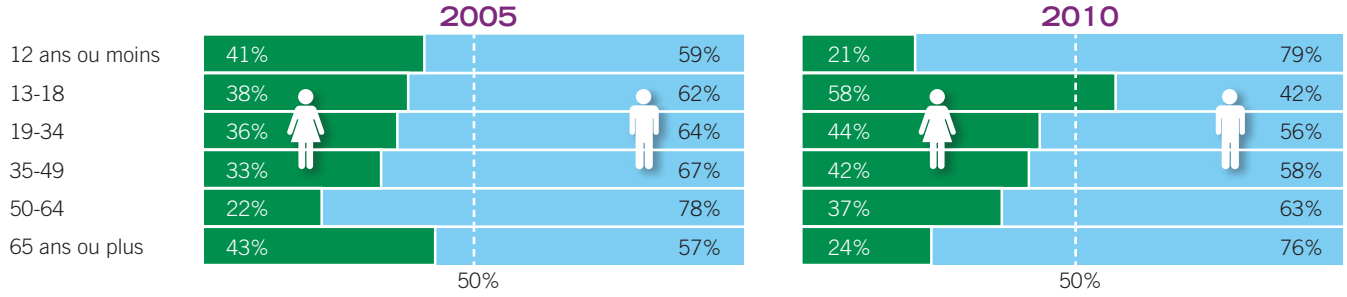
La disparité de genre dans les fonctions des personnes de 18 ans et moins interviewées dans les nouvelles est négligeable. Les femmes et les hommes sont tous deux susceptibles de figurer comme personnes ordinaires fournissant des opinions selon leur expérience personnelle, comme témoins oculaires ou comme personnes exprimant un point de vue reflétant l'opinion populaire.

Les profils changent dans les groupes d'âge plus élevés, les hommes dominant largement à titre d'experts, notamment chez les interviewés de 35 à 64 ans. Les femmes de 65 ans et plus sont plus de cinq fois susceptibles d'être interviewées comme personnes ordinaires plutôt

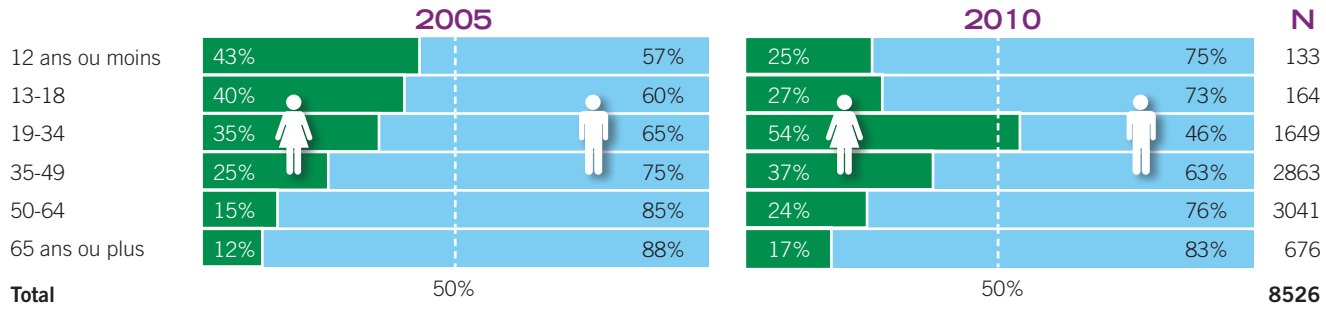
12. Fonction des sujets dans les nouvelles, selon le sexe, par occupation: 2010.

	Porte-parole		Expert ou commentateur		Expérience personnelle		Témoin oculaire		Opinion populaire		Autre		Total
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	N
Haut fonctionnaire, politicien	49%	53%	23%	24%	12%	23%	20%	22%	7%	14%	34%	60%	5505
Fonctionnaire dans les services du gouvernement	12%	12%	7%	9%	3%	4%	1%	3%	1%	7%	2%	5%	1443
Homme/femme d'affaires, cadre d'entreprise	5%	7%	7%	9%	4%	9%	1%	9%	0%	6%	2%	2%	1103
Policier, militaire, officier de sécurité	2%	6%	2%	8%	2%	6%	0%	9%	1%	4%	0%	4%	879
Activiste ou travailleur humanitaire, dans une ONG	10%	6%	10%	4%	2%	2%	5%	1%	1%	4%	1%	1%	861
Avocat, juge, magistrate	3%	4%	11%	11%	1%	1%	2%	5%	1%	1%	1%	2%	795
Professionnel des services de santé ou sociaux	4%	2%	12%	8%	5%	2%	3%	3%	3%	1%	0%	0%	783
Académicien, pédagogue, enseignant	4%	2%	11%	12%	5%	2%	4%	5%	3%	8%	7%	4%	706
Professionnel des medias, journaliste	2%	1%	4%	4%	2%	1%	3%	5%	3%	1%	8%	2%	437
Villageois ou résident	0%	0%	0%	0%	9%	8%	15%	8%	24%	18%	1%	0%	410
Travailleur à son compte, artisan, manœuvre	0%	1%	0%	1%	7%	8%	8%	10%	4%	6%	0%	1%	337
Personnalité sportive, athlète, entraîneur, arbitre	1%	2%	0%	2%	1%	4%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	325
Dirigeant d'une famille, parent homme ou femme	2%	0%	1%	0%	17%	4%	10%	1%	16%	7%	2%	0%	300
Célébrité, artiste, acteur, écrivain, chanteur	1%	1%	4%	2%	6%	5%	1%	2%	3%	2%	20%	5%	265
Etudiant, élève, écolier	0%	0%	0%	0%	9%	6%	11%	3%	18%	5%	0%	0%	229
Professionnel des sciences ou de la technologie	1%	0%	3%	4%	0%	1%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	205
Employé de bureau ou de services	2%	0%	3%	1%	5%	4%	7%	3%	3%	2%	2%	0%	200
Personnalité religieuse, prêtre, moine, rabbin	0%	2%	0%	1%	1%	2%	2%	3%	0%	2%	0%	1%	189
Travailleur dans l'agriculture, les mines, la pêche	0%	1%	0%	0%	0%	3%	0%	1%	2%	1%	1%	0%	120
Enfant, jeune (jusqu'à 18 ans)	0%	0%	0%	0%	4%	2%	1%	1%	7%	5%	12%	1%	103
Retraité, pensionnaire	0%	0%	1%	0%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	0%	0%	94
Royauté	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	1%	5%	2%	67
Chômeur	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	47
Criminel, suspect	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	6%	41
Personne vivant d'une activité sexuelle, prostituée	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**15449**

13. Journaux : Âge des sujets dans les nouvelles, selon le sexe. 2005-2010.



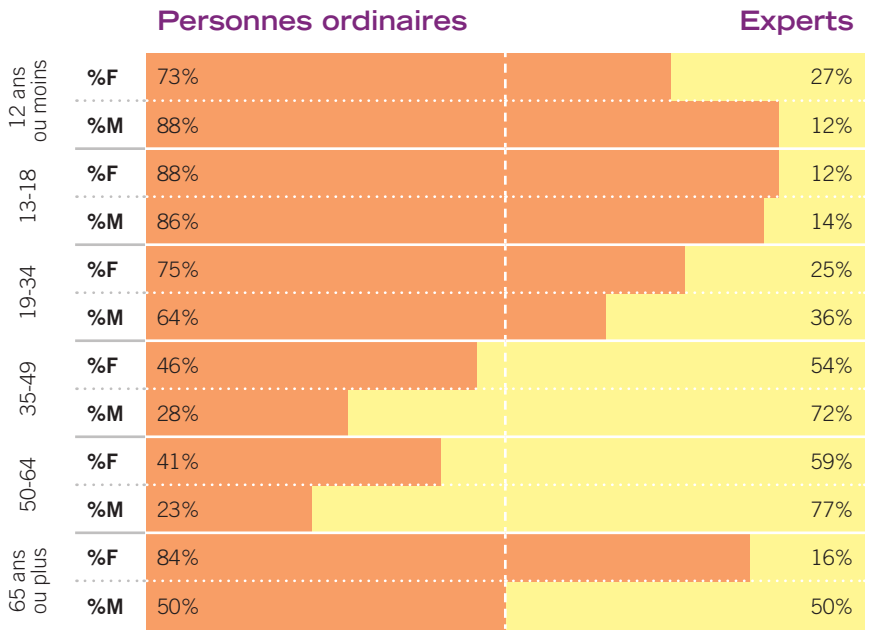
14. Télévision : Âge des sujets dans les nouvelles, selon le sexe : 2005-2010



15. Âge des sources des nouvelles (personnes interviewées), selon le sexe : 2010.

	12 ans ou moins		13-18		19-34		35-49		50-64		65 ans ou plus		Total
	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	%F	%M	N
Expérience personnelle	25%	12%	8%	7%	14%	18%	31%	43%	38%	52%	4%	37%	6799
Témoin oculaire	36%	67%	44%	49%	48%	45%	26%	15%	22%	15%	44%	30%	4147
Opinion populaire	23%	5%	12%	32%	10%	8%	9%	7%	6%	4%	16%	13%	2365
Porte-parole	2%	0%	3%	7%	11%	17%	23%	28%	21%	25%	12%	13%	869
Expert ou commentateur	14%	15%	32%	6%	17%	11%	11%	7%	14%	4%	24%	7%	750
Total	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**14930**

* Les sources des nouvelles dont l'âge n'a pas été codé ou dont l'âge n'a pas été déterminé sont exclues de ce tableau.



qu'à titre d'expertes. En revanche, les hommes sont aussi susceptibles d'être interviewés comme experts qu'ils ne le sont à titre de personnes ordinaires. Une telle représentation renforce les stéréotypes du caractère exceptionnel masculin à mesure que les hommes vieillissent, contrairement à l'expertise et aux connaissances moyennes ou sous la moyenne dans le cas des femmes qui avancent en âge.

Victimes et survivants

Le GMMP 2010 a généré moins de sujets de nouvelles décrits comme victimes (3 025) que dans la recherche 2005 (3 612), en dépit d'un ensemble de données largement élargi obtenu de 108 pays. Parallèlement, le nombre de sujets de nouvelles décrits comme survivants n'a pas diminué aussi drastiquement, passant de 1 576 en 2005, à 1 300 en 2010. Ces statistiques suggèrent possiblement qu'au cours des cinq dernières années, on a assisté à une diminution générale de la tendance à attribuer le statut de victimes aux sujets des nouvelles.

Chez les femmes sujets de nouvelles, 18 % sont représentées comme victimes, en comparaison à 8 % des sujets masculins. En revanche, les femmes sont dorénavant deux fois plus susceptibles que les hommes d'être décrites comme survivantes. Bien que l'écart entre le pourcentage de femmes et le pourcentage d'hommes dépeints comme victimes demeure assez élevé, il rétrécit graduellement depuis 1995. Il est remarquable de constater qu'en 2010, 6 % des femmes, comparativement à 3 % des hommes, sont représentés comme survivants. Il s'agit d'un revirement par rapport à la situation en 2005, où 4 % des femmes et 8 % des hommes étaient représentés comme survivants.

Un examen détaillé des catégories de victimes ventilées révèle des changements considérables. Le pourcentage de femmes décrites comme victimes de violence domestique, d'agression, de viol perpétré par le mari et de meurtre par des membres de la famille et des partenaires a augmenté, passant de 9 % il y a cinq ans à 14 % en 2010. Parallèlement, l'écart du ratio femmes-hommes des sujets des nouvelles décrits comme survivants de la violence

16. Sujets des nouvelles présentés comme victimes, selon le sexe: 2005-2010

	2005		2010		
	%F	%M	%F	%M	Nombre des victims
Accident, catastrophe, la pauvreté, maladie	32%	36%	31%	32%	915
Autre victime	14%	10%	19%	14%	475
Violence domestique (par conjoint/autre membre de la famille)	9%	6%	14%	6%	302
Autre crime tel que vol, meurtre	20%	22%	11%	17%	618
Discrimination fondée sur sexe, race, ethnie, âge, religion, capacité	4%	3%	9%	8%	192
Violence sexuelle non domestique et généralement de l'abus, harcèlement sexuel, viol, trafic, mutilation génitale	7%	2%	7%	2%	123
Guerre, terrorisme	12%	21%	7%	17%	346
Violation fondée sur la religion ou la tradition	2%	1%	1%	4%	54
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**3025**
MOYENNE REPRÉSENTÉE COMME VICTIMES	**19%**	**8%**	**18%**	**8%**	

17. Sujets des nouvelles présentés comme survivants, selon le sexe: 2005-2010

	2005		2010		
	%F	%M	%F	%M	Nombre des victims
Accident, catastrophe, la pauvreté, maladie	42%	52%	35%	38%	521
Violence domestique (par conjoint/autre membre de la famille)	6%	4%	13%	4%	104
Autre survivant	15%	10%	13%	13%	142
Violence sexuelle non domestique et généralement de l'abus, harcèlement sexuel, viol, trafic, mutilation génitale	10%	3%	11%	1%	60
Autre crime tel que vol, meurtre	17%	15%	10%	12%	203
Guerre, terrorisme	10%	16%	10%	18%	182
Discrimination fondée sur sexe, race, ethnie, âge, religion, capacité	*	*	7%	9%	66
Violation fondée sur la religion ou la tradition	n/a	n/a	1%	5%	22
TOTAL	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**1300**
MOYENNE REPRÉSENTÉE COMME SURVIVANTS	**4%**	**8%**	**6%**	**3%**	

domestique s'est élargi pratiquement dans la même mesure, passant de 6:4 en 2005, à 13:4 en 2010. Par conséquent, la mesure dans laquelle les médias d'information représentent les femmes comme victimes de violence domestique correspond à la représentation opposée des femmes qui sont survivantes de telle violence.

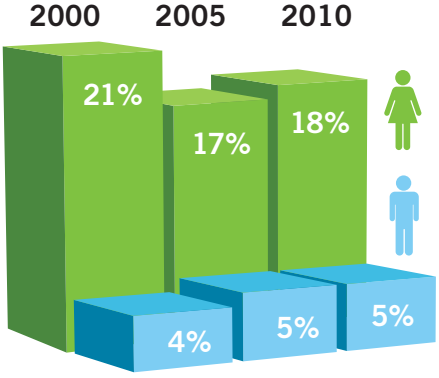
Le pourcentage de femmes et d'hommes décrits comme des victimes de discrimination fondée sur le genre, la race, l'origine ethnique, la religion, etc. a plus que doublé. Il est intéressant de noter que le ratio des femmes par rapport aux hommes comme sujets de nouvelles décrits comme victimes de violation fondée sur la religion, la tradition, les croyances culturelles, etc. s'est drastiquement renversé au cours des cinq dernières années. En 2005, 2 % des femmes sujets des nouvelles et 1 % des hommes étaient décrits comme victimes de telles violations. En 2010, ce sont 1 % des femmes et 4 % des hommes sujets de nouvelles. Cette constatation serait confirmée de manière concluante dans un échantillon de « victimes » plus vaste, puisque l'ensemble des données des 108 pays ne compte que 54 « victimes » de cette catégorie.

Voir tables 16 et 17

Identité et famille

Les femmes sujets de nouvelles sont identifiées en fonction de leur situation familiale quatre fois plus fréquemment que ne le sont les hommes sujets de nouvelles, la tendance dans les reportages étant de dissocier les hommes de leurs responsabilités familiales. Cette constatation est révélatrice lorsque l'on considère parallèlement les statistiques sur la représentation des sujets des nouvelles dans leurs diverses professions, en plus de leurs fonctions dans les nouvelles. L'identification des femmes selon leur situation familiale alliée au fait d'atténuer leurs rôles et leur autorité dans leurs collectivités masque les multiples identités des femmes, comme êtres humains indépendants, autonomes et participantes actives à l'ensemble de la société, bien au-delà de leur foyer. De toute évidence, les normes culturelles tenues pour acquises sont responsables de la manière dont nous façonnons notre vision du monde. Cependant, une approche plus critique exige une interrogation sur ce qui est construit socio-culturellement conçu comme « normal ». Dans la même veine, ces résultats suggèrent qu'il est nécessaire d'instaurer une approche plus critique sur le plan du genre dans la pratique journalistique au sein des salles de rédaction.

18. Sujets des nouvelles identifiés selon leur situation familiale, selon le sexe: 2000-2010.



Le profil général et constant voulant que les femmes sont presque quatre fois plus susceptibles que les hommes d'être identifiées en fonction de leur situation familiale contrevient aux efforts de faire valoir l'autonomie des femmes comme individus qui assument des rôles, des droits et des responsabilités dans la société élargie, au-delà de leur foyer et du ménage. Cela a aussi pour effet de retracer, de manière détournée, une division des responsabilités familiales qui est désormais amoindrie, les hommes assumant de plus en plus le soin des enfants, alors que les femmes occupent des emplois rémunérés à l'extérieur du foyer.

Qu'un reporter soit une femme ou un homme ne change rien sur l'éventualité de représenter les sujets des nouvelles en fonction de leur situation familiale. La situation familiale est mentionnée dans 16 % des reportages où les femmes sont les sujets des nouvelles présentés par des femmes journalistes, comme c'est le cas de ceux qui sont présentés par des hommes. Les reporters féminins et masculins sont tous deux beaucoup moins susceptibles d'identifier les hommes sujets des nouvelles en fonction de leur situation familiale, comme en témoignent les statistiques atteignant respectivement 5 % et 4 %.

Les tendances liées à la description des sujets des nouvelles selon leur situation familiale, dans chacune des catégories de fonction sont demeurées constantes depuis 2005. Il y a cinq ans, 5 % des femmes porte-parole étaient identifiées d'après leur situation familiale, en comparaison à seulement 1 % des hommes porte-parole. Les statistiques n'ont pas changé en 2010. Il y a cinq ans, 29 % des femmes qui témoignaient selon leur expérience personnelle étaient identifiées comme mères, filles, etc., alors

MICHELLE OBAMAS
KÆRLIGHEDS-TIPS

Danemark. Journal B.T.

Michelle Obamas *kaerligheds-tips* (Les conseils de Michelle Obama sur les relations amoureuses)

Ce bref article résume une entrevue accordée par la première dame des États-Unis, Michelle Obama, à la revue *Glamour* – une publication ayant pignon sur rue aux États-Unis d'Amérique. L'article souligne que le lectorat de *Glamour* a élu Michelle Obama à titre de femme la plus importante de l'année. L'accent démesuré placé sur son apparence a tôt fait de diminuer sa stature de « femme très importante ». Mettant en relief cet aspect, son rôle dans le reportage consiste à indiquer « ce qu'il faut rechercher chez un homme », à parler de « ce qui rend sa relation avec le président Obama stable et solide » et à discuter de mode vestimentaire. Elle est l'unique source dans cet article. La photo accompagnant le reportage est un gros plan intimiste de Michelle et Barack Obama qui prend beaucoup d'espace dans la page. Bien que l'article la qualifie « d'importante » et de « super-femme de 45 ans », on ne fait aucunement référence à son éducation dans les meilleures universités américaines, non plus qu'à la carrière extrêmement prolifique qu'elle menait avant de devenir première dame des États-Unis. Le récit renforce le stéréotype selon lequel une femme vise essentiellement « à attirer, à attraper et à garder un homme ».

que 12 % des hommes sous la même catégorie de fonctions étaient décrits comme pères, époux, etc. Il en va de même en 2010.

Le changement qui semble le plus encourageant porte sur le déclin de la tendance à identifier les femmes qui offrent des points de vue reflétant l'opinion populaire en fonction de leur situation familiale, qui a diminué de moitié, passant de 14 % en 2005 à 7 % en 2010.

19. Sujets des nouvelles selon le sexe, identifiés d'après leur situation de famille, selon le sexe du reporter: 2010

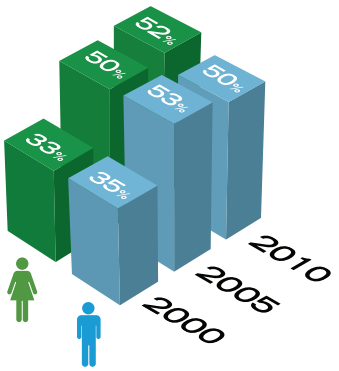
	Sujets féminins	Sujets masculin
Reporters féminines	16%	5%
Reporters masculin	16%	4%

Les résultats démontrent une tendance croissante à citer les femmes sujets de nouvelles dans les journaux. Actuellement, 52 % de femmes sont citées, alors que ce chiffre atteignait 50 % en 2005. Tenant compte du fait que le nombre absolu de femmes sujets de nouvelles par rapport aux hommes sujets de nouvelles est beaucoup moins élevé (seulement 24 %), les voix des femmes qu'on lit directement dans les actualités demeurent en fait assez négligeables.

20. Fonction des sujets identifiés d'après leur situation familiale, selon le sexe: 2005-2010.

	2005		2010	
	%F	%M	%F	%M
L'objet	22%	8%	24%	7%
Porte- parole	5%	1%	5%	1%
Expert ou commentateur	3%	0%	4%	1%
Expérience personnelle	29%	12%	29%	12%
Témoin oculaire	22%	15%	24%	11%
Opinion populaire	14%	5%	7%	5%

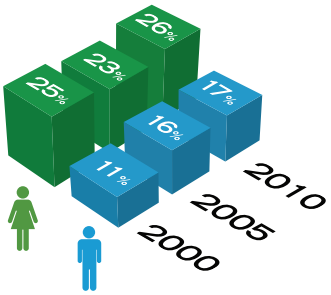
21. Sujets des nouvelles cités dans les journaux : 2000-2010



Photos

On a invité les moniteurs à indiquer si les photos des sujets paraissaient ou non dans les articles de journaux. On leur a également demandé d'élaborer une analyse des images fondée sur le genre, s'ils considéraient que ces images présentaient un intérêt en cette matière. Les photos, les articles et la une des journaux ont été soumis avec les fiches de codage.

22. Sujets des nouvelles photographiés dans les journaux, selon le sexe: 2000-2010



La recherche a démontré que 26 % des femmes sujets de nouvelles paraissaient dans les photos, comparativement à seulement 17 % des hommes. En survolant des centaines de pages de journaux de partout au monde, une impression générale émerge quant à l'utilisation de l'imagerie visuelle en fonction du genre.

La manière dont les femmes et les hommes sont dépeints semble différer considérablement. On a avancé que les images des femmes sont employées dans les médias pour titiller ou exciter. Les photos, combinées aux sous-titres et à la mise en page servent plus souvent qu'autrement à renforcer les stéréotypes sexuels dans des mesures différentes. Les femmes sont fréquemment sexualisées, dans certains cas, brutalisées, en plus d'être exposées comme passives, domestiquées ou encore comme victimes ou subordonnées des hommes. Lorsque les femmes paraissent dans les photos, ce sont fréquemment les femmes plus jeunes qui y figurent.

Alors que les hommes sont habituellement photographiés en gros plan et entièrement vêtus, la fréquence comparative à laquelle les femmes sont représentées partiellement vêtues est beaucoup plus élevée. Les unes de partout au monde sont parsemées d'images de jeunes femmes adoptant des positions sexualisées, accompagnées de grands titres sordides et de formules

La Nazione, Italy

Blikk, Hungary

Dernière Heure, Belgium

The Citizen, South Africa

The Star, Kenya

The Times, Suriname

Daily Telegraph,
Daily Mail, UK

Metro Xpress,
Denmark

El Sharouk, Egypt

The Himalayan Times, Nepal

Daily News, Botswana

Le Rénovateur, Senegal

El Pais, Uruguay

Maariv, Israel

The New Zealand Herald

The West Australian Australia

Cambio, Bolivia

El Caribe,
Dominican Republic

accrocheuses sexistes, fréquemment subtilement et parfois ouvertement violentes. Une première page de la publication italienne *La Nazione* illustre cette tendance de façon macabre : la photo en gros plan d'un homme soupçonné de meurtre est représentée au-dessus d'une photo du corps de sa victime, sur la plage, vêtue d'un bikini. Le titre indique « Il l'a tuée ».

Les images de femmes accompagnées de légendes suggestives abondent. Ces images passent de la pornographie manifeste (comme la femme nue de la première page du journal hongrois *Budapest Blikk*) à la suggestion plus subtile (comme l'illustre l'utilisation fréquente des images de mannequins pour faire la promotion des reportages sur la mode et la beauté). Les photos d'un groupe de femmes Ukrainiennes protestant contre les mesures excessives adoptées par leur gouvernement en réponse au virus H1N1, où elles portent des masques et des bikinis ont parus dans les journaux de plusieurs pays du monde, souvent sans que l'information décrivant le contexte ne soit présentée quant au message des femmes qui protestaient.

Même lorsque les légendes ou les titres tentent de contester les stéréotypes, ils reposent sur la sexualisation du sujet féminin pour attirer l'attention sur l'article. Par exemple, une photo de la publication belge *La Dernière Heure*, illustrant une femme élégante portant des verres fumés et fumant un cigare, un véhicule de luxe à l'arrière-plan paraît à côté du titre « Un gang des bimbos démantelé ». L'article parle de l'arrestation de femmes membres d'un réseau de vol d'autos. Bien que la notion de femmes comme voleuses d'autos puisse défier les stéréotypes de la femme docile, la représentation de cet article est décidément misogyne et sensationnaliste.

La journée mondiale de monitorage se déroulait au cours de la période précédant le concours de beauté Miss Univers 2009. Les images des candidates paraissaient partout, habituellement dans le journal du pays duquel elles étaient originaires et la plupart du temps elles étaient représentées lors de la portion du concours portant sur les maillots de bain. La candidate de l'Angleterre, Kristina Hodge, qui est également soldat dans l'armée britannique et avait été déployée en Irak, faisait l'objet de reportages dans les journaux d'au moins quatre pays du monde, soit dans son uniforme de l'armée ou dans son maillot de bain et accompagnée de légendes comme « Barbie de combat » (dans *La Dernière Heure* en Belgique). Dans le même journal, son image était reproduite au-dessus d'un article sur le Kalachnikov, créant ainsi une collision entre deux métaphores communs dans les médias – le corps de la femme et une arme violente.

Il arrive très fréquemment dans les nouvelles que les photos et les légendes où figurent des femmes servent à renforcer une gamme des stéréotypes. Par exemple, dans *The Daily Mail Telegraph*, une femme britannique qui a intenté une action contre son patron pour harcèlement sexuel est photographiée dans une position malencontreuse et la légende qui s'y réfère mentionne qu'elle est « une blonde idiote humiliée ». En revanche, la même histoire est présentée dans *The Daily Telegraph*, où la femme paraît en complet de travail. Dans *The Himalayan Times* au Népal, la légende d'une histoire intitulée « conduite dangereuse » est accompagnée de la photo d'une femme qui se met du rouge à lèvre alors qu'elle est au volant, évoquant le stéréotype voulant que les femmes soient des conductrices dangereuses.

Il arrive aussi fréquemment que les photos des femmes soient juxtaposées à des légendes suggestives ou sexualisées qui n'ont rien à voir avec la femme qui y figure ou encore que les femmes représentées n'aient rien à voir avec l'article en question. Dans *The Daily News* du Botswana, paraît la photo d'une femme et d'un homme qui participent à un souper sous le titre « Évitez la tentation – Mogae ». La robe de la femme présente un décolleté plongeant. Cependant, lorsqu'on lit l'article, on constate qu'il porte sur l'ancien président de l'association professionnelle des comptables qui demande à ses membres d'éviter les pratiques comptables frauduleuses alors que la femme de la photo prend sa relève à la présidence. Sur la couverture de *The Citizen* en Afrique du Sud, une image tronquée montre le torse et le pelvis d'une femme assise à côté du sous-titre « paradis des prostituées ». Cependant, dans l'article qui paraît à l'intérieur du journal, la photo entière est exposée et l'article qui l'accompagne porte sur une actrice de théâtre qui joue le rôle d'une travailleuse du sexe.

La une du *West Australian* nous offre un puissant aperçu des stéréotypes sexuels, y compris une masculinité militarisée et une féminité sexualisée. Le reportage principal et l'image qui l'accompagne portent sur un garçon tenant la photo de son père militaire en uniforme alors que le père le regarde avec un air d'approbation en adoptant une posture qui semble imiter celle de la Reine Élizabeth II dont la photo paraît au-dessus de son épaule. La légende indique que le garçon a choisi de suivre les traces de son père et de s'engager dans la réserve militaire. Dans le sous-en-tête de la page, paraît l'image d'une femme en maillot de bain qui annonce les pages sur la mode avec la légende « bikini blitz». Le contraste entre le jeune garçon et son père d'une part, et la femme en bikini d'autre part, complète le tableau dépeignant une masculinité militarisée et une féminité sexualisée.

Au-delà de la sexualisation manifeste des femmes dans les nouvelles par la sélection des images, bon nombre d'autres tendances peuvent être observées quant à la représentation visuelle des femmes. Les femmes sont fréquemment représentées en arrière-plan, travaillant aux champs ou à des tâches domestiques. Elles n'ont pas de noms et paraissent passives, comme faisant partie du paysage. Elles sont souvent de régions rurales. Par contre, les images des hommes dans les journaux de partout au monde affichent des figures actives, engagées dans des activités allant de débats politiques aux combats armés. Dans le journal kényan *The Star*, la une montre des hommes armés des forces de sécurité s'apprêtant à expulser des colons de la forêt de Mau, alors qu'à l'intérieur du journal, une photo accompagnant le reste de l'article montre des femmes se tenant passivement debout devant leurs maisons de fortune. Un journal égyptien, l'*El Sharouk* présente la photo d'une femme faisant le signe de la paix en public à côté d'une autre photo où des hommes participent à une émeute.

Dans plusieurs cas, les femmes sont présentées comme des victimes. Après la noyade de deux garçons à Soweto, les journaux sud-africains *The Citizen* et *The Star* affichaient des images de secouristes masculins ramenant stoïquement les corps alors que l'on montrait en gros plan les visages inondés de larmes des femmes désespérées. Une image explicite dans *The Times of Suriname* montre une femme couchée dans la rue sous la pluie devant une auto, ses membres inférieurs recouverts d'une toile, alors que des témoins la fixent. Un article sur la violence domestique dans *metroXpress* du Danemark, montre une femme en larmes, accroupie contre un mur : on la perçoit entre ce qui semble être les jambes d'un homme menaçant.

Certaines photos contestent réellement les stéréotypes ou elles jettent un nouvel éclairage sur les sexes. On évoque ici les photos de femmes qui s'adressent à un auditoire en tenant des ballons de football (*Herald* de Nouvelle-Zélande), qui prennent la parole lors d'un rallye, les poings levés (*The News* de

Saint-Vincent-et-les-Grenadines), ou occupant des postes qui ne sont pas traditionnellement destinés aux femmes, comme des mécaniciennes travaillant dans un centre auto (*El Païs* en Uruguay). Dans *Midi Madagasikara* (à Madagascar), on présente deux filles championnes d'échec qui « peuvent battre les hommes aux échecs ». Une photo du *Gleaner* en Jamaïque, montre un homme portant tendrement un poupon alors que la légende explique qu'il est un leader du Parlement de la jeunesse qui a initié un mouvement de jeunes parents pour favoriser un leadership moral dans la société.

Bien qu'il importe de montrer des images de femmes dans des rôles non traditionnels, la représentation de femmes et de politiciennes puissantes est fréquemment subtilement différente de celle qu'on réserve aux hommes. Les politiciens paraissent souvent en gros plan ou seuls sur un podium au-dessus des foules. En revanche, les politiciennes sont souvent représentées comme sujets sexualisés, qui se fient aux hommes. La chancelière allemande Angela Merkel paraît dans diverses photos (dans le journal danois *Jyllands-Posten*, espagnol *Las Provincias* et bulgare [illegible]), chaperonnée par des politiciens ou flanquée d'anciens leaders renommés comme Mikhaïl Gorbatchev.

L'imagerie de l'information qui ne dépeint pas de manière exacte et éthique la réalité des genres et de la société ne sert qu'à déformer la réalité plutôt qu'à la refléter.

Récapitulation des résultats

Seulement 24 % des personnes que l'on entend ou desquelles il est question dans les nouvelles de la presse écrite, de la radio et de la télévision sont des femmes. En revanche, 76 % – plus de 3 sur 4 – des personnes dans les nouvelles sont des hommes.

Il s'agit d'une amélioration considérable par rapport à 1995, où seulement 17 % des personnes vues et entendues dans les nouvelles étaient des femmes. Toutefois, malgré une lente mais constante progression de la présence des femmes dans les nouvelles au cours des dix dernières années, le monde que décrivent les nouvelles demeure majoritairement masculin. Ce portrait ne correspond pas à la réalité, les femmes représentant plus de la moitié de la population mondiale. D'une part, le rythme selon lequel augmente la visibilité des femmes dans les nouvelles s'est maintenu au cours de la dernière décennie, illustrant un progrès évoluant à un rythme lent mais constant au cours des de la dernière décennie. D'autre part, la croissance de la visibilité des femmes est largement issue de leur présence accrue dans des thèmes de moindre priorité à l'ordre du jour des médias d'information, et beaucoup moins dans les reportages hautement prioritaires comme ceux qui abordent la politique/le gouvernement.

La visibilité des femmes dans les nouvelles étrangères a augmenté jusqu'à correspondre à leur visibilité dans les reportages locaux.

Entre 1995 et 2005, les femmes ont été les plus visibles dans le cadre de reportages locaux, en comparaison aux nouvelles de portée nationale ou étrangère. Cette tendance s'interrompt dans le quatrième GMMP, où la visibilité des femmes dans les nouvelles étrangères a augmenté jusqu'à correspondre à leur visibilité dans les reportages locaux. En outre, le rythme d'augmentation de la présence des femmes dans les nouvelles étrangères au cours des cinq dernières années correspond au taux noté au cours de la période précédente, de 2000 à 2005. Il se peut que cette tendance soit synchronisée à la prééminence accrue des femmes, à l'échelle mondiale. Cependant, si nous mettons en application les leçons tirées des résultats du GMMP liés à la sous-représentation des femmes sur plusieurs fronts, il est difficile d'affirmer la mesure dans laquelle l'augmentation dans la représentation médiatique reflète avec exactitude les changements réels se produisant dans le monde.

Les nouvelles représentent toujours un monde dans lequel les hommes sont plus nombreux que les femmes dans presque toutes les catégories d'occupations, la disparité la plus marquée se trouvant dans les professions.

Au cours des dix dernières années, la proportion de femmes comme sujets de nouvelles identifiées, représentées ou décrites comme travailleuses ou professionnelles a augmenté dans certaines catégories d'emploi. Nonobstant ce fait, l'écart entre les sexes demeure élevé, particulièrement dans les professions telles qu'elles sont représentées dans les nouvelles : 69 % des sujets représentés comme éducateurs dans les nouvelles sont des hommes. Il en va de même pour les professionnels de la santé (69 %), les professionnels du domaine juridique (83 %), les fonctionnaires (83 %) et les scientistes (90 %). Les femmes ne sont plus nombreuses que les hommes que dans deux catégories d'emploi sur vingt-cinq : les sujets des nouvelles représentés comme personnes au foyer (72 %) et les sujets représentés comme étudiants (54 %). Le paysage que nous renvoient les nouvelles décrit un monde où les femmes sont pratiquement invisibles comme participantes actives au travail à l'extérieur du foyer.

À titre de personnes interviewées ou entendues dans les nouvelles, les femmes demeurent confinées au rang de « personnes ordinaires », alors que les hommes continuent d'être principalement représentés comme « experts ».

Les femmes avancent lentement vers la parité comme personnes exprimant l'opinion populaire dans les nouvelles, représentant 44 % des personnes interviewées à ces fins dans les nouvelles, comparativement à 34 % en 2005. La présence des femmes comme personnes s'exprimant à partir de leur expérience personnelle, à titre de porte-parole (des gens qui représentent ou parlent au nom des autres) et en tant qu'expertes (les personnes qui font des commentaires en fonction de leurs connaissances et de leur expertise) a considérablement augmenté. Malgré les progrès, seulement 19 % des porte-parole et 20 % des experts sont des femmes. En revanche, 81 % des porte-parole et 80 % des experts dans les nouvelles sont de sexe masculin.

Les journalistes sont presque deux fois plus susceptibles de mentionner l'âge de leurs sujets féminins qu'ils ne le sont de mentionner l'âge de leurs sujets masculins.

Dans les journaux, l'âge est mentionné dans 22 % des cas où les femmes sont les sujets des nouvelles, alors qu'il n'est souligné que dans 12 % des cas où les sujets sont des hommes.

Quelque 18 % des femmes sujets de nouvelles sont représentées comme des victimes en comparaison avec 8 % des sujets masculins. Par contre, les femmes sont désormais deux fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme survivantes.

Bien que l'écart entre le pourcentage de femmes et le pourcentage d'hommes décrits comme victimes demeure considérable, il diminue graduellement depuis 1995. Il est remarquable de constater qu'en 2010, 6 % des femmes et 3 % des hommes sont représentés comme survivants. Cela représente un renversement de situation par rapport à 2005, où 4 % des femmes et 8 % des hommes étaient dépeints comme des survivants.

Les femmes sujets de nouvelles sont identifiées en fonction de leur situation familiale quatre fois plus souvent que ne le sont les hommes sujets de nouvelles.

Cette constation est révélatrice lorsqu'on la considère parallèlement aux statistiques sur la représentation des sujets des nouvelles dans leurs diverses professions, en plus de leurs fonctions dans les nouvelles. L'identification des femmes selon leur situation familiale alliée au fait d'atténuer leurs rôles et leur autorité dans leurs collectivités masque les multiples identités des femmes, comme êtres humains indépendants, autonomes et participantes actives à l'ensemble de la société, bien au-delà de leur foyer.

Quelque 52 % des femmes dans les nouvelles sont citées, une augmentation comparativement aux 50 % en 2005.

Les femmes (52 %) sont légèrement plus susceptibles que les hommes (50 %) d'être citées. Il s'agit d'un virage par rapport à la situation régnant en 2005, alors que les hommes étaient plus susceptibles d'être cités (53 %) que les femmes (50 %). Cependant, considérant que le nombre absolu de femmes sujets de nouvelles est beaucoup moins élevé (seulement 24 %) que le nombre d'hommes sujets des nouvelles, la voix directe des femmes dans les nouvelles demeure dans les faits assez dérisoire.

Un total de 26 % des femmes sujets de nouvelles dans les journaux figurent sur les photos, en comparaison avec 17 % des hommes.

Une analyse qualitative des photos paraissant dans les journaux publiés le jour du monitorage révèle que les hommes sont habituellement photographiés en gros plan et entièrement vêtus et que les corps des femmes sont beaucoup plus fréquemment exposés alors qu'elles sont plus ou moins vêtues.

1 Lorsqu'énoncées, les différences sont statistiquement significatives selon un intervalle de confiance de 95 %, ce qui signifie que l'éventualité où elles seraient apparues purement par hasard n'est que de 1 sur 20.

2 Une recherche compilée en 2010 par l'Union interparlementaire, l'organisation internationale des parlements, démontre que 19 % des parlementaires du monde sont des femmes. http://www.ipu.org/wmn-e/world.htm

3 Les « sources » de nouvelles sont définies comme les personnes interviewées dans les nouvelles et n'incluent pas les personnes sur lesquelles porte le reportage.

3. Transmettre Les Nouvelles

Aperçu

Un total de 52 % des reportages télévisés et de 45 % de ceux entendus à la radio sont présentés par des femmes. La moyenne totale de reportages à la télévision et à la radio présentés par des femmes est de 49 %, soit moins de la moitié du nombre total de reportages présentés dans les deux médias combinés, une régression de 4 % depuis 2005. La statistique est similaire au niveau de l'an 2000 et moins élevée qu'il y a 15 ans, où 51 % des reportages étaient présentés par des femmes.

Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes à la télévision, à la radio et dans les journaux est exactement le même qu'en 2005, soit 37 %. Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes, les trois médias confondus, a augmenté jusqu'en 2005. Il importe de souligner les statistiques relatives à la radio, où l'on a constaté une progression significative entre 2000 et 2005 (de 27 % à 45 % des reportages présentés par des femmes), suivie cinq ans plus tard d'une régression marquée de 8 %. La stagnation des statistiques d'ensemble en 2010 est issue de la variation négative observée à la radio entre 2005 et 2010.

La ventilation des données selon les régions révèle un déclin général au cours de la dernière décennie pour ce qui est des reportages par des présentatrices ou reporters féminines dans toutes les régions, sauf trois – l'Europe, l'Asie et l'Amérique latine. Le changement en Europe est statistiquement négligeable, alors qu'on constate une légère augmentation en Asie. L'Amérique latine est exceptionnelle puisqu'on y observe une progression notable, de 28 % en 2000 à 38 % en 2010, une statistique qui demeure toutefois en-dessous de la moyenne mondiale de 42 %.

Voir table 24

Présenter les nouvelles

Dans l'ensemble, 52 % des reportages télévisés et 45 % de ceux entendus à la radio sont présentés par des femmes.

L'examen des statistiques régionales relatives à la radio démontre que l'Europe et le Moyen-Orient sont les deux seules régions où le nombre de reportages présentés par des femmes est égal aux nombre de reportages présentés par des hommes. Dans toutes les autres régions on remarque des disparités sur le plan du genre, où l'on chute sous la moyenne mondiale de 45 % et où l'on enregistre les plus grands écarts dans les Caraïbes (seulement 16 % des reportages à la radio sont présentés par des femmes) et en Amérique latine (29 %).

Les statistiques régionales sur la télévision révèlent que dans la région des Caraïbes, on dépasse la parité quant au ratio de reportages présentés par des femmes par rapport à ceux qui sont présentés par des hommes : 60 % des nouvelles télévisées dans les Caraïbes sont présentées par des femmes. L'Asie suit cette région, alors que 52 % des nouvelles télévisées sont présentées par des femmes. Toutes les autres régions affichent des moyennes moins élevées que la moyenne mondiale, les écarts les plus marqués se trouvant dans la région du Pacifique (seulement 26 % des reportages présentés par des femmes) et en Amérique du Nord (32 %).

Il y a cinq ans, seulement 7 % de reportages dont les présentateurs étaient âgés de 50 à 64 ans étaient présentés par des femmes. La statistique actuelle se situe à 51 %, ce qui suggère l'atteinte de la parité avec les présentateurs masculins du même groupe d'âge. Des recherches additionnelles seront nécessaires pour confirmer qu'il s'agit bien de la réalité.

23. Reportages par des présentatrices et des reporters féminines: 1995-2010.

	1995	2000	2005	2010	TOTAL N
Présentatrices					**(F et M)**
Présentatrice radio	n/a	41%	49%	45%	4040
Présentatrice télévision	n/a	56%	57%	52%	3999
TOTAL DES PRÉSENTATEURS	**51%**	**49%**	**53%**	**49%**	**8039**
Reporters féminines					**(F et M)**
Reporter journal	25%	26%	29%	33%	4693
Reporter radio	n/a	28%	45%	37%	1514
Reporter télévision	n/a	36%	42%	44%	3339
TOTAL DES REPORTERS	**28%**	**31%**	**37%**	**37%**	**9546**

24. Reportages par des présentatrices et des reporters féminines, par région : 1995-2010.

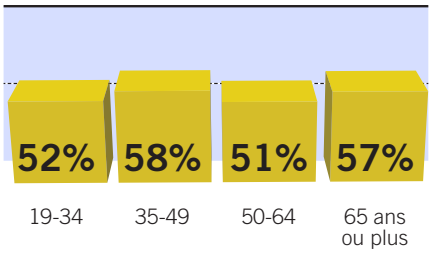
Région	2000	2005	2010	Total N
Afrique	36%	41%	34%	1658
Asie	42%	49%	44%	3729
Caraïbes	41%	41%	34%	897
Europe	40%	42%	41%	7244
Amérique Latine	28%	38%	38%	2328
Moyen Orient	47%	41%	46%	991
Amérique du Nord	46%	48%	35%	407
Pacifique	49%	50%	35%	751
TOTAL			**42%**	**18005**

25. Reportages présentés à la radio et à la télévision, par région, selon le sexe des annonceurs/présentateurs. 2010

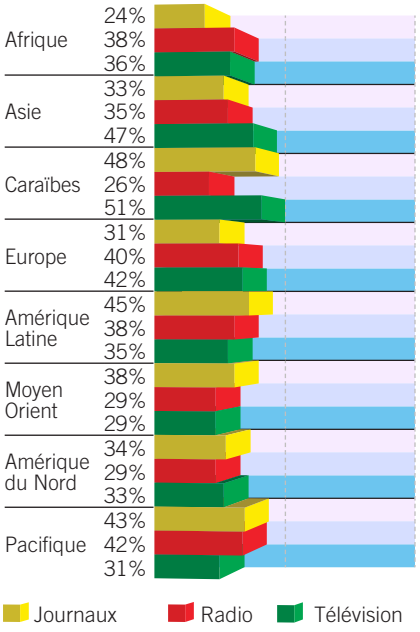
	RADIO			TÉLÉVISION		
	F	M	N	F	M	N
Afrique	34%	66%	447	44%	56%	505
Asie	43%	57%	1137	52%	48%	1881
Caraïbes	16%	84%	434	60%	40%	252
Europe	50%	50%	2126	44%	56%	3063
Amérique Latine	29%	71%	805	41%	59%	1037
Moyen Orient	50%	50%	501	44%	56%	349
Amérique du Nord	42%	58%	91	32%	68%	132
Pacifique	44%	56%	184	26%	74%	368
TOTAL	**45%**	**55%**	**5725**	**52%**	**48%**	**7587***

* Les statistiques pour la radio sont seulement pour le Canada. Aucun reportage des actualités sur radio n'a été monitoré aux États-Unis.

26. Reportages à la télévision par des présentatrices, selon l'âge de la présentatrice: 2010.



27. Reportages par des femmes journalistes, par région, par média: 2010.



Rapporter les nouvelles

Un examen plus approfondi des données régionales ventilées portant sur les reportages selon le sexe du reporter et selon le média démontre une tendance commune. Dans tous les médias et dans toutes les régions, les reportages produits par des femmes représentent moins de 50 % du nombre total de reportages, à l'exception de reportages télévisés dans les Caraïbes. Dans la plupart des régions, les femmes rapportent entre 20 et 40 % des nouvelles. Les Caraïbes sont en tête, démontrant la proportion la plus élevée de reportages par des femmes journalistes (48 %), en plus des femmes reporters à la télévision (51 %). Les Caraïbes sont intéressantes, compte tenu du fait que parallèlement à ces résultats, la région est loin derrière quand il est question de la proportion de reportages par des femmes journalistes à la radio (26 %).

La région du Pacifique est première sur le plan des régions ayant la proportion la plus élevée de reportages radiophoniques par des femmes, à 42 %. Cependant, la région devance de très peu l'Europe, où 40 % des reportages radiophoniques sont présentés par des femmes, l'Afrique avec 38 % et l'Amérique latine avec 38 %.

Voir table 27

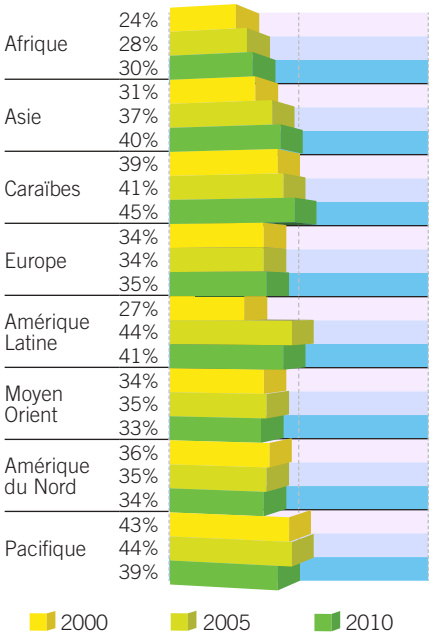
Un examen des données ventilées selon les régions pendant la période de 2000 à 2010 révèle une amélioration du pourcentage de reportages présentés par les femmes reporters dans la plupart des régions. On retrouve encore ici le rendement impressionnant de l'Amérique latine, la région ayant fait des avancées exceptionnelles, de 27 % des reportages par des femmes en 2000, à 41 % en 2010.

L'Afrique s'est également améliorée, passant de 21 % à 30 %, bien qu'elle soit toujours en dessous de la moyenne mondiale qui se situe à 37 % et qu'elle soit dernière parmi les régions en fonction de cet indicateur. Les Caraïbes mènent avec 45 % des reportages y étant présentés par des femmes. On remarque une régression dans la région du Pacifique, ce qui pourrait être dû à l'échantillon plus vaste en 2010 qui reflète peut-être plus adéquatement la situation actuelle de la région.

Dans l'ensemble, on n'a pas observé le rétrécissement de l'écart de genre qui s'était produit entre 2000 et 2005; le pourcentage mondial de reportages présentés par des femmes demeure à 37 %, un résultat exactement égal à celui d'il y a cinq ans.

L'examen de la ventilation par thème démontre que le pourcentage de reportages présentés par des femmes,

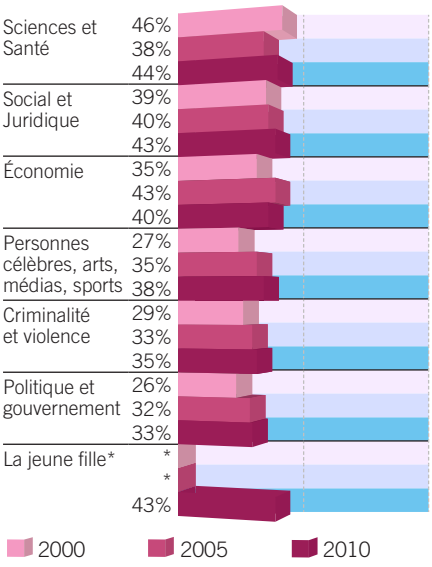
28. Reportages par des femmes journalistes, par région: 2000-2010.



en comparaison avec ceux qui sont présentés par des hommes a augmenté au cours de la dernière décennie et ce, sous tous les thèmes majeurs, sauf « sciences/santé ». Les changements varient de 3 à 11 %, l'augmentation la plus marquée se trouvant dans la catégorie « personnes célèbres/arts ». Néanmoins, les reportages des hommes continuent d'être plus nombreux que ceux des femmes dans le cas de tous les thèmes.

Sous quatre thèmes principaux, l'ordre portant sur l'éventualité que les reportages soient présentés par des femmes est retourné à celui que l'on constatait en 2000, alors que l'on mesurait pour la première fois cet indicateur. Les catégories principales « politique/gouvernement » et « criminalité/violence » sont toujours celles où il est le moins probable que les reportages soient présentés par des femmes. Inversement, les reportages sous les catégories « sciences/santé » et « social/juridique » sont toujours celles où les femmes sont les plus susceptibles de présenter des reportages. Si l'on se réfère au résultat voulant que les deux premiers thèmes soient placés plus haut sur la liste de priorités des médias d'information, il est plausible de conclure que la probabilité que les reportages auxquels les décideurs des salles de rédaction accordent le plus de valeur soient assignés aux femmes est beaucoup moins élevée que la probabilité que des reportages que l'on considère moins prioritaires ne soient confiés aux femmes.

29. Reportages par des femmes journalistes, selon les thèmes principaux. 2000-2010.

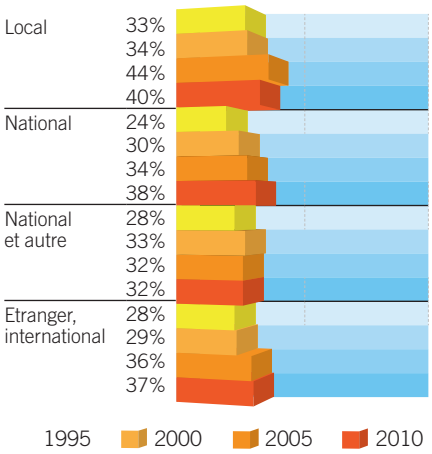


* Cette catégorie contient moins de 1% du nombre total de reportages dans le GMMP. Ceci n'était pas un thème à part en 2000 et 2005, donc les statistiques ne sont pas disponibles.

On a demandé aux moniteurs de coder la portée des reportages, c'est-à-dire s'ils abordaient des événements se produisant sur la scène locale, nationale ou étrangère. Les reportages axés sur les événements impliquant le pays et d'autres nations – comme les histoires régionales – étaient codés sous « national et autre ».

Dans une certaine mesure aujourd'hui, les reportages étrangers et nationaux sont tout aussi susceptibles que les reportages locaux d'être présentés par les femmes. Quelque 40 % des reportages locaux sont présentés par des femmes alors que ces chiffres atteignent 38 % pour les reportages nationaux et 37 % pour les reportages étrangers. Cette situation diffère de celle qui avait cours il y a cinq, dix ou quinze ans, alors que les femmes présentaient une proportion plus élevée de nouvelles locales que de nouvelles ayant une portée plus vaste. Ainsi, même si la division entre les reportages locaux, nationaux et étrangers s'émousse sur le plan du pourcentage de reportages assignés aux femmes journalistes, l'écart élevé entre les sexes demeure pour ce qui est de l'ensemble des reportages.

30. Reportages par des femmes journalistes, selon la portée. 1995-2010.



* Les statistiques pour les reportages codés comme 'ne sais pas' ne sont pas montrées

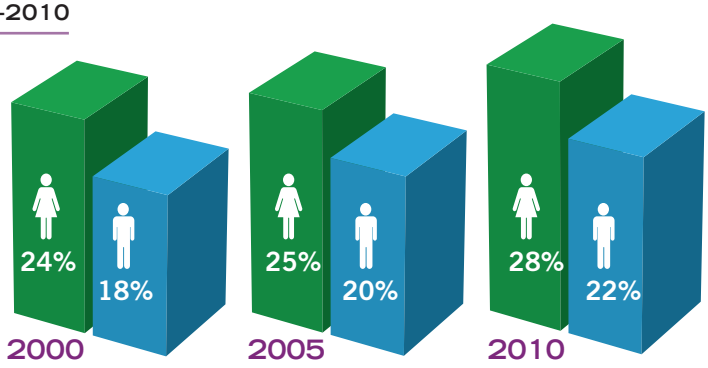
Les reportages présentés par des femmes journalistes comportent plus de femmes sujets des nouvelles que les reportages présentés par des hommes. Cette tendance s'est maintenue au cours des dix dernières années. En 2000, 24 % des sujets des reportages présentés par les journalistes féminines étaient des femmes, contrairement aux 18 % des reportages présentés par les journalistes masculins. Actuellement, les statistiques se trouvent à 28 % et 22 % respectivement. Ces chiffres illustrent l'extrême lenteur de l'évolution vers un journalisme plus équilibré sur le plan du genre, au cours des dix dernières années.

Voir tables 31 et 32

Il y a cinq ans, 34 % des reportages présentés par des journalistes âgés de 35 à 49 ans étaient soumis par des femmes. Cette statistique atteint 42 % en 2010. La proportion de reportages produits par des femmes dans la cohorte des 50 à 64 ans a également augmenté de façon remarquable, passant de 17 % en 2005 à 40 % aujourd'hui. Ici encore, il faudra mener des recherches additionnelles afin de confirmer cette tendance de manière concluante.

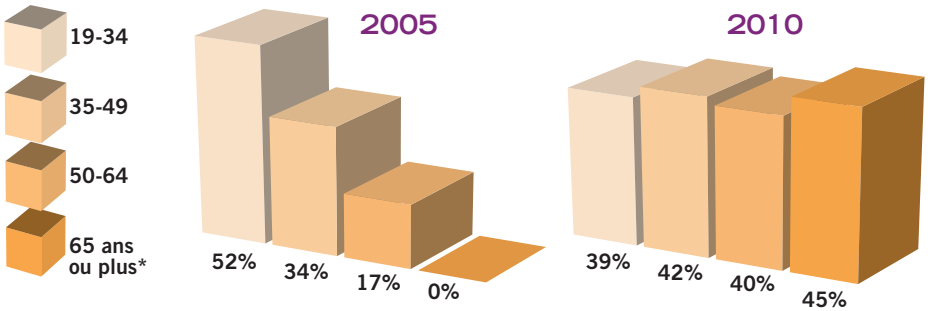
Dans l'ensemble, les résultats suggèrent des progrès dans les groupes d'âge plus élevés. Il est intéressant de noter que les statistiques portant sur la cohorte des 19 à 34 ans sont tombées bien en dessous de la parité. En 2005, 52 % des reportages présentés par des personnes de ce groupe d'âge l'étaient par des femmes, alors qu'aujourd'hui ce chiffre atteint seulement 39 %. En dépit des progrès réalisés, ce résultat a eu pour effet de créer une situation où les reportages des femmes journalistes sont moins nombreux que ceux présentés par des hommes, dans tous les groupes d'âge.

31. Sujets féminins dans les nouvelles, selon le sexe du reporter: 2000-2010



*Non montré: Autres sources (transsexuel, chacun démontrant moins de 0.2% pour les reporters femmes et hommes), et sources qui n'ont pas pu être classifiées.

32. Reportages par des femmes journalistes dans les nouvelles télévisées, selon l'âge du reporter: 2005-2010.



*Seulement 1 reporter (homme) de 65 ans et plus en 2005

Observations de Amie Joof

L'approche qui domine dans une salle de rédaction détermine la mesure dans laquelle le produit final tiendra compte des sexospécificités, « l'approche » étant conçue comme l'interaction entre plusieurs aspects. Ces aspects incluent les politiques de rédaction, le niveau de sensibilisation et d'engagement du rédacteur à l'égard des questions de genre, les reportages assignés, l'angle sous lequel est traité le reportage, les techniques d'entrevue, le langage employé, le choix des images, la quantité d'espace allouée aux préoccupations des groupes marginalisés (desquels les femmes représentent une grande majorité) en plus de l'éthique et de l'assurance de la qualité dans la couverture de l'actualité.

La recherche du GMMP 2010 a démontré des changements positifs en termes de dimensions de genre dans les médias d'information examinés. Cependant, le fait que les changements soient si minimes est dû à bon nombre de facteurs pouvant contribuer à ce qu'il en soit ainsi. Mon commentaire est axé sur les facteurs présents dans les salles de rédaction et la production des nouvelles elle-même.

Les questions qui viennent immédiatement à l'esprit sont les suivantes : Quelle est la nature des habitudes et des processus de production au sein des maisons d'information? Qui assume la supervision de ces processus et quelles positions les hommes et les femmes occupent-ils? Les femmes sont-elles en position d'influence? Les salles de rédaction ont-elles un annuaire des femmes expertes qui puissent servir de sources de nouvelles? Les salles de rédaction comptent-elles sur des lignes directrices qui rehausseront leurs reportages sur les questions relatives au genre? Y a-t-il des programmes de mentorat sur la couverture des questions de genre et développement dans les maisons d'information?

Trouve-t-on dans les maisons d'information des mécanismes efficaces de monitorage et d'évaluation qui assurent une juste représentation des hommes et des femmes et qui améliorent l'équilibre de genre à la fois dans la salle de rédaction et dans la pratique journalistique?

Tout d'abord, les rédacteurs, les réviseurs de chroniques et les reporters d'expérience évoluant dans la salle de rédaction, en majorité des hommes, sont habituellement responsables d'assigner les tâches aux reporters et

aux journalistes. L'attribution du travail dans les maisons d'information n'est pas toujours fondée sur la compétence des individus à couvrir certains domaines; les stéréotypes dans la distribution des reportages persistent. Les femmes journalistes continuent de couvrir les actualités « légères » comme la culture, la santé et d'autres enjeux sociaux, plutôt que de rendre compte de sujets qui peuvent sembler plus lourds, comme la politique, les affaires, la technologie, les sciences, les élections ou la finance. Les femmes journalistes sont rarement considérées comme de « grands reporters ».

En outre, il importe aux décideurs des salles de rédaction d'être conscients de la nécessité de produire des reportages équilibrés en matière de genre et d'être des mentors qui peuvent guider leurs collègues dans la production d'une couverture plus juste sur ce plan. À titre de leaders qui supervisent les processus de production des nouvelles, il est crucial qu'ils reconnaissent la valeur d'améliorer les compétences de reportage de leurs journalistes du point de vue du genre, ce qui à son tour améliorera la qualité de l'ensemble du reportage. Les décideurs en salles de rédaction doivent constamment rappeler aux reporters, au cours de rencontres de rédaction et avant leurs affectations, toute l'importance de porter attention aux normes élevées de professionnalisme, d'éthique et de créativité, où l'équilibre et l'équité en matière de genre sont des composantes intégrantes du professionnalisme.

Dans le cadre d'un scénario différent, un reporter peut tenir compte des genres et fournir des reportages justes et progressifs sur ce plan, sans toutefois avoir le dernier mot sur les décisions éditoriales. Prenant l'exemple de l'Afrique, où la majorité des contrôleurs, des rédacteurs et des reporters d'expérience sont des hommes, certains préjugés sexistes dans le contenu des médias ne se produisent pas par hasard. Ces préjugés touchent une variété d'éléments, parmi lesquels la manière dont les reportages sont assignés, le choix de la personne qui couvre une nouvelle, la façon dont les reportages sont réécrits et révisés, les sources vers lesquelles sont aiguillés les reporters et les points de vue jugés importants et devant être retenus. En fait, l'absence de diversité des voix dans les nouvelles illustre le statu quo de la société, fondé sur des stéréotypes appartenant à notre culture commune et qui accorde plus de place aux hommes qu'aux femmes comme sources d'information et de connaissances. La plupart des voix dans les actualités sont masculines et compte tenu de la manière dont sont régies les salles de rédaction, l'objectif premier est d'obtenir la nouvelle, peu importe la diversité des sources.

Il importe également de se pencher sur la nature complexe des maisons d'information. La plupart de ces organismes comportent des unités/sections et/ou des bureaux qui traitent des différents aspects de la programmation comme l'éducation, les chroniques et/ou les documentaires, les sports, la salle de nouvelles, les émissions dramatiques, etc. L'expérience nous démontre que parfois, il existe peu, voire aucune coordination entre les différentes unités ou sections, particulièrement au sein des salles de nouvelles. Dans les endroits où les salles de nouvelles et les unités de production ne travaillent pas de concert pour produire des reportages de qualité, il va de soi qu'il y aura des occasions manquées dans la couverture liée au genre. Cela s'avère particulièrement chez les médias électroniques et la presse écrite, où la pratique de production des nouvelles est axée sur les événements; l'impératif d'obtenir des résultats rapidement résulte également en occasions manquées d'intégrer à la couverture les points de vue tenant compte du genre ou des droits. Le défi demeure : les médias doivent trouver la manière d'intégrer les dimensions de genre comme fil conducteur se rapportant à toutes questions de développement, qu'il s'agisse d'éducation, de santé, de droits humains, de pauvreté, de gouvernance efficace, de démocratie, d'élections de VIH ou de SIDA, de santé génésique ou d'enjeux économiques.

Les préoccupations relatives aux dimensions de genre sont reléguées aux magazines, aux commentaires, aux chroniques ou aux documentaires dans les médias électroniques. Parfois, on fait référence de manière erronée aux émissions ciblant largement un auditoire féminin en les étiquetant « programmation de genre ». L'expérience auprès des maisons d'information en Afrique révèle une impression que le « genre » est synonyme de « femmes ». Cela suggère une mauvaise compréhension de la notion et de l'impact de relations de pouvoir biaisées sur les progrès sociaux. Les auditoires des médias en sont venus à s'attendre à ce que les émissions ou les chroniques sur le « genre » soient axés sur les « questions relatives aux femmes ». Cette constatation évoque la nécessité pour la direction des maisons d'information d'intégrer le genre, décision qui exige le soutien indéfectible des contrôleurs des salles de rédaction, des unités/départements de production et d'autres sections des maisons d'information.

Il importe ici de souligner l'importance du niveau de sensibilisation et de connaissances à l'égard des questions de genre, des protocoles en cette matière et de ce qu'ils impliquent, ainsi que de l'engagement institutionnel envers les reportages équilibrés. Là où la sensibilisation est faible, les reportages auront tendance à renforcer les stéréotypes plutôt que de les contester. Par contre, si la sensibilisation est élevée et qu'il existe à l'interne des politiques, des lignes directrices, du matériel et des ressources liés au genre, on aura tendance à produire des reportages qui contesteront les stéréotypes sexuels, qui mettront en lumière l'égalité ou l'inégalité des sexes et iront même jusqu'à utiliser les politiques nationales sur l'égalité des sexes ou les instruments juridiques de droits humains ou de droits des femmes comme fondements à la programmation et au contenu des nouvelles. La plupart des maisons d'information n'ont pas de matériel ressource ou de lignes directrices sur les politiques qui puissent servir de guides aux reporters.

Cependant, un cadre de politique qui soutient l'égalité des sexes adopté à l'interne ne suffit pas en soi. Il doit être appuyé par un programme de formation systématique qui pourrait être composé de courtes sessions de formation formelles, accompagnées de coaching et d'activités de mentorat internes qui tiennent compte de la structure et des dynamiques de la salle de rédaction, du personnel et d'autres éléments. La formation devrait débuter dans les institutions de formation en journalisme et se poursuivre au sein des maisons d'information. Quant à elles, les institutions de formation en journalisme ont la responsabilité de passer les programmes éducatifs en revue, d'intégrer les dimensions de genre à l'enseignement, de développer les ressources de formation pertinentes et d'encourager les étudiants à entamer des recherches sur les questions relatives au genre et aux médias. Le fait d'intégrer le genre dans la formation sur les médias et l'enseignement du journalisme développera la capacité des journalistes à contester les stéréotypes qui persistent à reléguer les femmes au second plan et à assurer une couverture médiatique juste en matière

de genre. En outre, cela rehaussera les compétences et les capacités des formateurs et des chargés de cours à enseigner un journalisme marqué de conscience et de sensibilité à l'égard des préoccupations liées à l'inégalité des sexes et à la discrimination.
En dernier lieu, les plans internes devraient établir les indicateurs qui serviront à surveiller les répercussions, non seulement en ce qui a trait à la quantité, à la qualité et à la diversité des voix, mais également la fréquence des reportages et des émissions sur les questions d'égalité des sexes.

Une telle approche holistique comblera l'écart entre d'une part, les contrôleurs et les décideurs et d'autre part, les reporters et les producteurs, ce qui contribuera à graduellement transformer la pratique médiatique. La plupart des maisons d'information et des syndicats et associations de journalistes ne comptent sur aucun plan de formation ou de programmes de mentorat systématiques et structurés, ayant une composante de genre bien intégrée, à l'intention de leurs travailleurs ou de leurs membres.

La formation et la sensibilisation des rédacteurs, des reporters et des journalistes sont des conditions indispensables pour traiter du reportage stéréotypé. À l'examen des maisons d'information où l'on n'observe que de rares exemples de reportages attentifs aux questions de genre, on constate la présence de facteurs contributeurs. Comme élément primordial, on peut évoquer la volonté politique aux échelons supérieurs. Prenant l'exemple de l'Afrique, on constate une forte corrélation entre ce qui transpire au niveau national en matière de politiques et de programmes sur le genre et le développement – alignés au Programme d'action de Beijing, au Protocole de l'Union africaine (UA) sur les droits des femmes, aux protocoles sur le genre et le développement et à d'autres instruments – et la façon dont les médias rapportent les enjeux de genre et développement. À l'échelle nationale et régionale, la plupart des gouvernements ont adopté et ratifié l'ensemble des protocoles en question. Cependant, ces protocoles n'ont pas été mis en application de manière étendue en raison de réticences à l'égard de certains articles, particulièrement ceux qui portent sur la culture, les traditions, la religion ou le droit coutumier. Dans certains cas, les dispositions inscrites aux protocoles contredisent les lois nationales, situation de laquelle découlent des politiques comportant de sérieuses lacunes. Cela implique une absence de volonté politique quant à l'établissement ou à la mise en œuvre efficace de politiques sur le genre et une résistance au changement, non seulement de la part des personnes qui détiennent le pouvoir, mais également au sein de l'ensemble de la société à prédominance patriarcale. Les médias faisant partie de ladite société, emboîtent le pas, adoptant des attitudes et des points de vue qui sont reflétés dans et par la couverture médiatique et la culture interne. Jusqu'à un certain point, cela explique les préjugés et les stéréotypes que représentent les médias par leur couverture. Les médias reflètent la société dans la mesure où les reportages et les pratiques font écho aux préjugés et à la discrimination qui interviennent dans les expériences réelles et vécues.

Les niveaux de formation et d'éducation sont étroitement liés au recrutement, au perfectionnement professionnel et à l'avancement, en plus de la capacité de contester professionnellement les injustices fondées sur le sexe au sein des maisons d'information, des syndicats et des associations. Cela a des incidences sur les occasions offertes aux femmes d'occuper des postes de leadership et de prise de décisions. Ces écarts quant à l'ensemble de ces facteurs ont pour effet de perpétuer le statu quo où les postes de leadership sont dominés par les hommes dans les institutions, les syndicats et les associations médiatiques. Le cycle est reproduit lorsque les propriétaires de médias assignent des postes de responsabilité aux hommes plutôt qu'aux femmes, la raison la plus communément invoquée pour ce faire reposant sur le préjugé envers les autres responsabilités familiales qu'assument les femmes. Le fait que les femmes occupent bien peu de postes de leadership dans les institutions médiatiques limite les occasions qui leur sont présentées d'influencer le contenu en faveur des femmes ou des préoccupations liées à l'égalité des sexes.

Les résultats et l'analyse émanant du GMMP soutiennent l'argument faisant valoir l'importance de mettre en place des politiques relatives au genre et des lignes directrices en matière de reportage, soutenues par un monitorage et une évaluation efficaces au sein des maisons d'information, de sorte à contribuer à l'augmentation de reportages justes, équilibrés et éthiques. À ces fins, la formation et la sensibilisation des rédacteurs, des reporters et des journalistes demeurent indispensables.

Récapitulation des résultats

Pour ce qui est des reportages présentés par des femmes journalistes à la télévision, à la radio et dans les journaux, le pourcentage est exactement le même qu'en 2005, soit 37 %.

Le pourcentage de reportages présentés par des femmes journalistes, les trois médias confondus, a augmenté jusqu'en 2005. Il importe de souligner les statistiques relatives à la radio, où l'on a constaté une progression significative entre 2000 et 2005 (de 27 % à 45 % des reportages présentés par des femmes), suivie cinq ans plus tard d'une régression marquée de 8 %. La stagnation des statistiques d'ensemble en 2010 est issue de la variation négative observée à la radio entre 2005 et 2010.

Un total de 52 % des reportages télévisés et de 45 % de ceux entendus à la radio sont présentés par des femmes.

La moyenne totale de reportages à la télévision et à la radio présentés par des femmes est de 49 %, soit moins de la moitié du nombre total de reportages présentés dans les deux médias combinés, une régression de 4 % depuis 2005 et elle est moins élevée qu'en 1995, où elle atteignait 51 %.

Plus de reportages télévisés sont actuellement présentés par des femmes plus âgées qu'il y a cinq ans.

Il y a cinq ans, seulement 7 % des reportages étaient transmis par des présentatrices de nouvelles âgées de 50 à 64 ans. Actuellement, 51 % des reportages de cette catégorie d'âge sont présentés par des femmes. Cela suggère l'atteinte possible de parité numérique avec les présentateurs masculins du même âge. Il faudra approfondir la recherche à ce sujet pour confirmer si c'est réellement le cas.

De surcroit, les reportages par des femmes journalistes de cette catégorie d'âge ont augmenté. Il y a cinq ans, 34 % des reportages présentés par des journalistes âgés de 35 à 49 ans étaient soumis par des femmes. Cette statistique atteint 42 % en 2010. La proportion de reportages produits par des femmes dans la cohorte des 50 à 64 ans a également augmenté de façon remarquable, passant de 17 % en 2005 à 40 % aujourd'hui. Ici encore, il faudra mener des recherches additionnelles afin de confirmer cette tendance de manière concluante.

Depuis l'an 2000, le pourcentage de reportages présentés par des femmes par rapport à ceux que produisent les hommes a augmenté sous tous les thèmes majeurs, à l'exception de «sciences/santé ». Néanmoins, les reportages produits par les journalistes masculins continuent d'être plus nombreux que ceux des femmes dans tous les sujets.

Les changements varient entre 3 et 11 %, l'augmentation la plus élevée se trouvant dans la catégorie « personnes célèbres/arts ». Les hommes produisent 67 % des reportages sur la politique/gouvernement, 65 % des histoires relatives à la criminalité/la violence et 60 % des nouvelles sur l'économie. Le pourcentage des reportages sur les sciences/la santé présentés par des femmes a considérablement décliné entre 2000 et 2005, passant de 46 % à 38 %. Ce déclin fut suivi d'une augmentation atteignant 44 % en 2010, ce qui n'est toutefois pas suffisant pour rejoindre les niveaux observés il y a dix ans.

Les statistiques suggèrent fortement que les reportages auxquels les décideurs des salles de rédaction accordent une plus grande valeur du point de vue de l'information sont moins susceptibles d'être assignés à des femmes journalistes, alors que les reportages ayant une moindre priorité sont plus susceptibles d'être attribués à des femmes journalistes.

Désormais, les reportages étrangers et nationaux sont présentés par des femmes et ce, pratiquement dans la même mesure que le sont les reportages locaux.

Cette situation est différente de celle qui régnait entre 1995 et 2005, lorsque les reportages locaux étaient plus susceptibles d'être présentés par les femmes que ne l'étaient les reportages qui avaient une portée plus vaste. Quelque 40 % des reportages locaux, 38 % des reportages nationaux et 37 % des nouvelles internationales sont présentés par des femmes. Ainsi, bien que la répartition entre les nouvelles locales, nationales et étrangères soit semblable sur le plan du pourcentage de reportages assignés aux femmes journalistes, il n'en demeure pas moins que l'écart entre les sexes persiste dans les reportages de toutes portées.

Les reportages présentés par des femmes journalistes comportent plus de femmes sujets de nouvelles que les reportages présentés par des hommes.

Cette tendance s'est maintenue au cours des dix dernières années. En 2000, 24 % des sujets des reportages présentés par les journalistes féminines étaient des femmes, contrairement aux 18 % des reportages présentés par les journalistes masculins. Actuellement, les statistiques se trouvent à 28 % et 22 % respectivement.

Ces chiffres illustrent l'extrême lenteur de l'évolution vers un journalisme plus équilibré sur le plan du genre, au cours des dix dernières années.

GMMP Monitors, Ethiopia

4. Contenu Des Nouvelles

La place centrale qu'occupent les femmes dans les nouvelles

La notion de la « place centrale » des femmes dans les nouvelles fait référence à la mesure dans laquelle les femmes « figurent » dans les nouvelles de manière substantielle. Bien que la majorité des personnes dont on rapporte les actions ou les opinions soit des hommes, les femmes paraissent parfois au cœur de certains reportages. On peut citer en exemple les reportages qui abordent les questions qui touchent particulièrement les femmes comme le plafond de verre dans l'emploi ou encore les histoires entourant le fardeau que doivent assumer les grand-mères africaines alors qu'elles doivent assurer les soins des enfants devenus orphelins des suites du SIDA.

La recherche du GMMP a révélé que les femmes occupent une place centrale dans les nouvelles dans seulement 13 % des reportages, ce qui représente néanmoins une progression statistiquement significative si on la compare à 10 % en 2005.

Cependant, au cours des cinq dernières années, on n'a remarqué aucune amélioration quant à l'éventualité que les reportages soient principalement axés sur les femmes dans les nouvelles portant sur les thèmes social/juridique, criminalité/violence et les personnes célèbres. Dans les actualités abordant la politique/le gouvernement, les femmes occupent maintenant la place centrale dans 13 % des reportages, comparativement à 8 % en 2005; en sciences/santé, cette statistique a augmenté de 6 % en 2005 à 16 % en 2010 et pour les reportages sur l'économie, de 3 % à 11 %.

Voir table 33

Même si les reportages sur l'économie axés principalement sur les femmes sont presque quatre fois plus fréquents, des sous-thèmes importants comme les politiques économiques et l'économie rurale comptent parmi ceux qui affichent un pourcentage alarmant où les femmes n'occupent pas la place centrale. Sous ces deux sous-thèmes, plus de 95 % des reportages ne sont pas axés principalement sur les femmes.

Les résultats de 2010 démontrent une différence évidente entre les hommes et les femmes dans la manière de présenter des reportages, contrairement aux résultats de 2005, où l'on n'avait décelé aucune réelle différence quant à cet indicateur. À l'examen du personnel qui évolue derrière les reportages, on note que les femmes occupent une place centrale dans 13 % des reportages présentés par des femmes, alors qu'elles ne le font que dans 10 % des reportages présentés par des hommes, ce qui révèle une différence significative dans la manière de rapporter la nouvelle.

L'(in)égalité des sexes dans les nouvelles

On observe une légère augmentation dans la proportion de reportages mettant en lumière des questions d'égalité ou d'inégalité des sexes. En 2005 ces enjeux étaient abordés par 4 % des reportages, comparativement à 6 % actuellement.

Dans certaines régions, on constate des progrès remarquables. Par exemple, en Amérique latine, on observe que de tels reportages ont triplé, de 4 % en 2005 à 12 % en 2010. L'Amérique du Nord et les Caraïbes menaient avec 5 % en 2005. Ces régions sont actuellement deuxième et troisième respectivement, doublant les pourcentages atteints il y a cinq ans. Les progrès qui semblent s'être produits au Moyen-Orient, passant de 1 % de reportages traitant de questions d'égalité ou d'inégalité des sexes en 2005 à 4 % en 2010 pourrait en fait indiquer une représentation plus exacte de la région : l'augmentation du nombre de pays participants, de 2 en 2005 à 6 en 2010 pourrait expliquer les nouveaux résultats, qui s'approchent de la moyenne mondiale se situant à 6 %.

D'autres régions ont soit stagné ou régressé, comme la région du Pacifique, où l'on constate un déclin de 2 %, passant de 3 % en 2005 à seulement 1 % actuellement. Cette régression dans le Pacifique pourrait toutefois s'expliquer par l'échantillon plus vaste issu du plus grand nombre de pays participants de la région, suggérant des résultats qui pourraient être plus représentatifs de la région actuellement.

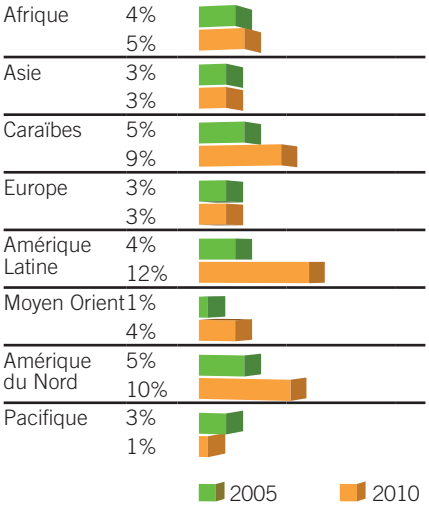
En 2005, les femmes rapportaient 47 % des nouvelles soulevant des questions d'inégalité, les 53 % restants étant rapportés par les hommes. Ces résultats sont plus ou moins similaires à ceux de la recherche de 2010. En 2005, les femmes rapportaient 36 % des reportages qui ne mettaient en lumière aucune dimension d'inégalité et les reporters masculins 64 %. Le statu quo demeure en 2010.

La stagnation des moyennes mondiales implique que dans l'ensemble, les modèles de reportages journalistiques n'ont pas changé. Ceci étant dit, la ventilation régionale démontre des variations entre les reporters féminins et masculins.

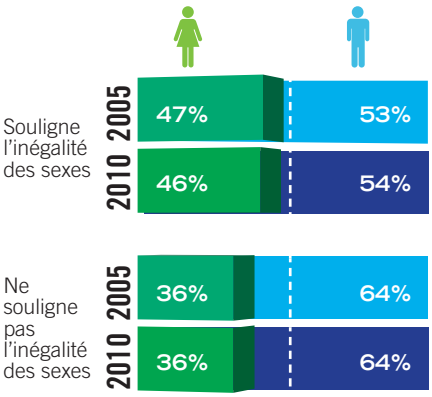
33. La place centrale des femmes dans les nouvelles. 2010.

La ventilation des données 2010 par région révèle une diversité de profils. En Afrique, en Europe et en Amérique latine, les reportages présentés par des femmes sont plus susceptibles de soulever les questions d'égalité ou d'inégalité entre les sexes que les reportages produits par des hommes.

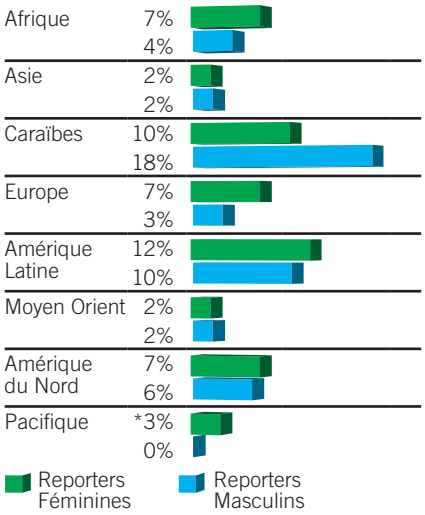
34. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, par région: 2005-2010.



35. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, selon le sexe du reporter: 2005-2010.



36. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, par région, selon le sexe du reporter: 2010.



* Seulement 1% des reportages sur la journée mondiale de monitorage des médias provenant de la région du Pacifique ont mis en évidence des problèmes touchant à l'égalité ou à l'inégalité entre les femmes et les hommes, donc cette statistique devrait être interprétée avec caution.

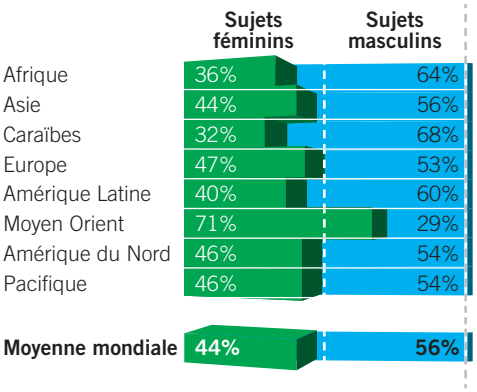
En Afrique, 7 % des reportages réalisés par des femmes évoquent des questions d'(in)égalité, alors que c'est le cas de 4 % des reportages présentés par des hommes. En Europe, les statistiques sont de 7 % pour les reportages des femmes et de 3 % pour ceux des hommes, alors qu'en Amérique latine, les chiffres se situent à 12 % pour les journalistes féminines et à 10 % pour les journalistes masculins. La différence observée en Amérique du Nord est statistiquement peu significative, alors qu'aucune différence n'a été constatée en Asie et au Moyen-Orient. Les Caraïbes étonnent au sens où les reportages présentés par des hommes (18 %) sont dans une large mesure plus susceptibles de mettre en lumière des enjeux d'(in)égalité que ne le sont les reportages soumis par les journalistes féminines (10%).

Si l'on considère le ratio de femmes par rapport aux hommes comme sujets de nouvelles dans les reportages soulevant les questions d'égalité des sexes, on constate des tendances qui diffèrent considérablement. Dans les Caraïbes, le ratio de femmes par rapport aux hommes dans les reportages où sont soulevés les enjeux d'inégalité ou d'égalité des sexes est de 1:2. Les écarts en Asie, dans le Pacifique, en Amérique du Nord et en Europe sont beaucoup plus minces, atteignant en moyenne 5:6. Au Moyen-Orient, le ratio est énorme : seulement 3 personnes pour chaque dizaine d'individus dans les reportages abordant l'(in)égalité des sexes sont des hommes.

Voir table 38

Il n'est pas étonnant de constater que les reportages explicitement axés sur les femmes, comme ceux qui traitent du contrôle des naissances ou de la participation des femmes à l'économie, occupent un rang élevé dans la liste (classés par ordre descendant) de reportages qui mettent en évidence les questions d'(in)égalité des sexes. En effet, 39 % des reportages sur le contrôle des naissances et 31 % de ceux qui abordent la participation des femmes à l'économie, mettent de l'avant des enjeux d'inégalité des sexes. En réalité, une très faible proportion des reportages sous les thèmes pertinents aux préoccupations des femmes du point de vue de l'égalité des sexes font valoir l'(in)égalité : par exemple, ils ne constituent que 3 % des reportages sur la politique intérieure, 3 % de ceux qui parlent de pauvreté et 2 % de ceux qui traitent d'éducation.

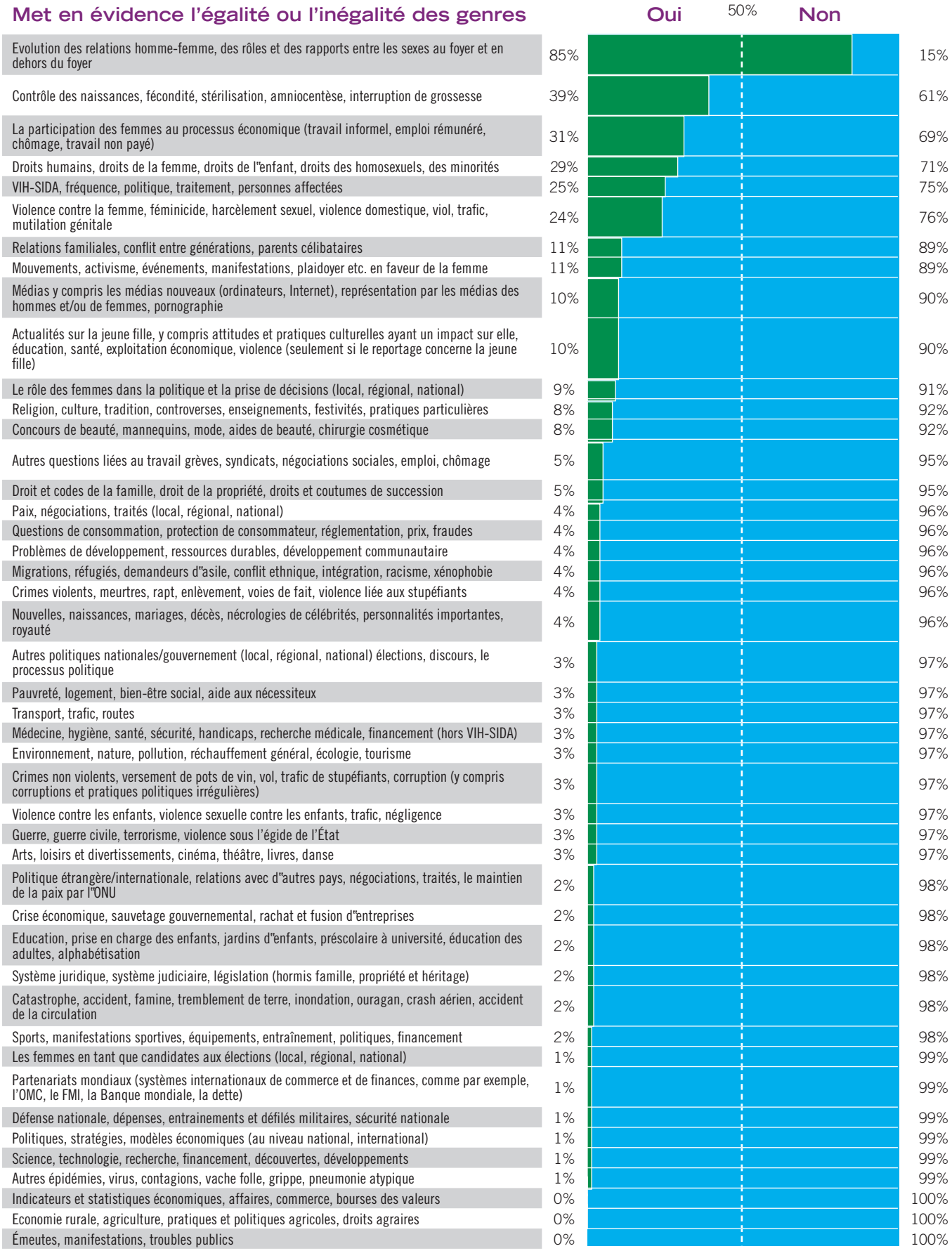
37. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, par région, selon le sexe des sujets des nouvelles: 2010.



L'examen de la liste de reportages selon leur rang révèle que les thèmes principaux « sciences/santé », et « social/juridique » comportent des proportions plus élevées de reportages qui mettent en évidence les questions d'(in)égalité que les reportages sur les thèmes où les femmes ont été traditionnellement marginalisées, notamment « la politique/le gouvernement » ou « l'économie ». La première préoccupation est liée au fait que l'on accorde relativement peu d'espace dans les nouvelles à ces thèmes comparativement à celui que l'on réserve aux autres thèmes principaux. Ainsi, l'incidence générale des reportages qui traitent des questions d'inégalité est en réalité plutôt négligeable dans l'ensemble du contexte des actualités.

La seconde préoccupation, sans doute la plus sérieuse, est issue des proportions relativement faibles de reportages qui mettent de l'avant des enjeux d'inégalité dans le cadre de thèmes où les femmes ont été traditionnellement marginalisées dans leurs expériences réelles et vécues, notamment « la politique » et « l'économie » : cela signifie que le statu quo n'est aucunement contesté. La rareté des reportages abordant ces thèmes tout en contestant les stéréotypes implique à la fois la propagation des inégalités et des occasions manquées de rehausser la sensibilisation du public et de favoriser les débats entourant ces questions.

38. Incidence où le reportage soulève des questions d'(in)égalité des sexes. 2010.



* Pas montré: les statistiques pour la réponse 'ne sais pas' et pour les reportages classifiés comme 'autre' sous chaque thèmes principaux

Titre de l'article : Lors de l'ovulation, les femmes ont une propension à tromper leurs partenaires

Pays : Roumanie

Source : Gandul

Résumé : L'article aborde les résultats de deux projets de recherche américains qui ont examiné les effets des menstruations et de l'ovulation sur l'infidélité des femmes. On parle d'abord de l'article en première page. La version plus longue de l'article paraît en page 12, dans la section sur la santé.

Analyse : Le titre de l'article met nettement en évidence les stéréotypes à l'égard des femmes, en affirmant que l'infidélité est instiguée chez elles par les hormones de reproduction. Le titre n'indique pas que ce soit tiré d'une recherche. Trois sources sont citées dans l'article, deux hommes et une femme. Les opinions des sources sont présentées de manière équilibrée par l'auteur, comme « crédibles », « non sexistes » et « prouvées scientifiquement ». Le reporter utilise une gamme d'expressions caractéristiques de l'identité des femmes, notamment : menstruations, fertilité, ovulation et attirance sexuelle. Bien que le titre de l'article présente les résultats des études (probablement pour attirer l'attention du lecteur sur le sujet), dans l'article lui-même, l'auteur utilise plusieurs verbes évoquant la probabilité – « pourrait », « devrait », « voudrait » – ce qui signifie que les résultats des études ne peuvent être généralisés. On observe sur la photo accompagnant l'article une femme portant une courte robe noire et des talons aiguilles. La photo représente les femmes comme des symboles sexuels. Les chercheurs suggèrent que le taux d'hormones élevé chez les femmes pendant l'ovulation augmente leur libido, non pas leur beauté. La photo semble refléter cette ligne de pensée.

Conclusion : Le stéréotype selon lequel les femmes qui ovulent sont infidèles amplifie les perceptions du public voulant qu'il existe des différences majeures sur le plan de la fidélité des femmes qui sont en relation. On suggère que les hormones féminines contribuent largement à l'infidélité. Par conséquent, les femmes sont plus infidèles que les hommes. Il s'agit d'un stéréotype suggérant en outre que puisque les hommes n'ovulent pas, ils sont moins susceptibles de tromper leurs partenaires.

Les stéréotypes sexuels dans les nouvelles

On a demandé aux moniteurs de coder les reportages selon qu'ils (1) renforçaient les stéréotypes sexuels; (2) contestaient de tels stéréotypes ou (3) ne contestaient ni ne renforçaient les stéréotypes. Les reportages qui contestaient les stéréotypes incluaient ceux qui renversaient certaines idées reçues à l'égard des femmes et des hommes sur le plan de leurs attributs, de leurs caractères, de leurs rôles ou de leurs occupations. À l'inverse, les reportages qui renforçaient les stéréotypes étayaient les hypothèses généralisées, simplistes et fréquemment exagérées envers la masculinité et la féminité dans un contexte culturel donné.

Les résultats du monitorage de 2010 présentent des différences marquées par rapport à ceux obtenus en 2005, à la lumière des efforts investis pour développer une compréhension commune de la notion de « stéréotypes ». La rétroaction des moniteurs ayant participé à la recherche de 2005 a révélé que malgré le fait qu'ils aient été en mesure d'identifier beaucoup plus de reportages contenant des stéréotypes, ils n'étaient pas aptes à les coder adéquatement, faute de clarté en cette matière. La notion a été étoffée en 2010 et des exemples imagés de stéréotypes ont été ajoutés. On a également offert une formation substantielle, en plus d'échanges constants virtuels et en personne sur la notion, la manière d'identifier les « stéréotypes » et la façon de répondre à la question. On a établi une stratégie de formation à plusieurs volets : on a mis en place des ateliers de formation mondiaux, plusieurs ateliers régionaux et nationaux, de même qu'une formation destinée aux équipes de monitorage locales. Compte tenu de la diversité des « stéréotypes » dans différents contextes culturels, les leaders des équipes de monitorage étaient invités à identifier et à discuter abondamment des exemples avec les moniteurs, à titre de préparation avant le codage.

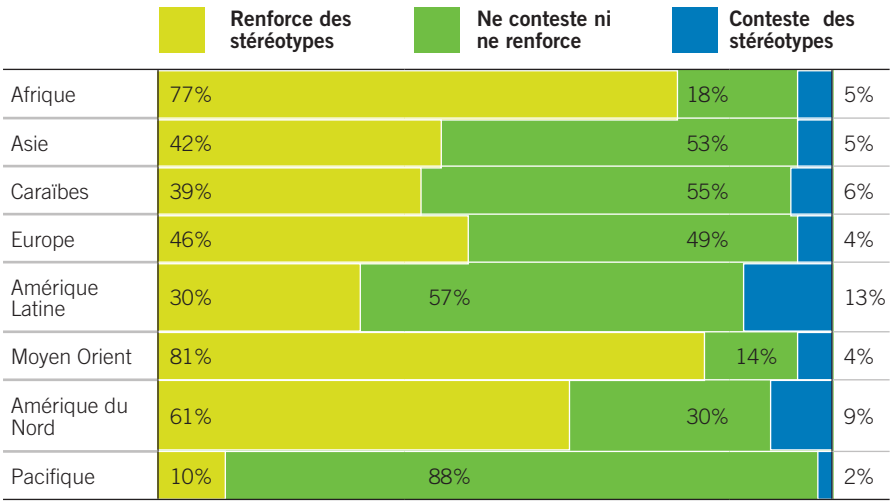
39. Reportages et stéréotypes sexuels, selon le thème: 2010.

Thème	Renforce des stéréotypes	Ne conteste ni ne renforce	Conteste des stéréotypes	N
Criminalité et violence	51%	5%	44%	3233
Personnes célèbres, arts et médias	48%	6%	45%	1712
Politique et gouvernement	46%	5%	49%	4522
Économie	43%	4%	53%	2869
Sciences et Santé	43%	5%	52%	1495
Social et Juridique	40%	8%	51%	2079
La jeune fille**	20%	33%	46%	37
Moyenne mondiale et total	**46%**	**6%**	**49%**	**15947***

* Statistiques exclues pour 'autres thèmes' et la réponse 'ne sais pas'

** Les résultats apparemment impressionnants devraient être interprétés en vue du fait que les reportages classifiés sous le thème de la 'jeune fille' seront plus souvent que jamais centrés sur des femmes.

40. Reportages et stéréotypes sexuels, par région : 2010.



Quelque 46 % des reportages renforçaient les stéréotypes sexuels, presque huit fois plus que les histoires qui contestaient ces stéréotypes (6 %). Cette statistique de 6 % semble minime, mais elle est néanmoins deux fois plus élevée que celle de 2005. Cela implique une augmentation dans la tendance des reportages à contester les stéréotypes au cours des cinq dernières années.

Les pourcentages les plus élevés de reportages renforçant les stéréotypes portent sur la criminalité/la violence, les personnes célèbres et les nouvelles sur la politique. Considérant ce résultat à la lumière de la constatation voulante que ces thèmes occupent pratiquement 60 % de l'ordre du jour des médias d'information, on peut avancer qu'ils contribuent grandement au renforcement des stéréotypes. Inversement, si les nouvelles portant sur l'économie ou la politique étaient rapportées de façon moins stéréotypée, leur contribution à un contenu de nouvelles équitable en matière de genre serait transformationnelle.

À l'exception des reportages sur les jeunes filles, les nouvelles abordant le thème « social/juridique » comportaient la proportion la plus élevée (8 %) de reportages qui contestaient les stéréotypes. Cependant, ce thème n'occupe que 9 % de l'espace dans les actualités.

Toutes les régions ont progressé au cours des cinq dernières années quant à la proportion de reportages qui contestent clairement les stéréotypes. L'Amérique latine mérite une mention spéciale pour son excellent rendement alors qu'elle mène dorénavant comme région affichant le pourcentage le plus élevé de reportages qui contestent les stéréotypes (13 %, après une quadruple augmentation depuis 2005). Le Moyen-Orient mène toutes les régions, avec la proportion la plus élevée de reportages qui renforcent les stéréotypes (81 %), suivie de l'Afrique à 77 %.

Voir table 40

Un total de 7 % des reportages présentés par des femmes contestent les stéréotypes, en comparaison avec 4 % des reportages présentés par des hommes. Par ailleurs, 35 % des reportages présentés par des journalistes féminines renforcent les stéréotypes, comparativement à 42 % de ceux qui sont présentés par des hommes. Ces statistiques démontrent une disparité fondée sur le sexe dans les manières de rapporter les nouvelles; la probabilité que les reportages présentés par des femmes journalistes contestent les stéréotypes est plus élevée que celle de

voir les reportages des hommes contester les stéréotypes. Les reportages présentés par des femmes sont également moins susceptibles de renforcer les stéréotypes que ceux qui sont présentés par des hommes.

Voir table 41

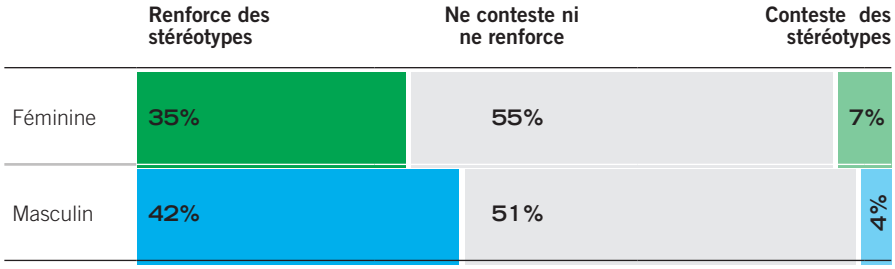
À l'exception de l'Amérique du Nord, la disparité de genre dans les modèles de reportages est manifeste dans la ventilation régionale des données, particulièrement aux Caraïbes et au Moyen-Orient. Ainsi, aux Caraïbes, les reportages présentés par les femmes sont presque cinq fois plus susceptibles que les reportages présentés par les hommes de contester les stéréotypes sexuels, alors qu'au Moyen-Orient ils sont sept fois plus susceptibles de le faire. Visiblement, les reportages par des femmes journalistes sont beaucoup moins susceptibles de renforcer les stéréotypes que ne le sont les reportages réalisés par des reporters masculins. En Amérique du Nord, on constate bien peu de différence entre les reportages des femmes et des hommes journalistes.

Voir tables 42 et 43

Les modèles de reportages dans les nouvelles qui contestent clairement les stéréotypes sont similaires à ceux que l'on observe dans les reportages mettant en lumière des dimensions d'(in) égalité des sexes. Les reportages axés spécifiquement sur les femmes, qui traitent notamment de la participation des femmes à l'économie, des femmes au pouvoir sur le plan politique et de contrôle des naissances sont plus susceptibles de contester les stéréotypes que les reportages qui portent sur des thèmes dont on présume erronément qu'ils ont une incidence égale sur les femmes et les hommes, comme la politique, l'économie, la défense nationale et le commerce. En réalité, ces sujets ont des répercussions démesurées sur les femmes.

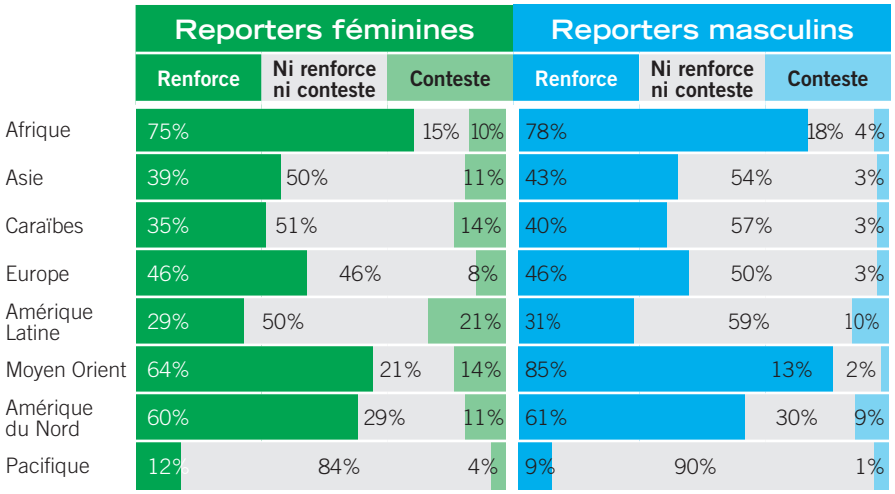
Des proportions élevées de reportages sur la paix (64 %), le développement (59 %), la guerre (56 %) et la violence sexiste (56 %) renforcent les stéréotypes sexuels. La majorité de nouvelles sur des sujets importants comme l'éducation (63 %) ou le droit de la famille (63 %) semblent neutres, ne contestant, ni ne renforçant les stéréotypes. Cependant, cette soi-disant neutralité est un leurre qui sert à perpétuer les préjugés sexistes subtils ou que l'on ne met pas en question, exacerbant ainsi les effets des reportages stéréotypés sur la consolidation de la discrimination.

41. Stéréotypes sexuels dans les reportages, selon le sexe du reporter. 2010.



* Une comparaison avec la recherche de 2005 n'est pas possible due aux efforts faits dans la méthodologie de 2010 pour augmenter le niveau de précision et de clarté sur la question se rapportant à cet indicateur.

42. Stéréotypes sexuels dans les reportages, selon le sexe du reporter, par région. 2010.



43. Stéréotypes sexuels dans les sous-thèmes des reportages: 2010.

Thème	Renforce des stéréotypes	Ne conteste ni ne renforce	Conteste des stéréotypes
Evolution des relations homme-femme, des rôles et des rapports entre les sexes au foyer et en dehors du foyer	42%	15%	43%
La participation des femmes au processus économique (travail informel, emploi rémunéré, chômage, travail non payé)	36%	22%	42%
Actualités sur la jeune fille, y compris attitudes et pratiques culturelles ayant un impact sur elle, éducation, santé, exploitation économique, violence (seulement si le reportage concerne la jeune fille)	20%	46%	33%
Relations familiales, conflit entre générations, parents célibataires	21%	47%	32%
Contrôle des naissances, fécondité, stérilisation, amniocentèse, interruption de grossesse	49%	22%	30%
Le rôle des femmes dans la politique et la prise de décisions (local, régional, national)	38%	33%	29%
Droits humains, droits de la femme, droits de l"enfant, droits des homosexuels, des minorités	47%	29%	24%
Droit et codes de la famille, droit de la propriété, droits et coutumes de succession	16%	64%	21%
Médias y compris les médias nouveaux (ordinateurs, Internet), représentation par les médias des hommes et/ou de femmes, pornographie	31%	52%	17%
VIH-SIDA, fréquence, politique, traitement, personnes affectées	38%	46%	16%
Les femmes en tant que candidates aux élections (local, régional, national)	38%	47%	15%
Violence contre les enfants, violence sexuelle contre les enfants, trafic, négligence	44%	43%	13%
Mouvements, activisme, événements, manifestations, plaidoyer etc. en faveur de la femme	26%	61%	13%
Concours de beauté, mannequins, mode, aides de beauté, chirurgie cosmétique	58%	29%	13%
Religion, culture, tradition, controverses, enseignements, festivités, pratiques particulières	52%	38%	9%
Violence contre la femme, féminicide, harcèlement sexuel, violence domestique, viol, trafic, mutilation génitale	56%	35%	9%
Economie rurale, agriculture, pratiques et politiques agricoles, droits agraires	45%	46%	9%
Autres sujets touchant à la criminalité et à la violence	57%	34%	9%
Nouvelles, naissances, mariages, décès, nécrologies de célébrités, personnalités importantes, royauté	52%	40%	8%
Autres événements politiques et gouvernementaux	54%	38%	8%
Autres sujets concernant des personnalités, les arts, les médias	41%	51%	8%
Migrations, réfugiés, demandeurs d"asile, conflit ethnique, intégration, racisme, xénophobie	35%	57%	7%
Crimes violents, meurtres, rapt, enlèvement, voies de fait, violence liée aux stupéfiants	52%	41%	7%
Émeutes, manifestations, troubles publics	36%	58%	6%
Science, technologie, recherche, financement, découvertes, développements	41%	53%	6%
Pauvreté, logement, bien-être social, aide aux nécessiteux	49%	46%	5%
Education, prise en charge des enfants, jardins d"enfants, préscolaire à université, éducation des adultes, alphabétisation	32%	63%	5%
Paix, négociations, traités (local, régional, national)	64%	30%	5%
Autres sujets sociaux ou juridiques	31%	64%	5%
Crise économique, sauvetage gouvernemental, rachat et fusion d"entreprises	49%	47%	4%
Guerre, guerre civile, terrorisme, violence sous l'égide de l'État	56%	40%	4%
Arts, loisirs et divertissements, cinéma, théâtre, livres, danse	49%	47%	4%
Sports, manifestations sportives, équipements, entraînement, politiques, financement	49%	47%	4%
Autres événements économiques	39%	57%	4%
Catastrophe, accident, famine, tremblement de terre, inondation, ouragan, crash aérien, accident de la circulation	48%	49%	4%
Médecine, hygiène, santé, sécurité, handicaps, recherche médicale, financement (hors VIH-SIDA)	39%	58%	3%
Politique étrangère/internationale, relations avec d"autres pays, négociations, traités, le maintien de la paix par l'ONU	44%	53%	3%
Environnement, nature, pollution, réchauffement général, écologie, tourisme	46%	50%	3%
Autres politiques nationales/gouvernement (local, régional, national) élections, discours, le processus politique	45%	52%	3%
Transport, trafic, routes	36%	61%	3%
Politiques, stratégies, modèles économiques (au niveau national, international)	53%	44%	3%
Problèmes de développement, ressources durables, développement communautaire	59%	38%	3%
Système juridique, système judiciaire, législation (hormis famille, propriété et héritage)	44%	53%	3%
Autres questions liées au travail grèves, syndicats, négociations sociales, emploi, chômage	52%	46%	3%
Indicateurs et statistiques économiques, affaires, commerce, bourses des valeurs	36%	61%	3%
Questions de consommation, protection de consommateur, réglementation, prix, fraudes	36%	62%	3%
Autre sujet	58%	39%	2%
Défense nationale, dépenses, entrainements et défilés militaires, sécurité nationale	46%	52%	2%
Autres épidémies, virus, contagions, vache folle, grippe, pneumonie atypique	41%	57%	2%
Crimes non violents, versement de pots de vin, vol, trafic de stupéfiants, corruption (y compris corruptions et pratiques politiques irrégulières)	52%	46%	2%
Autres sujets concernant la science ou la santé	45%	54%	1%
Partenariats mondiaux	42%	57%	1%
Moyenne mondiale et total N	**46%**	**49%**	**6%**

*Pas montré: les statistiques pour la réponse 'ne sait pas'

Le genre, les médias et les droits humains des femmes

Droits : Les militants en faveur de médias justes en matière de genre avancent que les droits humains et les droits des femmes sont relativement invisibles dans le contenu des nouvelles grand public[1]. La recherche GMMP s'est donnée comme objectif de vérifier dans quelle mesure les journalistes exploitaient les occasions que présentaient les reportages de rehausser la conscientisation à l'égard des instruments juridiques mis en place et destinés à protéger les droits humains et les droits des femmes.

La recherche a révélé que seulement 10 % des reportages ayant fait l'objet de monitorage citaient ou faisaient référence aux instruments juridiques locaux, régionaux ou internationaux pertinents relatifs à l'égalité des sexes et/ou aux droits humains.

Ces résultats suggèrent qu'un très grand nombre de reportages ratent l'occasion de sensibiliser le public au sujet des instruments édictés pour protéger les droits humains, les droits des femmes ou l'égalité des sexes, ce qui soutient la conclusion évoquant la relative invisibilité des droits dans le contenu des actualités grand public.

Voir table 44

Le Moyen-Orient et l'Amérique du Nord ont produit les proportions les plus élevées de reportages faisant référence aux instruments relatifs à l'égalité des sexes, aux droits humains ou aux droits des femmes (cités dans plus de 20 % des reportages). Les nouvelles dans le Pacifique et en Amérique latine affichaient les proportions les plus faibles, à 2 et 5 % respectivement.

Les résultats en Amérique latine méritent qu'on s'y attarde, à la lumière du rendement exemplaire de la région relativement à d'autres indicateurs de pratique journalistique ayant fait l'objet de monitorage dans le GMMP. C'est en effet cette région qui présente la plus grande proportion de reportages qui contestent les stéréotypes sexuels et de reportages qui mettent de l'avant les questions d'(in)égalité des sexes. Quoiqu'il n'existe aucune corrélation directe entre les indicateurs, le fait d'évoquer les dispositions juridiques relatives aux droits humains pourrait avoir pour effet de rehausser la sensibilisation sur les recours juridiques dans les situations où émergent la discrimination ou l'injustice, y compris l'injustice fondée sur le genre.

Les objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) : Les huit objectifs du Millénaire pour le développement ont été adoptés en l'an 2000, comme cadre servant à guider le développement jusqu'en 2015, l'année où les objectifs devraient être atteints. L'objectif global vise à réduire de moitié la pauvreté absolue de l'ensemble de la planète, l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes recoupant chacun des objectifs[2]. Cependant, le paradigme de développement des OMD a fait l'objet de critiques féministes sur plusieurs fronts, parmi lesquels le défaut d'intégrer les dimensions sexospécifiques aux huit objectifs[3]. La recherche du GMMP a tenté de cerner, sous l'angle du genre, les modèles de reportages médiatiques sur les questions relatives aux OMD.

Pour ce qui est de l'indicateur relatif aux médias attentifs aux questions de genre, la recherche a démontré que seulement 8 % des reportages sur la pauvreté sont principalement axés sur les femmes, alors que ce chiffre atteint 9 % pour les reportages sur l'éducation, 39 % sur le VIH et le SIDA, 4 % sur l'environnement et 19 % pour les reportages sur un partenariat mondial (les OMD 1, 2, 6, 7 et 8 respectivement).

En fonction d'un second indicateur – la mesure dans laquelle les reportages mettent en évidence l'inégalité des sexes – la recherche a révélé que seulement 3 % des reportages sur la pauvreté, 2 % sur l'éducation, 25 % sur le VIH et le SIDA, 3 % sur l'environnement et 1 % sur le partenariat mondial mettent en évidence les questions d'(in)égalité.

Pour ce qui est d'un troisième indicateur – le fait de contester clairement les stéréotypes sexuels – l'étude à démontré que seulement 5 % des reportages sur la pauvreté, 5 % sur l'éducation, 16 % sur le VIH et le SIDA, 3 % sur l'environnement et 1 % sur le partenariat mondial contestaient clairement les stéréotypes sexuels.

Voir table 45

Des cinq OMD sélectionnés, on a observé que les reportages sur le VIH et le SIDA sont les plus sensibles aux questions de genre dans le contexte des statistiques moyennes mondiales recueillies lors du GMMP.

Il est fort probable que ces résultats encourageants découlent de l'accent placé sur les dimensions sexospécifiques du VIH et du SIDA, y compris le travail accompli pour favoriser les reportages sur le VIH et le SIDA qui tiennent compte des dimensions de genre. Parallèlement, il se peut que les médias aient aussi été proactifs dans la mise en évidence des questions de

44. Reportages qui font référence aux instruments relatifs à l'égalité des sexes, aux droits humains ou aux droits des femmes. 2010.

Région	% reportages
Afrique	13%
Asie	8%
Caraïbes	9%
Europe	9%
Amérique Latine	5%
Moyen Orient	22%
Amérique du Nord	21%
Pacifique	2%
Moyenne mondiale	**10%**

45. Résultats du GMMP 2010 relativement aux objectifs du Millénaire pour le développement sélectionnés.

% des reportages dans lesquels les femmes occupent une position centrale	
OMD 1. Pauvreté	8
OMD 2. Éducation	9
OMD 6. VIH-SIDA	39
OMD 7. Environnement	4
OMD 8. Partenariats mondiaux	19
% de reportages qui mettent en évidence l'(in)égalité des genres	
OMD 1. Pauvreté	3
OMD 2. Éducation	2
OMD 6. VIH-SIDA	25
OMD 7. Environnement	3
OMD 8. Partenariats mondiaux	1
% de reportages qui défient les stéréotypes des genres	
OMD 1. Pauvreté	5
OMD 2. Éducation	5
OMD 6. VIH-SIDA	16
OMD 7. Environnement	3
OMD 8. Partenariats mondiaux	1

genre dans les reportages sur le VIH et le SIDA, en réponse à la sensibilisation accrue de l'ensemble du public sur cette question. Voilà qui semble suggérer certaines ouvertures, à la fois pour les médias et pour l'ensemble de la société civile qui souhaitent examiner la faible compréhension des OMD du point de vue de l'égalité des sexes : peut-être est-ce l'occasion de mettre de l'avant les préoccupations liées au genre que suscitent les OMD dans le débat public entourant ces questions.

Observations de Nidya Pesántez Calle

Les nouvelles et la création de la pensée

Une réflexion sur le rôle des médias dans la construction des imaginaires sociaux – c'est-à-dire les valeurs, les institutions et les lois communes à une société donnée – exige l'examen du pouvoir des médias de masse ainsi que leur capacité d'influencer la pensée sociale et de façonner les comportements.

Le pouvoir des médias est issu d'éléments qui sont en fait les deux côtés d'une même médaille : le premier, la capacité des médias de présenter leurs « vérités » comme des vérités absolues et le second, l'aptitude limitée des auditoires à confronter et à questionner les messages que véhiculent les médias.

Lorsque les auditoires lisent un journal, regardent un bulletin d'information télévisé ou écoutent un radio-journal, ils admettent généralement ce qui est présenté comme la « vérité ». La mesure de cette acceptation est inversement proportionnelle au niveau de connaissances de la personne ou de la société. Autrement dit, plus la personne ou la société possède de connaissances sur sa réalité, son environnement et plus sa vision du monde est solidement ancrée, moins elle acceptera les informations diffusées par les médias comme la « vérité ». En revanche, moins une personne ou une société possède de connaissance sur ses réalités, plus elle sera susceptible d'accepter la représentation de la « vérité » que lui proposent les médias.

Malheureusement, les individus et les collectivités d'aujourd'hui puisent à peu de sources de savoir et d'information sur la réalité qui les entoure. Nous accordons moins de temps aux interactions interpersonnelles qui pourraient nous aider à mieux nous comprendre nous-mêmes, nous lisons moins de livres et nous passons moins de temps à apprendre de la nature. Nous sommes devenus plus dépendants des médias pour comprendre la vie et pour saisir nos propres réalités.

Ce qui est présenté dans les médias de masse se transforme progressivement et rapidement en *vérité*. En d'autres mots, le contenu se métamorphose pour devenir la « réalité » qui nous entoure, même si cette « réalité » est bien loin de nos quotidiens et même si elle est composée de faits intentionnellement sélectionnés, concentrés et médiatisés par les rédacteurs-réviseurs ou les directeurs de l'information. De ce point de vue, les messages produits et diffusés par les médias de masse s'entremêlent aux événements de nos vies quotidiennes, constituant un cadre de référence, de réflexion et de conceptualisation de ce qui est réel, engendrant au bout du compte notre vision du monde a l'égard de « l'idéal » social.

Examinons trois données statistiques émanant du quatrième GMMP, 31 ans après la ratification de la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDAW) en 1979. Seulement 24 % des gens dans les informations sont des femmes, bien que les femmes représentent au moins la moitié de l'humanité; seulement 13 % des nouvelles sont principalement axées sur les femmes et 46 % des reportages, un nombre ahurissant, renforcent les stéréotypes sexuels. La preuve recueillie démontre que les médias d'information soutiennent un imaginaire social qui exclut les femmes et exerce de la discrimination à leur égard. Or, il est notoire que l'exclusion et la discrimination sont les piliers de la subordination.

La pensée en action : comportements et habitudes

La manière dont les médias représentent la réalité normalise l'exclusion des filles et des femmes; elles demeurent en périphérie de l'actualité en dépit du fait que depuis des décennies, les femmes se sont intégrées aux espaces publics autrefois strictement réservés aux hommes. Par exemple, la plus grande souplesse entourant le travail a mené les femmes aux emplois rémunérés à l'extérieur du foyer, en plus du travail non rémunéré qu'elles effectuent à la maison. Les espaces publics sont les lieux où se produisent les événements couverts par les actualités.

Les comportements sociaux, les actions et les attitudes sont régis par le « sens commun » de masse – *l'imaginaire social*. Compte tenu du

rôle que joue l'information injuste et déséquilibrée sur le plan du genre comme élément constitutif du maintien et du renforcement d'un imaginaire social qui est discriminatoire à l'égard des femmes, qui les exclut et qui les subordonne, nous adopterons subséquemment et dans une même mesure des comportements, des actions et des attitudes qui sont discriminatoires, qui excluent et qui subordonnent.

Lorsque l'on perçoit indument que les femmes représentent à peine le quart de l'humanité, comme l'indique la statistique de 24 % liée à la présence des femmes dans les informations, il en découle logiquement une représentation médiatique qui omet de revendiquer spécifiquement en leur nom. En outre, si les questions relatives aux inégalités des sexes ne sont pas évoquées dans les enjeux importants de l'actualité, le résultat est manifeste : les actions et les préoccupations entourant l'inégalité sont reléguées au second rang de l'ordre du jour public.

Le fait que les hommes et les femmes soient représentés sous l'angle de stéréotypes sexuels a une incidence sur les comportements, les actions et les attitudes de la société, ce qui produit à son tour un impact sur le développement sociétal ainsi que sur l'actualisation de l'égalité des sexes et des droits des femmes. Par exemple, les filles et les femmes auront moins d'occasions que les garçons et les hommes d'accéder à l'éducation, pour différentes raisons liées aux stéréotypes. On s'attend à ce qu'une étudiante qui devient mère abandonne ses études pour accomplir son devoir maternel, particulièrement si personne d'autre ne peut prendre soin de l'enfant. Les normes à l'égard des étudiants qui deviennent pères sont différentes – ils sont libres de compléter leurs études, de trouver un emploi et de poursuivre leur parcours de vie. Entre-temps, la jeune mère jouit de minces possibilités de trouver un emploi convenable, alors qu'elle doit assumer le rôle de soutien financier auprès de son enfant en dépit du fait que ce rôle ne s'inscrit pas dans le stéréotype.

L'imaginaire social perçoit que l'espace public est strictement réservé aux hommes, les femmes étant des envahisseuses qui accaparent des espaces qu'elles ne devraient pas occuper, faute de connaissances, de capacités et de qualité morale. En vertu de ce paramètre, le fait qu'une femme soit violée dans l'espace public ne soulève aucun tollé à l'échelle sociale. Elle se voit contrainte de démontrer que son comportement précédant la violation adhérait au stéréotype féminin, respectant les attentes sociétales.

La marginalité des femmes dans les médias d'information – qu'elle soit due à leur relative absence du contenu, au type de nouvelles que l'on perçoit comme méritant d'être disséminées ou encore au rôle qu'elles jouent dans le contexte de l'information – illustre bien leur importance ou pertinence minimale dans la sphère médiatique et publique. De telle sorte que si les femmes subissent de la violence au foyer, le comportement social ne répudie pas la personne qui agresse, mais tente plutôt de cerner la « raison » ayant motivé l'incident.

Le fait de persister à renforcer un tel comportement humain nous éloignera davantage de la voie du développement, de la démocratie, de la justice et de la paix. Le changement n'est possible que si nos imaginaires sont transformés. Des pas de géant doivent être franchis pour instaurer des messages médiatiques qui favorisent une compréhension alternative de nos sociétés, une compréhension qui confère plus de pouvoir tout en étant plus équitable.

Récapitulation des résultats

Un total de 13 % de tous les reportages est centré spécifiquement sur les femmes.

Il s'agit d'un changement considérable si on compare ce chiffre aux 10 % de la recherche en 2005. Sous trois des thèmes majeurs, on ne constate aucune amélioration depuis 2005 quant à l'éventualité que les reportages soient particulièrement axés sur les femmes. Les exceptions se situent sous «politique/gouvernement », où les femmes sont le centre de 13 % des reportages, en comparaison avec 8 % en 2005; sous le thème « sciences/santé », où l'on observe une augmentation de 6 % en 2005 à 16 % en 2010, et dans les reportages sur « l'économie », où le taux augmente de 3 à 11 %.

Seulement 6 % des reportages mettent de l'avant des questions d'égalité ou d'inégalité des sexes.

Cependant, on constate une légère amélioration depuis 2005, alors que 4 % des reportages évoquaient ou comportaient des commentaires sur l'inégalité ou l'égalité des sexes. Les résultats démontrent un changement remarquable en Amérique latine, où le nombre de tels reportages a triplé depuis 2005.

En Afrique, en Europe et en Amérique latine, l'incidence de reportages qui soulèvent des enjeux relatifs à l'(in) égalité des sexes est plus élevée chez les femmes reporters que chez leurs homologues masculins. En revanche, les reportages présentés par les reporters masculins dans les Caraïbes sont deux fois plus susceptibles de mettre en lumière l'(in)égalité que ceux des reporters féminines.

Quelque 46 % des reportages renforcent les stéréotypes sexuels, presque huit fois plus que les histoires qui contestent ces stéréotypes (6 %).

Plus de 50 % des reportages sur la « criminalité » renforcent les stéréotypes, suivis de près par les nouvelles portant sur les « célébrités » ou la « politique ». Le fait que deux de ces thèmes occupent une large part de l'ordre du jour des nouvelles implique leur incidence démesurée sur le renforcement des stéréotypes.

De tous les thèmes abordés, les reportages « sociaux/juridiques » contestent plus souvent les stéréotypes que les reportages sur tout autre sujet. La faible priorité accordée à ce thème dans les médias diminue son impact général sur l'augmentation de contenu de nouvelles dénué de stéréotypes.

Les reportages présentés par les femmes journalistes sont manifestement plus susceptibles que ceux qui sont soumis par les hommes de contester les stéréotypes et ils sont également moins susceptibles de renforcer les stéréotypes que ceux des hommes.

Quelque 7 % des reportages présentés par des femmes contestent les stéréotypes, par rapport à 4 % des reportages soumis par des hommes. Un total de 35 % des reportages présentés par les femmes reporters renforcent les stéréotypes, comparativement à 42 % de ceux des hommes. Pour ce qui est de cet indicateur, les statistiques révèlent une disparité de genre dans les tendances de reportage.

Dans l'ensemble, les médias d'information de toutes les régions ont progressé dans la diffusion de nouvelles qui contestent les stéréotypes. Le changement le plus impressionnant est survenu en Amérique latine, où de tels reportages ont plus que quadruplé au cours des cinq dernières années. L'Amérique latine compte désormais la proportion la plus élevée de reportages qui contestent les stéréotypes (13 %), alors que le Moyen-Orient présente le pourcentage le plus élevé (81 %) de nouvelles qui renforcent les stéréotypes.

Un très grand nombre de reportages sur la paix (64 %), le développement (59 %), la guerre (56%), et la violence sexiste (56 %) renforcent les stéréotypes sexuels.

La majorité de nouvelles sur des sujets importants comme l'éducation (63 %) ou le droit de la famille (63 %) semblent neutres, ne contestant, ni ne renforçant les stéréotypes. Cependant, cette soi-disant neutralité est un leurre qui sert à perpétuer les préjugés sexistes subtils ou que l'on ne met pas en question, exacerbant ainsi les effets des reportages stéréotypés sur la consolidation de la discrimination.

Parmi cinq objectifs du Millénaire pour le développement (OMD) sélectionnés, les reportages sur le VIH et le SIDA étaient les plus sensibles aux sexospécificités, par rapport à la moyenne mondiale.

Un examen rigoureux des reportages sur les questions liées aux OMD, notamment la pauvreté, l'éducation, le VIH et le SIDA, l'environnement et le partenariat mondial (les OMD 1, 2, 6, 7 et 8 respectivement) révèle que les nouvelles sur le VIH et le SIDA sont les plus sensibles aux sexospécificités par rapport à la moyenne mondiale de la recherche du GMMP. Une comparaison des résultats relatifs à trois indicateurs – les nouvelles où les femmes occupent une place centrale, les nouvelles qui mettent en lumière l'égalité des sexes et les reportages qui contestent les stéréotypes sexuels – sous les cinq sujets démontre des résultats positifs exceptionnels dans les nouvelles abordant le VIH et le SIDA. Il est fort probable que ces résultats encourageants découlent de l'accent placé sur les dimensions sexospécifiques du VIH et du SIDA, y compris le travail accompli pour favoriser les reportages sur le VIH et le SIDA qui tiennent compte des questions de genre. Parallèlement, il se peut que les médias aient aussi été proactifs dans la mise en évidence des questions de genre dans les reportages sur le VIH et le SIDA, en réponse à la sensibilisation accrue de l'ensemble du public sur cette question. Voilà qui semble suggérer certaines ouvertures, à la fois pour les médias et pour l'ensemble de la société civile qui souhaitent examiner la faible compréhension des OMD du point de vue de l'égalité des sexes : peut-être est-ce l'occasion de mettre de l'avant les préoccupations liées au genre que suscitent les OMD dans le débat public entourant ces questions.

Seulement 10 % des reportages citent ou font référence aux instruments juridiques pertinents à l'échelle locale, nationale, régionale ou internationale en matière d'égalité des sexes et/ou de droits humains.

Ces résultats suggèrent qu'un très grand nombre de reportages ratent l'occasion de sensibiliser le public au sujet des instruments édictés pour protéger les droits humains, les droits des femmes ou l'égalité des sexes, ce qui soutient les observations de groupes travaillant dans le domaine des communications ou sur le genre au sujet de la relative invisibilité des droits humains/des femmes dans le contenu de l'information grand public.

1 Analyse lors de la rencontre de consultation mondiale de la WACC sur le genre et les médias, Le Cap, 2008.

2 Objectifs du Millénaire pour le Développement. Rapport 2008. Nations Unies.

3 Voir par exemple l'essai de Carol Barton dans Women's movements and gender perspectives on the Millennium Development Goals, dans *Civil society perspectives on the Millennium Development Goals*. PNUD.

5. Qui Figure Dans Les Nouvelles Du Cyberespace?

Les nouvelles Internet le 10 novembre 2009 '

Introduction

Les actualités sur l'Internet représentent un ajout essentiel au GMMP, à la lumière de l'importance croissante du Web comme média d'information. Si les fermetures de journaux dans certains pays en faveur de leurs versions en ligne sont un indicateur fiable, l'Internet remplace les médias traditionnels d'information dans les pays technologiquement avancés.

Les recherches actuelles se sont penchées sur la manière dont les femmes utilisent les technologies de l'information et des communications (TIC) pour créer leurs propres nouvelles ou pour favoriser la mobilisation politique, à la fois à l'échelle locale et transnationale[1]. D'autres études ont émis des critiques féministes à l'égard des structures de l'industrie des médias et des TIC qui atteignent une envergure mondiale, y compris leur rôle dans le renforcement des relations de pouvoir reposant sur le patriarcat et le capitalisme au sein de la société[2]. Cependant, il semble exister un vacuum quant au travail empirique sur le genre dans les nouvelles sur l'Internet; la recherche préparatoire au GMMP a décelé un seul travail publié sur le genre dans le contenu des nouvelles en ligne, un rapport de recherche portant sur trois sites Web d'information situés aux États-Unis[3]. Le projet pilote sur le monitorage des nouvelles Internet faisant partie du quatrième GMMP pourrait s'avérer la première recherche interculturelle sur le genre dans les nouvelles en ligne. Le projet répond à la question de la mesure dans laquelle les nouvelles en lignes reproduisent les modèles liés au genre représentés et dépeints dans les médias conventionnels.

Afin de concevoir l'étude, il importait de commencer par comprendre la structure de l'Internet et du contenu des nouvelles sur le Web.

D'emblée, il faut reconnaître qu'il existe de grandes divergences entre les pays du Nord et les pays du Sud quant à l'accès à l'Internet et aux TIC. Cette inégalité de diffusion et d'adaptation des produits TIC et de l'accès à l'Internet identifiée comme « la ligne de démarcation numérique », opère à la fois entre et au sein des pays et se manifeste selon des facteurs liés à la géographie, au sexe, à la race et à la classe. Quoiqu'on ait beaucoup écrit sur la manière dont les TIC approfondissent les inégalités entre les pays industrialisés et les pays en développement, la « ligne de démarcation numérique » est aussi courante dans les pays technologiquement avancés, où l'utilisation de l'Internet ne fait toujours pas partie du quotidien de nombreux citoyens[4]. Dans plusieurs régions du monde, particulièrement en Afrique et en Amérique latine, l'utilisation de l'Internet n'est pas répandue; les auditoires des médias d'information comptent sur les médias traditionnels pour recevoir leurs nouvelles[5]. En outre, il persiste un débat entourant l'écart entre les sexes quant à l'accès aux TIC et à leur utilisation.

Il convient ici d'énoncer quelques mises en garde sur le caractère novateur du contenu des nouvelles sur l'Internet. L'avènement de l'Internet a suscité les visions d'un monde futuriste caractérisé par la production et le partage démocratiques des nouvelles et de l'information. Les possibilités de créer du contenu généré par les utilisateurs, particulièrement par les femmes, pour faire la promotion de points de vue équilibrés en matière de genre dans les communications ont été accueillies favorablement par bon nombre de personnes[6]. La réalité entourant le contenu des nouvelles sur l'Internet s'est avérée passablement moins transformative. Déjà, en l'an 2000, on notait que « le journalisme en ligne est un outil moderne pour diffuser de l'information traditionnelle »[7]. Même à l'ère du contenu généré par les utilisateurs et des sites de « médias sociaux » comme Twitter et Facebook, les maisons d'information et les agences de presse traditionnelles dominent l'offre de nouvelles et d'information. Cela suggère que le contenu et la consommation de l'Internet, malgré son potentiel de transcender les contextes nationaux, demeurent étonnamment locaux. Selon Thorsten Quandt, « Le Web n'est pas aussi 'mondial' qu'on le croit, du moins en matière de nouvelles. Le contenu est très limité par le contexte national traditionnel et les intérêts (auxquels on s'attend) des utilisateurs[8]. Par surcroit, alors que le contenu des nouvelles sur les sites Web sont parfois produits initialement pour le Web, certains

moniteurs de l'Internet du GMMP ont constaté que le contenu était plus ou moins identique aux nouvelles paraissant dans les versions imprimées de ces publications.

C'est donc dans ce contexte que le projet pilote était introduit et que la méthodologie de monitorage a été élaborée. L'étude était conçue pour réaliser le monitorage de fournisseurs majeurs de nouvelles Internet dans certains pays sélectionnés, où la connectivité à l'Internet et son utilisation étaient élevées.

Méthodologie de monitorage des nouvelles sur l'Internet

Les moniteurs de 25 pays ont été invités à participer au projet pilote de monitorage des nouvelles sur l'Internet. Les pays avaient été sélectionnés en fonction de l'accès élevé à l'Internet par habitant tel que consigné dans le Rapport mondial sur le développement humain des Nations Unies publié en 2009. Le nombre réel de pays participants se situe à 16. Les sites de nouvelles internationales codés couvraient toutes les régions du monde.

46. Pays participants et nombre de sites Web de nouvelles ayant fait l'objet de monitorage.

Chine	5
Japon	5
Malaysia	4
Taiwan	5
Jamaïque	3
Autriche	3
Danemark	6
Estonie	5
Allemagne	4
Pays-Bas	1
Norvège	3
Suède	7
Islande	5
Australie	8
Nouvelle-Zélande	6
Canada	6
Médias internationaux	8

Seuls les sites Web majeurs diffusant des nouvelles locales ou nationales ont été sélectionnés pour fins de codage – parmi lesquels plusieurs étaient associés à d'importantes boîtes d'information dans chacun des pays. Pour ce qui est des réseaux mondiaux qui fournissent des nouvelles internationales et des nouvelles intérieures à leurs pays d'origine, les moniteurs des pays en question ne codaient que les pages Web de nouvelles internationales ou intérieures. Le contenu des fils de presse, des sites d'information spécialisée, des blogues ou des distributeurs de nouvelles n'était pas codé.

Compte tenu des fréquents changements apportés au contenu en ligne au cours d'une journée, alors que les nouvelles sont mises à jour, remplacées ou archivées, les coordinateurs des équipes de monitorage ont pris des décisions sur le moment où le codage devait avoir lieu. Ces décisions étaient fondées sur la connaissance contextuelle comme les habitudes moyennes de la population relativement aux nouvelles ou aux profils d'accès aux nouvelles en ligne, ou encore sur le moment de la journée où le contenu des nouvelles était téléchargé vers le serveur. Les moniteurs ont sauvegardé des captures d'écran et conservé des registres des reportages de sorte à les localiser aisément au cas où le contenu des sites Web serait modifié avant que le codage ne soit terminé.

En général, de 12 à 14 nouvelles ou reportages tirés des pages d'accueil ou de la section des nouvelles des sites Web ont fait l'objet de monitorage. Pour chacun des reportages, on recueillait des informations sur le site Web, sur le reportage (y compris les composantes multimédias), sur les journalistes, sur les gens qui figuraient dans le reportage et on ajoutait une analyse de la nouvelle. Pour chacun des reportages on consignait aussi des renseignements spécifiques sur le site Web d'origine, y compris le nom du site, l'adresse électronique ou l'URL, la date et l'heure à laquelle on y avait accédé et le pays d'origine.

La recherche sur les profils d'utilisation entre les versions imprimées et les versions en ligne de deux journaux néerlandais a révélé bien peu de différences entre la quantité de nouvelles disponibles et la manière dont les utilisateurs d'Internet lisaient et retenaient les nouvelles (D'Haenens et al. 2004). Bien qu'il y ait eu plus d'articles en ligne, leur taille réduite signifiait que la quantité totale de nouvelles était plus grande dans les versions imprimées. L'un des éléments significatifs réside dans la manière dont les nouvelles en ligne permettent aux lecteurs de choisir l'ordre dans lequel ils accéderont aux reportages et dans la quantité de temps qu'ils prennent pour lire la première page : la page d'accueil des nouvelles électroniques comportait plus d'information que la première page des versions imprimées. La page d'accueil permettait aux lecteurs de fureter et de cliquer sur les nouvelles qui captaient leur attention, qu'ils lisaient par la suite en tout ou en partie, avant de retourner à la page d'accueil. Ceci étant, le guide de monitorage des nouvelles sur l'Internet du GMMP classifie l'endroit où sont placés les reportages sous différentes « couches » en fonction de là où se situe la nouvelles sur le site Web. Les articles de la page d'accueil sont sur la première couche, ceux qui sont situés à un clic de souris sont sur la deuxième couche du site Web et ceux qui sont situés à deux clics de souris sont sur la troisième couche. Les reportages situés au-delà de la troisième couche d'un site n'étaient pas codés.

L'ordre du jour des nouvelles sur l'Internet

47. Principaux thèmes dans les nouvelles sur l'Internet. 2010.

	% part	N
Criminalité/violence	25%	267
Politique/gouvernement	21%	226
Économie	19%	199
Personnes célèbres/arts/ médias/sports	14%	150
Social/juridique	9%	100
Sciences/santé	9%	93
Autre	2%	21
Jeune fille*	0%	1
TOTAL	**100%**	**1057**

**indique moins de 1%*

L'ordre du jour des nouvelles sur l'Internet correspond à celui que l'on observe dans les médias traditionnels : les reportages sur la criminalité/la violence, la politique et l'économie dominent les actualités en ligne, occupant respectivement 25 %, 21 % et 19 % de l'espace. Comme c'est le cas des médias conventionnels, les thèmes social/juridique et sciences/santé sont au second plan, n'occupant que 9 % de l'espace.

48. Principaux thèmes des nouvelles sur Internet, selon le sexe des sujets des nouvelles. 2010

	Féminin	Masculin
Personnes célèbres, arts et médias	23%	77%
Politique et gouvernement	17%	83%
Sciences et Santé	33%	67%
Criminalité et violence	22%	78%
La jeune fille	70%	30%
Social et Juridique	32%	68%
Économie	24%	76%
Moyenne mondiale	**23%**	**77%**

La présence des femmes dans les nouvelles en ligne est tout aussi négligeable qu'elle ne l'est dans les nouvelles diffusées dans les médias traditionnels. Seulement 23 % des sujets des nouvelles dans les sites Web échantillonnés étaient des femmes, un résultat qui suggère que la sous-représentation historique des femmes dans les médias d'information traditionnels s'est transposée dans le monde de l'information virtuelle.

Pour tous les thèmes sauf celui de 'la jeune fille' , les femmes représentaient entre 17 % et 33 % des sujets des nouvelles, les reportages sur l'économie comportant la proportion la plus élevée (33 %) et les nouvelles sur les personnes célèbres la plus faible (17 %).

Voir table 49

Les résultats désagrégés selon le sexe portant sur les manières de représenter les sujets des nouvelles comme victimes démontrent qu'elles sont comparables, qu'il s'agisse de « nouveaux » médias ou de médias « traditionnels ». Ainsi, 16 % des femmes sujets des nouvelles en ligne sont représentées comme victimes, en comparaison à 5 % des sujets masculins. Autrement dit, dans les nouvelles en ligne, les femmes sont au moins trois fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme victimes. La proportion est plus élevée qu'elle ne l'est dans les médias traditionnels, bien qu'elle ne soit pas statistiquement significative. Au sein de la catégorie des femmes sujets de nouvelles dépeintes comme victime, 35 % sont victimes de violence domestique, 19 % d'accidents/de catastrophes/de pauvreté et 4 % de violations fondées sur la religion/la culture. Dans la catégorie des sujets des nouvelles de sexe masculin dépeints comme victimes, 28 % sont victimes

49. Représentation des sujets des nouvelles sur Internet comme victimes, selon le sexe. 2010.

	Féminin	Masculin	N
Victime de violence domestique (par l'époux/l'épouse/le partenaire/un autre membre de la famille), de violence psychologique, d'agression physique, de viol marital, de meurtre…	35%	20%	55
Victime d'un accident, d'une catastrophe naturelle, de la pauvreté, de la maladie…	19%	23%	43
Autre victime : la décrire dans la section "Remarques » de la fiche de codage.	15%	13%	29
Victime d'un autre crime tel que vol avec voie de fait, agression, meurtre…	12%	28%	42
Victime d'une discrimination fondée sur le sexe, la race, l'ethnie, l'âge, la religion…	9%	6%	15
Victime de violence sexuelle non domestique et généralement d'abus et de harcèlement sexuels, de viol, de trafic hors du foyer	5%	2%	7
Victime de la guerre, de terrorisme, de vigilantisme, de violences fomentées par l'Etat…	4%	8%	13
Victime de violation fondée sur la religion, la tradition, les croyances culturelles, par exemple mutilation génitale, immolation de la fiancée…	0%	0%	0
Moyenne mondiale et Total N	**16%**	**5%**	**204**

50. Sujets des nouvelles sur l'Internet dans les photos et les composantes vidéo, selon le sexe. 2010..

	Féminin	Masculin	N
Médias internationaux	47%	50%	143
Chine	19%	11%	172
Japon	14%	18%	104
Malaysia	24%	32%	112
Taiwan	22%	20%	183
Jamaïque	29%	16%	69
Autriche	16%	11%	128
Danemark	30%	25%	130
Estonie	30%	39%	103
Allemagne	34%	14%	203
Pays-Bas	0%	13%	20
Norvège	33%	37%	81
Suède	27%	27%	152
Islande	56%	47%	46
Australie	33%	21%	377
Nouvelle-Zélande	6%	10%	220
Canada	18%	13%	280
Moyenne mondiale et Total N	**26%**	**21%**	**2523**

de crime, 23 % d'accidents et 2 % de violence sexuelle non domestique.

Les sujets des nouvelles dans les photos et le multimédia

Les images fixes, les bandes audio, l'animation, les vidéos et tout autre contenu multimédia sont utilisés pour attirer et retenir l'attention des auditoires en ligne. On a demandé aux moniteurs d'indiquer, pour chacun des sujets de nouvelles codés, si la personne était présentée sous une forme visuelle multimédia accompagnant le reportage. Quelque 26 % des femmes sujets de nouvelles paraissaient dans les photos et les clips multimédias, comparativement à 21 % des hommes.

Les résultats démontrent que les sujets des nouvelles dans les sites Web de nouvelles internationales sont représentés dans les contenus multimédias beaucoup plus souvent qu'ils ne le sont dans les sites nationaux. Ce n'est pas étonnant, compte tenu des ressources dont disposent les médias internationaux pour développer, héberger et maintenir un tel contenu. Les éléments multimédias accompagnant les reportages en ligne de portée internationale contiennent presque deux fois plus, voire davantage, de femmes sujets de nouvelles (47 %) et d'hommes sujets de nouvelles (50 %) que la moyenne des autres sites en fonction de cet indicateur.

Bien que l'écart de genre quant aux sujets des nouvelles dans le contenu multimédia soit plutôt faible dans le cas de médias internationaux, cet écart n'existe pas dans les médias d'information en ligne suédois. En effet, les sites de nouvelles suédois contiennent des proportions égales de sujets de nouvelles féminins et masculins (27 %). Le Rapport mondial sur le développement humain des Nations Unies publié en 2009 concède à l'Islande le taux le plus élevé d'utilisateurs Internet par habitant; cependant, il s'agit d'un pays peu populeux, l'un des pays les moins densément peuplés au monde. Bien que les nouvelles sur l'Internet provenant de l'Islande affichaient le nombre absolu le plus faible de sujets de nouvelles dans le contenu multimédia relativement au reste de l'échantillonnage, il s'agit du seul pays où plus de la moitié des femmes sujets de nouvelles (56 %) figuraient dans ce type de contenu.

51. Principaux thèmes des nouvelles sur l'Internet, selon le sexe du reporter. 2010.

	Féminin	Masculin	N
Médias internationaux	31%	69%	45
Chine	31%	69%	45
Japon	15%	85%	13
Malaysia	68%	32%	19
Taiwan	32%	68%	91
Jamaïque	43%	57%	7
Autriche	57%	43%	23
Danemark	34%	66%	59
Estonie	44%	56%	39
Allemagne	40%	60%	20
Pays-Bas	50%	50%	2
Norvège	14%	86%	43
Suède	37%	63%	70
Islande	43%	57%	7
Australie	51%	49%	51
Nouvelle-Zélande	40%	60%	10
Canada	35%	65%	43
Moyenne mondiale et Total N	**36%**	**64%**	**587**

52. Reportages sur l'Internet, selon le sexe du reporter. 2010.

	Féminin	Masculin	N
Social et Juridique	47%	53%	57
Sciences et Santé	45%	55%	56
Politique et gouvernement	42%	58%	125
Économie	36%	64%	88
Criminalité et violence	31%	69%	178
Personnes célèbres, arts et médias	25%	75%	72
La jeune fille	0%	0%	0
Moyenne mondiale et Total N*	**36%**	**64%**	**576**

*Exclue les statistiques pour des reportages classifiés sous 'autres' thèmes

Dans l'ensemble, les femmes sujets de nouvelles étaient présentées plus fréquemment (63 %) que les hommes dans les images et les éléments multimédias et ce, dans 10 des 16 pays qui composaient l'échantillon.

Voir table 50

Les reporters dans les nouvelles en ligne

Seulement 36 % des nouvelles de l'échantillon étaient rapportées par les femmes, alors que les hommes en présentaient 64 %. Ici encore, on témoigne d'une situation comparable à celle des médias traditionnels, où les reportages présentés par des hommes sont plus nombreux que ceux qui le sont par des femmes. Le nombre de nouvelles rapportées par les hommes dépasse celui des reportages soumis par des femmes sous tous les thèmes principaux. Cela est plus particulièrement évident sous les thèmes de l'économie où 64 % des reportages sont présentés par des hommes, de la criminalité/violence (69 % présentés par des reporters masculins) et des personnes célèbres/arts/médias/sports (75 %). Des comparaisons préliminaires aux moyennes mondiales de reporters dans les médias traditionnels démontrent des pourcentages remarquablement plus élevés de reportages en ligne présentés par des femmes sous les thèmes politique/gouvernement et social/juridique : 42 % des reportages traitant de politique sur l'Internet sont présentés par des femmes, comparativement à 33 % de ces reportages à la radio, la télévision ou dans la presse écrite; 47 % des actualités en ligne portant sur le thème social/juridique sont présentées par des femmes, comparativement à 43 % dans les médias traditionnels. Pour le reste des thèmes principaux, à l'exception de sciences/santé, on observe beaucoup moins de reportages en ligne présentés par des femmes par rapport aux hommes que dans les nouvelles à la radio, à la télévision ou dans la presse écrite. Même sous le thème personnes célèbres/arts/médias/sports, seulement 25 % des reportages en ligne sont présentés par des femmes, en comparaison avec la moyenne mondiale qui se situe à 38 % dans les médias traditionnels.

Deux conclusions émergent de ces résultats.

Premièrement, la dominance des reporters masculins dans les médias traditionnels grand public est reproduite dans les nouvelles en ligne et elle est encore plus prééminente dans les nouvelles sur l'économie, la criminalité/la violence et les personnes célèbres.

Une comparaison des résultats à ceux obtenus des nouvelles à la radio, à la télévision et dans la presse écrite dans les mêmes pays révèle une différence statistiquement significative[9]. En effet, 41 % des reportages des médias traditionnels dans les pays participant au projet pilote étaient présentés par des reporters féminines, un contraste marqué par rapport aux 36 % des nouvelles en ligne.

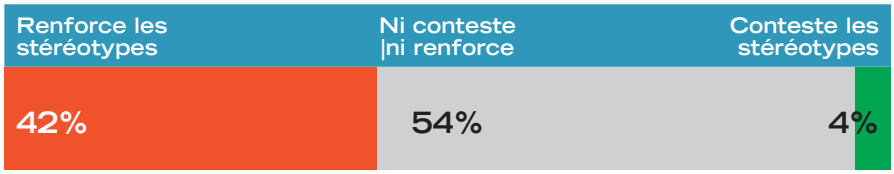
Deuxièmement, les femmes reporters dans les domaines de la politique/gouvernement sont plus susceptibles de voir leurs reportages publiés sur l'Internet que dans les médias traditionnels, si l'on se fie à ce que nous indique l'étonnante différence positive par rapport à la télévision, à la radio et à la presse écrite. Voilà une bonne nouvelle pour les femmes reporters, compte tenu des tendances historiques au déséquilibre alarmant sur le plan du sexe des reporters dans le cadre de reportages sur la politique présentés dans les médias grand public – un thème de première importance à l'ordre du jour des médias.

Voir tables 51 et 52

53. Nouvelles sur l'Internet et stéréotypes sexuels, par thème. 2010.

	Renforce les stéréotypes	Ni conteste ni renforce	Conteste les stéréotypes	N
Social et Juridique	36%	57%	7%	99
Économie	42%	52%	6%	195
Personnes célèbres, arts et médias	40%	54%	6%	148
Politique et gouvernement	46%	51%	2%	220
Sciences et Santé	43%	55%	2%	88
Criminalité et violence	43%	55%	2%	261
Moyenne mondiale et Total N	**37%**	**59%**	**4%**	**1011**

54. Nouvelles sur l'Internet et stéréotypes sexuels. 2010



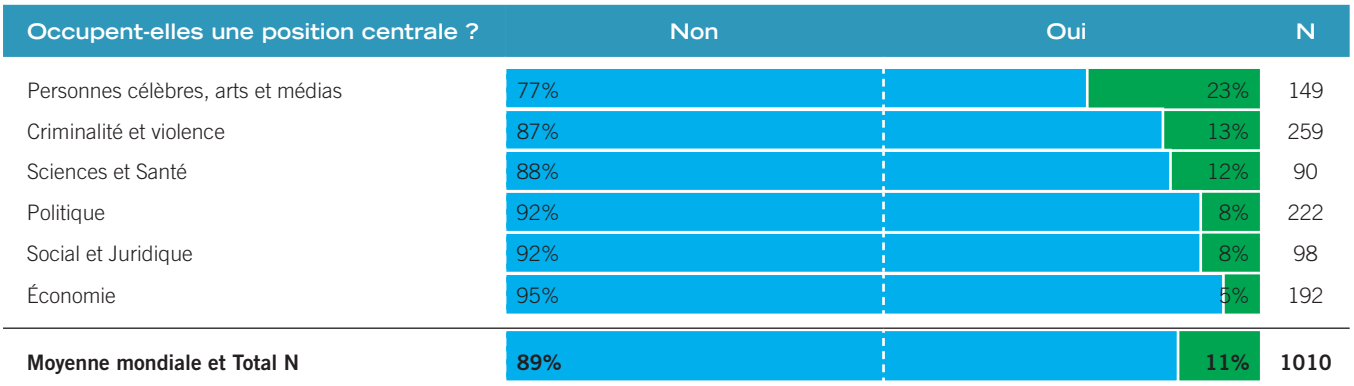
Stéréotypes et marginalité dans les nouvelles en ligne

On a observé que 42 % des reportages en ligne renforçaient les stéréotypes sexuels, alors que seulement 4 % les contestaient et que la majorité (54 %) ne les renforçaient pas plus qu'ils ne les contestaient. Ces résultats font écho à la situation dans les médias traditionnels : dans les deux cas, les reportages sont entre huit et neuf fois plus susceptibles de renforcer les stéréotypes que de les contester.

Voir tables 53 et 54

Parmi tous les thèmes abordés par les nouvelles en ligne, celui de la politique comporte le plus de nouvelles qui renforcent les stéréotypes (46 %), alors que le chiffre le moins élevé (36 %) se rapporte aux histoires qui traitent du thème « social/juridique ». Les reportages sur les sciences/la santé contestent le plus souvent les stéréotypes (7 % des reportages). Les reportages sur les sciences/la santé sont les plus susceptibles de ne pas contester, non plus que de renforcer les stéréotypes : cette caractéristique, comme il était avancé plus tôt, sert à consolider le statu quo, qui plus souvent qu'autrement

55. La place centrale des femmes dans les reportages sur l'Internet. 2010.



est marqué par l'inégalité des sexes et la discrimination qui caractérisent la plupart des sociétés du monde.

Les femmes occupaient la place centrale dans 11 % de l'échantillon de nouvelles en ligne, ce qui est comparable à la situation des médias traditionnels où la statistique est de 13 %. Les reportages dans lesquels les femmes occupent la place centrale sont principalement axés sur des questions qui touchent les femmes de manière distincte, par exemple le chômage chez les femmes. Les femmes occupent le plus fréquemment la place centrale dans les nouvelles relatives au thème personnes célèbres/arts/médias/sports (23 %), tandis qu'elles occupent le moins d'espace central dans les reportages sur l'économie (5 %).

Regard vers l'avenir

L'enjeu qui orientait le projet pilote de monitorage des nouvelles en ligne consistait à savoir si les préjugés sexistes que l'on observait dans la presse écrite, à la radio et à la télévision étaient reproduits dans le contenu des informations sur le Web. Il importait de connaître les incidences particulières des choix que faisaient les rédacteurs et les journalistes composant avec la pression d'attirer et de retenir les auditoires en ligne, auditoires que l'on a décrit tour à tour comme exigeants, difficiles à satisfaire et capricieux. Quels sont les effets sur les dimensions de genre dans les nouvelles en ligne de tous ces compromis visant à raccourcir les reportages en « octets-nouvelles » et de toutes les concessions que nécessite la diffusion sur le Web?

Les résultats démontrent que la situation concernant le genre est tout aussi sombre, sinon davantage, dans les nouvelles en ligne qu'elle ne l'est dans les médias traditionnels. En fait, tous les indicateurs examinés ont produit des résultats qui étaient, à divers niveaux, pires que ceux issus des nouvelles de la presse écrite, de la radio ou de la télévision. Par exemple, en fonction d'un indicateur clé – le pourcentage de reportages présentés par des femmes – la recherche a révélé une différence statistiquement significative entre les reportages diffusés sur Internet et les reportages dans les journaux, à la radio et à la télévision.

Il s'agit d'une constatation alarmante si l'on considère que les sites sélectionnés sont dignes de confiance, liés à des maisons d'information d'envergure et que les pays de l'échantillon sont aux premiers rangs des progrès en matière de TIC, pour ce qui est de la connectivité et possiblement de l'élaboration du contenu. Il se peut que les sites Web d'information soient en quelque sorte une loupe à travers laquelle les préjugés sexistes transmis par les médias d'information traditionnels deviennent encore plus évidents, ce qui soutiendrait une vision du monde qui est préjudiciable à l'égalité et au bien-être des femmes et de la société.

L'ascension rapide de l'Internet au rang des principales sources d'information devrait inciter les tenants de nouvelles équitables sur le plan du genre à agir dès maintenant pour influencer le changement aux pratiques journalistiques en ligne, avant qu'il ne soit trop tard. À cet égard, la sensibilité des sites Web aux évaluations et aux commentaires des utilisateurs crée un point d'entrée. D'aucuns affirment que tout le monde peut devenir « journaliste » sur l'Internet. Le journalisme en ligne professionnel et de qualité établit des normes plus élevées, normes desquelles les promoteurs de l'égalité des sexes, au sein et à l'extérieur des médias, peuvent tirer profit. Quoique les médias traditionnels demeurent la principale source de nouvelles pour bon nombre de personnes, il est essentiel que l'exemple que donnent les fournisseurs de nouvelles sur Internet, particulièrement dans les pays technologiquement avancés, soit marqué par un journalisme en ligne juste et équilibré, perçu comme un idéal auquel on peut tendre et aspirer.

Récapitulation des résultats

▮ Les femmes représentaient seulement 23 % des sujets des nouvelles dans les reportages de sites Web ayant fait l'objet de monitorage.

Cette conclusion suggère que la sous-représentation des femmes dans les médias d'information conventionnels se propage dans le monde de l'information virtuelle.

▮ Un total de 16 % des femmes sujets de nouvelles en ligne étaient décrites comme victimes, par rapport à 5 % des hommes sujets des nouvelles.

Autrement dit, les femmes sont au moins trois fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme victimes dans les nouvelles sur l'Internet.

▮ Quelque 26 % des femmes sujets de nouvelles, comparativement à 21 % des hommes, figuraient sur les photos et les composantes multimédias accompagnant les reportages.

▮ Seulement 36 % des nouvelles de l'échantillon étaient présentées par des femmes, en comparaison avec 64 % qui étaient présentés par des hommes.

Premièrement, si on compare ces résultats avec ceux qui touchent les nouvelles dans les journaux, à la télévision et à la radio dans les mêmes pays, on observe une différence statistiquement significative : en effet, 41 % des reportages des médias traditionnels grand public dans les pays participant au projet pilote Internet étaient présentés par des femmes journalistes, contrairement à 36 % des reportages en ligne.

Deuxièmement, la dominance des reporters masculins dans les médias grand public conventionnels se reproduit dans les informations en ligne et elle est même encore plus prééminente dans les nouvelles touchant l'économie, la criminalité/la violence et les personnes célèbres. Ainsi, 64 % des reportages sur l'économie sont présentés par des hommes, de même que 69 % des reportages sur la criminalité/la violence et 75 % de ceux qui portent sur les personnes célèbres/les arts/les médias/les sports.

Toutefois, 42 % des reportages sur la politique présentés sur Internet le sont par des femmes, comparativement à 33 % dans les médias conventionnels, soit la presse écrite, la radio et la télévision. Voilà une bonne nouvelle pour les femmes reporters, compte tenu des tendances historiques au déséquilibre alarmant sur le plan du sexe des reporters dans le cadre de reportages sur la politique présentés dans les médias grand public – un thème de première importance à l'ordre du jour des médias d'information.

▮ On a jugé que 42 % des nouvelles en ligne renforçaient les stéréotypes sexuels, alors que seulement 4 % les contestaient et que la majorité (54 %) ne faisaient ni l'un ni l'autre.

▮ Les femmes étaient au centre de 11 % des nouvelles en ligne, ce qui est comparable à la situation des médias conventionnels, où le total est de 13 %.

Dans l'ensemble, les différences parfois statistiquement significatives, suggèrent que les nouvelles sur Internet représentent un format sous lequel les préjugés sexistes deviennent non seulement plus visibles, mais aussi plus concentrés qu'ils ne le sont dans les médias traditionnels.

Bibliographie

Burke, Cindy et Sharon Mazzarela, 2008. *A slightly new shade of lipstick': Gendered mediation in Internet news stories.*Women's Studies in Communication, Vol. 31, No. 3. 395-418

D'Haenens, Lee, Nicholas Jankowski et Ard Heuvelman. 2004. *News in Online and Print Newspapers: Differences in Reader Consumption and Recall.* New Media and Society, Vol. 6, No.3, 363-382.

Gajjala, Radhika. 2002. *An Interrupted Postcolonial/Feminist Cyberethnography: Complicity and Resistance in the 'Cyberfield'*. Feminist Media Studies, Vol.2, No.2, 177-193.

Kopper, Gerd G, Albrecht Kolthoff et Andre Czepek. 2000. *Research Review: Online Journalism – a Report on Current and Continuing Research and Major Questions in the International Discussion.* Journalism Studies, Vol.1, No.3, pp.499-512.

Lee, Micky. 2006. *What's Missing in Feminist Research in New Information and Communication Technologies?* Feminist Media Studies, Vol. 6, No.2, 191-210.

Pierce, Justin. 2010. *World Internet Project Report Finds Large Percentage of Non-Users, and Significant Gender Disparities in Going On-Line.* USC Annenberg School for Communication and Journalism, Annenberg Center for the Digital Future.

Quandt, Thorsten. 2008. *(No) News on the World Wide Web? A Comparative Content Analysis of Online News in Europe and the United States.* Journalism Studies, Vol.9, No.5, 717-738.

Somolu, Oreoluwa. 2007. *'Telling Our Own Stories': African Women Blogging for Social Change.* Gender and Development, Vol.15, No.3, 477-489.

Thompson, Margaret E., Katerina Anfossi Gómez, et María Suárez Toro. 2005. *Women's Alternative Internet Radio and Feminist Interactive Communications: Internet Audience Perceptions of Feminist International Radio Endeavour (FIRE).* Feminist Media Studies, Vol.5, No.2, 215-236.

Programme des Nations Unies pour le développement, PNUD. 2008. *Rapport mondial sur le développement humain 2007-2008*. http://hdr.undp.org/fr/rapports/mondial/rmdh2007-2008/

1 Somolu, 2007; Thompson et al., 2005; Gajjala, 2002.

2 Lee, 2006.

3 Burke & Mazzarella, 2002.

4 Pierce, 2010:1 citant Jeffrey I. Cole, the World Internet Project,University of Southern California-Annenberg.

5 PNUD, 2008.

6 Somolu, 2007.

7 Kopper et al. 2000: page 500.

8 Quandt

9 La différence est statistiquement significative selon un intervalle de confiance de 95 %.

6. Études De Cas

On a demandé aux moniteurs de classifier les reportages qu'il serait intéressant de soumettre à une analyse du genre plus approfondie, selon une matrice comportant quatre catégories de stéréotypes.

Les « stéréotypes flagrants » sont définis comme ceux où les femmes et les hommes sont représentés dans des rôles stéréotypés, notamment les femmes en tant qu'objets sexuels ou encore les hommes comme hommes d'affaires puissants. Les stéréotypes flagrants sont abondants dans les médias de masse, tout comme dans les médias d'information.

Les « stéréotype subtils » ne sont pas toujours aisément identifiables; ils renforcent les notions de « féminité » et de « masculinité » de sorte à les « normaliser » : par exemple quand on fait référence à « l'angoisse maternelle » et non de celles des deux parents, par rapport à la perte d'un enfant. On peut également citer en exemple ces articles faisant allusion aux femmes sur la base de relations personnelles étrangères au sujet de l'intrigue : par exemple, lorsque l'on fait référence à une femme ministre du gouvernement en évoquant qu'elle est « l'épouse de » quelqu'un.

Les reportages « sans référence au genre » et les occasions manquées sont des articles qui auraient pu être rehaussés en y intégrant un plus vaste échantillon de points de vue ou en mettant en lumière les incidences distinctes sur les femmes et les hommes. Ce sont des reportages où l'on observe un manque d'équilibre de genre quant aux sources de référence ou qui sont dépourvus d'une perspective de genre, là où il aurait été possible d'en mettre une de l'avant.

En dernier lieu, les reportages attentifs aux questions de genre où sont contestés les stéréotypes et où est encouragé le débat sur des questions liées au genre. Certains articles de cette catégorie montreront un équilibre de genre quant à leurs sources de référence ou ils démontreront ou discuteront de la manière dont un enjeu aura des répercussions différentes sur les femmes et les hommes. D'autres reportages porteront une attention spécifique aux dimensions de genre, présentant des préoccupations particulièrement importantes dans le contexte de l'égalité des sexes.

Les études de cas de cette section ont paru dans les nouvelles du 10 novembre 2009.

Il est révélateur que dans l'ensemble, les reportages qui renforcent les stéréotypes aient été beaucoup plus facilement repérables que les reportages qui contestent les stéréotypes, comme l'ont rapporté les moniteurs.

Le fait que la plupart des articles contestant les stéréotypes proviennent de l'Amérique latine confirme les données statistiques qui révélaient une plus grande prévalence de tels reportages dans cette région, par rapport aux autres régions du monde.

56. Cadre de classification des études de cas du GMMP*

1. Stéréotype flagrant	2. Stéréotype subtil
Articles ou images où les femmes sont représentées dans des rôles stéréotypés, tels qu'en tant que victimes ou objets sexuels.	Articles ou images encourageant la perception traditionnelle des rôles familiaux des femmes et publics des hommes, les faisant paraître « normaux », comme dans le cas de l'angoisse maternelle, et non de celles des deux parents, par rapport au sort ou au comportement d'un enfant.
Articles ou images où les hommes sont représentés jouant des rôles stéréotypés tels que ceux de leaders ou d'hommes d'affaires experts.	Articles faisant allusion aux femmes sur la base de relations personnelles étrangères au sujet de l'intrigue; comme par exemple, lorsqu'il est fait allusion à une femme ministre du culte comme étant l'épouse de quelqu'un.
3. Occasions manquées/ Sans référence au genre (GB – [Gender-blind])	**4. Attentif/ve aux questions de genre**
Articles où l'on observe un manque d'équilibre (donc, de diversité) quand aux sources de référence, et où l'on ne fait connaître qu'une seule perspective sur un sujet.	**4A.** Articles et images où sont mis en cause des stéréotypes, et où est encouragé le débat sur des questions liées au genre dans la perspective des droits humains, tel que dans le cas des femmes pilotes ou des hommes dispensateurs de soins.
Articles dépourvus d'une perspective de genre dans le cadre d'affaires quotidiennes telles que les élections ou le budget, dépouillant les récits de perspectives nouvelles et intéressantes, comme par exemple, l'impact négatif des coupures de subventions pour les femmes pauvres.	**4B.** Articles montrant un équilibre de genres quant à leurs sources de référence; où il est fait état de différentes perspectives et différents impacts sur femmes et hommes, y compris par le biais de données disperses sur le genre; par exemple, combien de femmes et combien d'hommes bénéficient de certains genres de subventions; quels usages sont faits de ces subventions, et les différentes conséquences d'éventuelles coupures de ces dernières.
	4C. Avec une attention spécifique au genre: Articles concernant l'inégalité entre hommes et femmes; structures ; processus; campagnes visant à promouvoir l'égalité des genres, comme les barrières ('plafonds de verre') dans certaines professions.

* Ce cadre de classification des études de cas a été adapté d'après le système Genre et Médias (GEM), développé par Gender Links pour l'étude de ligne de base Southern Africa Gender and Media.

1. Reportages affichant des stéréotypes flagrants

Titre: « Des photos torrides d'Angie posant avec des condoms dans la bouche font planter le Web »

Pays: Chili

Source: *La Cuarta*, Tabloïd, Une et page 17

La Cuarta
25 AÑOS
EL DIARIO POPULAR
Santiago, martes 10 de noviembre de 2009. Año XXIV, Nº 8.499
www.lacuarta.cl
Meta de Huachipato busca apoyo virtual
NERY VELOSO PIENSA PÁG. 23 LLEGAR VÍA FACEBOOK A LA SELECCIÓN DEL PUEBLO
Segundo cómputo está de thriller
¡CABROS DE CALLE 7 PASAN RAJADOS A LA PUNTA EN EL COPIHUE DE ORO! PÁG. 18
En internet postulan foto donde mordisquea un condón como imagen del Año
CACHONDEO DE ANGIE HACE HERVIR A CALIFAS
PÁG. 17
HIJA DE LA QUINTRALA: "ME DA ASCO PENSAR EN ELLA". PÁG. 7
2.100
SE QUIEREN COMER VIVO A DT DEL SOLAR PÁG. 12
FALTA QUE PARE EL PURO OSO COMINOLA PÁG. 8
$250

Résumé : Angie est la fille d'une propriétaire de maison close chilienne fort connue et soupçonnée de faire la traite de personnes. Angie est devenue célèbre en raison de sa mère et parce qu'elle est la vedette d'une téléréalité. L'article rapporte que des photos d'elle adoptant des positions suggestives ont été affichées sur le site Web *Califas* – homme à femmes – par un amateur et qu'elles sont suscité tellement de trafic sur le Web que le site est tombé en panne. Les photos sont reproduites à la une du journal et à la page 17, accompagnées de manchettes aguichantes.

Analyse : Le titre de cet article à la une du tabloïd est accompagné de diverses photos qui sont reproduites avec l'article à l'intérieur du journal. L'ascension de la jeune fille comme vedette de téléréalité est attribuée de manière assez discutable à son identité comme fille d'une maquerelle notoire au Chili, qui a écrit un livre sur sa carrière et qui est devenue une célébrité dans les médias populaires. Dans le contexte de cet article, la jeune fille est représentée, à la fois visuellement et dans le texte, comme un autre produit de la carrière de sa mère. Dans la manchette du haut, on y fait référence en l'identifiant comme la « mini recrue », ridiculisant la petite taille de la jeune fille et dégradant les femmes qui sont sexuellement exploitées par les entrepreneurs/exploiteurs du sexe comme sa mère.

Les images elles-mêmes dépeignent une jeune fille adoptant des positions provocantes et sensuelles, contribuant au stéréotype voulant que les femmes soient de simples objets sexuels. La féminité-objet-sexuel est une ressource fréquemment utilisée dans les publicités chiliennes pour accroître les cotes d'écoute des émissions de télé et pour attirer des lecteurs de journaux où l'on présente sans censure toutes sortes d'images séduisantes.

Dans la colonne latérale côtoyant les photos, on trouve des gros plans des nouveaux participants à la téléréalité d'Angie sous la manchette : « Nouvelles histoires dans le peloton! ». D'ores et déjà, tout devrait être clair : cette représentation sensationnaliste et sexualisée du corps d'une jeune femme, sous le couvert d'une nouvelle sur un site Web tombé en panne, n'est dans les faits qu'une énorme publicité pour une émission de téléréalité.

Conclusion : Dans le monde de la « téléréalité » et de « l'infodivertissement », où le sexe est utilisé pour vendre les nouvelles, les lignes qui démarquent les nouvelles et la publicité sont de plus en plus ténues. Dans cet univers de miroirs déformants, les notions fictives à l'égard des femmes sont couvertes d'un voile de vérité à propos des célébrités, qui personnifient faussement la réalité.

Titre : « Un homme tue sa femme et sa belle-mère, toutes deux enceintes, avant de tenter de se suicider à Florencia de San Carlos »

Pays : Costa Rica

Source : Canal 7- *Telenoticias*, nouvelles télévisées.

Résumé : Le journaliste, sur les lieux d'un double homicide à San Carlos, présente le reportage comme ceci : « Un homme de nationalité nicaraguayenne s'est présenté chez un voisin où il a retrouvé sa femme et sa belle-mère, la première enceinte de 7 mois et la deuxième de neuf mois et sur le point d'accoucher. Il les a tuées toutes les deux avec un couteau qu'il a enlevé à un enfant qui pelait une orange dans l'entrée de la maison. Après avoir tué ces deux personnes, il a attenté à ses jours avec une machette. » Après cet énoncé, le reporter interviewe un ambulancier paramédical qui fait référence à « lui » comme le coupable alors que défilent à l'écran des images vidéo d'un homme dans l'ambulance. Puis, le reporter interviewe un enfant, le principal témoin, en l'identifiant comme un « jeune homme », alors qu'il s'agit plutôt d'un jeune garçon. Ensuite, un autre homme, un chauffeur de taxi présente sa version et une voisine fournit plus de détails sur ce qui s'est produit. Tout au long du reportage, on fait référence au meurtrier en le nommant « l'homme » et aux femmes comme « victimes de violence intrafamiliale (ou domestique) » et on parle du meurtre comme de « l'acte sanglant ».

Analyse : Il s'agit du premier reportage des nouvelles et il est d'une durée de cinq minutes. Le reportage est axé sur la description de l'acte, sans en évoquer le contexte ou la cause. On fait référence aux deux femmes enceintes simplement comme les victimes et on souligne que 30 femmes ont été assassinées en 2009 à l'issue de « violence intrafamiliale ou domestique », diminuant la gravité de la violence en détournant l'attention de sa nature sexospécifique. Pendant ce temps, l'acte lui-même n'est pas dénoncé non plus qu'analysé et aucune interrogation, aucun débat ou aucune explication au sujet de la mort de ces femmes ne sont présentés.

L'utilisation des termes « violence intrafamiliale ou domestique » sert à masquer la nature sexospécifique de la violence : il s'agit d'un femicide, de l'assassinat de femmes en raison de leur sexe et il est rendu possible par les stéréotypes similaires que la société et les médias perpétuent sur les femmes comme des êtres soumis, inférieurs et dociles. La violence sexiste est dans une large mesure nourrie de stéréotypes à propos de la masculinité et de la féminité. Toute discussion de ces questions est complètement omise de ce reportage, même s'il dure cinq minutes.

En plus d'identifier le présumé meurtrier comme « Nicaraguayen » dès le début et vers la fin du reportage, un sous-titre apparaît à l'écran affirmant : « Un Nicaraguayen attaque deux femmes à la machette ». L'accent placé sur la nationalité du présumé meurtrier contribue à perpétuer la xénophobie au Costa Rica. En outre, le fait d'évoquer la nationalité crée implicitement une distance entre le crime et la société costaricaine et infère que de tels actes sont en réalité « étrangers ».

Dans les images présentées à l'écran, on voit les corps des femmes couverts par une bâche et on entend des commentaires explicites des témoins sur ce qui s'est produit. La femme qui témoigne décrit avec force détails que l'homme agissait comme s'il poignardait « des morceaux de viande ». Un homme décrit ce qu'il a vu sans émotions. La manière détachée, presque clinique, dont ces détails lugubres sont décrits dénote un manque de respect à l'égard de la dignité et du souvenir des femmes qui font l'objet du sensationnalisme avec lequel on traite la violence sexiste dans le style du reportage. À un certain moment, les incohérences dans la façon du reporter de raconter les événements traduisent la tentative d'ajouter des éléments sensationnalistes à l'histoire : alors que l'on affirme au départ que l'homme à tué les deux femmes avec un couteau qu'il aurait enlevé à un jeune garçon qui pelait une orange dans l'entrée de la maison, on énonce plus tard que l'homme a tenté de se trancher la gorge avec la même machette qu'il a utilisée pour assassiner les femmes. De tels reportages, qui affichent des images horribles et obscènes des cadavres des victimes de femicides ne servent qu'à perpétuer la violence à l'égard des femmes.

Conclusion : Les femmes qui ont souffert de violence sexiste sont fréquemment doublement victimisées : la première fois, aux mains de ceux qui commettent la violence envers leurs corps et la seconde fois, par le truchement de reportages insensibles et contraires à l'éthique qui rapportent la violence avec sensationnalisme.

Titre : « Une nouvelle loi interdisant la prostitution : Madrid; une vitrine pour la prostitution »

Pays : Espagne

Source : Tele 5, télévision

Résumé : Ce reportage télévisé comporte deux histoires distinctes qui sont présentées simultanément afin d'approfondir l'impact du thème de la prostitution à Madrid. Le premier reportage informe l'auditoire d'une nouvelle loi mise en vigueur par la municipalité de Grenade, interdisant la prostitution dans les limites de 200 mètres des résidences, des écoles et des commerces, sous peine d'amendes au client comme à la personne qui se prostitue. La voix du présentateur de nouvelles est remplacée par celle d'une femme reporter qui fait état du nouvel édit municipal alors que la caméra montre une série d'images filmées de loin où l'on observe des femmes qui « font la rue ». On interviewe trois hommes. Bien que le reportage ne les identifie pas, deux des hommes semblent résider dans des zones où l'industrie du sexe est florissante et ils doutent du fait que la loi change quoi que ce soit. Le troisième homme semble par son langage et son apparence être un politicien. On ajoute à la fin du reportage qu'une section additionnelle de la législation exige que tous les marchands ambulants qui font de la vente au détail possèdent une licence et on affiche des images de policiers masculins s'adressant à des gens qui emballent des boîtes sur le coin des rues. Le reportage cède le pas au deuxième récit, avec ces mots d'introduction de la part du présentateur de nouvelles : « À n'en pas douter, Madrid est une véritable vitrine de sexe… ». Suivant cette introduction, on explique que les femmes et les transsexuels qui pratiquent la prostitution dans des zones isolées courent de très grands risques. Le récit débute par une voix masculine qui explique qu'il est minuit à la *Casa de Campo* (un grand parc urbain dans la ville de Madrid).

Analyses : La juxtaposition de ces deux récits distincts mais reliés est révélatrice de la pratique journalistiques des salles de nouvelles télévisées et de l'hypocrisie du traitement masculiniste réservé aux problèmes sociaux, comme celui de la sécurité et des droits des travailleurs et travailleuses du sexe. Premièrement, les opinions présentées au sujet de la nouvelle loi dans le premier reportage

sont exclusivement offertes par des hommes. Deuxièmement, l'inclusion de prises de vues éloignées de femmes qui font la rue est teintée de voyeurisme. On ne demande à aucune des femmes représentées de donner leur point de vue sur la manière dont la nouvelle loi les touchera. Et il n'est pas certain que ces femmes soient en réalité des travailleuses du sexe. On fournit peu de détails sur les incidences de la loi, apparemment destinée à freiner la prostitution tel que l'ont demandé les propriétaires, sur les droits économiques des petits vendeurs qui n'ont rien à voir avec la prostitution, ou sur les impacts de la loi sur les travailleurs du sexe qui opèrent dans la rue.

Dans le second reportage, le problème de la prostitution à Madrid est verbalement associé aux « femmes de diverses nationalités » contrôlées par la mafia, alors que l'on affiche des images de femmes Noires ou qui semblent latino-américaines. La loi aura pour effet direct de forcer les travailleurs du sexe à exercer leur commerce dans des endroits isolés de la ville, loin des immeubles et des rues éclairées, ce qui les placera dans des situations encore plus risquées. Or, plutôt que d'établir clairement ce lien, on y fait référence implicitement en soulignant la « ghettoïsation croissante de la prostitution ».

Lorsque les travailleurs du sexe sont enfin interviewés, il fait nuit. Les interventions verbales sont présentées sans révéler les visages des interlocuteurs. Les téléspectateurs entendent une voix rauque, probablement celle d'un travailleur du sexe transsexuel, qui raconte que les hommes viennent la nuit pour se « décharger » et qu'ils poursuivent « gaiement leurs mariages au petit matin ». Pendant ce temps, la caméra affiche des gros plans de lèvres et de décolletés. Sous prétexte de discuter des risques auxquels font face les travailleurs du sexe qui circulent dans les endroits isolés de la ville pour trouver des clients, le reportage affiche un véritable festival d'anatomie féminine.

Le dernier segment du reportage évoque les femmes du centre de Madrid, où les « prostituées sud-américaines, sub-sahariennes et asiatiques » travaillent, « fréquemment sous le contrôle de la mafia », alors qu'encore ici, la voix d'un travailleur du sexe qui semble masculine raconte les histoires qu'elle a entendues à propos de viols et de violence à l'égard des « filles africaines » et combien les risques sont élevés dans les sections isolées de la ville. Néanmoins, la personne interviewée explique qu'elle peut faire beaucoup d'argent en clarifiant les conditions auprès des clients masculins.

Conclusion : L'auditoire est laissé sous l'impression que les véritables problèmes liés à la violence, à l'exploitation sexuelle et économique et à la discrimination sexiste à l'égard des travailleurs du sexe relèvent du domaine des criminels, « des étrangers clandestins » et des désespérés. Le reportage semble inférer que ces problèmes ne touchent pas les « vraies » femmes espagnoles légitimes et qu'ils ne sont pas la responsabilité des hommes espagnols qui ont recours aux services des travailleurs du sexe. Parallèlement, les travailleurs du sexe espagnols (les voix entendues ne proviennent que de transsexuels ayant un accent espagnol) sont représentés comme s'ils étaient autonomisés et conscients de leurs droits alors qu'on dit des étrangers, qui ne sont pas interviewés, qu'ils sont vulnérables. Bien que l'on tente d'appliquer des solutions juridiques élaborées de manière étroite aux problèmes sociaux associés à la prostitution, la gravité du problème est restreinte par l'imagerie utilisée. Même si l'on prétend à une certaine sollicitude, les voix des personnes qui sont réellement touchées par la situation ne sont pas prises au sérieux. Du double message issu du contraste entre la gravité de la situation et l'imagerie sensationnaliste et sexuellement explicite, il semble que si l'on se fie à ce reportage, la prostitution n'est prise au sérieux que dans la mesure où elle fournit un matériel qui satisfait aux fantasmes que génèrent les corps féminisés. Cela renforce la permissivité accordée à la clientèle masculine de la prostitution espagnole, tout en rejetant le blâme pour la violence à l'égard des travailleurs du sexe sur les travailleurs sans-papiers ou sur les réseaux organisés de traite de personnes.

Titre de l'article : « Clara la pourfendeuse. Elle a jeté la tête de sa victime dans un puits de ventilation »

Pays : Hongrie

Source : *Bors*, journal

Résumé : L'article est extrait d'un ouvrage écrit pas l'une des reporters travaillant à ce journal. Au-dessus de l'article, on trouve une brève publicité intitulée « Les avocats du diable, 3e partie, Les femmes devenues des meurtrières ». L'article publicitaire affiche la couverture du livre et une photo de la journaliste accompagnée d'un avocat célèbre, un vieil homme. Selon cet article, l'auteure a été touchée que l'une des personnes qu'elle avait interviewées, une femme qui avait tué son mari abusif, se rende au lancement du livre. Cependant, l'introduction au véritable récit laisse clairement entendre qu'il ne s'agit que d'une occasion de publicité visant à augmenter la vente du bouquin.

Le reportage lui-même raconte brièvement l'histoire d'une femme, faisant usage de drogues, qui a été victime d'un viol collectif commis par son narcotrafiquant et plusieurs de ses amis masculins, et la manière dont elle a plus tard – toujours sous l'influence des drogues – tué et mutilé cet homme. Le récit est raconté de son point de vue, il est court et il ne décrit que ces deux gestes. La femme conclut qu'elle ferait la même chose aujourd'hui à quiconque la violerait, même si elle n'était pas sous l'influence de drogues. La photo qui accompagne l'article montre le visage de la femme. Son nom paraît à la fois dans la manchette et la légende accompagnant l'article. On trouve à côté de la photo de la femme, un couteau ensanglanté, ce qui sert à amplifier l'effet de choc et d'horreur.

Analyse : Bien que le reportage conteste les stéréotypes voulant que les femmes soient nourricières plutôt que meurtrières, sa culpabilité est mitigée par le fait qu'elle était sous l'influence de drogues. Le récit présente la femme comme un être irrationnel, incapable de freiner ses passions. En dépit du fait que cette histoire aurait pu être présentée de sorte à mettre en évidence la question plus vaste de la violence sexuelle qui ne se limite pas aux individus en cause, cet angle est totalement ignoré au profit d'une focalisation sur Clara.

Conclusion : La présentation sensationnaliste de cette histoire ne permet aucune considération de la complexité de ce phénomène ou aucune réfutation des stéréotypes sexuels. Les associations de femmes en Ukraine ont mis sur pied plusieurs projets mettant en évidence les liens entre l'emprisonnement des femmes pour des crimes violents et la violence qu'elles avaient subie de la part de leurs partenaires masculins. Les enquêtes, les entrevues et les groupes de soutien mutuel ont souligné toute la complexité de la problématique : les hommes ne font face à pratiquement aucune punition ou restriction d'accès dans le cas où ils sont des partenaires violents; les autorités et la société font presque toujours fi de la violence et les femmes ne reçoivent aucun soutien de la part de ces autorités. Les femmes qui tuent leurs abuseurs reçoivent des peines sévères, puisque le système de justice pénale reconnaît et punit le meurtre sans reconnaître ni punir la violence sexuelle ou la violence sexiste.

Titre : « Une fillette de 5e année donne naissance à un enfant à BanshKhali »

Pays : Bangladesh

Source : Dainik Azadi, journal

Résumé : L'article porte sur une étudiante de 5e année ayant donné naissance à un enfant dans un hôpital local. La fillette est devenue enceinte après qu'elle eut été agressée sexuellement par son professeur. L'article affirme que le professeur avait entretenu pendant un an une « relation immorale » avec l'enfant. Il l'avait attirée en lui offrant de l'aider à se préparer aux examens d'école primaire. Aucune action n'a été entreprise à l'encontre du professeur en dépit du fait que les habitants avaient signalé la situation aux autorités.

Analyse : La manchette – *Une fillette de 5e année donne naissance à un enfant à BanshKhali* – est sensationnaliste et semble suggérer que la jeune fille est sexuellement active. Tenant compte de l'ensemble du contexte sociétal où l'accès à l'éducation est historiquement biaisé en faveur des garçons, ce type de représentation est issu de stéréotypes sur la jeune fille. Il renforce possiblement les attitudes traditionnelles qui découragent l'éducation de la jeune fille. En réalité, la grossesse de l'enfant résulte du viol par son professeur, une personne en situation de pouvoir et d'autorité sur elle. Le reportage aurait pu être axé sur ce crime et le défaut des autorités à protéger l'enfant et à prendre les mesures adéquates envers le professeur.

Quoique le reportage ne nomme pas la jeune fille, il fournit des renseignements sur son adresse, le nom de son école et de l'hôpital où elle a été traitée. La photo qui accompagne le récit nous montre la jeune fille tenant son enfant, bien que son visage soit brouillé. En fournissant des détails sur la jeune fille qui permettent de l'identifier assez facilement, le reportage place la jeune fille et sa famille à risque de subir encore plus de représailles sociales.

Conclusion : Par le langage et les photos utilisés, ce reportage tente de représenter la jeune fille comme si elle pratiquait la promiscuité sexuelle. On y renforce de manière flagrante les stéréotypes négatifs à l'égard de la jeune fille et en ne protégeant pas sa vie privée, on la place à risque de subir encore plus de stigmatisation.

Titre : *Dino je veČsa 12 godina ranio oca, a sa 16 je na majku krenuo nožem* (« À 12 ans, Dino blesse son père et à 16 ans, il attaque sa mère avec un couteau »)

Pays : Croatie

Source : *VeČernji list*

Résumé : Le reportage qui paraît dans la section du journal portant sur la criminalité et la violence, décrit le meurtre d'une mère par son fils. L'auteur tente d'être perçu comme très précis puisqu'il n'emploie que des données et des faits clairs et nets. Dans la première phrase de l'article, le journaliste affirme que : « Lors d'une des nombreuses querelles dues à l'abus d'alcool, le style de vie négligeant et lascif de Silvana Babić (46 ans) a tragiquement pris fin ce dimanche. Son fils Dino (22 ans) l'a battue à mort avec une statuette et l'a étranglée avec une cravate de soie.» Après la description de la manière dont le crime a été commis, l'article raconte que le père du garçon a quitté la maison il y a 18 ans et que le garçon a attiré l'attention des policiers une première fois quand il était intervenu dans une querelle entre ses parents alors qu'il n'avait que 12 ans. Le reportage précise aussi que le garçon a commencé à frapper sa mère en juin, parce « qu'elle amenait plusieurs hommes à l'appartement ».

Analyse : Des nombreux adjectifs utilisés pour qualifier la mère (négligente, lascive, alcoolique), en plus des descriptions du comportement violent du garçon, le récit suggère implicitement que le style de vie de la mère est responsable de sa mort. Il s'agit d'une représentation qui suggère implicitement que le meurtre puisse être justifié par le style de vie de la mère. Il n'y a aucun commentaire positif à l'égard de la mère assassinée. Cela tend à éradiquer l'empathie des lecteurs envers la victime. Sans effort d'analyse approfondie, le reportage s'articule autour et reconstruit des stéréotypes sur la maternité et la vie familiale voulant que les femmes soient de mères, des nourrices et des épouses responsables. Une mère qui boit et qui adopte la promiscuité dévie de la perception sociétale qui règne et qui prescrit la manière dont une mère doit se comporter.

Conclusion : Dans le cadre social où évoluent les médias, on s'attend en général à ce que les femmes soient passives, mariées et des mères responsables. Celles qui contestent ces attentes sont perçues comme des femmes qui expriment une féminité déviante. Le reportage présente la victime comme une personne ayant adopté un style de vie marqué par la promiscuité avant qu'elle ne soit assassinée. Tout cela suggère que les mères déviantes sont probablement à condamner lorsque leurs enfants deviennent des toxicomanes ou qu'ils commettent des crimes.

2. Reportages affichant des stéréotypes subtils

Titre : « Comment éduquer les enfants »

Pays : Mexique

Source : *Hechos AM*, Radio

Résumé : Ce reportage traite du débat entourant la responsabilité partagée entre les hommes et les femmes quant à l'éducation des enfants.

Analyse : Même si le reportage affirme que le fait d'élever des enfants est une responsabilité que partagent les hommes et les femmes, l'utilisation de sources d'information desquelles découlent les points de vue présentés sur le sujet est en soi une forme subtile de stéréotype : seules les femmes sont consultées sur le rôle des parents dans l'éducation des enfants. L'une des sources est une « mère au foyer », l'autre étant une experte en développement de l'enfant.

Le fait qu'une mère engagée à temps plein dans le travail à la maison soit présentée comme une figure d'autorité sur la question d'élever des enfants semble renforcer la notion que le domaine des femmes est la sphère domestique et que leur responsabilité première est de prendre soin des enfants.

Les femmes qui font partie de la main-d'œuvre rémunérée et celles qui partagent les responsabilités du soin des enfants avec des partenaires et des membres de la famille ne sont pas consultées. Cette situation fait fi de la réalité de nombreuses femmes qui travaillent à des horaires doubles, au foyer et à l'extérieur de celui-ci. De plus, le reporter ne consulte pas les hommes, un groupe qui assument de plus en plus de responsabilités relatives au soin des enfants au cours des dernières années à la suite du virage s'étant produit quant à la division du travail selon le sexe.

Le fait que des expertes soient présentées comme sources d'information dénote un certain progrès. Cependant, le choix des personnes interviewées renforce le stéréotype lié au champ d'expertise professionnelle des femmes (les rôles de genre traditionnellement conférés aux femmes). L'interview d'un expert masculin aurait contribué à réfuter ce stéréotype.

Conclusion : Bien qu'il importe que les voix des femmes soient entendues dans les médias, le choix des sources peut transmettre un message sexospécifique sur un sujet donné. L'absence de voix masculine sur ce thème implique que le soin des enfants ne les concerne pas et ce, même si les hommes assument en réalité de plus en plus de responsabilités à cet égard. Le stéréotype subtil, renforcé par la sélection des sources, sert à miner le message et la perspective de cet article, soit que les femmes et les hommes sont tous deux responsables d'élever et d'éduquer les enfants.

Titre : « Berlin évoque le triomphe de la liberté : Les dirigeants du monde, anciens et actuels, se réunissent dans la capitale allemande pour célébrer la 'révolution pacifique qui a changé le monde' »

Pays : Espagne

Source : *Las Provincias,* Journal, Section internationale, page 29.

Résumé : Cet article de journal décrit les cérémonies officielles, dont la chancelière Angela Merkel était l'hôtesse, marquant le 20e anniversaire de la chute du mur de Berlin. L'article mentionne que devant la porte de Brandebourg, la soirée mettait en vedette des chansons de Placido Domingo et des allocutions des leaders actuels des puissances alliées ayant occupé l'Allemagne après la Seconde Guerre mondiale : Gordon Brown de la Grande-Bretagne, Dimitri Medvedev de la Russie, Nicolas Sarkozy de la France et la secrétaire d'État américaine Hillary Clinton. Des citations tirées des discours de Gordon Brown et la vidéo d'une allocution du président Barack Obama, absent lors de l'événement, étaient suivis de citations de Merkel et du président actuel de

Internacional

Berlín evoca el triunfo de la libertad

l'Allemagne, Horst Köhler rendant hommage à l'ex-chancelier Helmut Kohl, Mikhaïl Gorbatchev et George Bush père, pour leur rôle dans la « révolution pacifique » hors du communisme.

Analyse : Dans cet article, la transmission de stéréotypes sexuels est subtile mais visible. Premièrement, seulement deux femmes sont mentionnées parmi les noms de huit ou neuf hommes, un biais qui reflète la plus grande présence des hommes en politique, ce qui n'est manifestement pas la faute du journaliste. Cependant, l'article est truffé de représentations plus subtiles des stéréotypes sexuels : alors que Merkel est nommée comme l'hôtesse principale de la cérémonie, à titre de chancelière de l'Allemagne, elle n'est citée qu'après Gordon Brown et Barack Obama. Cela semble être lié davantage à son sexe qu'à son poste de chancelière. En outre, on décrit Merkel en termes émotifs, en affirmant « qu'elle se joint à la mélodie » et qu'elle prononce un « discours émotif ». Merkel est représentée tenant un parapluie, entre Sarkozy et Medvedev qui apparemment ne tiennent pas de parapluie et qui semblent stoïques sous la pluie. On peut toutefois lire cette image différemment : Merkel tient son propre parapluie alors qu'il peut sembler que les deux hommes comptent sur leurs assistants pour s'abriter de l'averse. D'autres stéréotypes sexuels abondent : il est décrit qu'Hilary Clinton « déroge à la rigidité du protocole » de la cérémonie largement dominée par les hommes en présentant un message vidéo d'Obama en son absence. Clinton elle-même n'est pas citée. La description de l'arrivée du président allemand Köhler, escorté de soldats suggère la rigidité militaire. En dernier lieu, bien que le président rende hommage aux « gens ordinaires de l'Allemagne » pour la « révolution pacifique » et pour le démantèlement du mur qui séparait l'Est et l'Ouest, il avance que cela n'aurait pas été possible sans les « trois hommes d'État visionnaires », Bush, Gorbatchev et Kohl dirigeant à l'époque les États-Unis, la Russie et l'Allemagne de l'Ouest. Le fait de céder le crédit ultime à trois « grands hommes » pour des processus historiques auxquels ont participé simultanément des millions de personnes, sape l'importance accordée à ces mêmes hommes et femmes « ordinaires ».

Conclusion : En dépit de l'ascension des femmes à des postes de pouvoir politique, comme Merkel en Allemagne, Michelle Bachelet au Chili et Cristina Fernandez en Argentine, les femmes, même les femmes puissantes, sont toujours représentées dans les médias dans l'ombre de l'archétype des « grands hommes ».

Titre : Élections locales au sud-ouest de la Bulgarie

Pays : Bulgarie

Source : *Struma*, journal

Résumé : Le reportage placé en page 2 du journal *Struma* fait état des élections locales au sud-ouest de la Bulgarie.

Analyse : On ne décrit et ne présente que les candidats masculins. Seules les opinions des hommes sur les candidats sont citées et seuls les hommes sont photographiés.

Le déséquilibre de genre dans les sources de cette nouvelle affiche de manière évidente les stéréotypes voulant que la politique et la vie publique soient la chasse gardée des hommes. Il semble que dans cette région de la Bulgarie, il n'existe ni candidates, ni femmes qui votent aux élections. Même si les hommes dominent encore la politique du pays, les mouvements d'autonomisation des femmes ont mené à une présence accrue des femmes dans la vie publique bulgare. Aux élections au Parlement européen en 2009, 60 % des personnes se présentant sous la bannière des partis du centre-droit étaient des femmes. Parmi les femmes occupant d'autres postes de pouvoir en Bulgarie, on peut citer la mairesse de Sofia, la ministre de la Justice et la présidente de la chambre des représentants au Parlement.

Conclusion : En ne mettant de l'avant que des hommes (sur les photos comme dans le texte), le reportage fait abstraction et manque de respect à l'égard de la participation et de la contribution des femmes aux processus politiques.

3. Reportages sans référence au genre et occasions manquées

Titre : « À la suite des réformes, la croissance atteindra 9 % en Inde »

Pays : Mexique

Source : *Reforma*, Section des affaires, page 1

Résumé : L'article aborde certaines des raisons expliquant la croissance économique de l'Inde et suggère que, selon les projections énoncées au Forum économique mondial, avec les réformes aux secteurs de l'éducation, de la santé et des finances, la croissance de l'Inde dans l'année suivante pourrait atteindre 9 % du PIB. Néanmoins, la croissance en Inde ne signifie pas que le progrès ait touché l'ensemble de sa population puisque qu'il existe un écart de genre considérable quant au revenu, à l'emploi et au pouvoir.

Analyse : Cet article constitue clairement une occasion manquée d'approfondir l'écart de genre manifeste dans les statistiques présentées sur la « nouvelle » économie de l'Inde.

Le reporter chante les louanges des réformes mises en place par le gouvernement indien pour rationaliser les dépenses en éducation et en santé. On n'évoque pas dans quelle mesure ces secteur ont été privatisés ou encore si les réformes ont généré des réductions dans les dépenses publiques. Considérant qu'il s'agit là des voies habituelles de réformer le secteur public et que de telles coupures ont le plus d'incidences sur les femmes pauvres qui travaillent, alors que le fardeau des responsabilités liées à la reproduction sociale augmente, cette interprétation étroite des données est problématique. L'impact des réformes sur les femmes et d'autres explications derrière l'écart de genre dans l'accès au travail rémunéré, aux salaires et aux postes de pouvoir dans le secteur privé ne sont pas explorés en dépit du fait que la question soit mise en lumière dans l'article.

L'article est plutôt axé sur les réformes et les tentatives de remanier le secteur financier et d'attirer les investissements étrangers directs par le truchement d'une plus grande « capacité concurrentielle ». On n'y fait aucunement mention du fait que la main-d'œuvre bon marché, c'est-à-dire les salaires peu élevés que l'on paie aux travailleurs, particulièrement aux femmes, est l'un des facteurs clés dans la décision des entreprises de s'installer en Inde. On n'établit pas le lien entre la croissance macroéconomique sur le plan de l'expansion du PIB, de la rentabilité du secteur financier et de la viabilité fiscale du secteur public et l'amplification de l'écart de genre. Le fait que l'écart de genre résulte de la croissance du secteur privé en Inde n'est même pas considéré. On traite davantage de ce qu'il est soi-disant souhaitable d'apporter de nouvelles réformes aux secteurs de l'éducation, de la santé et des finances, de sorte à rehausser la capacité de l'Inde à attirer des investissements étrangers et à favoriser la croissance du PIB, sous prétexte que cette stratégie réduira l'écart de genre quant au revenu, aux salaires et au statut.

Conclusion : En cette ère de mondialisation néolibérale, il est extrêmement risqué de faire abstraction de l'exploitation de la main-d'œuvre féminine et de la nature sexospécifique des coupures aux services publics. Si l'on considérait les impacts sexospécifiques de la croissance économique nationale et du rôle des femmes dans les processus économiques, on tiendrait là une belle occasion de sensibiliser des auditoires sur ces questions, de générer des débats desquels émanerait une citoyenneté plus critique et plus engagée. Cependant, la façon dont cet article est rédigé fait en sorte que telles éventualités sont hors de question.

Titre : « Jüri Mõis : Nord Stream pourrait créer des emplois »

Pays : Estonie

Source : DELFI, Internet news. http://www.delfi.ee/news/paevauudised/eesti/juri-mois-nord-stream-oleks-loonud-tookohti.d?id=26814767

Résumé : L'article rapporte une discussion à la télé estonienne (ETV) sur le projet de gazoduc dans la mer Baltique. Le titre de l'émission télévisée est « Citoyens de la République ».

Analyse : Le projet de gazoduc Nord Stream transportera le gaz de la Russie à l'Allemagne, en passant sous la mer Baltique et en contournant la Pologne, le Bélarus et l'Ukraine. L'Estonie n'a aucun engagement direct dans le projet, le pipeline ne passant pas dans ce pays. Cependant, en tant que nation balte, l'Estonie se dit préoccupée par l'impact environnemental que le projet pourrait avoir sur l'écosystème de la mer Baltique. Seulement quatre hommes sont interviewés dans le reportage – un déséquilibre de genre quant aux sources duquel il résulte la considération d'une seule perspective de la question. Le titre de l'émission sur

ETV est « Citoyens de la République ». Cependant, en ne présentant que le point de vue des hommes, l'émission suggère implicitement que seuls les hommes sont des citoyens ayant l'autorité de commenter les enjeux politiques et environnementaux qui touchent le pays. Dans un pays où l'on trouve de nombreuses femmes politiciennes et scientistes, le fait qu'un tel reportage ne reflète pas cette diversité dans ses sources d'information renforce l'image traditionnelle des hommes comme intellectuels, scientistes et personnes dont les opinions méritent toute l'attention du reste de la population.

Titre : « Plus de contrôle du trafic de personnes à la frontière nord : Les autorités de Carchi et de Nariño mettent en œuvre un plan conjoint pour ralentir le trafic de personnes dans la région »

Pays : Équateur

Source: *El Telégrafo*, Section « Zone citoyenne », page 8

Résumé : Cet article évoque la collaboration entre les autorités de la province équatorienne de Carchi et le département colombien de Nariño, qui vise à traiter du problème de trafic de personnes se produisant dans la région frontalière entre les deux pays andéens. On a mis en place une surveillance accrue du tourisme et du trafic commercial et un moratoire sur les licences accordées aux bars ouverts et aux boîtes de nuit situés dans ces régions. Selon le gouverneur de Carchi, Efren Benavidez, interviewé par le reporter, le problème se résume comme suit : « Nous découvrons des filles sans papiers qui travaillent comme prostituées, nous les expulsons, mais elles reviennent travailler – c'est un cercle vicieux et c'est pourquoi nous prenons ces mesures ». L'article indique que 23 cas d'exploitation sexuelle envers des femmes colombiennes ont été rapportés en Équateur l'an dernier. Cet article cite également l'organisation non gouvernementale FUNDAPAZ, qui estime que 95 % de tous les cas d'exploitation sexuelle (probablement en Équateur) impliquent des femmes et des filles. On estime que la plupart des femmes qui arrivent en Équateur sont originaires d'Antioquia, de Caldas et de Quindio en Colombie. En plus du trafic de personnes touchant les femmes à des fins d'exploitation sexuelle, la traite des enfants que l'on assigne à des travaux forcés est aussi mentionnée comme problème social majeur auquel les autorités s'attaqueront en rehaussant la surveillance aux frontières.

Analyse : Il est largement convenu que la traite des femmes est la preuve la plus violente et la plus profonde des effets de la subordination, de la discrimination et de l'exclusion à l'égard des femmes. Ce type de violation des droits des femmes représente l'un des exemples les plus révoltants de la violence envers les femmes pour la seule unique raison qu'elles sont des femmes. Ce reportage attire l'attention sur cette question, particulièrement quand on y mentionne que les victimes sont en vaste majorité des femmes. Cependant, l'article ne va plus loin dans l'analyse de ce pourquoi il en est ainsi. La question est plutôt traitée du point de vue des autorités alors qu'elles tentent de mettre en œuvre des mesures juridiques de sorte à éviter le problème. On ne tente à aucun moment d'inclure la voix des femmes qui auraient fait l'objet de trafic et qui pourraient expliquer pourquoi elles sont prises dans ce cycle. Elles auraient pu faire la lumière sur les conditions sociales, économiques ou culturelles qui en font des proies pour les trafiquants. Par exemple, qu'y a-t-il de particulier aux districts colombiens d'Antioquia, de Quindio ou de Caldas faisant de ces endroits les principaux lieux desquels proviennent les femmes victimes de trafiquants de personnes? Un reportage plus complet aurait élargi la perspective du récit, favorisant la compréhension des lecteurs envers cette question. Une telle approche aurait évoqué divers éléments liés aux droits des femmes, des enfants et d'autres groupes vulnérables aux prises avec des réseaux de trafic de personnes.

Conclusion : Une plus grande attention portée sur les causes profondes de la traite des personnes, d'un point de vue plus vaste et tenant compte des questions de genre, favoriserait la compréhension des lecteurs à propos des raisons pour lesquelles les femmes en particulier y sont piégées. En adoptant une perspective élargie attentive au genre, l'article aurait pu fournir des renseignements qui amplifieraient le débat public entourant les droits, la dignité et la sécurité des femmes, des enfants et des groupes vulnérables à risque d'être exploités.

Titre : « Le chemin de l'école pour les enfants de la région inondée »

Pays : Vietnam

Source : *Voice of Vietnam* (VOV1), Radio

Résumé : Le reportage traite d'une catastrophe récente à An Ninh Tay, dans la province de Phu Yên, une région rurale du pays. L'inondation a causé des pertes matérielles et forcé l'évacuation de plusieurs communautés. Les principaux sujets du récit sont les enfants des régions inondées qui ne savent pas quand ils pourront retourner à l'école parce que tout le matériel a été emporté par l'inondation. Le reportage affirme également que les enfants n'ont ni souliers ni chapeaux. Deux étudiants, une femme et un homme, sont interviewés dans le reportage.

Analyse : On ne cite qu'une seule femme dans le reportage. Cependant, cette femme est citée en tant que victime de la catastrophe. De son entrevue, il est évident que sa voix tremble et qu'elle pleure alors qu'elle relate les dommages causés par l'inondation. Deux hommes hauts placés sont cités alors qu'ils discutent des solutions éventuelles aux problèmes causés par l'inondation. Les différentes fonctions dans lesquelles sont représentés la femme et les hommes perpétuent les stéréotypes sexuels voulant que les femmes soient des victimes émotives, par rapport aux hommes qui sont des décideurs qui s'occupent de résoudre les problèmes. Ce reportage reflète la culture sociale et politique du Vietnam où les décideurs sont fréquemment des hommes.

Conclusion : Le reportage relègue subtilement les femmes au rang de victimes et les hommes à celui de personnes importantes qui solutionnent des problèmes majeurs comme les catastrophes naturelles. Il dépeint les hommes comme des gens d'action dynamiques et les femmes comme des victimes passives. Ainsi, on rate l'occasion de démontrer aux auditeurs les dynamiques entre les sexes, les efforts de collaboration entre les femmes et les hommes d'une société donnée confrontés à des défis, par exemple dans cette situation, ceux qui sont issus d'une catastrophe naturelle.

4. Reportages où l'on est attentif aux questions de genre

Titre : « La grande ville : endroit dangereux pour les étudiants »

Pays : Éthiopie

Source : *The Daily Monitor*, Journal

Résumé : Ce reportage aborde la prévalence de comportements sexuels à risque chez les étudiants universitaires. Il situe les dangers de tels comportements dans le contexte plus large de la prévalence du VIH/SIDA en Éthiopie et aux taux particulièrement élevés de prévalence à Addis-Abeba. On utilise une gamme de sources pour mettre en lumière les divers programmes de prévention du VIH/SIDA dans les universités et les autres institutions d'enseignement supérieur. La photo qui accompagne le reportage représente une section du campus appelée « le bassin du baiser ». La légende se lit comme suit : « Le bassin du baiser au campus de Siddist Kilo d'Addis-Abeba ».

Analyse : Le reportage affiche une utilisation équilibrée des sources, alors que sont cités Selam, une étudiante de l'Université d'Addis-Abeba (UAA) et un homme, un ancien étudiant de l'université et maintenant coordonnateur de projet dans une organisation non gouvernementale (ONG) locale.

Le fait de compter sur une source de chaque sexe permet de présenter différents points de vue sur le VIH et le SIDA, y compris les initiatives visant à freiner leur propagation. Le reportage dépeint clairement les expériences sexuelles distinctes des étudiants et des étudiantes qui pourraient les mettre en danger de contracter le VIH. De plus, le récit met en évidence les expériences sexuelles des étudiants et des étudiantes des milieux ruraux et urbains qui fréquentent l'université. La femme a l'occasion de commenter l'énoncé de l'homme qui affirme que certaines étudiantes du campus deviennent fréquemment la proie de « papas-gâteaux ».

L'article fournit des données sur la prévalence du VIH/SIDA à l'échelle nationale et locale (urbaine). Il tente également de corroborer l'hypothèse selon laquelle les étudiants seraient parmi les groupes à risque élevé pour le VIH/SIDA dans la ville.

Conclusion : Le reportage illustre bien les récits qui sont attentifs aux questions de genre par l'équilibre des sources, la présentation de points de vue et d'expériences diversifiés et son utilisation des données. Le reportage présente un portrait et une compréhension plus approfondis de la question.

Titre : « Mortalité féminine : la cause principale est le manque de soins médicaux »

Pays : Chili

Source : *La Nación,* Journal

Résumé : L'article décrit les résultats d'études scientifiques en épidémiologie et en santé qui ont conclu que la principale cause de mortalité et de morbidité féminines est le manque d'accès aux soins de santé et le manque de soins médicaux.

Analyse : Dans l'ensemble, les rédacteurs de journaux tendent à imprimer des renseignements tirés directement des fils de presse, lorsque des études scientifiques, des analyses statistiques ou des données complexes sont présentées. Il est important que cette partie ait été intégrée au reportage. Les données sont bien présentées et l'ampleur du problème est clairement démontrée. Le style du reportage porte une grande attention aux questions de genre et cherche à conscientiser les lecteurs au sujet des femmes n'ayant pas un accès adéquat aux soins de santé.

Le journal est en partie la propriété de l'État chilien. Ainsi, l'information qu'il publie est liée aux intérêts du gouvernement. L'administration précédente, dirigée par la présidente Michelle Bachelet, avait mis beaucoup d'accent sur les politiques gouvernementales du point de vue de la justice tenant compte des sexes. Curieusement, ce reportage ne figure pas dans les autres journaux publiés le 10 novembre. Cela suggère que ce type de nouvelles n'est rendu disponible que lorsque l'information est tirée d'une agence de presse qui emploie des journalistes spécialisés en sciences et en santé publique.

Conclusion : L'article démontre qu'il est possible d'être bref, clair et attentif aux questions de genre en représentant avec précision et exactitude les questions sexospécifiques auxquelles les femmes sont confrontées, notamment l'accès aux soins de santé.

Titre : « Les policières s'unissent pour lutter contre le cancer du sein »

Pays : Costa Rica

Source : Radio Columbia 98.7 FM

Résumé : Les policières se rassemblaient pour transmettre un message de sensibilisation sur la prévention du cancer du sein à la population de Curridabat, sous le slogan « Notre sécurité commence par nous-mêmes ». Le rassemblement comportait de la musique, de la nourriture et des témoignages de femmes qui avaient survécu au cancer du sein. Les reporters ont interviewé un agent de police, chef de police de Curridabat, qui affirma que l'un des objectif de l'événement consistait à transmettre un message de prévention à la fois aux hommes et aux femmes, afin qu'ils prennent de mesures pour protéger leur santé et leur sécurité.

Analyse : Il s'agit du premier reportage des nouvelles et il dure 40 secondes. Il fait la promotion et applaudit une activité organisée par les agents de police, visant à prévenir le cancer du sein d'une manière qui démontre une conscience et une attention face aux préoccupations de genre. Premièrement, on représente les femmes comme agentes de police, un domaine traditionnellement réservé aux hommes. Deuxièmement, on représente les femmes comme des défenseuses de leur propre santé et sécurité par des mesures visant à accroître l'éventualité de survivre au cancer. Troisièmement, le reportage présente des femmes activement engagées dans des campagnes de santé et de sécurité publiques. De plus, on y met en évidence la manière dont ces femmes utilisent une définition créative de la sécurité publique, élargissant les responsabilités de la police au-delà de la lutte au crime, pour y intégrer la lutte contre les maladies par la voie d'une hygiène de vie adéquate. En dernier lieu, le fait que le policier interviewé souligne que l'objectif de l'événement était de rejoindre à la fois les femmes et les hommes illustre toute l'importance de l'inclusion. Le reportage démontre une sensibilisation à la question, de la part des sujets des nouvelles comme de celui des journalistes.

Conclusion : L'événement mis en lumière est un excellent exemple des avantages sociaux qui découlent de la participation active des femmes dans les professions traditionnellement réservées aux hommes. En outre, les rédacteurs et les journalistes ont rendu hommage au pouvoir des femmes de

susciter le changement social par leur représentation attentive aux questions de genre.

Titre : Sans titre

Pays : Nicaragua

Source : Radio Ya

Résumé : Ce court reportage radio décrit la participation croissante des hommes dans les activités autrefois considérées comme la responsabilité des femmes, tels les soins aux malades, l'accompagnement pendant le travail lors d'un accouchement et les soins prodigués aux enfants.

Analyse : Ce reportage démontre un journalisme attentif aux questions de genre. Il met de l'avant le changement d'attitude s'étant opéré dans la société face au rôle qui appelle à apporter des soins aux autres ou encore à accompagner des épouses ou des membres de la famille lors du travail et l'accouchement. Il reflète adéquatement les changements relatifs aux rôles assignés à chacun des sexes et aux normes culturelles, en plus de soutenir la sensibilisation du public au sujet de ces tendances changeantes.

Conclusion : Les journalistes peuvent soutenir les tentatives des femmes et des hommes pour surmonter les limites qu'imposent les stéréotypes sexuels traditionnels, en attirant l'attention sur les tendances qui défient les stéréotypes, plutôt qu'en utilisant un langage qui renforce les rôles assignés à chacun des sexes et les normes culturelles prédominantes.

7. Vers Un Journalisme Éthique Et L'équilibre De Genre : Un Point De Vue Syndical

Mindy Ran

Dans ce rapport, la portée du *Projet mondial de monitorage des médias* peut être perçue sous deux angles interreliés : la manière dont les femmes sont représentées dans le contenu des nouvelles par rapport à la manière dont les hommes le sont et la manière dont les femmes, comparativement aux hommes, participent à créer des nouvelles à titre de reporters ou de présentatrices. Chaque catégorie influence clairement l'autre.

Afin de saisir les mécanismes qui entrent en jeu quand le changement persiste à se produire à pas de tortue et qui semblent également renforcer le statu quo vers un magma encore plus stagnant et pratiquement immobile, la brutale réalité des statistiques est essentielle. Il est aussi crucial de comprendre les réalités et les circonstances humaines qui se meuvent derrière ces chiffres, de sorte à défricher de nouvelles avenues vers le changement. À cet égard, les syndicats professionnels de journalistes et les fédérations syndicales représentent d'excellentes sources qui peuvent à la fois inspirer et façonner le débat.

En cette ère de médias hyper expéditifs, de bulletins d'information abrégés, de journalisme sur le Web et de blogues instantanés, le journalisme éthique représente un idéal à l'ancienne – faisant la promotion de reportages de qualité, justes et équilibrés. En réalité, il fait référence à ce qu'un journalisme de qualité est censé être; il reconnaît l'incidence et l'influence des médias sur la manière de façonner les normes sociétales, de nourrir les débats, de créer un changement sur le plan de la conscientisation, de soutenir et de renforcer les préjugés et la discrimination, et/ou de se soumettre au statu quo. Le journalisme éthique évoque la prise de responsabilité face aux choix qui sont faits, alliée à une conscience des incidences de ces choix; les décisions sur qui on interviewe, sous quelle fonction, la manière de les représenter visuellement, en plus de ceux et celles qui ont accès à la formation, qui sont embauchés, qui ont des promotions, qui présentent les nouvelles et leur contenu.

Inhérente à cette responsabilité, la notion qu'un journalisme juste, équilibré est un journalisme éthique, qui à son tour ne peut être atteint que par le truchement de l'équité, à la fois dans le contenu des nouvelles et dans la salle de rédaction.

Ainsi, bien que la notion de l'éthique en relation aux divers éléments des médias ne soit pas nouvelle, sa mise en application particulière en fonction des sexes est un résultat plus récent, découlant d'un long parcours à la recherche de voies novatrices et plus efficaces de susciter le changement. Les statistiques et les études de cas du GMMP 2010 reflètent sans équivoque cette réalité, en illustrant la tendance persistante des progrès à coups de bien faibles pourcentages. Par conséquent, il importe de comprendre ce qui se cache derrière ces chiffres, à la fois quant au traitement que l'industrie réserve aux femmes et quant à la manière de les représenter et de les décrire, puisque la perpétuelle absence des voix, des visages et des opinions des femmes ne peut jamais être éthique, non plus que symboliser des médias justes et équilibrés.

« Les planchers collants » et pire encore

Quoique les statistiques démontrent que les femmes sont de plus en plus nombreuses à suivre des formations et à intégrer le domaine, le nombre de ces femmes qui atteignent le sommet de la profession demeure effroyablement bas, voire inexistant dans certains pays. Aux États-Unis, en Europe, au Canada et en Australie, ils évoquent les « planchers collants » et les « plafonds de verre » : les femmes de ces pays ne sont que rarement promues et à mesure qu'elles vieillissent, l'écart salarial augmente, en dépit de mesures législatives visant la parité salariale mises en place depuis plus de 50 ans.

Dans les rapports syndicaux au Comité du genre de la Fédération internationale des journalistes (la FIJ représente 600 000 journalistes syndiqués dans 125 pays du monde), on aborde les conditions suivantes qui sont toujours courantes dans l'ensemble de l'industrie à l'échelle mondiale et qui ont par conséquent des incidences sur la qualité et le contenu des nouvelles : niveaux de stress élevés, inégalités salariales, provocation, harcèlement, intimidation (y compris des menaces sexuelles et de violence), charges de travail inacceptables, absence d'accès à la formation et à l'éducation, pratiques discriminatoires systémiques ou cachées (comme des couvre-feux ou l'absence de services de garde pour les enfants) et sexisme manifeste dans les pratiques d'embauche et de répartition du travail.

De plus, les heures de travail antisociales et le manque de souplesse dans les horaires de travail peuvent aussi contribuer à obliger les mères qui travaillent, encore plus que d'autres personnes, à occuper des postes à temps partiel, temporaires ou de pigistes. Il résulte de cette situation qu'elles sont d'autant plus vulnérables en matière de promotion, de situation juridique, de sécurité d'emploi et de la capacité à jouir des mêmes droits que leurs collègues sous contrats. Dans les pays où l'on « protège » les droits maternels, les femmes sont encore fréquemment pénalisées : elles perdent le temps accumulé vers leur retraite, leur ancienneté et dans certains cas, leur maternité devient une excuse parfaite pour les mettre à pied.

Ailleurs dans le monde, les femmes sont souvent plus vulnérables à l'intimidation et aux menaces (de mort, de violence physique ou sexuelle, de menaces envers leurs familles) que leurs collègues masculins lorsqu'elles font du journalisme d'enquête, particulièrement dans les domaines des droits humains et de la corruption, où les menaces sont proférées par des groupes criminalisés ou des fonctionnaires corrompus.

Malheureusement, ces conditions ne sont pas nouvelles et elles ne s'améliorent que très lentement.

Initiatives : Anciennes et nouvelles

Si la réponse résidait simplement dans un virage sur le plan des lois (bien qu'elles représentent un point de départ essentiel), alors l'écart salarial deviendrait tout bonnement une « histoire d'horreur » des temps anciens que nous raconterions à nos enfants. La vérité c'est qu'après toutes ces années de lutte contre l'inégalité menée par les activistes, les éléments les plus simples et les plus évidents ont été modifiés (Organisation internationale du travail (OIT) et les instruments sur les droits humains, la législation sur le salaire égal, etc.). Ainsi, il est évident que des mécanismes plus subtils sont à l'œuvre qui exigent donc une approche différente et non moins subtile.

Chez les syndicats et les fédérations de journalistes, des initiatives plus anciennes contribuent lentement et silencieusement à susciter le changement. On peut notamment citer les chartes des femmes (qui établissent des plans d'action visant à générer le changement et qui sont adoptées par certains syndicats), les clauses de « dignité au travail » dans les conventions collectives (qui établissent des lignes directrices en matière de comportement au travail et des procédures pour traiter des situations de harcèlement ou d'intimidation) et les codes de conduite pour l'industrie.

La *National Union of Journalists* au Royaume-Uni et en Irlande est l'un des syndicats de journalistes les plus anciens au monde. Pour adhérer à ce syndicat, on doit convenir de respecter le code de conduite (originalement rédigé en 1936 et ayant subi des modifications au fil du temps), qui évoque des idéaux comme le reportage juste et équilibré et la clause suivante [traduite librement] :

> *« 10. Ne produit aucun matériel susceptible de mener à la haine ou à la discrimination pour des motifs fondés sur l'âge, le sexe, la race, la couleur, la croyance, la situation juridique, la déficience, la situation familiale ou l'orientation sexuelle d'une personne. »*

Dans un énoncé produit à l'issue de la conférence de la FIJ intitulée Éthique et Genre : Égalité dans les salles de rédaction,[1] les éléments suivants étaient mis en lumière :

> *«Il est essentiel de s'appuyer sur des principes de reportages éthiques dans la lutte contre les stéréotypes liés au genre, contre les comportements agressifs, le harcèlement, l'inégalité dans des domaines tels que la promotion, la formation et le salaire, et dans la défense de la dignité dans notre travail de journalistes et de professionnels des médias... »*
>
> *« Tous les travailleurs des médias, journalistes et syndicalistes devraient travailler ensemble pour améliorer le journalisme éthique, pour respecter les droits et la dignité de toutes les femmes et pour s'assurer que les images des femmes dans les médias et la société reflètent la nécessité de mettre un terme à toute discrimination dans la vie sociale, économique, politique et culturelle... »*

En créant et en adoptant ce type de déclarations, qui sont par la suite présentées dans chaque pays (syndicats de journalistes) y prenant part, un énoncé d'intention cohérent s'infiltre vers les individus et les groupes locaux, comme c'est le cas des chartes des femmes. En outre, les actions concrètes incluaient : accroître les efforts visant à éliminer toutes les formes de violence, le harcèlement sexuel et l'intimidation, insister pour que ces questions soient intégrées aux efforts centraux du travail syndical, augmenter la formation à la fois sur l'éthique des droits égaux et également sur les questions de genre, de sorte à encourager plus de contenu médiatique qui soit attentif et sensible aux questions de genre.

En gardant en tête ces actions, nous nous tournons maintenant vers l'avenir, tel qu'il a été énoncé à la suite du GMMP 2005, afin de proposer un plan d'action révisé pour les cinq prochaines années.

Revue du plan d'action issu du GMMP 2005[2]

Plaidoyer et lobbying

Ce point d'intervention porte sur les changements favorisés par les activistes de l'égalité des sexes des groupes de la société civile, y compris les syndicats et les fédérations de journalistes, qui utilisent les résultats du GMMP comme preuves tangibles sur lesquelles faire reposer les revendications. Il sera toujours essentiel de compter sur ce type de données de sorte à répondre à ces personnes qui croient erronément que l'égalité est déjà atteinte. Cet élément établit le rôle que les activistes peuvent jouer pour encourager les débats et augmenter la sensibilisation à l'égard du contenu et de l'impact des questions de genre sur les nouvelles et au sein du public.

Politiques et responsabilité des médias

En tant qu'extension et composante complémentaire aux codes de conduite des syndicats, les directives rédactionnelles portant sur les reportages démontrant un équilibre de genre admettent la responsabilité des médias de rendre des comptes. Par conséquent, l'élaboration de directives rédactionnelles qui comportent une sensibilisation accrue quant au contenu tenant compte des questions de genre contribueront également à inspirer et à augmenter une image dans les médias qui soit équilibrée et juste sur ce plan. Les activistes des médias et de l'égalité des sexes devraient diffuser largement des directives qui tiennent compte des dimensions de genre et organiser des activités de lobbying auprès de tous les médias pour qu'ils élaborent ou encore qu'ils augmentent le contenu attentif aux questions de genre dans leurs directives.

Objectifs organisationnels et monitorage interne

Ce point d'intervention demeure lui aussi valide, puisque les directives et les objectifs cernés plus haut peuvent aisément devenir une histoire sans fin qui épuise et frustre toutes les personnes qui y sont engagées, si elles ne détectent aucun changement. En procédant à un monitorage du contenu des nouvelles en fonction de l'équilibre de genre qu'on y trouve sur le plan des sources, des sujets et du personnel, les organisations médiatiques peuvent utiliser cette information, non seulement pour mesurer le progrès mais également pour fixer des objectifs atteignables.

Sensibilisation et formation des journalistes

Les cours de journalisme, les programmes sur les médias des universités et les écoles techniques devraient inclure à leur formation des directives sur le journalisme éthique et l'égalité des sexes. Elles devraient aussi être intégrées aux formations en milieu de travail et aux ateliers de perfectionnement professionnel destinés aux journalistes en poste actuellement. On devrait également songer à former les gestionnaires, les rédacteurs, les producteurs et les éditeurs pour qu'ils sensibilisent, informent et soutiennent les idéaux visant à créer un équilibre de genre dans la salle de nouvelles et dans le contenu des médias.

En outre, on devrait veiller à ce que l'accès à la formation soit juste et équitable, en équilibrant le plus possible les personnes admissibles à la formation de sorte que le nombre de femmes soit

égal à celui des hommes. Dans le cadre des programmes de formation, on devrait être conscient et traiter des exigences et des pratiques qui pourraient avoir des incidences cachées, notamment d'empêcher certains groupes de participer.

Compétences d'analyse des médias

Alors que le rythme des médias augmente, nous sommes saturés comme jamais auparavant d'images qui deviennent en réalité difficiles à « voir » et à comprendre. Les compétences d'analyse des médias prennent d'autant plus d'importance alors que le temps et la cadence s'accélèrent. Par conséquent, il devient essentiel que le public ait la capacité de critiquer ce qu'il voit et de réaliser un monitorage des messages reçus. Il importe autant aujourd'hui qu'il y a cinq ans, de soutenir les groupes qui travaillent en compétences d'analyse des médias, qui sont en mesure de nourrir le débat démocratique et de former le public à voir et à comprendre les messages qui lui sont transmis. Le plan d'action de 2005 fait valoir la nécessité pour les bailleurs de fonds de reconnaître l'importance et de soutenir le développement de l'esprit critique face aux médias, comme élément nécessaire à une citoyenneté informée.

Développement du monitorage

L'un des principaux domaines d'intervention soutenus par la recherche du GMMP est l'élaboration d'outils et de méthodes de monitorage. La capacité de réaliser le monitorage et de comprendre représente fréquemment le premier pas vers la présentation de preuves concrètes au soutien de la nécessité de changement. De plus, les méthodes utilisées par les chercheurs du GMMP peuvent être adaptées pour satisfaire aux besoins des organisations médiatiques, des journalistes, des universitaires et des groupes d'intérêt public. Il existe une gamme de possibilités, de la mise en œuvre d'un monitorage régulier de médias particuliers dans une région géographique précise, jusqu'à une expansion vers le monitorage des nouveaux médias comme les nouvelles sur l'Internet ou les « fils de nouvelles » qu'utilisent les sites de « médias sociaux » comme Facebook et Twitter.

Un dernier mot : Améliorer l'équilibre de genre dans l'industrie

Les efforts des cinq prochaines années devraient également porter sur le rôle des syndicats et des fédérations vers la création de milieux de travail plus sensibilisés et plus équilibrés en matière de genre. Les activistes des médias et de l'extérieur du domaine devraient encourager les syndicats à faire valoir certains droits parmi lesquels des horaires souples, des possibilités de travail partagé, des services de garde accessibles et des congés parentaux. Ils devraient encourager les syndicats et les fédérations de journalistes à développer des plaidoyers favorisant le droit de s'organiser et soutenant l'amélioration des droits accordés aux personnes qui travaillent sur une base temporaire ou comme pigistes, ainsi que l'élaboration et l'adoption de dispositions liées à la « dignité au travail » pour lutter contre l'intimidation et la discrimination.

1 Tenue en 2009 et regroupant 60 participants de 45 pays. *To Tell You the Truth: The Ethical Journalism Initiative* (par Aidan White) et les campagnes de la FIJ sur le journalisme éthique lancées lors de la conférence. Pour plus de renseignements, rendez-vous sur le site Web de la Fédération internationale des journalistes, à www.ifj.org.

2 Gallagher, Margaret. 2005:104-106. *Qui figure dans les nouvelles? Projet mondial de monitorage des médias 2005*. Rapport disponible à www.whomakesthenews.org.

8. Une Feuille De Route Pour Accélérer Les Progrès Dans La Description Et La Représentation Des Femmes Dans Les Nouvelles

La recherche du GMMP démontre une augmentation de 6 % de la présence des femmes comme sujets des nouvelles depuis l'an 2000. Si les conditions demeurent les mêmes et que le rythme des progrès se maintient, il faudra plus de 40 ans pour atteindre la parité. Le plan d'action qui suit, tiré des ententes adoptées lors de réunions régionales et mondiales[1], vise non seulement à accélérer le rythme du changement, mais également à réorienter les progrès vers les domaines des politiques et des pratiques médiatiques qui contraignent les avancées vers des médias plus équitables sur le plan des genres.

Les interventions font référence aux objectifs stratégiques de la Section J, « Les femmes et les médias », de la Déclaration et du Programme d'action de Beijing adoptés en 1995, où l'on reconnaît pour la première fois l'importance du monitorage des médias comme outil de changement vers l'égalité des sexes.

Objectif stratégique J.1. Permettre aux femmes de mieux s'exprimer et de mieux participer à la prise des décisions dans le cadre et par l'intermédiaire des médias et des nouvelles techniques de communication

En partenariat avec les rédacteurs, les organismes de réglementation des médias, les associations de journalistes, les institutions d'enseignement, les gouvernements, les agents du domaine des communications et de l'information et la société civile, entre autres :

1. Compiler et faire la promotion d'annuaires régionaux identifiant les femmes expertes. Mesures spécifiques :
   a. Créer une version régionale en ligne et imprimée de l'annuaire des femmes expertes abordant divers domaines thématiques.
   b. Établir des partenariats avec les réseaux et les contacts existants dans la région pour élaborer l'annuaire.
   c. Distribuer l'annuaire aux médias de sorte que la présence des femmes augmente à titre de sources dans les nouvelles.

Sous le leadership des formateurs du domaine des médias, des établissements d'enseignement et des chercheurs de la sphère journalistique, avec le soutien des gouvernements et des organisations régionales et internationales :

2. Créer des programmes éducatifs et des modules « genre et médias » dans les écoles, les établissements et les centres de formation en journalisme.
3. Doter les gestionnaires et les formateurs de compétences leur permettant de mettre en application les modules afin de former des professionnels des médias attentifs aux questions de genre.
4. Former les propriétaires, les éditeurs, les directeurs généraux de la radio et de la télévision, les rédacteurs en chef, les directeurs, les producteurs et les animateurs d'émissions sur les questions de genre et sur le reportage équilibré en matière de genre.

Sous le leadership des associations de praticiens des médias, des syndicats de journalistes et des propriétaires de médias, avec le soutien des gouvernements :

5. Adopter et mettre en application des politiques sur la parité de genre dans les médias :
   a. Encourager l'adoption et la mise en application de politiques sur la parité de genre. Rectifier les écarts.
   b. Agir afin de renforcer les systèmes de mise en œuvre des politiques incitant les médias à développer et à faire la promotion de l'attention aux questions de genre et à l'égalité des sexes dans les médias.
6. Promouvoir le leadership des femmes dans les médias :
   a. Encourager la formation et le recyclage des femmes travaillant comme professionnelles dans les médias.
   b. Soutenir la création d'agences de nouvelles qui prennent source dans les réseaux et les organisations de femmes afin de favoriser l'émergence de nouvelles pratiques dans la description et la représentation des femmes dans les médias.

Objectif stratégique J.2. Promouvoir une image équilibrée et non stéréotypée des femmes dans les médias

Aidan White, secrétaire général de la FIJ, attribue la persistance du contenu des médias marqué par l'injustice en matière de genre et les stéréotypes aux « intérêts économiques et aux sempiternelles habitudes de travail[2] ». Comme il le fait à juste titre remarquer, la relation entre d'une part la mise en œuvre de politiques et l'augmentation du nombre de femmes dans les médias et d'autre part, la diminution du contenu injuste et stéréotypé en matière de genre, n'est pas linéaire. Les préjugés profondément ancrés, fréquemment non reconnus, font obstacle à l'institutionnalisation de pratiques médiatiques qui respectent l'équilibre de genre. Les recommandations qui suivent visent à fournir des lignes directrices concrètes de sorte à instaurer une pratique médiatique caractérisée par l'éthique professionnelle quant à l'équité de genre.

En partenariat avec les rédacteurs, les organismes de réglementation des médias, les associations de journalistes, les institutions d'enseignement, les gouvernements, les agents du domaine des communications et de l'information et la société civile, entre autres

Sous le leadership des organisations de la société civile et avec le soutien des gouvernements, des organisations non gouvernementales internationales et du secteur privé :

7. Réaliser des initiatives de sensibilisation à la question « genre et médias ». Mesures spécifiques :
   a. Sensibiliser les médias aux pratiques de reportage respectant un équilibre de genre :
      i. Travailler en collaboration avec les associations médiatiques nationales, régionales et internationales et les instituts d'enseignement de la sphère médiatique, pour développer des activités de formation et de sensibilisation à partir des résultats issus de la recherche fondée sur le monitorage comme le GMMP, afin de traiter de l'écart dans la représentation des femmes dans les nouvelles.

ii. Mobiliser les médias autour de débats et de dialogues sur les résultats du GMMP, afin de traiter des questions soulevées dans le rapport.

b. Présenter aux médias grand public et communautaires les instruments existants sur le genre, qui guideraient une couverture tenant compte des dimensions de genre.

8. Bâtir un nouvel imaginaire social qui place les médias justes et équilibrés en matière de genre au rang des droits humains des femmes. Mesures spécifiques :

a. « Re-former » les consommateurs des médias afin qu'ils comprennent que la violence dans les médias contribue à une culture de violence et la renforce.

b. « Re-former » les consommateurs des médias afin qu'ils contestent les médias qui font la promotion, incitent, glorifient, valorisent, érotisent ou qui rendent triviale la violence à l'égard des filles et des femmes.

c. Former les communautés – femmes et hommes – en compétences d'analyse critique des médias, afin qu'ils « saisissent » les médias en fonction d'une perspective de genre.

d. Instituer des prix annuels « genre et médias », qui reconnaissent les meilleures pratiques médiatiques sur le plan de la justice et de l'équilibre de genre.

e. Mettre en place un site Web de monitorage interactif sur le genre et les médias à l'intention des utilisateurs des médias.

9. Lancer des initiatives de monitorage sur le genre et les médias. Mesures spécifiques :

a. Former des formateurs en monitorage des médias.

b. Élaborer un manuel de formation sur le monitorage relatif au genre et aux médias.

c. Produire des statistiques et des bases de données de référence sur les dimensions de genre dans les nouvelles, la publicité, le divertissement, les romans savon et les séries télévisées qui sont présentés pendant de longues périodes.

d. Disséminer les résultats des études menées par les observatoires sur les médias, à l'aide de produits audiovisuels qui démontrent le manque de cohérence entre les messages des médias, la réalité des pays et la nécessité d'être sensibilisé à une approche critique et réfléchie à l'égard des médias.

e. Partager les outils et les expériences en matière de politique et de monitorage des médias.

f. Mettre sur pied des groupes de travail en monitorage des médias qui se chargeraient d'un monitorage continu et constant des médias à l'échelle nationale.

g. Travailler avec les conseils des médias et les associations de médias afin de mettre en œuvre des plans d'action, utilisant les résultats du monitorage national comme preuves.

10. Forger des partenariats, des coalitions et des réseaux positifs, avec les conseils des médias, les associations de médias et d'autres organisations.

11. Travailler avec les agences intergouvernementales et les ONG de femmes pertinentes, de sorte à élaborer des plans d'action nationaux et régionaux sur la question « genre et médias ».

12. Soutenir les médias de femmes comme alternatives, parallèlement à leur travail visant à transformer les médias grand public.

13. Mettre en branle des campagnes de revendications en faveur de politiques qui respectent la liberté d'expression.

Sous le leadership des associations de praticiens des médias, des syndicats de journalistes et des propriétaires des médias, avec le soutien d'organisations régionales et internationales :

14. Établir des codes de pratique médiatique sensibles au genre. Mesures spécifiques :

a. Passer en revue les codes de déontologie et les politiques relatives aux communications existantes dans les médias, pour déterminer s'ils tiennent compte des sexospécificités.

b. Proposer des modifications aux codes pour les rendre plus réceptifs en matière de genre.

c. Organiser des activités de lobby en faveur de l'adoption, de la dissémination et du renforcement de ces codes.

d. Rehausser la sensibilisation à l'égard des outils de plaidoyers relatifs aux politiques.

---

1 Ces ententes ont été adoptées par des praticiens des médias, des organisations de la société civile et des personnes représentant des agences gouvernementales, lors de rencontres conviées par la WACC, à titre de suivi au troisième GMMP en 2005. Il s'agit des ententes suivantes : *Nairobi Declaration on Gender and Media Advocacy*, 2007; *Déclaration de Dakar sur le Plaidoyer Genre et Médias*, 2007; *Outcomes statement of the Pacific Region Gender and Media Advocacy Training workshop*, Suva, Octobre 2007; *The Caribbean Region Gender and Media Advocacy Plan Of Action*, Kingston, 2008; *Propuesta De Plan De Incidencia Para La Region De America Latina Y El Caribe*, Quito, 2008; *Declaration from the international consultation on 'gender and media'*, Le Cap, 2008.

2 White, Aidan. 2008. *The Ethical Journalism Initiative.* Fédération internationales des journalistes.

Annexe 1. Notes méthodologiques

En 2010, on réalisait le quatrième Projet mondial de monitorage des médias (GMMP). Il s'agissait également de la seconde fois où Media Monitoring Africa (MMA) avait le privilège d'analyser les données. Le GMMP continue d'évoluer non seulement pour ce qui est du nombre de pays participants, mais aussi sur le plan du raffinement et du perfectionnement de la méthodologie de monitorage. Comme ce fut le cas lors des années précédentes, l'ensemble de la méthodologie est demeurée la même pour assurer la comparabilité entre les diverses versions de la recherche GMMP. Tout comme en 2005, les défis ont été cernés et l'équipe de méthodologie a été en mesure d'apporter des changements faisant en sorte que les résultats soient encore plus fiables et précis. L'un des changements principaux consiste en une base de données mise à la disposition des moniteurs, permettant la capture des données dans chaque pays. Ce GMMP a aussi vu l'introduction d'un projet pilote de monitorage des médias sur l'Internet. Les autres changements sont présentés plus loin.

Le processus

L'une des innovations du GMMP 2010 est l'intégration d'un groupe de travail virtuel d'envergure internationale. Pendant six mois, le groupe de travail a procédé à une revue rigoureuse du matériel de codage et examiné, suggéré, discuté et débattu des critères, des visées et des résultats du projet. Leur objectif consistait à réviser et à mettre à jour la méthodologie[1] de sorte qu'elle reflète les nouvelles préoccupations thématiques et l'environnement actuel des médias d'information. Le groupe de travail était composé d'une diversité d'experts internationaux sur le genre et les médias, de chercheurs, d'ONG et d'universitaires de partout au monde et il était coordonné en ligne par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC). La consultation en ligne a eu pour effet de résoudre plusieurs des défis de 2005 et d'inclure de nouveaux éléments.

On peut citer à titre d'exemple, le peaufinage du système de classification des reportages du GMMP. Le système de 2010 classait les reportages sous sept thèmes principaux et 52 sous-thèmes. Les 52 sous-thèmes représentent un raffinement en plus d'une expansion, puisque le GMMP précédent comptait 44 sous-thèmes. Cette mesure visait à ajouter des éléments plus spécifiques et à refléter plus adéquatement les sujets de préoccupations actuels. Par exemple, « crise économique, sauvetage gouvernemental, rachat et fusion d'entreprises, etc. » a été ajouté sous le thème « économie », à la lumière de la crise financière dont les effets ont commencé à se faire sentir en 2007.

Un second exemple porte sur les efforts investis pour augmenter la clarté de la question à savoir si un reportage contestait ou renforçait les stéréotypes, ou ne faisait ni l'un ni l'autre. La rétroaction des moniteurs ayant participé à la recherche de 2005 a révélé des lacunes dans la formulation de cette question dans le guide monitorage. Ainsi, en 2010 on a résolu ce problème en passant la question en revue et en ajoutant des exemples illustrés tirés des inscriptions gagnantes au concours de photos 2009 de la WACC sous le thème *Portraying Gender (Représenter le genre)*. Les exemples de photos présentent des femmes et des hommes qui offrent de nouvelles perceptions de leurs rôles et de leurs responsabilités : elles contestent les notions conventionnelles de la « féminité » et de la « masculinité ».

L'intégration d'une diversité d'approches et de perspectives à la méthode a généré encore plus de matériel de codage efficace, plus complet et plus facile à comprendre pour les différents pays.

Dans la foulée des efforts visant à promouvoir un monitorage encore plus uniforme et précis, la WACC a tenu un atelier au Caire, où les coordinateurs régionaux du GMMP ont reçu une formation sur la méthodologie. Des ateliers nationaux et régionaux ont aussi eu lieu, mais en général, les coordinateurs nationaux menaient leurs propres formations de moniteurs dans leurs pays respectifs, avec le soutien technique de la WACC. Les ressources de formation sur la méthodologie pour les formateurs et des tutoriels autogérés destinés aux moniteurs ont été rendus disponibles par le truchement du site Web du GMMP à www.whomakesthenews.org.

On a distribué aux groupes participants des trousses d'information détaillées établissant les activités et ce qu'impliquerait la recherche. La trousse comportait notamment : un guide de sélection des médias, le nombre de médias à coder, les directives sur le choix des bulletins ou des émissions et de l'information contextuelle sur chaque pays. On a fourni des instructions claires et pratiques sur la manière de coder. Les équipes de monitorage dans les pays sélectionnés en fonction de leur taux élevé d'accès à l'Internet par habitant étaient invitées à coder les sites Web de nouvelles nationales choisis, selon des critères établis. Les directives aux moniteurs comprenaient des exemples illustrés de reportages en plus de fiches de codage complétées.

En 2005, un système de niveaux de densité médiatique a été introduit pour assurer une meilleure distribution des données. Dans le cadre de ce GMMP, le même système a été appliqué, après que l'information sur chaque pays participant ait été vérifiée et mise à jour. Tout comme en 2005, les niveaux de densité médiatique étaient déterminés à partir du nombre total de chaque type de média dans chacun des pays. Par exemple, un pays comptant cinq chaînes de télévision nationales faisait partie du niveau 3, alors qu'un pays où il n'y avait qu'une chaîne de télévision nationale était dans le niveau 1. On a fourni d'autres directives aux participants sur la sélection des principaux bulletins de nouvelles et journaux. Pour ce qui est de la télévision et de la radio, les participants devaient coder le bulletin au complet alors que pour les journaux, ils devaient coder 12 à 14 reportages parmi les plus importants en commençant par les pages principales d'actualités. Pour assurer l'exactitude du codage, chaque bulletin à la radio et à la télévision était enregistré. En ce qui a trait au projet pilote de monitorage des nouvelles sur l'Internet, on codait de 12 à 14 reportages de la page d'accueil et des sections de nouvelles du site Web. Les articles se situant au-delà de la troisième couche du site Web – à deux clics de souris de la page d'accueil – n'étaient pas codés.

Pour tous les médias, chaque reportage était codé à titre d'élément distinct et pour chaque histoire, il fallait capter jusqu'à 20 éléments d'information sur la fiche de codage. Pour chaque article,

des renseignements sur l'histoire, les personnes dont il était question en plus d'éléments d'analyse étaient consignés. Pour veiller à l'uniformité, tous les éléments d'information étaient codés numériquement à partir de listes définies.

L'exemple suivant illustre le fonctionnement du système de codage. Dans l'exemple tiré d'un journal, l'histoire portait sur le réchauffement climatique (code sujet 24) et la portée du reportage était internationale (code 4). On ne faisait aucune référence au genre et/ou à une législation/une politique concernant l'égalité des sexes/les droits humains (code 2 – il s'agit d'un nouveau critère en 2010). Le reportage comportait une journaliste de sexe féminin (code du sexe 1). Il y avait deux sujets. L'un était une personne, (code 1 personne), et l'autre un rapport de l'ONU cité, (code 2 – source secondaire). La personne était un homme (code de sexe 2) dont on ne précisait pas l'âge (code de l'âge 0 – ne sais pas) et il était un universitaire (code occupation 5 – académicien). Les codes de sources secondaires, 5 pour le sexe, 7 pour l'âge et 27 pour l'occupation étaient tous des codes par défaut qui indiquaient qu'il s'agissait d'une source secondaire. Cela favorisait la précision du codage. Tous les autres éléments d'information étaient codés de façon similaire.

Reportage	1. Numéro de page	1	
	2. Sujet	24	
	3. Portée	4	
	4. Politiques pertinentes	2	
Journalistes/ Reporters	5. Sexe	1	
Les personnes évoquées	6. Personne ou source secondaire	1	2
	7. Sexe	2	5
	8. Âge – seulement si indiqué	0	7
	9. Occupation/ position	5	27

Compte tenu de la nature changeante de l'environnement médiatique, il a aussi été décidé de réaliser un monitorage des médias sur l'Internet dans le cadre du GMMP 2010. Le groupe de travail virtuel a pris la décision d'inclure le monitorage Internet sur la base d'un projet pilote en vue de l'intégrer comme composante principale du GMMP 2015. Puisqu'il s'agissait d'un nouvel élément, certaines questions ont dû être résolues, notamment le choix des sites Web et des reportages et la manière de les sélectionner pour le codage. Il importait également que, dans la mesure du possible, la méthodologie existante soit utilisée afin de permettre une comparaison avec les autres médias, selon des critères semblables. Bien qu'il persiste certains défis qui seront étoffés dans le prochain GMMP – notamment l'ajout à la méthodologie de critères spécifiques à l'Internet – le projet pilote a réussi à adapter et à utiliser la méthodologie actuelle. Seize pays ont participé au projet pilote de monitorage des nouvelles sur l'Internet.

En plus des données quantitatives, les participants ont soumis des études de cas fournissant des données qualitatives en suivant le modèle proposé par le GMMP[2]. On y trouvait des exemples de reportages qui étaient ouvertement stéréotypés, qui présentaient des stéréotypes plus subtils, des occasions manquées ou des histoires qui ne faisaient aucune référence au genre, en plus de reportages attentifs aux questions de genre. Ainsi, les reportages faisant l'objet d'une analyse qualitative étaient examinés selon une série de critères établis, tels que présentés ici et dans le guide de l'utilisateur :

1. Des reportages qui sont stéréotypés de manière flagrante, par exemple des reportages usant d'un langage ou d'images visuelles qui dénigrent la femme; qui rendent triviales les réalisations de femmes; qui glorifient ou justifient la violence masculine.
2. Des reportages qui sont stéréotypés de manière plus subtile, notamment des reportages qui comportent des hypothèses implicites concernant les rôles des femmes et des hommes (par exemple, le cas d'une femme qui a très bien réussi professionnellement et qui est « néanmoins une bonne épouse ») ou des reportages qui véhiculent des croyances stéréotypées, telles que celles voulant que les femmes soient émotionnellement fragiles.
3. Des reportages qui sont des occasions manquées ou sans référence au genre, par exemple des reportages qui auraient pu être enrichis ou étendus par le recours à un éventail plus large de sources et de points de vue, ou en jetant une lumière sur les implications différentes pour les femmes et les hommes.
4. Des reportages attentifs aux questions de genre. Ils ont été placés sous trois catégories :
   a. Des reportages qui contestent les stéréotypes : Parmi ces reportages figurent ceux qui renversent les idées reçues concernant les hommes et les femmes. Par exemple, un journaliste peut opter de recourir à des expertes dans un reportage sur la politique économique nationale, ou à des pères dans un reportage sur les jardins enfants;
   b. Reportages ou récits faisant preuve d'équilibre des sources et démontrant l'impact différentiel de situations particulières sur les femmes et sur les hommes. Il existe de nombreux exemples d'actualités qui ne sont communiquées que dans une perspective masculine. Au contraire, dans ces récits les hommes et les femmes sont également consultés, apportant ainsi de nouvelles perspectives à ces actualités;
   c. Des reportages portant une attention spécifique au genre : Des reportages qui mettent en lumière des problèmes touchant à l'égalité ou à l'inégalité entre les femmes et les hommes, ou encore concernent des campagnes, des structures ou des processus visant à promouvoir l'égalité des sexes. De tels reportages pourront porter directement sur un domaine d'inégalité, par exemple le « plafond de verre » dans le domaine de l'emploi.

L'introduction d'une base de données représentait une autre innovation, permettant la capture de données dans chaque pays. Les bases de données des pays ont été soumises à une série de contrôles de la qualité avant que les données ne soient intégrées à la base de données centrale.

Les bases de données de chaque pays, les fiches de monitorage, les exemples tirés des journaux, les enregistrements de bulletins télévisés et radiophoniques ainsi que les captures d'écran de sites Web étaient soumis à la WACC et à MMA.

Les données issues des fiches de codage étaient entrées dans la base de données. Une série de plus de 5 000 requêtes ont été soumises afin de produire les résultats finaux.

La précision

La précision et la fiabilité sont des caractéristiques essentielles à tout projet de monitorage des médias. Compte tenu de l'ampleur du GMMP, il était crucial que ces critères guident chacune des étapes de la démarche. Les codes ont été conçus avec soin et des renseignements sur le codage ont été acheminés aux participants afin d'assurer une approche uniforme du codage.

L'un des plus grands défis que pose le GMMP consiste à ce qu'il implique des centaines de personnes de partout au monde, qui parlent plusieurs langues différentes et qui ont une gamme diversifiée de champs d'intérêt et d'expertise. Pour faire en sorte de garantir la précision, des renseignements et des exemples détaillés sur le codage ont été fournis aux moniteurs, en plus de soutien par courriel. La responsabilité de l'organisation du monitorage relevait des coordinateurs nationaux du GMMP. Leur rôle était primordial sur le plan de la précision du codage, élément qui a été clairement énoncé à chacun des coordinateurs nationaux. Il convient de noter que tous les groupes qui ont participé l'ont fait sur une base bénévole. Idéalement, le monitorage aurait été mené par des chercheurs sur le genre et les médias spécialement formés. Cependant, l'approche de la WACC à l'égard du GMMP assure une participation diversifiée. Et c'est sans compter sur le fait que la participation favorise le perfectionnement de nouvelles habiletés et l'autonomisation des groupes de la base. L'expérience de 17 ans de monitorage des médias que compte MMA a démontré que ces groupes diversifiés ne nuisent pas à la précision et à la fiabilité des données. Au contraire, ils tendent plutôt à manifester un engagement indéfectible envers le projet, puisqu'ils veulent développer de nouvelles habiletés et obtenir leur propre information. On peut donc conclure que la précision des résultats n'est absolument pas mise en cause.

Les fiches de codage reçues et les bases de données des pays reçues par MMA démontraient que le codage s'est effectué, dans la très grande majorité des cas, en conformité avec la méthodologie du GMMP. Les rares fois où ce n'était pas le cas, les données ont été rejetées de façon à ne pas compromettre la fiabilité de l'étude. En outre, les données ont été vérifiées à quatre reprises pendant le processus d'analyse. Les données étaient examinées par MMA dès leur réception, afin de détecter toute anomalie apparente et pour s'assurer que chaque participant avait sélectionné un nombre adéquat de médias pour le monitorage. En cas de divergence, on effectuait une vérification auprès des coordinateurs nationaux. Les données ont ensuite été envoyées aux membres dévoués de l'équipe du GMMP au MMA, où on effectuait de nouvelles vérifications, soit des échantillonnages aléatoires et des vérifications de conformité. Afin de réduire les erreurs éventuelles de saisie des données, on a effectué des vérifications en sélectionnant des échantillons et en les comparant avec ce qui avait été saisi dans la base de données. Lorsque MMA recevait une base de données complétée de la part d'un pays donné, une série de requêtes automatisées de contrôle de qualité étaient menées. Lorsqu'une quelconque incompatibilité paraissait, on effectuait une vérification auprès du coordinateur national. Parfois, les fiches de codage étaient soumises et les données saisies à nouveau pour assurer une plus grande précision. L'un des défis rencontrés était lié aux différences mineures dans l'information sur le codage qui ont exigé que MMA procède à une nouvelle vérification de toutes les données issues des participants espagnols. Finalement, les données ont été vérifiées à nouveau alors que chacun des résultats était produit. Dans le cadre d'un projet mondial de cette nature et de cette envergure, il faut s'attendre à certaines erreurs d'interprétation et de codage. Dans la plupart des cas, ces erreurs étaient rapidement détectées et rectifiées. À l'instar du GMMP 2005, moins de 0,5 % de tous les résultats ont été exclus de la série de données finales. Dans l'ensemble, MMA a apporté des corrections substantielles à moins de 10 % de toutes les données, ce qui illustre un niveau de précision extrêmement élevé.

La pondération

Le GMMP 2010 a utilisé le même système de pondération qu'en 2005. Comme dans tous les autres processus GMMP, le système de pondération a été examiné, mis à jour et testé à nouveau pour garantir sa fiabilité et sa précision. Il importe de souligner certains des critères fondamentaux à l'utilisation d'un tel système. Pour générer des résultats internationaux, on doit poser certaines hypothèses. Il faut d'emblée convenir que la simple addition des résultats de tous les pays participants signifierait que les pays ayant soumis le plus de données seraient ceux qui, en moyenne, détermineraient les résultats d'ensemble. Si par exemple, l'Inde soumettait des résultats pour cent médias, les données soumises par un pays comme le Swaziland portant sur six médias, n'auraient que bien peu d'impact, voire aucun, sur les résultats. De même, il serait aussi injuste de normaliser tous les résultats de telle sorte que les résultats de chaque pays se voient accorder la même valeur et le même poids. Avec un tel système, un pays comme le Swaziland aurait le même impact que l'Inde sur les résultats. Par conséquent, il fallait compiler l'ensemble des résultats en les agrégeant selon la taille de chaque pays.

Tout comme en 2005, en plus de la taille de la population, le nombre de médias dans chaque pays en plus de la diffusion de ces médias (dans le cas de la presse écrite) ont été tenus en compte dans le calcul de la pondération.

Les données de 2005 sur le nombre de stations de radio et de télévision et de journaux d'envergure nationale dans chaque pays ont été vérifiées et mises à jour. On a recensé les journaux et les stations nationales de radio et de télévision dans chaque pays. On a ensuite classé les pays séparément en fonction du nombre de journaux et de chaînes de radio et de télévision, puis on les a regroupés par niveau. Dans chaque niveau, chacun des pays devait observer un nombre maximum et minimum de médias devant faire l'objet de monitorage. La population et le nombre de médias ne permettent pas à eux seuls d'établir les différences en termes d'accès aux médias. Par exemple, il est possible que deux pays aient le même nombre de journaux, mais que leur impact, c'est-à-dire le nombre de lecteurs, s'avère radicalement différent. Pour remédier à cette situation, on a établi dans chaque niveau un facteur de pondération pour la radio, la télévision et la presse écrite. Pour la radio et la télévision, on s'est basé sur le nombre de personnes qui étaient en mesure de capter la chaîne. Dans la plupart des cas, ce chiffre approchait 100 % de la population nationale. Pour la presse écrite, on a utilisé les taux d'ensemble relatifs à la diffusion dans chaque pays.

Cependant, les différences significatives entre le nombre d'habitants et le nombre de médias des différents pays constituaient toujours un problème pour la pondération. Certains pays comme la Chine et l'Inde avec des centaines de millions de personnes et des milliers de médias auraient tout simplement submergé les résultats des pays beaucoup moins peuplés comptant moins de médias. Pour remédier à ce problème de pondération, on a décidé d'appliquer le système de la racine carrée. Il s'agit d'un système largement utilisé par les organismes internationaux pour déterminer le nombre de voix des participants lors des votes, afin d'éviter qu'une grande organisation n'écrase les plus petites. Par exemple, au sein

d'une organisation d'envergure, si les voix étaient accordées sur la seule base des pays qui ont le plus grand nombre de membres, les pays comptant des centaines de milliers de membres submergeraient ceux qui n'ont que quelques milliers de membres.

Pour le GMMP 2010, le système de la racine carrée consistait essentiellement à utiliser la racine carrée des facteurs de pondération de chaque média. En définitive, on a donc obtenu trois facteurs de pondération pour chaque pays : un pour la presse écrite, un pour la radio et un pour la télévision. Avant de livrer les résultats, on s'est assuré que chacun des pays ait bien retenu le nombre de médias exigé pour le monitorage en fonction de son niveau de densité médiatique. Pour les pays qui ont retenu plus de médias que prévu, le facteur pondéral a été revu à la baisse en proportion du nombre de médias qui aurait dû être retenu. Pour ce qui est des pays qui n'ont pas retenu suffisamment de médias, on a augmenté le facteur pondéral de façon proportionnelle. Les facteurs de pondération ont été utilisés à l'échelle régionale et internationale, et non pour les données nationales.

Les limites

À l'instar des autres éditions du GMMP, bien que tous les efforts aient été investis pour garantir la précision et la fiabilité des résultats, une étude de cette nature comporte obligatoirement un certain nombre de limites.

Le nouveau système de pondération mis en place pour le GMMP 2005 s'efforce de remédier aux limites que posent la taille de l'échantillonnage et des données que l'on trouvait dans les éditions précédentes. Les chiffres utilisés pour le calcul des facteurs de pondération sont issus de plusieurs sources, dont notamment le *World Press Trends 2008* et le *Southern African Media Directory 2007* publié par le MISA, en plus de recherches individuelles sur l'Internet d'au moins trois sources par pays. En outre, lorsque cela était possible, on a également tiré des renseignements sur le nombre précis de médias de la part des coordinateurs des pays participants. Ces chiffres ont été utilisés dans le système de pondération en partant du principe que leurs propres limites et hypothèses ne compromettraient pas leur validité et leur précision globale. Lors de l'élaboration du système de pondération, on s'est rendu compte que, pour un petit nombre de pays, on ne disposait pas de chiffres sur la pénétration ou la diffusion des médias. Il fallait donc les générer en se basant sur la moyenne du niveau de densité médiatique correspondant.

Tel qu'indiqué dans les versions précédentes du GMMP, il est impossible de déterminer une erreur de mesure exacte pour les données. En conformité avec les pratiques conventionnelles d'analyse du contenu, on a demandé à plusieurs chercheurs de coder le même matériel, puis on a calculé un niveau d'erreur en se basant sur les différences observées entre les deux résultats. Cet exercice a été réalisé en Afrique du Sud avec une équipe très compétente de six moniteurs (trois paires) et a généré un taux de précision de 97,7 %. Encore une fois, à l'instar des GMMP précédents, les contraintes logistiques nous ont empêchés de réaliser d'autres tests et aucun chiffre global n'est disponible. Le niveau de précision élevé obtenu en Afrique du Sud démontre que la méthodologie est claire, même s'il faut tenir pour acquis qu'il y aura un faible niveau d'erreur. De toute évidence, l'impact des limites du GMMP 2009-2010 est négligeable et n'affecte pas matériellement l'ensemble des résultats et des conclusions.

Tout comme en 2005, le GMMP n'aurait pu se dérouler sans l'appui indispensable de centaines de bénévoles de partout au monde. Sa croissance et son succès continu témoignent de leur dévouement et de leur engagement à l'égard du monitorage des médias et de la promotion de l'égalité des sexes. Le système de pondération a été mis à jour et vérifié avec l'appui du professeur L. Paul Fatti, professeur émérite en statistiques à l'Université du Witwatersrand. Les résultats du GMMP ont été rendus possibles grâce aux efforts inlassables de toute l'équipe MMA, mais particulièrement de Florence Stuart, Prinola Govenden et Albert van Houten. MMA remercie les personnes qui ont saisi, vérifié et analysé les données. Et de la WACC, nous tenons également à remercier Sarah Macharia et Lilian Ndangam, toujours aussi patientes et passionnées par le GMMP et plus récemment, l'œil de lynx Dermot O'Connor. En dernier lieu, le succès du GMMP tient également aux nombreux coordinateurs nationaux et régionaux, qui ont manifesté un engagement et un dévouement exceptionnels et qui ont veillé à ce que nous recevions les données, tout en répondant à nos questions et étant patients face aux résultats.

William Bird,
Directeur et Ashoka Fellow
chez Media Monitoring Africa

Analyste de données pour l'Afrique du Sud

Membre du Groupe de travail virtuel
sur la méthodologie du GMMP

1 Les matériaux de monitorage sont disponibles sur le site Web du GMMP www.whomakesthenews.org

2 Le cadre de classification a été adapté d'après le système Genre et Médias (GEM), développé par Gender Links pour l'étude de ligne de base Southern Africa Gender and Media.

Système de classification des reportages GMMP

Politique et gouvernement:

1 Le rôle des femmes dans la politique et la prise de décisions
2 Les femmes en tant que candidates aux élections
3 Paix, négociations, traités
4 Autres politiques nationales, gouvernement, etc.
5 Partenariats globaux
6 Politique étrangère/internationale, ONU, maintien de la paix
7 Défense nationale, dépenses militaires, sécurité nationale, etc.
8 Autres événements politiques et gouvernementaux (préciser dans les remarques)

Économie:

9 Politiques, stratégies, modèles économiques
10 Indicateurs et statistiques économiques
11 Crise économique, sauvetage gouvernemental d'entreprises, rachat et fusion d'entreprises, etc.
12 Pauvreté, logement, bien-être social…
13 La participation des femmes au processus économique
14 Autres questions liées au travail (grèves, syndicats, chômage…)
15 Économie rurale, agriculture, pratiques, etc.
16 Questions de consommation, prix, fraudes…
17 Transport, trafic, routes, etc.
18 Autres événements économiques (préciser dans les remarques)

Sciences et Santé

19 Science, technologie, recherches, découvertes…
20 Médecine, hygiène, santé, recherche médicale, financement, etc. (hormis VIH/SIDA)
21 VIH/SIDA, fréquence, politiques, traitement, personnes affectées, etc.
22 Autres épidémies, virus, contagions, grippe, pneumonie, etc.
23 Contrôle des naissances, fécondité, stérilisation…
24 Environnement, nature, pollution, écologie…
25 Autres sujets concernant la science ou la santé (préciser dans les remarques)

Social et Juridique:

26 Problèmes de développement, ressources durables, développement communautaire…
27 Éducation, jardins d'enfants, préscolaire, université, alphabétisme
28 Relations familiales, conflit entre les générations, etc.
29 Droits de la femme, de l'homme, de l'enfant, minorités…
30 Religion, culture, tradition, controverses, festivités…
31 Migrations, réfugiés, conflit ethnique, racisme…
32 Mouvements, activisme, etc. en faveur de la femme
33 Évolution des relations homme-femme (en dehors du foyer)
34 Droit et codes de la famille, droit de la propriété…
35 Système juridique/judiciaire, législation (hormis famille)
36 Autres sujets sociaux ou juridiques (préciser)

Criminalité et violence:

37 Crimes non-violents, versement de pots de vin, vol, etc.
38 Crimes violents, meurtres, rapt, enlèvement, etc.
39 Violence contre la femme, femicide, harcèlement sexuel, viol, mutilation génitale
40 Violence contre les enfants, violence sexuelle contre les enfants, négligence
41 Guerre, terrorisme, violence sous l'égide de l'État…
42 Émeutes, manifestations, troubles publics
43 Catastrophes, accidents, famines, tremblements de terre, inondation, accident aérien…
44 Autres sujets touchant à la criminalité, etc. (préciser dans les remarques)

Personnes célèbres, arts, médias, sports

45 Nouvelles, naissances, mariages, décès de célébrités…
46 Arts, loisirs et divertissements, cinéma, livres, danse…
47 Représentation par les médias (y compris internet) des hommes et/ou des femmes…
48 Concours de beauté, mannequins, mode, etc.
49 Sports, manifestations sportives, équipement…
50 Autres sujets concernant des personnalités, les arts, etc. (préciser dans les remarques)

La jeune fille

51 Actualités sur la jeune fille, y compris attitudes et pratiques culturelles, éducation, santé, exploitation économique

Autre sujet

52 N'utiliser qu'en dernier ressort et expliquer

Annexe 2. Index des tableaux et des graphiques

1. Constatations principales: 1995-2010 xiii
2. Les médias ayant fait l'objet de monitorage dans le cadre du GMMP 2010.. 4
3. Les thèmes évoqués dans les nouvelles: 2005-2010 5
4. Les thèmes évoqués dans les nouvelles : Comparaisons régionales. 2010 6
5. Sujets féminins dans les nouvelles par région: 1995-2010. 7
6. Sujets féminins dans les nouvelles par média: 1995-2010. 7
7. Présence générale des femmes dans les nouvelles: 1995-2010 8
8. Sujets féminins dans les reportages locaux, nationaux et internationaux : 1995-2010.. 8
9. Le sexe des sujets des nouvelles dans divers thèmes de reportages: 2010. 9
10. Occupation des sujets féminins dans les nouvelles: 2000-2010. 10
11. Fonction des sujets féminins dans les nouvelles: 2005-2010.. 12
12. Fonction des sujets dans les nouvelles, selon le sexe, par occupation: 2010. 13
13. Journaux : Âge des sujets dans les nouvelles, selon le sexe. 2005-2010. 13
14. Télévision : Âge des sujets dans les nouvelles, selon le sexe : 2005-2010 14
15. Âge des sources des nouvelles (personnes interviewées), selon le sexe : 2010. 14
16. Sujets des nouvelles présentés comme victimes, selon le sexe: 2005-2010 15
17. Sujets des nouvelles présentés comme survivants, selon le sexe: 2005-2010 15
18. Sujets des nouvelles identifiés selon leur situation familiale, selon le sexe: 2000-2010.. 16
19. Sujets des nouvelles selon le sexe, identifiés d'après leur situation de famille, selon le sexe du reporter: 2010 17
20. Fonction des sujets identifiés d'après leur situation familiale, selon le sexe: 2005-2010. 17
21. Sujets des nouvelles cités dans les journaux : 2000-2010 17
22. Sujets des nouvelles photographiés dans les journaux, selon le sexe: 2000-2010 17
23. Reportages par des présentatrices et des reporters féminines: 1995-2010. 23
24. Reportages par des présentatrices et des reporters féminines, par région : 1995-2010. 23
25. Reportages présentés à la radio et à la télévision, par région, selon le sexe des annonceurs/présentateurs. 2010 24
26. Reportages à la télévision par des présentatrices, selon l'âge de la présentatrice: 2010. 24
27. Reportages par des femmes journalistes, par région, par média: 2010. 24
28. Reportages par des femmes journalistes, par région: 2000-2010.. 24
29. Reportages par des femmes journalistes, selon les thèmes principaux. 2000-2010.. 25
30. Reportages par des femmes journalistes, selon la portée. 1995-2010. 25

31. Sujets féminins dans les nouvelles, selon le sexe du reporter: 2000-2010 26
32. Reportages par des femmes journalistes dans les nouvelles télévisées, selon l'âge du reporter: 2005-2010. 26
33. La place centrale des femmes dans les nouvelles. 2010. 31
34. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, par région: 2005-2010. 32
35. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, selon le sexe du reporter: 2005-2010.. 32
36. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, par région, selon le sexe du reporter: 2010. 32
37. Reportages qui soulignent les questions d'(in)égalité des sexes, par région, selon le sexe des sujets des nouvelles: 2010. 33
38. Incidence où le reportage soulève des questions d'(in)égalité des sexes. 2010. 34
39. Reportages et stéréotypes sexuels, selon le thème: 2010. 36
40. Reportages et stéréotypes sexuels, par région : 2010. 36
41. Stéréotypes sexuels dans les reportages, selon le sexe du reporter. 2010. 37
42. Stéréotypes sexuels dans les reportages, selon le sexe du reporter, par région. 2010. 37
43. Stéréotypes sexuels dans les sous-thèmes des reportages: 2010. 38
44. Reportages qui font référence aux instruments relatifs à l'égalité des sexes, aux droits humains ou aux droits des femmes. 2010. 39
45. Résultats du GMMP 2010 relativement aux objectifs du Millénaire pour le développement sélectionnés. 39
46. Pays participants et nombre de sites Web de nouvelles ayant fait l'objet de monitorage. 44
47. Principaux thèmes dans les nouvelles sur l'Internet. 2010. 44
48. Principaux thèmes des nouvelles sur Internet, selon le sexe des sujets des nouvelles. 2010 45
49. Représentation des sujets des nouvelles sur Internet comme victimes, selon le sexe. 2010. 45
50. Sujets des nouvelles sur l'Internet dans les photos et les composantes vidéo, selon le sexe. 2010.. 45
51. Principaux thèmes des nouvelles sur l'Internet, selon le sexe du reporter. 2010.. 46
52. Reportages sur l'Internet, selon le sexe du reporter. 2010.. 46
53. Nouvelles sur l'Internet et stéréotypes sexuels, par thème. 2010. 47
54. Nouvelles sur l'Internet et stéréotypes sexuels. 2010 47
55. La place centrale des femmes dans les reportages sur l'Internet. 2010. 48
56. Cadre de classification des études de cas du GMMP 50

Annexe 3. Résultats nationaux

1. Sexe des présentateurs, reporters, et sujets des nouvelles

		Présentateur				Reporters				Sujet				TOTAL
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Afrique	Bénin	12	60%	8	40%	8	29%	20	71%	5	25%	15	75%	68
	Botswana	13	62%	8	38%	9	39%	14	61%	2	10%	18	90%	64
	Burkina	9	53%	8	47%	13	25%	38	75%	34	27%	90	73%	192
	Burundi	1	3%	31	97%	13	27%	35	73%	8	23%	27	77%	115
	Cameroun	24	62%	15	38%	7	54%	6	46%	2	13%	13	87%	67
	Congo	7	70%	3	30%	6	17%	29	83%	3	13%	20	87%	68
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	8	100%	5	56%	4	44%	1	33%	2	67%	20
	Éthiopie	13	41%	19	59%	6	30%	14	70%	2	6%	29	94%	83
	Ghana	12	100%	0	0%	9	47%	10	53%	4	19%	17	81%	52
	Guinée	36	92%	3	8%	10	17%	50	83%	6	15%	34	85%	139
	Kenya	15	47%	17	53%	25	27%	68	73%	3	11%	24	89%	152
	Lesotho	4	40%	6	60%	5	50%	5	50%	3	17%	15	83%	38
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	15	56%	12	44%	17	43%	23	58%	11	33%	22	67%	100
	Mauritanie	3	43%	4	57%	4	13%	26	87%	5	19%	22	81%	64
	Maurice	3	21%	11	79%	14	45%	17	55%	5	56%	4	44%	54
	Namibie	30	75%	10	25%	7	30%	16	70%	4	33%	8	67%	75
	Niger	1	8%	11	92%	8	20%	33	80%	2	11%	16	89%	71
	Nigeria	8	44%	10	56%	18	24%	57	76%	6	11%	48	89%	147
	Sénégal	4	14%	25	86%	17	20%	67	80%	7	22%	25	78%	145
	Afrique du Sud	14	64%	8	36%	41	29%	98	71%	26	19%	111	81%	298
	Soudan du Sud	0	0%	18	100%	0	0%	16	100%	0	0%	6	100%	40
	Tanzanie	0	0%	0	0%	14	25%	42	75%	0	0%	3	100%	59
	Togo	0	0%	0	0%	7	64%	4	36%	0	0%	8	100%	19
	Ouganda	4	24%	13	76%	13	26%	37	74%	8	24%	26	76%	101
	Zambie	0	0%	50	100%	12	32%	25	68%	1	13%	7	88%	95
	Zimbabwe	9	100%	0	0%	13	38%	21	62%	4	33%	8	67%	55
Asie	Bangladesh	60	35%	113	65%	12	16%	65	84%	20	24%	65	76%	335
	Chine	172	51%	162	49%	215	48%	237	52%	101	20%	416	80%	1303
	Inde	38	45%	47	55%	56	29%	135	71%	114	27%	307	73%	697
	Japon	49	64%	28	36%	11	20%	44	80%	15	22%	53	78%	200
	Kirghizistan	42	49%	43	51%	31	69%	14	31%	17	20%	66	80%	213
	Malaisie	105	51%	99	49%	55	49%	57	51%	64	15%	352	85%	732
	Népal	22	25%	65	75%	0	0%	42	100%	32	16%	168	84%	329
	Pakistan	23	92%	2	8%	2	11%	17	89%	23	26%	64	74%	131
	Philippines	147	48%	157	52%	116	44%	146	56%	59	31%	129	69%	754
	Corée du Sud	21	38%	34	62%	22	18%	98	82%	5	25%	15	75%	195
	Taiwan	187	83%	37	17%	152	48%	165	52%	69	19%	296	81%	906
	Thaïlande	91	62%	56	38%	34	69%	15	31%	109	15%	610	85%	915
	Viêt Nam	31	41%	45	59%	36	47%	40	53%	36	25%	107	75%	295
Caraïbes	Belize	5	36%	9	64%	5	33%	10	67%	20	48%	22	52%	71
	République dominicaine	5	3%	169	97%	20	28%	51	72%	28	23%	93	77%	366
	Grenade	12	46%	14	54%	9	82%	2	18%	1	5%	21	95%	59
	Guyana	9	69%	4	31%	12	80%	3	20%	18	33%	36	67%	82
	Haïti	28	44%	35	56%	12	27%	33	73%	30	25%	91	75%	229
	Jamaïque	76	74%	27	26%	26	41%	37	59%	36	18%	165	82%	367
	Porto Rico	17	49%	18	51%	52	54%	44	46%	32	27%	88	73%	251
	Sainte-Lucie	4	80%	1	20%	1	100%	0	0%	1	14%	6	86%	13
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	7	100%	6	100%	0	0%	4	29%	10	71%	27
	Suriname	7	30%	16	70%	3	14%	19	86%	5	29%	12	71%	62
	Trinité-et-Tobago	6	14%	37	86%	23	56%	18	44%	3	7%	41	93%	128
Europe	Autriche	16	35%	30	65%	33	38%	55	63%	36	19%	153	81%	323
	Biélorussie	28	37%	48	63%	22	46%	26	54%	0	0%	1	100%	125
	Belgique	59	30%	141	71%	51	29%	127	71%	95	26%	270	74%	743
	Bosnie-Herzégovine	60	85%	11	15%	41	58%	30	42%	28	25%	85	75%	255

1. Sexe des présentateurs, reporters, et sujets des nouvelles

		Présentateur				Reporters				Sujet				TOTAL
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Europe	Bulgarie	12	67%	6	33%	23	74%	8	26%	40	53%	35	47%	124
	Croatie	27	48%	29	52%	35	53%	31	47%	19	29%	46	71%	187
	Chypre	53	47%	60	53%	44	39%	69	61%	17	20%	69	80%	312
	République tchèque	46	57%	35	43%	65	49%	67	51%	57	18%	261	82%	531
	Danemark	0	0%	61	100%	37	30%	85	70%	21	26%	59	74%	263
	Estonie	63	39%	98	61%	54	45%	65	55%	22	15%	128	85%	430
	Finlande	31	39%	49	61%	49	40%	73	60%	22	27%	61	73%	285
	France	129	50%	127	50%	113	47%	127	53%	63	26%	181	74%	740
	Géorgie	34	30%	79	70%	42	42%	58	58%	3	6%	50	94%	266
	Allemagne	49	34%	97	66%	50	29%	120	71%	76	26%	218	74%	610
	Grèce	88	55%	71	45%	73	34%	139	66%	85	32%	183	68%	639
	Hongrie	35	38%	57	62%	30	38%	49	62%	59	24%	192	76%	422
	Islande	21	23%	69	77%	25	33%	51	67%	16	23%	54	77%	236
	Irlande	0	0%	0	0%	6	60%	4	40%	5	83%	1	17%	16
	Italie	145	69%	66	31%	101	43%	136	57%	108	18%	479	82%	1035
	Kosovo	35	83%	7	17%	16	18%	75	82%	12	14%	73	86%	218
	Malte	79	75%	27	25%	33	37%	56	63%	9	16%	49	84%	253
	Monténégro	20	91%	2	9%	7	58%	5	42%	1	6%	16	94%	51
	Pays-Bas	4	27%	11	73%	19	22%	68	78%	24	27%	65	73%	191
	Norvège	40	69%	18	31%	28	30%	65	70%	41	31%	91	69%	283
	Pologne	15	33%	31	67%	62	28%	161	72%	72	28%	181	72%	522
	Portugal	22	79%	6	21%	66	55%	53	45%	25	18%	111	82%	283
	Roumanie	22	69%	10	31%	70	59%	49	41%	55	32%	119	68%	325
	Espagne	129	65%	71	36%	85	44%	108	56%	55	29%	137	71%	585
	Suède	33	47%	37	53%	86	52%	80	48%	48	32%	104	68%	388
	Suisse	28	49%	29	51%	41	37%	71	63%	24	20%	99	80%	292
	Turquie	0	0%	5	100%	45	19%	188	81%	51	24%	162	76%	451
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	114	51%	111	49%	112	32%	236	68%	150	30%	353	70%	1076
Amérique Latine	Argentine	36	32%	76	68%	30	42%	42	58%	32	28%	82	72%	298
	Bolivie	25	45%	31	55%	16	53%	14	47%	10	27%	27	73%	123
	Brésil	21	47%	24	53%	84	45%	102	55%	137	29%	328	71%	696
	Chili	0	0%	0	0%	6	26%	17	74%	26	30%	61	70%	110
	Costa Rica	29	25%	86	75%	16	32%	34	68%	11	20%	45	80%	221
	Équateur	112	62%	70	38%	53	37%	92	63%	27	25%	80	75%	434
	Salvador	8	29%	20	71%	30	41%	43	59%	1	25%	3	75%	105
	Guatemala	19	23%	65	77%	37	31%	83	69%	13	17%	63	83%	280
	Mexique	4	8%	49	92%	39	41%	57	59%	27	30%	62	70%	238
	Nicaragua	26	30%	62	70%	38	64%	21	36%	45	31%	98	69%	290
	Paraguay	52	49%	55	51%	34	35%	62	65%	18	16%	93	84%	314
	Pérou	31	29%	77	71%	30	38%	48	62%	54	35%	102	65%	342
	Uruguay	64	39%	99	61%	27	30%	64	70%	33	16%	174	84%	461
Moyen-Orient	Égypte	7	54%	6	46%	2	67%	1	33%	6	38%	10	63%	32
	Israël	63	44%	79	56%	63	27%	170	73%	43	15%	239	85%	657
	Jordanie	14	93%	1	7%	19	61%	12	39%	2	13%	14	88%	62
	Liban	55	60%	37	40%	26	43%	34	57%	38	5%	694	95%	884
	Tunisie	162	62%	99	38%	16	29%	40	71%	53	22%	183	78%	553
	Émirats arabes unis	0	0%	7	100%	14	35%	26	65%	6	10%	53	90%	106
Amérique du Nord	Canada	45	40%	68	60%	76	42%	105	58%	67	30%	159	70%	520
	États-Unis	3	33%	6	67%	29	29%	71	71%	34	23%	112	77%	255
Pacifique	Australie	47	27%	130	73%	51	34%	98	66%	73	25%	221	75%	620
	Fidji	16	30%	37	70%	21	75%	7	25%	7	25%	21	75%	109
	Nouvelle-Zélande	39	36%	69	64%	47	46%	55	54%	72	23%	248	78%	530
	Papouasie-Nouvelle Guinée	18	100%	0	0%	18	38%	30	63%	7	21%	27	79%	100
	Tonga	22	59%	15	41%	11	61%	7	39%	1	10%	9	90%	65
Totaux mondiaux		3 749	47%	4 290	53%	3 609	38%	5 937	62%	3 176	22%	11 145	78%	31 906

2. Sujets des nouvelles à la télévision, à la radio et dans les journaux

		TÉLÉVISION				RADIO				JOURNAUX				TOTAL			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	5	26%	14	74%	5	25%	15	75%
	Botswana	1	14%	6	86%	0	0%	4	100%	1	11%	8	89%	2	10%	18	90%
	Burkina	2	50%	2	50%	2	15%	11	85%	30	28%	77	72%	34	27%	90	73%
	Burundi	5	38%	8	62%	2	17%	10	83%	1	10%	9	90%	8	23%	27	77%
	Cameroun	0	0%	3	100%	2	17%	10	83%	0	0%	0	0%	2	13%	13	87%
	Congo	0	0%	9	100%	2	29%	5	71%	1	14%	6	86%	3	13%	20	87%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	1	100%	0	0%	1	33%	2	67%
	Éthiopie	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	2	7%	28	93%	2	6%	29	94%
	Ghana	0	0%	2	100%	2	22%	7	78%	2	20%	8	80%	4	19%	17	81%
	Guinée	3	38%	5	63%	0	0%	9	100%	3	13%	20	87%	6	15%	34	85%
	Kenya	3	33%	6	67%	0	0%	11	100%	0	0%	7	100%	3	11%	24	89%
	Lesotho	2	50%	2	50%	1	20%	4	80%	0	0%	9	100%	3	17%	15	83%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	0	0%	3	100%	1	100%	0	0%	10	34%	19	66%	11	33%	22	67%
	Mauritanie	0	0%	6	100%	0	0%	2	100%	5	26%	14	74%	5	19%	22	81%
	Maurice	0	0%	0	0%	2	50%	2	50%	3	60%	2	40%	5	56%	4	44%
	Namibie	0	0%	0	0%	2	29%	5	71%	2	40%	3	60%	4	33%	8	67%
	Niger	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	1	6%	15	94%	2	11%	16	89%
	Nigeria	1	20%	4	80%	0	0%	13	100%	5	14%	31	86%	6	11%	48	89%
	Sénégal	4	25%	12	75%	1	25%	3	75%	2	17%	10	83%	7	22%	25	78%
	Afrique du Sud	3	9%	30	91%	0	0%	0	0%	23	22%	81	78%	26	19%	111	81%
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	4	100%	0	0%	6	100%
	Tanzanie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	3	100%
	Togo	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	0	0%	3	100%	0	0%	8	100%
	Ouganda	0	0%	0	0%	3	27%	8	73%	5	22%	18	78%	8	24%	26	76%
	Zambie	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	1	20%	4	80%	1	13%	7	88%
	Zimbabwe	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	4	36%	7	64%	4	33%	8	67%
Asie	Bangladesh	2	20%	8	80%	3	27%	8	73%	15	23%	49	77%	20	24%	65	76%
	Chine	38	20%	154	80%	22	19%	94	81%	41	20%	168	80%	101	20%	416	80%
	Inde	23	21%	85	79%	9	17%	44	83%	82	32%	178	68%	114	27%	307	73%
	Japon	9	23%	31	78%	0	0%	1	100%	6	22%	21	78%	15	22%	53	78%
	Kirghizistan	2	40%	3	60%	1	13%	7	88%	14	20%	56	80%	17	20%	66	80%
	Malaisie	35	12%	249	88%	13	20%	53	80%	16	24%	50	76%	64	15%	352	85%
	Népal	4	12%	30	88%	15	21%	56	79%	13	14%	82	86%	32	16%	168	84%
	Pakistan	2	50%	2	50%	1	10%	9	90%	20	27%	53	73%	23	26%	64	74%
	Philippines	13	22%	47	78%	34	40%	52	60%	12	29%	30	71%	59	31%	129	69%
	Corée du Sud	0	0%	1	100%	2	50%	2	50%	3	20%	12	80%	5	25%	15	75%
	Taiwan	33	27%	91	73%	9	9%	91	91%	27	19%	114	81%	69	19%	296	81%
	Thaïlande	52	20%	204	80%	2	7%	26	93%	55	13%	380	87%	109	15%	610	85%
	Viêt Nam	0	0%	2	100%	9	26%	26	74%	27	25%	79	75%	36	25%	107	75%
Caraïbes	Belize	0	0%	0	0%	6	46%	7	54%	14	48%	15	52%	20	48%	22	52%
	République dominicaine	0	0%	2	100%	20	24%	64	76%	8	23%	27	77%	28	23%	93	77%
	Grenade	0	0%	5	100%	0	0%	2	100%	1	7%	14	93%	1	5%	21	95%
	Guyana	1	20%	4	80%	2	22%	7	78%	15	38%	25	63%	18	33%	36	67%
	Haïti	0	0%	16	100%	30	30%	69	70%	0	0%	6	100%	30	25%	91	75%
	Jamaïque	12	17%	60	83%	9	14%	55	86%	15	23%	50	77%	36	18%	165	82%
	Porto Rico	13	41%	19	59%	2	13%	13	87%	17	23%	56	77%	32	27%	88	73%
	Sainte-Lucie	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	14%	6	86%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	4	100%	1	100%	0	0%	3	33%	6	67%	4	29%	10	71%
	Suriname	1	20%	4	80%	2	40%	3	60%	2	29%	5	71%	5	29%	12	71%
	Trinité-et-Tobago	0	0%	0	0%	0	0%	23	100%	3	14%	18	86%	3	7%	41	93%
Europe	Autriche	6	20%	24	80%	0	0%	10	100%	30	20%	119	80%	36	19%	153	81%
	Biélorussie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Belgique	27	35%	51	65%	11	22%	40	78%	57	24%	179	76%	95	26%	270	74%
	Bosnie-Herzégovine	7	23%	24	77%	4	24%	13	76%	17	26%	48	74%	28	25%	85	75%
	Bulgarie	4	44%	5	56%	3	18%	14	82%	33	67%	16	33%	40	53%	35	47%
	Croatie	11	38%	18	62%	2	40%	3	60%	6	19%	25	81%	19	29%	46	71%
	Chypre	8	17%	38	83%	0	0%	10	100%	9	30%	21	70%	17	20%	69	80%

2. Sujets des nouvelles à la télévision, à la radio et dans les journaux

		TÉLÉVISION				RADIO				JOURNAUX				TOTAL			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	République tchèque	20	26%	57	74%	3	7%	42	93%	34	17%	162	83%	57	18%	261	82%
	Danemark	2	11%	16	89%	0	0%	0	0%	19	31%	43	69%	21	26%	59	74%
	Estonie	3	10%	27	90%	4	8%	46	92%	15	21%	55	79%	22	15%	128	85%
	Finlande	4	31%	9	69%	1	25%	3	75%	17	26%	49	74%	22	27%	61	73%
	France	18	39%	28	61%	23	26%	66	74%	22	20%	87	80%	63	26%	181	74%
	Géorgie	1	7%	13	93%	1	4%	23	96%	1	7%	14	93%	3	6%	50	94%
	Allemagne	34	30%	78	70%	6	23%	20	77%	36	23%	120	77%	76	26%	218	74%
	Grèce	41	38%	68	62%	5	19%	22	81%	39	30%	93	70%	85	32%	183	68%
	Hongrie	9	26%	26	74%	5	19%	21	81%	45	24%	145	76%	59	24%	192	76%
	Islande	6	26%	17	74%	6	23%	20	77%	4	19%	17	81%	16	23%	54	77%
	Irlande	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	83%	1	17%	5	83%	1	17%
	Italie	41	22%	143	78%	10	10%	92	90%	57	19%	244	81%	108	18%	479	82%
	Kosovo	0	0%	10	100%	0	0%	0	0%	12	16%	63	84%	12	14%	73	86%
	Malte	4	11%	33	89%	1	13%	7	88%	4	31%	9	69%	9	16%	49	84%
	Monténégro	1	7%	13	93%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	1	6%	16	94%
	Pays-Bas	0	0%	4	100%	2	22%	7	78%	22	29%	54	71%	24	27%	65	73%
	Norvège	10	26%	29	74%	1	11%	8	89%	30	36%	54	64%	41	31%	91	69%
	Pologne	6	43%	8	57%	12	26%	34	74%	54	28%	139	72%	72	28%	181	72%
	Portugal	10	22%	36	78%	1	5%	19	95%	14	20%	56	80%	25	18%	111	82%
	Roumanie	4	27%	11	73%	7	50%	7	50%	44	30%	101	70%	55	32%	119	68%
	Espagne	21	34%	41	66%	14	26%	39	74%	20	26%	57	74%	55	29%	137	71%
	Suède	5	19%	21	81%	0	0%	7	100%	43	36%	76	64%	48	32%	104	68%
	Suisse	6	18%	28	82%	3	14%	18	86%	15	22%	53	78%	24	20%	99	80%
	Turquie	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	50	24%	159	76%	51	24%	162	76%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	48	31%	107	69%	41	25%	120	75%	61	33%	126	67%	150	30%	353	70%
Amérique Latine	Argentine	11	21%	41	79%	9	38%	15	63%	12	32%	26	68%	32	28%	82	72%
	Bolivie	8	35%	15	65%	2	33%	4	67%	0	0%	8	100%	10	27%	27	73%
	Brésil	11	46%	13	54%	2	20%	8	80%	124	29%	307	71%	137	29%	328	71%
	Chili	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	26	30%	61	70%	26	30%	61	70%
	Costa Rica	3	25%	9	75%	1	7%	14	93%	7	24%	22	76%	11	20%	45	80%
	Équateur	8	22%	29	78%	0	0%	6	100%	19	30%	45	70%	27	25%	80	75%
	Salvador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	1	25%	3	75%
	Guatemala	6	26%	17	74%	3	7%	39	93%	4	36%	7	64%	13	17%	63	83%
	Mexique	0	0%	0	0%	6	18%	27	82%	21	38%	35	63%	27	30%	62	70%
	Nicaragua	16	33%	33	67%	22	32%	47	68%	7	28%	18	72%	45	31%	98	69%
	Paraguay	1	20%	4	80%	5	28%	13	72%	12	14%	76	86%	18	16%	93	84%
	Pérou	15	31%	33	69%	13	26%	37	74%	26	45%	32	55%	54	35%	102	65%
	Uruguay	30	19%	131	81%	2	11%	16	89%	1	4%	27	96%	33	16%	174	84%
Moyen-Orient	Égypte	5	36%	9	64%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	6	38%	10	63%
	Israël	9	15%	52	85%	18	12%	129	88%	16	22%	58	78%	43	15%	239	85%
	Jordanie	1	33%	2	67%	1	11%	8	89%	0	0%	4	100%	2	13%	14	88%
	Liban	17	6%	292	94%	7	4%	152	96%	14	5%	250	95%	38	5%	694	95%
	Tunisie	25	27%	68	73%	28	20%	109	80%	0	0%	6	100%	53	22%	183	78%
	Émirats arabes unis	2	22%	7	78%	0	0%	0	0%	4	8%	46	92%	6	10%	53	90%
Amérique du Nord	Canada	21	48%	23	52%	3	11%	25	89%	43	28%	111	72%	67	30%	159	70%
	États-Unis	2	18%	9	82%	0	0%	0	0%	32	24%	103	76%	34	23%	112	77%
Pacifique	Australie	28	32%	60	68%	13	21%	48	79%	32	22%	113	78%	73	25%	221	75%
	Fidji	2	18%	9	82%	1	14%	6	86%	4	40%	6	60%	7	25%	21	75%
	Nouvelle-Zélande	17	13%	113	87%	11	28%	28	72%	44	29%	107	71%	72	23%	248	78%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	2	40%	3	60%	1	17%	5	83%	4	17%	19	83%	7	21%	27	79%
	Tonga	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	1	17%	5	83%	1	10%	9	90%
Totaux mondiaux		863	22%	3088	78%	526	19%	2279	81%	1787	24%	5778	76%	3176	22%	11145	78%

3. Sujets des nouvelles par thème principale

		Politique et gouvernement				Économie				Sciences et Santé				Social et Juridique			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	2	100%	0	0%	0	0%	4	100%
	Botswana	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	5	100%
	Burkina	3	11%	25	89%	2	15%	11	85%	3	21%	11	79%	22	48%	24	52%
	Burundi	3	25%	9	75%	1	20%	4	80%	0	0%	3	100%	4	40%	6	60%
	Cameroun	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	1	100%	0	0%
	Congo	1	8%	11	92%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	3	100%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Éthiopie	1	6%	15	94%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	0	0%	3	100%
	Ghana	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%	0	0%	2	100%	1	17%	5	83%
	Guinée	2	7%	26	93%	1	100%	0	0%	0	0%	3	100%	3	60%	2	40%
	Kenya	2	20%	8	80%	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%	0	0%	5	100%
	Lesotho	1	33%	2	67%	0	0%	6	100%	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	15%	11	85%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	2	100%	0	0%
	Mauritanie	1	10%	9	90%	0	0%	2	100%	2	67%	1	33%	0	0%	3	100%
	Maurice	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Namibie	1	20%	4	80%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%
	Niger	1	11%	8	89%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Nigeria	1	7%	13	93%	2	13%	13	87%	0	0%	1	100%	3	15%	17	85%
	Sénégal	2	13%	13	87%	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	5	83%	1	17%
	Afrique du Sud	4	24%	13	76%	6	18%	27	82%	1	25%	3	75%	1	8%	11	92%
	Soudan du Sud	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Tanzanie	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Togo	0	0%	7	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Ouganda	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%
	Zambie	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
	Zimbabwe	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
Asie	Bangladesh	7	35%	13	65%	1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	3	17%	15	83%
	Chine	30	14%	179	86%	8	16%	41	84%	5	19%	21	81%	24	39%	38	61%
	Inde	40	23%	133	77%	4	16%	21	84%	4	67%	2	33%	18	38%	30	63%
	Japon	4	15%	22	85%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	1	33%	2	67%
	Kirghizistan	8	17%	38	83%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	1	25%	3	75%
	Malaisie	9	10%	77	90%	3	5%	53	95%	1	9%	10	91%	9	14%	55	86%
	Népal	10	9%	103	91%	2	10%	18	90%	5	45%	6	55%	2	20%	8	80%
	Pakistan	1	4%	26	96%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	3	25%	9	75%
	Philippines	23	35%	42	65%	4	33%	8	67%	2	50%	2	50%	2	33%	4	67%
	Corée du Sud	3	25%	9	75%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Taiwan	20	16%	104	84%	10	20%	39	80%	2	17%	10	83%	17	31%	38	69%
	Thaïlande	5	2%	226	98%	18	15%	100	85%	5	28%	13	72%	7	9%	68	91%
	Viêt Nam	2	7%	25	93%	4	11%	32	89%	4	25%	12	75%	6	46%	7	54%
Caraïbes	Belize	0	0%	2	100%	3	33%	6	67%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%
	République dominicaine	7	19%	29	81%	1	10%	9	90%	0	0%	2	100%	7	39%	11	61%
	Grenade	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%
	Guyana	1	17%	5	83%	4	57%	3	43%	0	0%	3	100%	4	67%	2	33%
	Haïti	18	23%	59	77%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	59%	7	41%
	Jamaïque	0	0%	11	100%	8	28%	21	72%	1	17%	5	83%	6	46%	7	54%
	Porto Rico	3	12%	22	88%	2	13%	14	88%	7	78%	2	22%	5	24%	16	76%
	Sainte-Lucie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	1	33%	2	67%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%
	Suriname	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	4	57%	3	43%
	Trinité-et-Tobago	0	0%	9	100%	0	0%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%	4	100%
Europe	Autriche	11	17%	55	83%	0	0%	4	100%	6	32%	13	68%	1	7%	13	93%
	Biélorussie	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Belgique	22	17%	110	83%	5	21%	19	79%	2	33%	4	67%	11	35%	20	65%
	Bosnie-Herzégovine	13	25%	38	75%	3	38%	5	63%	1	50%	1	50%	4	29%	10	71%
	Bulgarie	7	27%	19	73%	3	60%	2	40%	8	80%	2	20%	4	80%	1	20%

	Criminalité et violence				Personnes célèbres, arts et médias				La jeune fille				Autre		TOTAL			
	FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN				FÉMININ		MASCULIN	
PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			N	%	N	%
Bénin	1	50%	1	50%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0	5	25%	15	75%
Botswana	0	0%	8	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	1	2	11%	17	89%
Burkina	4	80%	1	20%	0	0%	18	100%	0	0%	0	0%	0	0	34	27%	90	73%
Burundi	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	8	23%	27	77%
Cameroun	0	0%	4	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0	2	13%	13	87%
Congo	2	50%	2	50%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0	3	13%	20	87%
Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0	1	33%	2	67%
Éthiopie	1	17%	5	83%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	2	6%	29	94%
Ghana	0	0%	4	100%	1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	0	0	4	19%	17	81%
Guinée	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	2	6	16%	32	84%
Kenya	0	0%	1	100%	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0	0	3	11%	24	89%
Lesotho	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	3	17%	15	83%
Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	0	0%
Madagascar	3	33%	6	67%	3	60%	2	40%	1	100%	0	0%	0	0	11	33%	22	67%
Mauritanie	1	50%	1	50%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	0	0	5	19%	22	81%
Maurice	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0	5	56%	4	44%
Namibie	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	4	33%	8	67%
Niger	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0	2	11%	16	89%
Nigeria	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	6	11%	48	89%
Sénégal	0	0%	2	100%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0	7	22%	25	78%
Afrique du Sud	9	21%	34	79%	5	18%	23	82%	0	0%	0	0%	0	0	26	19%	111	81%
Soudan du Sud	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	6	100%
Tanzanie	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	3	100%
Togo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	8	100%
Ouganda	5	29%	12	71%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	1	0	7	21%	26	79%
Zambie	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	1	13%	7	88%
Zimbabwe	2	33%	4	67%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0	4	33%	8	67%
Bangladesh	6	16%	32	84%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	0	0	20	24%	65	76%
Chine	21	20%	86	80%	12	20%	49	80%	1	100%	0	0%	0	2	101	20%	414	80%
Inde	43	32%	93	68%	4	13%	28	88%	1	100%	0	0%	0	0	114	27%	307	73%
Japon	8	35%	15	65%	2	17%	10	83%	0	0%	0	0%	0	0	15	22%	53	78%
Kirghizistan	0	0%	6	100%	6	25%	18	75%	0	0%	0	0%	0	0	17	20%	66	80%
Malaisie	26	21%	100	79%	14	21%	53	79%	0	0%	0	0%	2	4	62	15%	348	85%
Népal	9	47%	10	53%	4	15%	23	85%	0	0%	0	0%	0	0	32	16%	168	84%
Pakistan	17	40%	25	60%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0	23	26%	64	74%
Philippines	6	12%	46	88%	22	45%	27	55%	0	0%	0	0%	0	0	59	31%	129	69%
Corée du Sud	1	25%	3	75%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	2	5	28%	13	72%
Taiwan	8	8%	88	92%	7	32%	15	68%	4	67%	2	33%	1	0	68	19%	296	81%
Thaïlande	36	19%	156	81%	38	45%	47	55%	0	0%	0	0%	0	0	109	15%	610	85%
Viêt Nam	14	40%	21	60%	6	38%	10	63%	0	0%	0	0%	0	0	36	25%	107	75%
Belize	11	44%	14	56%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0	20	48%	22	52%
République dominicaine	12	23%	41	77%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0	28	23%	93	77%
Grenade	0	0%	2	100%	0	0%	12	100%	0	0%	0	0%	0	1	1	5%	20	95%
Guyana	6	22%	21	78%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	2	17	33%	34	67%
Haïti	1	11%	8	89%	0	0%	16	100%	0	0%	0	0%	1	1	29	24%	90	76%
Jamaïque	17	13%	117	87%	3	50%	3	50%	1	100%	0	0%	0	1	36	18%	164	82%
Porto Rico	5	20%	20	80%	9	39%	14	61%	1	100%	0	0%	0	0	32	27%	88	73%
Sainte-Lucie	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	1	14%	6	86%
Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	4	29%	10	71%
Suriname	0	0%	3	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	1	5	31%	11	69%
Trinité-et-Tobago	1	5%	21	95%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0	3	7%	41	93%
Autriche	14	19%	60	81%	4	33%	8	67%	0	0%	0	0%	0	0	36	19%	153	81%
Biélorussie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	0	0%	1	100%
Belgique	40	39%	62	61%	14	21%	53	79%	1	33%	2	67%	0	0	95	26%	270	74%
Bosnie-Herzégovine	4	14%	24	86%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	0	0	28	25%	85	75%
Bulgarie	16	67%	8	33%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0	40	53%	35	47%

3. Sujets des nouvelles par thème principale

		Politique et gouvernement				Économie				Sciences et Santé				Social et Juridique			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	Croatie	7	21%	26	79%	0	0%	2	100%	5	63%	3	38%	1	33%	2	67%
	Chypre	4	12%	29	88%	0	0%	1	100%	1	20%	4	80%	3	38%	5	63%
	République tchèque	18	10%	170	90%	1	6%	16	94%	0	0%	1	100%	11	33%	22	67%
	Danemark	3	13%	21	88%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Estonie	5	9%	49	91%	4	20%	16	80%	0	0%	1	100%	7	58%	5	42%
	Finlande	7	25%	21	75%	0	0%	2	100%	4	40%	6	60%	1	17%	5	83%
	France	17	20%	68	80%	8	27%	22	73%	9	45%	11	55%	11	69%	5	31%
	Géorgie	1	4%	22	96%	0	0%	5	100%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Allemagne	33	23%	112	77%	6	15%	34	85%	10	43%	13	57%	1	8%	11	92%
	Grèce	36	27%	95	73%	3	12%	23	88%	9	56%	7	44%	8	33%	16	67%
	Hongrie	19	16%	100	84%	1	6%	16	94%	9	43%	12	57%	1	7%	14	93%
	Islande	3	33%	6	67%	5	25%	15	75%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%
	Irlande	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Italie	41	14%	246	86%	1	11%	8	89%	5	25%	15	75%	9	15%	52	85%
	Kosovo	7	10%	62	90%	3	75%	1	25%	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%
	Malte	3	25%	9	75%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	2	40%	3	60%
	Monténégro	0	0%	6	100%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%
	Pays-Bas	7	26%	20	74%	1	25%	3	75%	4	44%	5	56%	4	27%	11	73%
	Norvège	14	32%	30	68%	5	33%	10	67%	5	63%	3	38%	4	50%	4	50%
	Pologne	11	15%	60	85%	5	31%	11	69%	6	38%	10	63%	11	44%	14	56%
	Portugal	5	17%	24	83%	1	17%	5	83%	1	20%	4	80%	10	38%	16	62%
	Roumanie	10	17%	48	83%	4	22%	14	78%	5	31%	11	69%	2	22%	7	78%
	Espagne	15	23%	49	77%	7	47%	8	53%	3	33%	6	67%	4	50%	4	50%
	Suède	6	30%	14	70%	9	45%	11	55%	5	24%	16	76%	2	9%	20	91%
	Suisse	9	20%	36	80%	5	24%	16	76%	1	25%	3	75%	3	60%	2	40%
	Turquie	11	17%	54	83%	0	0%	4	100%	2	50%	2	50%	4	14%	24	86%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	30	18%	141	82%	3	21%	11	79%	3	27%	8	73%	33	49%	34	51%
Amérique Latine	Argentine	13	35%	24	65%	8	42%	11	58%	1	25%	3	75%	2	14%	12	86%
	Bolivie	6	30%	14	70%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
	Brésil	30	15%	175	85%	13	27%	35	73%	36	51%	35	49%	31	34%	60	66%
	Chili	6	16%	32	84%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	4	33%	8	67%
	Costa Rica	3	16%	16	84%	0	0%	2	100%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Équateur	0	0%	10	100%	5	26%	14	74%	2	67%	1	33%	6	24%	19	76%
	Salvador	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Guatemala	1	7%	14	93%	0	0%	2	100%	2	67%	1	33%	3	100%	0	0%
	Mexique	2	11%	17	89%	3	20%	12	80%	0	0%	2	100%	0	0%	12	100%
	Nicaragua	6	30%	14	70%	2	25%	6	75%	8	44%	10	56%	6	27%	16	73%
	Paraguay	0	0%	31	100%	3	38%	5	63%	3	33%	6	67%	4	40%	6	60%
	Pérou	0	0%	6	100%	3	75%	1	25%	2	29%	5	71%	8	50%	8	50%
	Uruguay	11	10%	99	90%	2	40%	3	60%	0	0%	1	100%	3	50%	3	50%
Moyen-Orient	Égypte	1	50%	1	50%	1	20%	4	80%	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%
	Israël	9	7%	116	93%	3	15%	17	85%	3	14%	19	86%	8	28%	21	72%
	Jordanie	0	0%	9	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Liban	35	5%	636	95%	1	20%	4	80%	0	0%	8	100%	1	5%	18	95%
	Tunisie	23	16%	121	84%	0	0%	18	100%	0	0%	1	100%	9	53%	8	47%
	Émirats arabes unis	1	5%	20	95%	0	0%	11	100%	0	0%	6	100%	2	50%	2	50%
Amérique du Nord	Canada	18	25%	53	75%	4	80%	1	20%	2	13%	13	87%	13	39%	20	61%
	États-Unis	14	33%	28	67%	2	67%	1	33%	2	25%	6	75%	4	31%	9	69%
Pacifique	Australie	11	23%	37	77%	2	20%	8	80%	3	60%	2	40%	13	20%	53	80%
	Fidji	0	0%	7	100%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	1	20%	4	80%
	Nouvelle-Zélande	24	22%	87	78%	4	17%	20	83%	6	38%	10	63%	10	29%	24	71%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	1	11%	8	89%	0	0%	4	100%	1	100%	0	0%	3	38%	5	63%
	Tonga	0	0%	5	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
Totaux mondiaux		813	15%	4663	85%	231	20%	925	80%	229	34%	441	66%	468	30%	1080	70%

	Criminalité et violence				Personnes célèbres, arts et médias				La jeune fille				Autre		TOTAL			
	FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN				FÉMININ		MASCULIN	
PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			N	%	N	%
Croatie	5	38%	8	62%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	1	0	18	28%	46	72%
Chypre	4	14%	25	86%	5	50%	5	50%	0	0%	0	0%	0	0	17	20%	69	80%
République tchèque	19	32%	41	68%	7	50%	7	50%	0	0%	0	0%	1	4	56	18%	257	82%
Danemark	7	39%	11	61%	10	31%	22	69%	0	0%	0	0%	0	1	21	27%	58	73%
Estonie	3	9%	32	91%	3	11%	25	89%	0	0%	0	0%	0	0	22	15%	128	85%
Finlande	6	29%	15	71%	3	20%	12	80%	0	0%	0	0%	1	0	21	26%	61	74%
France	8	13%	52	87%	7	24%	22	76%	0	0%	0	0%	3	1	60	25%	180	75%
Géorgie	1	5%	18	95%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0	3	6%	50	94%
Allemagne	17	44%	22	56%	9	27%	24	73%	0	0%	0	0%	0	2	76	26%	216	74%
Grèce	7	44%	9	56%	20	41%	29	59%	0	0%	0	0%	2	4	83	32%	179	68%
Hongrie	16	44%	20	56%	11	28%	29	73%	0	0%	0	0%	2	1	57	23%	191	77%
Islande	4	17%	20	83%	4	31%	9	69%	0	0%	0	0%	0	0	16	23%	54	77%
Irlande	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0	5	83%	1	17%
Italie	42	25%	124	75%	7	17%	34	83%	0	0%	0	0%	3	0	105	18%	479	82%
Kosovo	0	0%	2	100%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	12	14%	73	86%
Malte	2	11%	17	89%	1	5%	18	95%	0	0%	0	0%	0	0	9	16%	49	84%
Monténégro	1	33%	2	67%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0	1	6%	16	94%
Pays-Bas	2	22%	7	78%	6	24%	19	76%	0	0%	0	0%	0	0	24	27%	65	73%
Norvège	5	14%	32	86%	8	40%	12	60%	0	0%	0	0%	0	0	41	31%	91	69%
Pologne	28	30%	64	70%	8	30%	19	70%	3	60%	2	40%	0	1	72	29%	180	71%
Portugal	7	13%	45	87%	1	6%	17	94%	0	0%	0	0%	0	0	25	18%	111	82%
Roumanie	6	35%	11	65%	28	51%	27	49%	0	0%	0	0%	0	1	55	32%	118	68%
Espagne	20	32%	42	68%	4	13%	27	87%	2	67%	1	33%	0	0	55	29%	137	71%
Suède	12	46%	14	54%	14	33%	29	67%	0	0%	0	0%	0	0	48	32%	104	68%
Suisse	2	7%	28	93%	4	22%	14	78%	0	0%	0	0%	0	0	24	20%	99	80%
Turquie	24	37%	41	63%	7	24%	22	76%	0	0%	0	0%	3	15	48	25%	147	75%
Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	37	30%	87	70%	25	30%	59	70%	0	0%	0	0%	19	13	131	28%	340	72%
Argentine	3	43%	4	57%	3	11%	25	89%	0	0%	0	0%	2	3	30	28%	79	72%
Bolivie	4	31%	9	69%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	10	27%	27	73%
Brésil	27	54%	23	46%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	137	29%	328	71%
Chili	12	44%	15	56%	2	33%	4	67%	1	100%	0	0%	1	0	25	29%	61	71%
Costa Rica	4	15%	22	85%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	3	1	8	15%	44	85%
Équateur	14	29%	34	71%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0	27	25%	80	75%
Salvador	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	1	25%	3	75%
Guatemala	4	11%	34	89%	3	21%	11	79%	0	0%	0	0%	0	1	13	17%	62	83%
Mexique	7	39%	11	61%	15	65%	8	35%	0	0%	0	0%	0	0	27	30%	62	70%
Nicaragua	20	31%	45	69%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	0	0	45	31%	98	69%
Paraguay	7	13%	45	87%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	0	17	15%	93	85%
Pérou	17	27%	47	73%	21	38%	35	63%	0	0%	0	0%	3	0	51	33%	102	67%
Uruguay	10	24%	32	76%	5	13%	34	87%	0	0%	0	0%	2	2	31	15%	172	85%
Égypte	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	1	6	40%	9	60%
Israël	15	21%	55	79%	5	36%	9	64%	0	0%	0	0%	0	2	43	15%	237	85%
Jordanie	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0	2	13%	14	88%
Liban	0	0%	6	100%	0	0%	22	100%	0	0%	0	0%	1	0	37	5%	694	95%
Tunisie	0	0%	13	100%	20	49%	21	51%	1	100%	0	0%	0	1	53	23%	182	77%
Émirats arabes unis	3	19%	13	81%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0	6	10%	53	90%
Canada	23	28%	59	72%	7	41%	10	59%	0	0%	0	0%	0	3	67	30%	156	70%
États-Unis	7	10%	64	90%	4	50%	4	50%	1	100%	0	0%	0	0	34	23%	112	77%
Australie	36	35%	67	65%	6	10%	53	90%	2	67%	1	33%	0	0	73	25%	221	75%
Fidji	2	22%	7	78%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	0	7	25%	21	75%
Nouvelle-Zélande	23	46%	27	54%	4	5%	80	95%	0	0%	0	0%	1	0	71	22%	248	78%
Papouasie-Nouvelle Guinée	0	0%	6	100%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0	1	7	21%	26	79%
Tonga	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0				
Totaux mondiaux	881	25%	2628	75%	477	27%	1323	74%	22	69%	10	31%	55	75	3120	22%	11061	78%

4. Sujets des nouvelles par catégorie d'occupation

		Non indiquée				Politicien				Fonctionnaire du gouvernement				Éducation, Santé			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	2	50%	2	50%	1	100%	0	0%
	Botswana	0	0%	2	100%	0	0%	7	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%
	Burkina	1	50%	1	50%	8	22%	29	78%	1	9%	10	91%	0	0%	9	100%
	Burundi	1	33%	2	67%	2	14%	12	86%	2	25%	6	75%	0	0%	1	100%
	Cameroun	0	0%	0	0%	2	25%	6	75%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Congo	0	0%	0	0%	1	8%	12	92%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Éthiopie	0	0%	0	0%	1	6%	17	94%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%
	Ghana	0	0%	0	0%	2	20%	8	80%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%
	Guinée	0	0%	1	100%	3	10%	27	90%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%
	Kenya	1	50%	1	50%	2	17%	10	83%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Lesotho	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	67%	1	33%	2	18%	9	82%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%
	Mauritanie	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%	2	40%	3	60%	1	100%	0	0%
	Maurice	0	0%	3	100%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Namibie	0	0%	0	0%	2	29%	5	71%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Niger	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%
	Nigeria	0	0%	2	100%	3	18%	14	82%	0	0%	10	100%	0	0%	1	100%
	Sénégal	0	0%	0	0%	2	13%	14	88%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Afrique du Sud	4	40%	6	60%	5	28%	13	72%	1	11%	8	89%	1	50%	1	50%
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Tanzanie	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Togo	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Ouganda	5	71%	2	29%	1	17%	5	83%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Zambie	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Zimbabwe	2	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
Asie	Bangladesh	4	67%	2	33%	10	20%	41	80%	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%
	Chine	27	45%	33	55%	7	6%	116	94%	7	10%	65	90%	11	38%	18	62%
	Inde	9	35%	17	65%	38	24%	122	76%	6	17%	29	83%	2	67%	1	33%
	Japon	2	29%	5	71%	1	5%	19	95%	0	0%	0	0%	7	70%	3	30%
	Kirghizistan	2	33%	4	67%	4	17%	19	83%	0	0%	6	100%	0	0%	1	100%
	Malaisie	15	43%	20	57%	16	9%	163	91%	0	0%	9	100%	2	18%	9	82%
	Népal	0	0%	0	0%	11	10%	102	90%	3	12%	23	88%	0	0%	2	100%
	Pakistan	1	50%	1	50%	2	8%	24	92%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Philippines	0	0%	0	0%	21	38%	35	63%	4	19%	17	81%	2	11%	16	89%
	Corée du Sud	1	100%	0	0%	1	13%	7	88%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%
	Taiwan	2	33%	4	67%	20	12%	151	88%	0	0%	2	100%	7	41%	10	59%
	Thaïlande	10	42%	14	58%	12	5%	249	95%	9	10%	84	90%	4	13%	27	87%
	Viêt Nam	0	0%	0	0%	5	13%	33	87%	8	16%	41	84%	0	0%	2	100%
Caraïbes	Belize	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%
	République dominicaine	3	43%	4	57%	2	6%	30	94%	0	0%	0	0%	0	0%	9	100%
	Grenade	0	0%	2	100%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
	Guyana	1	14%	6	86%	1	9%	10	91%	2	67%	1	33%	2	40%	3	60%
	Haïti	3	50%	3	50%	25	29%	62	71%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
	Jamaïque	2	13%	13	87%	3	8%	34	92%	0	0%	3	100%	3	43%	4	57%
	Porto Rico	2	29%	5	71%	7	14%	43	86%	0	0%	4	100%	5	71%	2	29%
	Sainte-Lucie	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	1	100%	1	20%	4	80%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Suriname	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Trinité-et-Tobago	0	0%	2	100%	0	0%	10	100%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
Europe	Autriche	9	31%	20	69%	11	17%	53	83%	1	100%	0	0%	2	22%	7	78%
	Biélorussie	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Belgique	12	46%	14	54%	31	22%	112	78%	0	0%	1	100%	3	43%	4	57%
	Bosnie-Herzégovine	0	0%	1	100%	13	23%	44	77%	2	40%	3	60%	1	50%	1	50%
	Bulgarie	12	86%	2	14%	5	25%	15	75%	1	100%	0	0%	3	60%	2	40%
	Croatie	2	40%	3	60%	7	20%	28	80%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%
	Chypre	2	13%	14	88%	3	8%	37	93%	3	100%	0	0%	1	50%	1	50%

Affaires, Droit				Célébrité				Personnalité sportive				Activiste, ONG				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	2	29%	5	71%	**5**	**25%**	**15**	**75%**
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	**2**	**10%**	**18**	**90%**
4	22%	14	78%	0	0%	4	100%	0	0%	9	100%	8	62%	5	38%	12	57%	9	43%	**34**	**27%**	**90**	**73%**
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	1	20%	4	80%	**8**	**23%**	**27**	**77%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	**2**	**13%**	**13**	**87%**
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	2	33%	4	67%	**3**	**13%**	**20**	**87%**
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	**1**	**33%**	**2**	**67%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	0	0%	4	100%	**2**	**6%**	**29**	**94%**
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	5	100%	**4**	**19%**	**17**	**81%**
3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	**6**	**15%**	**34**	**85%**
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	10	100%	**3**	**11%**	**24**	**89%**
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	3	100%	**3**	**17%**	**15**	**83%**
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	0%	1	100%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	5	45%	6	55%	**11**	**33%**	**22**	**67%**
0	0%	3	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	2	29%	5	71%	**5**	**19%**	**22**	**81%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	**5**	**56%**	**4**	**44%**
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	**4**	**33%**	**8**	**67%**
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	**2**	**11%**	**16**	**89%**
1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	2	13%	14	88%	**6**	**11%**	**48**	**89%**
0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	3	33%	6	67%	**7**	**22%**	**25**	**78%**
2	8%	22	92%	3	25%	9	75%	1	5%	18	95%	0	0%	0	0%	9	21%	34	79%	**26**	**19%**	**111**	**81%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	**0**	**0%**	**6**	**100%**
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	**0**	**0%**	**3**	**100%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	3	100%	**0**	**0%**	**8**	**100%**
0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	7%	13	93%	**8**	**24%**	**26**	**76%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	**1**	**13%**	**7**	**88%**
0	0%	0	0%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	**4**	**33%**	**8**	**67%**
2	67%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	3	19%	13	81%	**20**	**24%**	**65**	**76%**
4	14%	25	86%	7	33%	14	67%	4	17%	20	83%	0	0%	1	100%	34	22%	124	78%	**101**	**20%**	**416**	**80%**
4	10%	36	90%	6	67%	3	33%	1	4%	23	96%	4	100%	0	0%	44	37%	76	63%	**114**	**27%**	**307**	**73%**
0	0%	2	100%	0	0%	5	100%	2	20%	8	80%	0	0%	0	0%	3	21%	11	79%	**15**	**22%**	**53**	**78%**
0	0%	7	100%	1	20%	4	80%	0	0%	3	100%	0	0%	6	100%	10	38%	16	62%	**17**	**20%**	**66**	**80%**
1	4%	26	96%	8	89%	1	11%	7	10%	66	90%	0	0%	2	100%	15	21%	56	79%	**64**	**15%**	**352**	**85%**
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	4	20%	16	80%	1	17%	5	83%	13	42%	18	58%	**32**	**16%**	**168**	**84%**
0	0%	4	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	17	35%	31	65%	**23**	**26%**	**64**	**74%**
1	100%	0	0%	18	56%	14	44%	1	9%	10	91%	0	0%	1	100%	12	25%	36	75%	**59**	**31%**	**129**	**69%**
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	7	88%	**5**	**25%**	**15**	**75%**
4	12%	29	88%	5	71%	2	29%	0	0%	4	100%	2	33%	4	67%	29	24%	90	76%	**69**	**19%**	**296**	**81%**
12	18%	55	82%	10	59%	7	41%	1	17%	5	83%	1	9%	10	91%	50	24%	159	76%	**109**	**15%**	**610**	**85%**
2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	4	100%	21	53%	19	48%	**36**	**25%**	**107**	**75%**
4	33%	8	67%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	12	63%	7	37%	**20**	**48%**	**22**	**52%**
4	57%	3	43%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	2	25%	6	75%	17	31%	38	69%	**28**	**23%**	**93**	**77%**
0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	**1**	**5%**	**21**	**95%**
2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	2	50%	8	40%	12	60%	**18**	**33%**	**36**	**67%**
1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	0	0%	13	100%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	**30**	**25%**	**91**	**75%**
8	47%	9	53%	2	33%	4	67%	1	100%	0	0%	2	67%	1	33%	15	13%	97	87%	**36**	**18%**	**165**	**82%**
3	27%	8	73%	5	38%	8	62%	1	17%	5	83%	0	0%	1	100%	9	43%	12	57%	**32**	**27%**	**88**	**73%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	**1**	**14%**	**6**	**86%**
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	3	100%	**4**	**29%**	**10**	**71%**
2	50%	2	50%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	**5**	**29%**	**12**	**71%**
1	11%	8	89%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	6%	17	94%	**3**	**7%**	**41**	**93%**
0	0%	17	100%	1	14%	6	86%	2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	10	19%	44	81%	**36**	**19%**	**153**	**81%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	**0**	**0%**	**1**	**100%**
2	18%	9	82%	9	24%	29	76%	5	22%	18	78%	0	0%	2	100%	33	29%	81	71%	**95**	**26%**	**270**	**74%**
1	25%	3	75%	2	40%	3	60%	0	0%	4	100%	2	29%	5	71%	7	25%	21	75%	**28**	**25%**	**85**	**75%**
3	60%	2	40%	3	50%	3	50%	0	0%	1	100%	1	100%	0	0%	12	55%	10	45%	**40**	**53%**	**35**	**47%**
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	8	44%	10	56%	**19**	**29%**	**46**	**71%**
0	0%	3	100%	2	40%	3	60%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	5	38%	8	62%	**17**	**20%**	**69**	**80%**

4. Sujets des nouvelles par catégorie d'occupation

		Non indiquée				Politicien				Fonctionnaire du gouvernement				Éducation, Santé			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	République tchèque	9	45%	11	55%	24	16%	123	84%	1	7%	13	93%	6	26%	17	74%
	Danemark	1	50%	1	50%	3	21%	11	79%	2	40%	3	60%	1	100%	0	0%
	Estonie	0	0%	2	100%	7	15%	39	85%	3	20%	12	80%	1	13%	7	88%
	Finlande	7	54%	6	46%	8	29%	20	71%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%
	France	3	60%	2	40%	20	17%	98	83%	1	25%	3	75%	6	46%	7	54%
	Géorgie	1	100%	0	0%	1	4%	24	96%	0	0%	3	100%	0	0%	1	100%
	Allemagne	8	47%	9	53%	27	20%	108	80%	1	33%	2	67%	4	57%	3	43%
	Grèce	2	40%	3	60%	42	27%	115	73%	4	31%	9	69%	3	33%	6	67%
	Hongrie	3	38%	5	63%	22	16%	118	84%	0	0%	3	100%	3	25%	9	75%
	Islande	0	0%	5	100%	8	42%	11	58%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
	Irlande	2	100%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Italie	19	37%	33	63%	37	11%	285	89%	0	0%	6	100%	1	17%	5	83%
	Kosovo	0	0%	0	0%	9	13%	63	88%	0	0%	0	0%	1	20%	4	80%
	Malte	4	80%	1	20%	0	0%	15	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
	Monténégro	1	33%	2	67%	0	0%	10	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
	Pays-Bas	0	0%	3	100%	9	23%	30	77%	1	17%	5	83%	2	40%	3	60%
	Norvège	0	0%	1	100%	17	29%	41	71%	3	60%	2	40%	5	83%	1	17%
	Pologne	18	64%	10	36%	18	20%	74	80%	10	53%	9	47%	2	40%	3	60%
	Portugal	9	53%	8	47%	10	24%	31	76%	1	9%	10	91%	1	50%	1	50%
	Roumanie	8	62%	5	38%	9	16%	49	84%	0	0%	6	100%	2	50%	2	50%
	Espagne	14	67%	7	33%	19	25%	57	75%	1	50%	1	50%	2	50%	2	50%
	Suède	8	32%	17	68%	6	19%	26	81%	1	50%	1	50%	1	100%	0	0%
	Suisse	3	30%	7	70%	9	19%	39	81%	2	100%	0	0%	1	25%	3	75%
	Turquie	18	69%	8	31%	2	3%	56	97%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	35	37%	60	63%	18	18%	82	82%	4	57%	3	43%	15	71%	6	29%
Amérique Latine	Argentine	3	60%	2	40%	22	42%	31	58%	0	0%	1	100%	1	20%	4	80%
	Bolivie	0	0%	0	0%	6	35%	11	65%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%
	Brésil	12	41%	17	59%	26	14%	154	86%	4	17%	20	83%	9	32%	19	68%
	Chili	10	67%	5	33%	4	11%	31	89%	0	0%	1	100%	2	67%	1	33%
	Costa Rica	1	20%	4	80%	7	30%	16	70%	0	0%	6	100%	1	100%	0	0%
	Équateur	7	58%	5	42%	1	5%	20	95%	1	17%	5	83%	3	75%	1	25%
	Salvador	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Guatemala	1	5%	19	95%	0	0%	18	100%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%
	Mexique	2	40%	3	60%	2	7%	26	93%	3	38%	5	63%	0	0%	0	0%
	Nicaragua	11	33%	22	67%	3	12%	22	88%	2	22%	7	78%	1	100%	0	0%
	Paraguay	0	0%	0	0%	7	19%	30	81%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%
	Pérou	6	40%	9	60%	3	16%	16	84%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
	Uruguay	4	24%	13	76%	9	9%	95	91%	1	14%	6	86%	0	0%	2	100%
Moyen-Orient	Égypte	0	0%	0	0%	1	14%	6	86%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%
	Israël	13	43%	17	57%	3	3%	112	97%	2	14%	12	86%	3	30%	7	70%
	Jordanie	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Liban	1	25%	3	75%	31	5%	535	95%	1	4%	24	96%	2	25%	6	75%
	Tunisie	0	0%	2	100%	24	15%	136	85%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%
	Émirats arabes unis	1	100%	0	0%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Amérique du Nord	Canada	13	32%	28	68%	13	23%	43	77%	3	60%	2	40%	2	15%	11	85%
	États-Unis	4	44%	5	56%	8	31%	18	69%	0	0%	1	100%	7	41%	10	59%
Pacifique	Australie	21	48%	23	52%	17	21%	64	79%	1	17%	5	83%	0	0%	4	100%
	Fidji	2	33%	4	67%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%
	Nouvelle-Zélande	17	63%	10	37%	19	16%	100	84%	3	27%	8	73%	4	67%	2	33%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	0	0%	0	0%	1	10%	9	90%	1	25%	3	75%	1	100%	0	0%
	Tonga	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Totaux mondiaux		**443**	**42%**	**616**	**58%**	**833**	**15%**	**4 839**	**85%**	**123**	**17%**	**582**	**83%**	**159**	**34%**	**302**	**66%**

Affaires, Droit				Célébrité				Personnalité sportive				Activiste, ONG				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
3	21%	11	79%	1	33%	2	67%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	13	14%	81	86%	**57**	**18%**	**261**	**82%**
0	0%	3	100%	7	54%	6	46%	1	9%	10	91%	0	0%	0	0%	6	19%	25	81%	**21**	**26%**	**59**	**74%**
2	14%	12	86%	3	13%	21	88%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	3	10%	28	90%	**22**	**15%**	**128**	**85%**
0	0%	2	100%	3	27%	8	73%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	3	14%	19	86%	**22**	**27%**	**61**	**73%**
3	23%	10	77%	6	33%	12	67%	0	0%	9	100%	0	0%	3	100%	24	39%	37	61%	**63**	**26%**	**181**	**74%**
0	0%	12	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	7	100%	**3**	**6%**	**50**	**94%**
1	4%	26	96%	9	36%	16	64%	0	0%	9	100%	6	75%	2	25%	20	32%	43	68%	**76**	**26%**	**218**	**74%**
1	33%	2	67%	17	59%	12	41%	4	22%	14	78%	1	50%	1	50%	11	34%	21	66%	**85**	**32%**	**183**	**68%**
1	13%	7	88%	3	20%	12	80%	8	50%	8	50%	0	0%	0	0%	19	39%	30	61%	**59**	**24%**	**192**	**76%**
1	7%	14	93%	1	100%	0	0%	2	25%	6	75%	0	0%	1	100%	4	20%	16	80%	**16**	**23%**	**54**	**77%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	**5**	**83%**	**1**	**17%**
7	18%	32	82%	5	28%	13	72%	1	13%	7	88%	3	60%	2	40%	35	27%	96	73%	**108**	**18%**	**479**	**82%**
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	33%	4	67%	**12**	**14%**	**73**	**86%**
1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0	0%	17	100%	0	0%	0	0%	4	29%	10	71%	**9**	**16%**	**49**	**84%**
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	**1**	**6%**	**16**	**94%**
2	40%	3	60%	0	0%	9	100%	0	0%	2	100%	1	33%	2	67%	9	53%	8	47%	**24**	**27%**	**65**	**73%**
0	0%	5	100%	3	23%	10	77%	2	67%	1	33%	0	0%	1	100%	11	28%	29	73%	**41**	**31%**	**91**	**69%**
0	0%	12	100%	5	33%	10	67%	1	17%	5	83%	0	0%	2	100%	18	24%	56	76%	**72**	**28%**	**181**	**72%**
0	0%	14	100%	1	14%	6	86%	0	0%	16	100%	0	0%	0	0%	3	11%	25	89%	**25**	**18%**	**111**	**82%**
3	18%	14	82%	16	46%	19	54%	7	78%	2	22%	1	33%	2	67%	9	31%	20	69%	**55**	**32%**	**119**	**68%**
2	13%	14	88%	2	17%	10	83%	1	6%	15	94%	0	0%	0	0%	14	31%	31	69%	**55**	**29%**	**137**	**71%**
3	25%	9	75%	9	50%	9	50%	2	10%	18	90%	2	100%	0	0%	16	40%	24	60%	**48**	**32%**	**104**	**68%**
1	13%	7	88%	4	36%	7	64%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	4	11%	33	89%	**24**	**20%**	**99**	**80%**
5	23%	17	77%	5	31%	11	69%	1	13%	7	88%	0	0%	2	100%	20	25%	61	75%	**51**	**24%**	**162**	**76%**
4	36%	7	64%	13	37%	22	63%	2	7%	25	93%	1	50%	1	50%	58	28%	147	72%	**150**	**30%**	**353**	**70%**
0	0%	5	100%	2	67%	1	33%	0	0%	22	100%	0	0%	5	100%	4	27%	11	73%	**32**	**28%**	**82**	**72%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	3	25%	9	75%	**10**	**27%**	**27**	**73%**
7	13%	49	88%	21	68%	10	32%	8	73%	3	27%	2	25%	6	75%	48	49%	50	51%	**137**	**29%**	**328**	**71%**
2	25%	6	75%	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	6	30%	14	70%	**26**	**30%**	**61**	**70%**
0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	1	8%	11	92%	**11**	**20%**	**45**	**80%**
2	20%	8	80%	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	13	26%	37	74%	**27**	**25%**	**80**	**75%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	**1**	**25%**	**3**	**75%**
0	0%	0	0%	2	40%	3	60%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	7	32%	15	68%	**13**	**17%**	**63**	**83%**
0	0%	14	100%	11	85%	2	15%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	9	47%	10	53%	**27**	**30%**	**62**	**70%**
0	0%	1	100%	1	50%	1	50%	2	22%	7	78%	2	40%	3	60%	23	40%	35	60%	**45**	**31%**	**98**	**69%**
2	14%	12	86%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	8	16%	41	84%	**18**	**16%**	**93**	**84%**
6	38%	10	63%	9	47%	10	53%	5	14%	31	86%	1	100%	0	0%	24	50%	24	50%	**54**	**35%**	**102**	**65%**
1	20%	4	80%	3	43%	4	57%	1	4%	26	96%	0	0%	0	0%	14	37%	24	63%	**33**	**16%**	**174**	**84%**
0	0%	2	100%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	**6**	**38%**	**10**	**63%**
1	7%	14	93%	5	63%	3	38%	0	0%	1	100%	4	67%	2	33%	12	14%	71	86%	**43**	**15%**	**239**	**85%**
1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	10%	9	90%	**2**	**13%**	**14**	**88%**
2	10%	19	90%	0	0%	0	0%	0	0%	22	100%	0	0%	10	100%	1	1%	75	99%	**38**	**5%**	**694**	**95%**
0	0%	2	100%	0	0%	7	100%	3	19%	13	81%	1	100%	0	0%	22	52%	20	48%	**53**	**22%**	**183**	**78%**
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	4%	46	96%	**6**	**10%**	**53**	**90%**
1	11%	8	89%	2	29%	5	71%	1	50%	1	50%	2	100%	0	0%	30	33%	61	67%	**67**	**30%**	**159**	**70%**
1	11%	8	89%	2	50%	2	50%	0	0%	5	100%	1	100%	0	0%	11	15%	63	85%	**34**	**23%**	**112**	**77%**
0	0%	15	100%	5	45%	6	55%	1	2%	43	98%	0	0%	1	100%	28	32%	60	68%	**73**	**25%**	**221**	**75%**
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	2	20%	8	80%	**7**	**25%**	**21**	**75%**
4	20%	16	80%	1	20%	4	80%	2	3%	71	97%	3	50%	3	50%	19	36%	34	64%	**72**	**23%**	**248**	**78%**
0	0%	4	100%	0	0%	1	100%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	3	25%	9	75%	**7**	**21%**	**27**	**79%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	**1**	**10%**	**9**	**90%**
148	**16%**	**768**	**84%**	**272**	**39%**	**422**	**61%**	**95**	**12%**	**710**	**88%**	**64**	**32%**	**137**	**68%**	**1 039**	**27%**	**2769**	**73%**	**3176**	**22%**	**11 145**	**78%**

5. Fonction des sujets des nouvelles		Ne sais pas				Sujet				Porte-parole				Expert ou commentateur			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	1	17%	5	83%	5	25%	15	75%	6	17%	30	83%	0	0%	7	100%
	Botswana	1	50%	1	50%	2	10%	18	90%	1	7%	14	93%	3	30%	7	70%
	Burkina	0	0%	5	100%	34	27%	90	73%	5	26%	14	74%	4	25%	12	75%
	Burundi	1	50%	1	50%	8	23%	27	77%	12	24%	38	76%	2	25%	6	75%
	Cameroun	0	0%	1	100%	2	13%	13	87%	3	27%	8	73%	0	0%	0	0%
	Congo	0	0%	1	100%	3	13%	20	87%	2	10%	19	90%	2	20%	8	80%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Éthiopie	0	0%	0	0%	2	6%	29	94%	2	4%	46	96%	1	11%	8	89%
	Ghana	0	0%	0	0%	4	19%	17	81%	2	22%	7	78%	1	9%	10	91%
	Guinée	1	5%	21	95%	6	15%	34	85%	12	22%	42	78%	0	0%	5	100%
	Kenya	0	0%	2	100%	3	11%	24	89%	7	12%	53	88%	8	15%	44	85%
	Lesotho	0	0%	0	0%	3	17%	15	83%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	100%	0	0%	11	33%	22	67%	4	12%	30	88%	1	13%	7	88%
	Mauritanie	1	20%	4	80%	5	19%	22	81%	0	0%	13	100%	1	50%	1	50%
	Maurice	0	0%	0	0%	5	56%	4	44%	1	13%	7	88%	11	28%	29	73%
	Namibie	2	25%	6	75%	4	33%	8	67%	4	31%	9	69%	5	45%	6	55%
	Niger	3	18%	14	82%	2	11%	16	89%	4	40%	6	60%	0	0%	2	100%
	Nigeria	0	0%	2	100%	6	11%	48	89%	8	12%	57	88%	2	17%	10	83%
	Sénégal	3	60%	2	40%	7	22%	25	78%	12	17%	57	83%	5	33%	10	67%
	Afrique du Sud	9	50%	9	50%	26	19%	111	81%	19	18%	87	82%	13	19%	57	81%
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	2	7%	26	93%	2	13%	13	87%
	Tanzanie	1	20%	4	80%	0	0%	3	100%	9	12%	67	88%	5	25%	15	75%
	Togo	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	0	0%	8	100%	2	10%	19	90%
	Ouganda	0	0%	4	100%	8	24%	26	76%	15	28%	38	72%	5	31%	11	69%
	Zambie	1	20%	4	80%	1	13%	7	88%	3	8%	36	92%	1	4%	22	96%
	Zimbabwe	0	0%	0	0%	4	33%	8	67%	11	18%	51	82%	8	42%	11	58%
Asie	Bangladesh	1	20%	4	80%	20	24%	65	76%	38	23%	130	77%	6	9%	58	91%
	Chine	1	100%	0	0%	101	20%	416	80%	6	21%	22	79%	4	7%	54	93%
	Inde	2	7%	27	93%	114	27%	307	73%	26	13%	168	87%	19	18%	89	82%
	Japon	1	50%	1	50%	15	22%	53	78%	7	10%	63	90%	1	11%	8	89%
	Kirghizistan	0	0%	0	0%	17	20%	66	80%	1	5%	20	95%	19	26%	55	74%
	Malaisie	3	30%	7	70%	64	15%	352	85%	8	8%	96	92%	9	14%	56	86%
	Népal	0	0%	0	0%	32	16%	168	84%	8	7%	101	93%	4	16%	21	84%
	Pakistan	1	100%	0	0%	23	26%	64	74%	7	12%	50	88%	10	19%	43	81%
	Philippines	9	53%	8	47%	59	31%	129	69%	29	27%	80	73%	7	13%	45	87%
	Corée du Sud	2	25%	6	75%	5	25%	15	75%	4	18%	18	82%	10	33%	20	67%
	Taiwan	0	0%	0	0%	69	19%	296	81%	35	18%	163	82%	6	16%	32	84%
	Thaïlande	1	11%	8	89%	109	15%	610	85%	40	13%	277	87%	8	24%	25	76%
	Viêt Nam	1	50%	1	50%	36	25%	107	75%	2	9%	20	91%	2	11%	17	89%
Caraïbes	Belize	1	100%	0	0%	20	48%	22	52%	2	20%	8	80%	5	50%	5	50%
	République dominicaine	3	25%	9	75%	28	23%	93	77%	8	10%	71	90%	12	26%	35	74%
	Grenade	0	0%	0	0%	1	5%	21	95%	5	19%	21	81%	0	0%	5	100%

Expérience personnelle				Témoin oculaire				Opinion populaire				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0		4		13	18%	61	82%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1	25%	3	75%	1		3		8	15%	44	85%
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		45	27%	122	73%
3	50%	3	50%	5	25%	15	75%	1	33%	2	67%	0		2		32	26%	92	74%
0	0%	0	0%	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	0		1		7	21%	26	79%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		8	14%	49	86%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		3	60%	2	40%
1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	7%	85	93%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	1		2		7	17%	35	83%
6	46%	7	54%	1	9%	10	91%	7	35%	13	65%	0		0		33	20%	132	80%
2	33%	4	67%	0	0%	1	100%	2	29%	5	71%	0		0		22	14%	133	86%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		6	21%	22	79%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		0	0%	0	0%
2	100%	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	1		0		21	26%	61	74%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		4		7	14%	42	86%
7	44%	9	56%	0	0%	1	100%	1	13%	7	88%	0		0		25	30%	57	70%
0	0%	1	100%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1		0		16	35%	30	65%
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0		1		13	25%	39	75%
1	20%	4	80%	3	75%	1	25%	1	100%	0	0%	0		0		21	15%	122	85%
0	0%	2	100%	1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	0		0		29	22%	101	78%
7	32%	15	68%	11	34%	21	66%	1	20%	4	80%	1		10		86	22%	304	78%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		4	8%	46	92%
3	30%	7	70%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0		0		19	16%	101	84%
2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		4	10%	37	90%
1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	5	28%	13	72%	0		3		34	26%	95	74%
3	15%	17	85%	1	100%	0	0%	1	8%	11	92%	0		0		11	10%	97	90%
2	50%	2	50%	1	50%	1	50%	5	71%	2	29%	0		3		31	29%	75	71%
16	31%	36	69%	2	10%	18	90%	0	0%	9	100%	0		3		83	21%	320	79%
20	32%	42	68%	2	17%	10	83%	5	31%	11	69%	0		0		139	20%	555	80%
16	31%	35	69%	2	12%	15	88%	6	55%	5	45%	7		24		185	22%	646	78%
4	31%	9	69%	4	22%	14	78%	4	40%	6	60%	1		12		36	19%	154	81%
7	25%	21	75%	1	25%	3	75%	4	44%	5	56%	0		0		49	22%	170	78%
2	13%	14	88%	5	36%	9	64%	0	0%	1	100%	1		3		91	15%	535	85%
4	16%	21	84%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0		0		50	14%	314	86%
1	7%	13	93%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	1		27		42	19%	175	81%
13	48%	14	52%	2	17%	10	83%	5	38%	8	62%	5		10		124	30%	294	70%
5	38%	8	62%	1	25%	3	75%	1	17%	5	83%	0		5		28	27%	75	73%
27	36%	49	64%	1	13%	7	88%	1	13%	7	88%	1		4		139	20%	554	80%
2	15%	11	85%	4	50%	4	50%	10	38%	16	62%	0		0		174	15%	951	85%
4	40%	6	60%	1	33%	2	67%	4	40%	6	60%	0		0		50	24%	159	76%
3	75%	1	25%	0	0%	1	100%	1	50%	1	50%	0		0		32	46%	38	54%
30	38%	49	62%	6	30%	14	70%	0	0%	5	100%	0		2		87	24%	276	76%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		6	11%	47	89%

5. Fonction des sujets des nouvelles		Ne sais pas				Sujet				Porte-parole				Expert ou commentateur			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Caraïbes	Guyana	0	0%	2	100%	18	33%	36	67%	7	37%	12	63%	1	20%	4	80%
	Haïti	10	25%	30	75%	30	25%	91	75%	9	18%	42	82%	8	22%	29	78%
	Jamaïque	1	100%	0	0%	36	18%	165	82%	14	20%	56	80%	17	63%	10	37%
	Porto Rico	1	20%	4	80%	32	27%	88	73%	17	23%	58	77%	8	36%	14	64%
	Sainte-Lucie	3	43%	4	57%	1	14%	6	86%	0	0%	4	100%	0	0%	3	100%
Caraïbes	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	0	0%	4	29%	10	71%	4	44%	5	56%	0	0%	0	0%
	Suriname	1	50%	1	50%	5	29%	12	71%	6	26%	17	74%	5	42%	7	58%
	Trinité-et-Tobago	0	0%	0	0%	3	7%	41	93%	4	31%	9	69%	1	9%	10	91%
Europe	Autriche	2	33%	4	67%	36	19%	153	81%	13	25%	40	75%	12	15%	67	85%
	Biélorussie	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	8	16%	41	84%	25	29%	62	71%
	Belgique	2	67%	1	33%	95	26%	270	74%	20	19%	84	81%	38	27%	103	73%
	Bosnie-Herzégovine	1	25%	3	75%	28	25%	85	75%	19	15%	111	85%	27	35%	51	65%
	Bulgarie	0	0%	0	0%	40	53%	35	47%	11	69%	5	31%	4	33%	8	67%
Europe	Croatie	1	50%	1	50%	19	29%	46	71%	26	28%	68	72%	5	10%	45	90%
	Chypre	5	25%	15	75%	17	20%	69	80%	2	5%	42	95%	30	14%	190	86%
	République tchèque	11	29%	27	71%	57	18%	261	82%	26	33%	53	67%	13	16%	67	84%
	Danemark	2	50%	2	50%	21	26%	59	74%	44	30%	103	70%	16	28%	41	72%
	Estonie	1	17%	5	83%	22	15%	128	85%	49	40%	73	60%	39	33%	79	67%
	Finlande	0	0%	0	0%	22	27%	61	73%	31	27%	84	73%	27	29%	65	71%
	France	0	0%	0	0%	63	26%	181	74%	22	24%	69	76%	30	23%	103	77%
	Géorgie	0	0%	2	100%	3	6%	50	94%	21	20%	83	80%	0	0%	27	100%
	Allemagne	7	29%	17	71%	76	26%	218	74%	61	18%	281	82%	9	14%	54	86%
	Grèce	0	0%	8	100%	85	32%	183	68%	32	17%	155	83%	24	28%	62	72%
	Hongrie	0	0%	6	100%	59	24%	192	76%	9	16%	46	84%	15	25%	46	75%
	Islande	0	0%	0	0%	16	23%	54	77%	13	28%	34	72%	8	29%	20	71%
	Irlande	0	0%	0	0%	5	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
	Italie	0	0%	5	100%	108	18%	479	82%	18	17%	90	83%	15	12%	108	88%
	Kosovo	0	0%	2	100%	12	14%	73	86%	7	24%	22	76%	4	11%	33	89%
	Malte	1	33%	2	67%	9	16%	49	84%	17	12%	122	88%	4	31%	9	69%
	Monténégro	0	0%	0	0%	1	6%	16	94%	4	27%	11	73%	1	50%	1	50%
	Pays-Bas	0	0%	4	100%	24	27%	65	73%	5	21%	19	79%	9	23%	30	77%
	Norvège	0	0%	2	100%	41	31%	91	69%	27	33%	56	67%	10	19%	44	81%
	Pologne	0	0%	4	100%	72	28%	181	72%	41	29%	102	71%	53	27%	140	73%
	Portugal	0	0%	5	100%	25	18%	111	82%	19	15%	110	85%	8	17%	39	83%
	Roumanie	8	73%	3	27%	55	32%	119	68%	7	22%	25	78%	10	16%	51	84%
	Espagne	3	20%	12	80%	55	29%	137	71%	36	20%	141	80%	7	14%	42	86%
	Suède	4	67%	2	33%	48	32%	104	68%	40	27%	106	73%	11	24%	35	76%
	Suisse	2	33%	4	67%	24	20%	99	80%	16	20%	63	80%	24	31%	54	69%
	Turquie	0	0%	10	100%	51	24%	162	76%	11	13%	77	88%	6	21%	22	79%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	7	78%	2	22%	150	30%	353	70%	39	26%	111	74%	54	26%	151	74%

Expérience personnelle				Témoin oculaire				Opinion populaire				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
4	44%	5	56%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0		0		**32**	**34%**	**61**	**66%**
3	16%	16	84%	2	10%	19	90%	0	0%	0	0%	1		5		**62**	**21%**	**227**	**79%**
6	67%	3	33%	4	57%	3	43%	0	0%	2	100%	0		1		**78**	**25%**	**239**	**75%**
14	58%	10	42%	4	50%	4	50%	5	50%	5	50%	9		29		**81**	**31%**	**183**	**69%**
2	100%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		**6**	**24%**	**19**	**76%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		**9**	**38%**	**15**	**63%**
2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		**20**	**32%**	**43**	**68%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		**8**	**12%**	**60**	**88%**
30	47%	34	53%	1	14%	6	86%	6	86%	1	14%	3		3		**100**	**25%**	**305**	**75%**
16	67%	8	33%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1		1		**51**	**31%**	**113**	**69%**
21	26%	59	74%	10	48%	11	52%	6	60%	4	40%	12		69		**192**	**27%**	**532**	**73%**
3	23%	10	77%	0	0%	6	100%	2	25%	6	75%	0		0		**80**	**23%**	**272**	**77%**
0	0%	2	100%	4	67%	2	33%	0	0%	0	0%	0		0		**59**	**53%**	**52**	**47%**
20	43%	27	57%	2	25%	6	75%	5	71%	2	29%	1		1		**78**	**29%**	**195**	**71%**
2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	5	25%	15	75%	2		0		**61**	**15%**	**337**	**85%**
14	37%	24	63%	8	31%	18	69%	4	67%	2	33%	1		4		**133**	**23%**	**452**	**77%**
9	23%	30	77%	3	50%	3	50%	7	70%	3	30%	0		0		**102**	**30%**	**241**	**70%**
9	56%	7	44%	1	20%	4	80%	5	63%	3	38%	0		0		**126**	**30%**	**299**	**70%**
21	46%	25	54%	5	50%	5	50%	7	58%	5	42%	2		3		**113**	**32%**	**245**	**68%**
22	33%	45	67%	26	32%	55	68%	16	52%	15	48%	7		2		**179**	**28%**	**468**	**72%**
9	64%	5	36%	1	17%	5	83%	0	0%	0	0%	0		0		**34**	**17%**	**172**	**83%**
11	39%	17	61%	3	20%	12	80%	11	42%	15	58%	1		5		**178**	**22%**	**614**	**78%**
28	26%	78	74%	1	14%	6	86%	5	38%	8	62%	6		9		**175**	**26%**	**500**	**74%**
21	49%	22	51%	0	0%	1	100%	7	70%	3	30%	2		12		**111**	**26%**	**316**	**74%**
3	38%	5	63%	1	25%	3	75%	3	60%	2	40%	5		6		**44**	**27%**	**118**	**73%**
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		**6**	**75%**	**2**	**25%**
19	44%	24	56%	16	31%	36	69%	2	67%	1	33%	0		5		**178**	**19%**	**743**	**81%**
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		**23**	**15%**	**131**	**85%**
1	20%	4	80%	1	50%	1	50%	1	50%	1	50%	6		24		**34**	**15%**	**188**	**85%**
0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	1		0		**7**	**18%**	**33**	**83%**
15	75%	5	25%	1	100%	0	0%	1	50%	1	50%	5		9		**55**	**31%**	**124**	**69%**
19	61%	12	39%	0	0%	1	100%	7	50%	7	50%	1		0		**104**	**33%**	**213**	**67%**
22	35%	41	65%	12	80%	3	20%	7	54%	6	46%	2		14		**207**	**30%**	**477**	**70%**
25	52%	23	48%	5	71%	2	29%	0	0%	1	100%	0		0		**82**	**22%**	**291**	**78%**
17	45%	21	55%	3	33%	6	67%	0	0%	5	100%	0		0		**100**	**30%**	**230**	**70%**
24	35%	45	65%	12	41%	17	59%	11	35%	20	65%	2		6		**148**	**26%**	**414**	**74%**
26	47%	29	53%	1	33%	2	67%	2	29%	5	71%	0		3		**132**	**32%**	**283**	**68%**
9	30%	21	70%	4	100%	0	0%	1	50%	1	50%	0		3		**80**	**25%**	**242**	**75%**
3	14%	18	86%	1	6%	17	94%	41	67%	20	33%	1		29		**113**	**26%**	**326**	**74%**
44	48%	47	52%	7	47%	8	53%	19	56%	15	44%	2		3		**320**	**32%**	**687**	**68%**

5. Fonction des sujets des nouvelles		Ne sais pas				Sujet				Porte-parole				Expert ou commentateur			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Amérique Latine	Argentine	0	0%	6	100%	32	28%	82	72%	18	29%	45	71%	8	24%	26	76%
	Bolivie	0	0%	5	100%	10	27%	27	73%	10	16%	51	84%	2	9%	20	91%
	Brésil	21	30%	49	70%	137	29%	328	71%	40	31%	88	69%	26	29%	63	71%
	Chili	1	17%	5	83%	26	30%	61	70%	7	20%	28	80%	4	8%	46	92%
	Costa Rica	1	100%	0	0%	11	20%	45	80%	19	22%	68	78%	8	26%	23	74%
	Équateur	0	0%	3	100%	27	25%	80	75%	31	17%	155	83%	11	15%	60	85%
	Salvador	2	67%	1	33%	1	25%	3	75%	23	25%	69	75%	5	17%	25	83%
Amérique Latine	Guatemala	4	40%	6	60%	13	17%	63	83%	23	32%	50	68%	7	19%	30	81%
	Mexique	0	0%	6	100%	27	30%	62	70%	17	13%	114	87%	13	36%	23	64%
	Nicaragua	3	27%	8	73%	45	31%	98	69%	18	25%	55	75%	7	25%	21	75%
	Paraguay	1	17%	5	83%	18	16%	93	84%	11	12%	83	88%	3	19%	13	81%
	Pérou	3	38%	5	63%	54	35%	102	65%	15	19%	62	81%	2	5%	35	95%
	Uruguay	3	43%	4	57%	33	16%	174	84%	8	9%	80	91%	2	15%	11	85%
Moyen-Orient	Égypte	0	0%	0	0%	6	38%	10	63%	1	20%	4	80%	0	0%	1	100%
	Israël	1	13%	7	88%	43	15%	239	85%	19	17%	96	83%	12	9%	124	91%
	Jordanie	0	0%	1	100%	2	13%	14	88%	1	10%	9	90%	3	30%	7	70%
	Liban	0	0%	2	100%	38	5%	694	95%	0	0%	9	100%	0	0%	2	100%
	Tunisie	12	44%	15	56%	53	22%	183	78%	6	9%	64	91%	31	52%	29	48%
	Émirats arabes unis	1	33%	2	67%	6	10%	53	90%	4	8%	45	92%	8	15%	46	85%
Amérique du Nord	Canada	2	40%	3	60%	67	30%	159	70%	43	28%	112	72%	37	29%	90	71%
	États-Unis	3	30%	7	70%	34	23%	112	77%	17	26%	49	74%	19	24%	59	76%
Pacifique	Australie	1	25%	3	75%	73	25%	221	75%	47	23%	154	77%	7	14%	44	86%
	Fidji	3	60%	2	40%	7	25%	21	75%	9	18%	40	82%	6	24%	19	76%
	Nouvelle-Zélande	0	0%	0	0%	72	23%	248	78%	28	23%	93	77%	9	20%	35	80%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	1	100%	0	0%	7	21%	27	79%	1	4%	26	96%	5	15%	29	85%
	Tonga	0	0%	1	100%	1	10%	9	90%	7	18%	31	82%	0	0%	1	100%
Totaux mondiaux		188	28%	493	72%	3176	22%	11 145	78%	1552	20%	6 388	80%	1 017	22%	3 697	78%

Expérience personnelle				Témoin oculaire				Opinion populaire				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
7	44%	9	56%	7	47%	8	53%	3	43%	4	57%	2		4		**75**	**29%**	**180**	**71%**
16	64%	9	36%	4	80%	1	20%	0	0%	0	0%	0		1		**42**	**27%**	**113**	**73%**
26	41%	38	59%	18	47%	20	53%	25	57%	19	43%	0		1		**293**	**33%**	**605**	**67%**
2	33%	4	67%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	3		4		**43**	**23%**	**147**	**77%**
12	40%	18	60%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		2		**51**	**25%**	**155**	**75%**
37	41%	54	59%	4	27%	11	73%	12	36%	21	64%	3		8		**122**	**24%**	**384**	**76%**
30	54%	26	46%	8	57%	6	43%	9	60%	6	40%	2		5		**78**	**36%**	**136**	**64%**
3	38%	5	63%	0	0%	6	100%	0	0%	2	100%	1		3		**50**	**24%**	**162**	**76%**
3	14%	19	86%	0	0%	0	0%	3	60%	2	40%	0		2		**63**	**22%**	**226**	**78%**
4	29%	10	71%	6	38%	10	63%	3	38%	5	63%	0		0		**86**	**29%**	**207**	**71%**
9	35%	17	65%	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%	1		6		**46**	**18%**	**212**	**82%**
2	20%	8	80%	13	39%	20	61%	2	100%	0	0%	1		7		**91**	**28%**	**232**	**72%**
10	28%	26	72%	7	54%	6	46%	5	29%	12	71%	0		2		**68**	**18%**	**313**	**82%**
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		4		**7**	**32%**	**15**	**68%**
20	34%	38	66%	7	44%	9	56%	6	40%	9	60%	0		24		**108**	**17%**	**522**	**83%**
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4		12		**6**	**16%**	**32**	**84%**
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	7	30%	16	70%	0		0		**45**	**6%**	**724**	**94%**
2	50%	2	50%	5	71%	2	29%	0	0%	0	0%	0		0		**109**	**27%**	**295**	**73%**
2	20%	8	80%	1	25%	3	75%	1	11%	8	89%	4		30		**23**	**12%**	**165**	**88%**
43	36%	77	64%	7	37%	12	63%	7	35%	13	65%	6		16		**206**	**31%**	**466**	**69%**
14	39%	22	61%	7	32%	15	68%	0	0%	1	100%	8		16		**94**	**26%**	**265**	**74%**
18	37%	31	63%	4	50%	4	50%	8	29%	20	71%	0		2		**158**	**25%**	**477**	**75%**
3	38%	5	63%	0	0%	4	100%	1	100%	0	0%	2		5		**29**	**24%**	**91**	**76%**
7	41%	10	59%	4	50%	4	50%	9	82%	2	18%	0		0		**129**	**25%**	**392**	**75%**
0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	0	0%	2	100%	1		0		**15**	**14%**	**89**	**86%**
0	0%	1	100%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0		0		**9**	**16%**	**47**	**84%**
964	38%	1 580	62%	311	34%	617	66%	365	44%	467	56%	132	20%	523	80%	**7 573**	**24%**	**24387**	**76%**

6. Sujets des nouvelles qui sont des victimes

		VICTIME				N'EST PAS UNE VICTIME				TOTAL			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	1	100%	0	0%	4	22%	14	78%	5	26%	14	74%
	Botswana	0	0%	6	100%	2	14%	12	86%	2	10%	18	90%
	Burkina	0	0%	0	0%	34	27%	90	73%	34	27%	90	73%
	Burundi	0	0%	7	100%	8	29%	20	71%	8	23%	27	77%
	Cameroun	0	0%	3	100%	2	17%	10	83%	2	13%	13	87%
	Congo	2	29%	5	71%	1	6%	15	94%	3	13%	20	87%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	1	33%	2	67%
	Éthiopie	0	0%	1	100%	2	7%	28	93%	2	6%	29	94%
	Ghana	2	40%	3	60%	2	13%	14	88%	4	19%	17	81%
	Guinée	0	0%	0	0%	6	15%	34	85%	6	15%	34	85%
	Kenya	1	33%	2	67%	2	8%	22	92%	3	11%	24	89%
	Lesotho	1	33%	2	67%	2	13%	13	87%	3	17%	15	83%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	50%	2	50%	8	29%	20	71%	10	31%	22	69%
	Mauritanie	1	50%	1	50%	4	16%	21	84%	5	19%	22	81%
	Maurice	2	100%	0	0%	3	43%	4	57%	5	56%	4	44%
	Namibie	0	0%	0	0%	4	33%	8	67%	4	33%	8	67%
	Niger	1	100%	0	0%	1	6%	16	94%	2	11%	16	89%
	Nigeria	1	13%	7	88%	3	7%	40	93%	4	8%	47	92%
	Sénégal	0	0%	0	0%	7	22%	25	78%	7	22%	25	78%
	Afrique du Sud	3	18%	14	82%	22	19%	95	81%	25	19%	109	81%
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%	6	100%
	Tanzanie	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%
	Togo	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	0	0%	8	100%
	Ouganda	4	24%	13	76%	4	25%	12	75%	8	24%	25	76%
	Zambie	0	0%	0	0%	1	13%	7	88%	1	13%	7	88%
	Zimbabwe	1	50%	1	50%	3	30%	7	70%	4	33%	8	67%
Asie	Bangladesh	4	18%	18	82%	15	25%	44	75%	19	23%	62	77%
	Chine	23	38%	38	62%	78	17%	378	83%	101	20%	416	80%
	Inde	48	40%	71	60%	63	21%	231	79%	111	27%	302	73%
	Japon	7	64%	4	36%	8	14%	49	86%	15	22%	53	78%
	Kirghizistan	0	0%	2	100%	17	21%	64	79%	17	20%	66	80%
	Malaisie	15	48%	16	52%	48	13%	334	87%	63	15%	350	85%
	Népal	6	60%	4	40%	26	14%	164	86%	32	16%	168	84%
	Pakistan	9	43%	12	57%	13	20%	51	80%	22	26%	63	74%
	Philippines	12	26%	35	74%	45	34%	86	66%	57	32%	121	68%
	Corée du Sud	0	0%	3	100%	5	31%	11	69%	5	26%	14	74%
	Taiwan	11	25%	33	75%	58	18%	263	82%	69	19%	296	81%
	Thaïlande	17	47%	19	53%	92	13%	591	87%	109	15%	610	85%
	Viêt Nam	3	43%	4	57%	33	24%	103	76%	36	25%	107	75%
Caraïbes	Belize	11	65%	6	35%	9	36%	16	64%	20	48%	22	52%
	République dominicaine	3	13%	20	87%	25	26%	72	74%	28	23%	92	77%
	Grenade	0	0%	2	100%	1	5%	18	95%	1	5%	20	95%
	Guyana	4	36%	7	64%	14	33%	29	67%	18	33%	36	67%
	Haïti	1	13%	7	88%	29	26%	83	74%	30	25%	90	75%
	Jamaïque	13	18%	58	82%	23	18%	106	82%	36	18%	164	82%
	Porto Rico	4	36%	7	64%	28	26%	81	74%	32	27%	88	73%
	Sainte-Lucie	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	1	17%	5	83%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	4	100%	4	40%	6	60%	4	29%	10	71%
	Suriname	2	40%	3	60%	3	27%	8	73%	5	31%	11	69%
	Trinité-et-Tobago	0	0%	9	100%	3	9%	30	91%	3	7%	39	93%
Europe	Autriche	13	36%	23	64%	22	15%	129	85%	35	19%	152	81%
	Biélorussie	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
	Belgique	30	52%	28	48%	64	21%	241	79%	94	26%	269	74%
	Bosnie-Herzégovine	9	39%	14	61%	19	21%	71	79%	28	25%	85	75%
	Bulgarie	13	72%	5	28%	26	46%	30	54%	39	53%	35	47%

6. Sujets des nouvelles qui sont des victimes

		VICTIME				N'EST PAS UNE VICTIME				TOTAL			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	Croatie	6	55%	5	45%	13	24%	41	76%	19	29%	46	71%
	Chypre	4	19%	17	81%	13	20%	52	80%	17	20%	69	80%
	République tchèque	3	27%	8	73%	54	18%	253	82%	57	18%	261	82%
	Danemark	5	50%	5	50%	16	23%	54	77%	21	26%	59	74%
	Estonie	0	0%	5	100%	22	15%	120	85%	22	15%	125	85%
	Finlande	8	35%	15	65%	14	23%	46	77%	22	27%	61	73%
	France	11	52%	10	48%	51	23%	171	77%	62	26%	181	74%
	Géorgie	1	25%	3	75%	2	4%	47	96%	3	6%	50	94%
	Allemagne	20	59%	14	41%	56	22%	204	78%	76	26%	218	74%
	Grèce	8	73%	3	27%	77	30%	180	70%	85	32%	183	68%
	Hongrie	18	51%	17	49%	40	19%	175	81%	58	23%	192	77%
	Islande	2	18%	9	82%	14	24%	45	76%	16	23%	54	77%
	Irlande	3	100%	0	0%	1	50%	1	50%	4	80%	1	20%
	Italie	34	46%	40	54%	72	14%	438	86%	106	18%	478	82%
	Kosovo	0	0%	1	100%	12	14%	71	86%	12	14%	72	86%
	Malte	5	36%	9	64%	2	5%	38	95%	7	13%	47	87%
	Monténégro	1	50%	1	50%	0	0%	15	100%	1	6%	16	94%
	Pays-Bas	1	13%	7	88%	23	28%	58	72%	24	27%	65	73%
	Norvège	6	46%	7	54%	35	29%	84	71%	41	31%	91	69%
	Pologne	18	34%	35	66%	52	27%	143	73%	70	28%	178	72%
	Portugal	8	53%	7	47%	17	14%	104	86%	25	18%	111	82%
	Roumanie	5	50%	5	50%	50	30%	114	70%	55	32%	119	68%
	Espagne	14	56%	11	44%	41	25%	126	75%	55	29%	137	71%
	Suède	6	24%	19	76%	42	33%	84	67%	48	32%	103	68%
	Suisse	6	29%	15	71%	18	18%	83	82%	24	20%	98	80%
	Turquie	24	55%	20	45%	21	13%	140	87%	45	22%	160	78%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	57	37%	98	63%	92	27%	249	73%	149	30%	347	70%
Amérique Latine	Argentine	4	50%	4	50%	28	26%	78	74%	32	28%	82	72%
	Bolivie	2	40%	3	60%	7	24%	22	76%	9	26%	25	74%
	Brésil	43	59%	30	41%	93	24%	298	76%	136	29%	328	71%
	Chili	4	40%	6	60%	21	28%	54	72%	25	29%	60	71%
	Costa Rica	3	19%	13	81%	8	20%	32	80%	11	20%	45	80%
	Équateur	13	50%	13	50%	14	17%	67	83%	27	25%	80	75%
	Salvador	0	0%	0	0%	1	25%	3	75%	1	25%	3	75%
	Guatemala	2	9%	21	91%	11	21%	42	79%	13	17%	63	83%
	Mexique	8	47%	9	53%	19	26%	53	74%	27	30%	62	70%
	Nicaragua	23	38%	38	62%	20	25%	60	75%	43	30%	98	70%
	Paraguay	3	43%	4	57%	15	14%	89	86%	18	16%	93	84%
	Pérou	9	28%	23	72%	45	37%	78	63%	54	35%	101	65%
	Uruguay	5	36%	9	64%	28	15%	165	85%	33	16%	174	84%
Moyen-Orient	Égypte	1	100%	0	0%	5	33%	10	67%	6	38%	10	63%
	Israël	6	17%	29	83%	36	15%	205	85%	42	15%	234	85%
	Jordanie	0	0%	0	0%	2	13%	14	88%	2	13%	14	88%
	Liban	1	13%	7	88%	37	5%	687	95%	38	5%	694	95%
	Tunisie	0	0%	2	100%	53	23%	176	77%	53	23%	178	77%
	Émirats arabes unis	1	50%	1	50%	5	9%	52	91%	6	10%	53	90%
Amérique du Nord	Canada	22	31%	50	69%	41	28%	104	72%	63	29%	154	71%
	États-Unis	10	29%	24	71%	20	19%	86	81%	30	21%	110	79%
Pacifique	Australie	26	46%	31	54%	47	20%	190	80%	73	25%	221	75%
	Fidji	3	23%	10	77%	4	27%	11	73%	7	25%	21	75%
	Nouvelle-Zélande	14	54%	12	46%	58	20%	236	80%	72	23%	248	78%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	3	43%	4	57%	4	15%	23	85%	7	21%	27	79%
	Tonga	0	0%	0	0%	1	10%	9	90%	1	10%	9	90%
Totaux mondiaux		**761**	**38%**	**1 251**	**62%**	**2 370**	**19%**	**9 817**	**81%**	**3 131**	**22%**	**11 068**	**78%**

7. Sujets des nouvelles par relations familiales

		FÉMININ – RELATION MENCIONNÉE				MASCULIN – RELATION MENCIONNÉE				TOTAL
		NON		OUI		NON		OUI		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Afrique	Bénin	3	60%	2	40%	14	93%	1	7%	20
	Botswana	2	100%	0	0%	18	100%	0	0%	20
	Burkina	27	79%	7	21%	90	100%	0	0%	124
	Burundi	8	100%	0	0%	25	93%	2	7%	35
	Cameroun	2	100%	0	0%	10	77%	3	23%	15
	Congo	2	67%	1	33%	20	100%	0	0%	23
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%	3
	Éthiopie	2	100%	0	0%	29	100%	0	0%	31
	Ghana	3	75%	1	25%	15	88%	2	12%	21
	Guinée	6	100%	0	0%	34	100%	0	0%	40
	Kenya	3	100%	0	0%	23	96%	1	4%	27
	Lesotho	2	67%	1	33%	14	93%	1	7%	18
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	7	64%	4	36%	20	91%	2	9%	33
	Mauritanie	3	60%	2	40%	21	95%	1	5%	27
	Maurice	5	100%	0	0%	3	75%	1	25%	9
	Namibie	3	75%	1	25%	6	75%	2	25%	12
	Niger	1	50%	1	50%	16	100%	0	0%	18
	Nigeria	3	50%	3	50%	41	85%	7	15%	54
	Sénégal	6	86%	1	14%	24	96%	1	4%	32
	Afrique du Sud	21	81%	5	19%	96	86%	15	14%	137
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%	6
	Tanzanie	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%	3
	Togo	0	0%	0	0%	5	63%	3	38%	8
	Ouganda	3	38%	5	63%	20	77%	6	23%	34
	Zambie	1	100%	0	0%	7	100%	0	0%	8
	Zimbabwe	3	75%	1	25%	8	100%	0	0%	12
Asie	Bangladesh	14	70%	6	30%	60	92%	5	8%	85
	Chine	84	83%	17	17%	405	97%	11	3%	517
	Inde	68	60%	45	40%	279	91%	28	9%	420
	Japon	12	80%	3	20%	48	91%	5	9%	68
	Kirghizistan	16	94%	1	6%	65	98%	1	2%	83
	Malaisie	36	56%	28	44%	325	92%	27	8%	416
	Népal	23	72%	9	28%	163	97%	5	3%	200
	Pakistan	18	78%	5	22%	58	91%	6	9%	87
	Philippines	44	75%	15	25%	113	88%	15	12%	187
	Corée du Sud	4	80%	1	20%	13	87%	2	13%	20
	Taiwan	55	80%	14	20%	282	95%	14	5%	365
	Thaïlande	108	99%	1	1%	606	99%	4	1%	719
	Viêt Nam	36	100%	0	0%	107	100%	0	0%	143
Caraïbes	Belize	6	30%	14	70%	18	82%	4	18%	42
	République dominicaine	23	82%	5	18%	87	94%	6	6%	121
	Grenade	0	0%	1	100%	18	86%	3	14%	22
	Guyana	12	67%	6	33%	27	75%	9	25%	54
	Haïti	28	97%	1	3%	86	95%	5	5%	120
	Jamaïque	29	81%	7	19%	154	94%	10	6%	200
	Porto Rico	30	94%	2	6%	84	95%	4	5%	120
	Sainte-Lucie	1	100%	0	0%	5	83%	1	17%	7
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	3	75%	1	25%	7	70%	3	30%	14
	Suriname	5	100%	0	0%	12	100%	0	0%	17
	Trinité-et-Tobago	1	33%	2	67%	33	80%	8	20%	44
Europe	Autriche	33	92%	3	8%	139	91%	14	9%	189
	Biélorussie	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1
	Belgique	66	69%	29	31%	234	87%	36	13%	365
	Bosnie-Herzégovine	23	82%	5	18%	83	98%	2	2%	113
	Bulgarie	27	68%	13	33%	32	91%	3	9%	75
	Croatie	16	84%	3	16%	42	91%	4	9%	65
	Chypre	16	94%	1	6%	68	99%	1	1%	86
	République tchèque	50	88%	7	12%	255	98%	6	2%	318

7. Sujets des nouvelles par relations familiales

		FÉMININ – RELATION MENCIONNÉE				MASCULIN – RELATION MENCIONNÉE				TOTAL
		NON		OUI		NON		OUI		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Europe	Danemark	15	71%	6	29%	53	90%	6	10%	80
	Estonie	18	82%	4	18%	120	94%	8	6%	150
	Finlande	16	73%	6	27%	49	80%	12	20%	83
	France	32	52%	29	48%	134	75%	44	25%	239
	Géorgie	1	33%	2	67%	49	100%	0	0%	52
	Allemagne	64	84%	12	16%	201	92%	17	8%	294
	Grèce	78	92%	7	8%	181	99%	2	1%	268
	Hongrie	43	73%	16	27%	181	94%	11	6%	251
	Islande	15	94%	1	6%	49	91%	5	9%	70
	Irlande	2	40%	3	60%	1	100%	0	0%	6
	Italie	97	90%	11	10%	469	98%	10	2%	587
	Kosovo	12	100%	0	0%	73	100%	0	0%	85
	Malte	2	22%	7	78%	44	90%	5	10%	58
	Monténégro	0	0%	1	100%	16	100%	0	0%	17
	Pays-Bas	20	83%	4	17%	63	97%	2	3%	89
	Norvège	35	85%	6	15%	83	91%	8	9%	132
	Pologne	55	76%	17	24%	172	95%	9	5%	253
	Portugal	21	84%	4	16%	103	93%	8	7%	136
	Roumanie	42	76%	13	24%	107	90%	12	10%	174
	Espagne	39	71%	16	29%	127	93%	10	7%	192
	Suède	39	81%	9	19%	96	92%	8	8%	152
	Suisse	19	79%	5	21%	89	91%	9	9%	122
	Turquie	37	73%	14	27%	145	90%	17	10%	213
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	90	60%	60	40%	283	81%	67	19%	500
Amérique Latine	Argentine	27	84%	5	16%	80	98%	2	2%	114
	Bolivie	9	90%	1	10%	26	96%	1	4%	37
	Brésil	122	89%	15	11%	314	96%	14	4%	465
	Chili	12	46%	14	54%	53	87%	8	13%	87
	Costa Rica	10	91%	1	9%	43	96%	2	4%	56
	Équateur	19	70%	8	30%	72	90%	8	10%	107
	Salvador	0	0%	1	100%	3	100%	0	0%	4
	Guatemala	10	77%	3	23%	57	90%	6	10%	76
	Mexique	19	70%	8	30%	58	94%	4	6%	89
	Nicaragua	24	53%	21	47%	73	74%	25	26%	143
	Paraguay	12	67%	6	33%	86	92%	7	8%	111
	Pérou	47	87%	7	13%	86	84%	16	16%	156
	Uruguay	25	76%	8	24%	169	97%	5	3%	207
Moyen-Orient	Égypte	6	100%	0	0%	10	100%	0	0%	16
	Israël	30	70%	13	30%	210	88%	29	12%	282
	Jordanie	2	100%	0	0%	14	100%	0	0%	16
	Liban	37	97%	1	3%	687	99%	7	1%	732
	Tunisie	31	58%	22	42%	183	100%	0	0%	236
	Émirats arabes unis	5	83%	1	17%	49	92%	4	8%	59
Amérique du Nord	Canada	49	73%	18	27%	124	78%	35	22%	226
	États-Unis	25	74%	9	26%	101	90%	11	10%	146
Pacifique	Australie	33	45%	40	55%	175	79%	46	21%	294
	Fidji	5	71%	2	29%	19	95%	1	5%	27
	Nouvelle-Zélande	53	74%	19	26%	236	95%	12	5%	320
	Papouasie-Nouvelle Guinée	5	71%	2	29%	26	96%	1	4%	34
	Tonga	0	0%	1	100%	6	67%	3	33%	10
Totaux mondiaux		2 413	76%	759	24%	10 327	93%	807	7%	14 306

8. Sujets des nouvelles cités dans les journaux

		CITÉ				NON PAS CITÉ				TOTAL
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Afrique	Bénin	1	14%	6	86%	4	33%	8	67%	19
	Botswana	0	0%	5	100%	1	25%	3	75%	9
	Burkina	14	42%	19	58%	16	22%	58	78%	107
	Burundi	0	0%	5	100%	1	20%	4	80%	10
	Cameroun	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Congo	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	7
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1
	Éthiopie	1	11%	8	89%	1	5%	20	95%	30
	Ghana	1	20%	4	80%	1	20%	4	80%	10
	Guinée	1	4%	23	96%	2	50%	2	50%	28
	Kenya	0	0%	5	100%	0	0%	2	100%	7
	Lesotho	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	9
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	5	45%	6	55%	5	28%	13	72%	29
	Mauritanie	1	14%	6	86%	4	33%	8	67%	19
	Maurice	1	33%	2	67%	2	100%	0	0%	5
	Namibie	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%	5
	Niger	1	7%	13	93%	0	0%	2	100%	16
	Nigeria	3	17%	15	83%	2	11%	16	89%	36
	Sénégal	1	10%	9	90%	1	50%	1	50%	12
	Afrique du Sud	11	21%	42	79%	12	24%	39	76%	104
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	4	100%	4
	Tanzanie	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	3
	Togo	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	3
	Ouganda	1	13%	7	88%	4	27%	11	73%	23
	Zambie	1	50%	1	50%	0	0%	3	100%	5
	Zimbabwe	2	50%	2	50%	2	29%	5	71%	11
Asie	Bangladesh	5	25%	15	75%	10	23%	34	77%	64
	Chine	12	29%	30	71%	29	17%	138	83%	209
	Inde	25	37%	42	63%	53	28%	136	72%	256
	Japon	1	11%	8	89%	5	28%	13	72%	27
	Kirghizistan	1	10%	9	90%	13	22%	47	78%	70
	Malaisie	4	19%	17	81%	11	28%	28	72%	60
	Népal	0	0%	4	100%	13	14%	78	86%	95
	Pakistan	5	56%	4	44%	15	23%	49	77%	73
	Philippines	1	14%	6	86%	9	31%	20	69%	36
	Corée du Sud	5	28%	13	72%	0	0%	2	100%	20
	Taiwan	6	19%	25	81%	21	19%	89	81%	141
	Thaïlande	28	12%	209	88%	27	14%	169	86%	433
	Viêt Nam	26	25%	78	75%	1	50%	1	50%	106
Caraïbes	Belize	2	100%	0	0%	12	44%	15	56%	29
	République dominicaine	7	29%	17	71%	1	9%	10	91%	35
	Grenade	1	17%	5	83%	0	0%	9	100%	15
	Guyana	3	30%	7	70%	12	40%	18	60%	40
	Haïti	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	6
	Jamaïque	6	30%	14	70%	9	20%	36	80%	65
	Porto Rico	9	27%	24	73%	8	20%	32	80%	73
	Sainte-Lucie	1	50%	1	50%	0	0%	1	100%	3
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	3	33%	6	67%	1	20%	4	80%	14
	Suriname	0	0%	4	100%	2	67%	1	33%	7
	Trinité-et-Tobago	2	29%	5	71%	1	7%	13	93%	21
Europe	Autriche	12	34%	23	66%	18	16%	96	84%	149
	Biélorussie	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1
	Belgique	21	34%	41	66%	36	21%	138	79%	236
	Bosnie-Herzégovine	7	23%	24	77%	10	29%	24	71%	65
	Bulgarie	4	80%	1	20%	29	66%	15	34%	49
	Croatie	1	5%	20	95%	5	50%	5	50%	31
	Chypre	3	33%	6	67%	6	29%	15	71%	30

8. Sujets des nouvelles cités dans les journaux

		CITÉ				NON PAS CITÉ				TOTAL
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Europe	République tchèque	16	24%	52	76%	18	14%	111	86%	197
	Danemark	7	35%	13	65%	12	29%	30	71%	62
	Estonie	3	27%	8	73%	12	20%	47	80%	70
	Finlande	7	32%	15	68%	10	23%	34	77%	66
	France	14	19%	61	81%	8	24%	26	76%	109
	Géorgie	0	0%	5	100%	1	10%	9	90%	15
	Allemagne	12	24%	39	76%	24	23%	81	77%	156
	Grèce	20	32%	42	68%	20	27%	54	73%	136
	Hongrie	13	39%	20	61%	32	20%	125	80%	190
	Islande	1	33%	2	67%	3	17%	15	83%	21
	Irlande	1	50%	1	50%	4	100%	0	0%	6
	Italie	29	22%	102	78%	28	16%	143	84%	302
	Kosovo	11	15%	60	85%	1	25%	3	75%	75
	Malte	2	29%	5	71%	2	33%	4	67%	13
	Monténégro	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Pays-Bas	6	24%	19	76%	16	31%	35	69%	76
	Norvège	15	32%	32	68%	15	41%	22	59%	84
	Pologne	13	25%	40	75%	41	29%	99	71%	193
	Portugal	14	33%	28	67%	4	11%	31	89%	77
	Roumanie	16	33%	32	67%	28	29%	69	71%	145
	Espagne	10	23%	34	77%	10	30%	23	70%	77
	Suède	27	42%	37	58%	16	30%	38	70%	118
	Suisse	5	28%	13	72%	10	20%	40	80%	68
	Turquie	8	35%	15	65%	36	21%	138	79%	197
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	34	37%	57	63%	27	28%	68	72%	186
Amérique Latine	Argentine	11	35%	20	65%	1	14%	6	86%	38
	Bolivie	0	0%	0	0%	0	0%	8	100%	8
	Brésil	50	35%	91	65%	73	25%	216	75%	430
	Chili	11	23%	37	77%	15	38%	24	62%	87
	Costa Rica	1	8%	11	92%	6	35%	11	65%	29
	Équateur	3	38%	5	63%	16	29%	40	71%	64
	Salvador	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%	4
	Guatemala	4	40%	6	60%	0	0%	0	0%	10
	Mexique	16	39%	25	61%	5	33%	10	67%	56
	Nicaragua	2	25%	6	75%	5	29%	12	71%	25
	Paraguay	10	20%	40	80%	2	5%	36	95%	88
	Pérou	23	49%	24	51%	1	11%	8	89%	56
	Uruguay	0	0%	17	100%	1	9%	10	91%	28
Moyen-Orient	Égypte	3	75%	1	25%	0	0%	5	100%	9
	Israël	7	23%	24	77%	9	21%	34	79%	74
	Jordanie	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	4
	Liban	4	4%	104	96%	10	6%	146	94%	264
	Tunisie	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	6
	Émirats arabes unis	2	17%	10	83%	2	5%	36	95%	50
Amérique du Nord	Canada	14	31%	31	69%	29	27%	80	73%	154
	États-Unis	20	38%	33	62%	12	15%	69	85%	134
Pacifique	Australie	7	23%	24	77%	25	22%	89	78%	145
	Fidji	3	75%	1	25%	1	17%	5	83%	10
	Nouvelle-Zélande	11	24%	34	76%	33	31%	73	69%	151
	Papouasie-Nouvelle Guinée	3	19%	13	81%	1	14%	6	86%	23
	Tonga	0	0%	0	0%	1	17%	5	83%	6
Totaux mondiaux		**738**	**26%**	**2 149**	**74%**	**1 043**	**22%**	**3 633**	**78%**	**7 563**

9. Sujets des nouvelles qui figurent dans des photos de journaux

		PHOTO				PAS DE PHOTO				TOTAL
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Afrique	Bénin	1	14%	6	86%	4	33%	8	67%	19
	Botswana	1	25%	3	75%	0	0%	5	100%	9
	Burkina	23	31%	51	69%	5	26%	14	74%	93
	Burundi	0	0%	3	100%	1	14%	6	86%	10
	Cameroun	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Congo	1	25%	3	75%	0	0%	3	100%	7
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1
	Éthiopie	0	0%	4	100%	2	8%	24	92%	30
	Ghana	2	50%	2	50%	0	0%	6	100%	10
	Guinée	0	0%	8	100%	3	15%	17	85%	28
	Kenya	0	0%	2	100%	0	0%	5	100%	7
	Lesotho	0	0%	4	100%	0	0%	5	100%	9
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Madagascar	1	13%	7	88%	9	43%	12	57%	29
	Mauritanie	1	17%	5	83%	4	31%	9	69%	19
	Maurice	3	75%	1	25%	0	0%	1	100%	5
	Namibie	2	67%	1	33%	0	0%	2	100%	5
	Niger	1	10%	9	90%	0	0%	6	100%	16
	Nigeria	1	50%	1	50%	4	12%	30	88%	36
	Sénégal	1	17%	5	83%	1	17%	5	83%	12
	Afrique du Sud	6	18%	28	82%	17	24%	53	76%	104
	Soudan du Sud	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	4
	Tanzanie	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	3
	Togo	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	3
	Ouganda	2	17%	10	83%	3	27%	8	73%	23
	Zambie	0	0%	2	100%	1	33%	2	67%	5
	Zimbabwe	3	60%	2	40%	1	17%	5	83%	11
Asie	Bangladesh	4	27%	11	73%	11	22%	38	78%	64
	Chine	10	42%	14	58%	31	17%	152	83%	207
	Inde	27	32%	57	68%	55	32%	117	68%	256
	Japon	2	22%	7	78%	4	22%	14	78%	27
	Kirghizistan	5	17%	24	83%	9	22%	32	78%	70
	Malaisie	6	26%	17	74%	9	23%	30	77%	62
	Népal	4	31%	9	69%	9	11%	72	89%	94
	Pakistan	1	25%	3	75%	19	28%	50	72%	73
	Philippines	6	43%	8	57%	5	22%	18	78%	37
	Corée du Sud	4	50%	4	50%	1	8%	11	92%	20
	Taiwan	12	25%	36	75%	15	16%	78	84%	141
	Thaïlande	10	32%	21	68%	45	11%	359	89%	435
	Viêt Nam	3	27%	8	73%	24	25%	71	75%	106
Caraïbes	Belize	6	46%	7	54%	4	67%	2	33%	19
	République dominicaine	1	17%	5	83%	7	24%	22	76%	35
	Grenade	0	0%	6	100%	1	11%	8	89%	15
	Guyana	6	50%	6	50%	9	32%	19	68%	40
	Haïti	0	0%	1	100%	0	0%	5	100%	6
	Jamaïque	4	22%	14	78%	9	20%	35	80%	62
	Porto Rico	5	19%	22	81%	12	26%	34	74%	73
	Sainte-Lucie	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%	3
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	1	20%	4	80%	3	33%	6	67%	14
	Suriname	1	33%	2	67%	1	25%	3	75%	7
	Trinité-et-Tobago	2	25%	6	75%	1	8%	12	92%	21
Europe	Autriche	9	27%	24	73%	21	18%	95	82%	149
	Biélorussie	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1
	Belgique	18	24%	57	76%	36	24%	113	76%	224
	Bosnie-Herzégovine	5	26%	14	74%	11	28%	29	73%	59
	Bulgarie	10	63%	6	38%	23	70%	10	30%	49
	Croatie	3	15%	17	85%	3	27%	8	73%	31
	Chypre	6	43%	8	57%	3	20%	12	80%	29

9. Sujets des nouvelles qui figurent dans des photos de journaux

		PHOTO				PAS DE PHOTO				TOTAL
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Europe	République tchèque	4	18%	18	82%	30	17%	145	83%	197
	Danemark	15	31%	34	69%	4	31%	9	69%	62
	Estonie	8	28%	21	72%	7	17%	34	83%	70
	Finlande	7	21%	27	79%	10	31%	22	69%	66
	France	3	10%	27	90%	17	24%	54	76%	101
	Géorgie	1	8%	12	92%	0	0%	2	100%	15
	Allemagne	9	28%	23	72%	27	22%	97	78%	156
	Grèce	18	40%	27	60%	20	24%	63	76%	128
	Hongrie	22	43%	29	57%	21	15%	116	85%	188
	Islande	2	22%	7	78%	2	17%	10	83%	21
	Irlande	3	100%	0	0%	2	67%	1	33%	6
	Italie	17	20%	68	80%	38	18%	175	82%	298
	Kosovo	9	16%	48	84%	3	17%	15	83%	75
	Malte	0	0%	2	100%	4	36%	7	64%	13
	Monténégro	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	Pays-Bas	14	44%	18	56%	8	18%	36	82%	76
	Norvège	15	31%	34	69%	15	43%	20	57%	84
	Pologne	22	40%	33	60%	30	23%	99	77%	184
	Portugal	6	21%	22	79%	11	24%	35	76%	74
	Roumanie	15	37%	26	63%	29	28%	75	72%	145
	Espagne	8	31%	18	69%	12	24%	39	76%	77
	Suède	25	43%	33	57%	18	30%	43	70%	119
	Suisse	9	53%	8	47%	6	12%	44	88%	67
	Turquie	23	42%	32	58%	26	17%	130	83%	211
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	34	40%	51	60%	24	26%	70	74%	179
Amérique Latine	Argentine	8	42%	11	58%	4	22%	14	78%	37
	Bolivie	0	0%	1	100%	0	0%	7	100%	8
	Brésil	41	45%	50	55%	83	24%	257	76%	431
	Chili	16	37%	27	63%	10	24%	31	76%	84
	Costa Rica	0	0%	2	100%	7	27%	19	73%	28
	Équateur	3	23%	10	77%	15	30%	35	70%	63
	Salvador	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%	4
	Guatemala	1	17%	5	83%	3	60%	2	40%	11
	Mexique	14	58%	10	42%	7	23%	24	77%	55
	Nicaragua	1	33%	2	67%	6	27%	16	73%	25
	Paraguay	1	7%	14	93%	11	15%	62	85%	88
	Pérou	25	56%	20	44%	1	8%	12	92%	58
	Uruguay	1	5%	20	95%	0	0%	7	100%	28
Moyen-Orient	Égypte	2	67%	1	33%	1	17%	5	83%	9
	Israël	6	23%	20	77%	10	21%	37	79%	73
	Jordanie	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	4
	Liban	4	7%	51	93%	10	5%	199	95%	264
	Tunisie	0	0%	5	100%	0	0%	1	100%	6
	Émirats arabes unis	0	0%	16	100%	4	12%	29	88%	49
Amérique du Nord	Canada	9	27%	24	73%	34	28%	87	72%	154
	États-Unis	12	36%	21	64%	18	18%	80	82%	131
Pacifique	Australie	11	28%	29	73%	21	20%	84	80%	145
	Fidji	2	100%	0	0%	1	14%	6	86%	9
	Nouvelle-Zélande	9	31%	20	69%	35	29%	87	71%	151
	Papouasie-Nouvelle Guinée	2	29%	5	71%	1	7%	14	93%	22
	Tonga	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	6
Totaux mondiaux		**679**	**30%**	**1 569**	**70%**	**1 084**	**21%**	**4 150**	**79%**	**7 482**

10. Présentateurs et reporters à la télévision, à la radio et dans les journaux

		TELEVISION								RADIO							
		Présentateur				Reporter				Présentateur				Reporter			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	0	100%	0	0%	6	50%	6	50%	0	0%	8	100%	0	0%	3	100%
	Botswana	0	67%	1	33%	2	33%	4	67%	11	61%	7	39%	0	0%	0	0%
	Burkina	1	100%	0	0%	5	45%	6	55%	0	0%	8	100%	0	0%	0	0%
	Burundi	1	0%	14	100%	4	27%	11	73%	1	6%	17	94%	2	15%	11	85%
	Cameroun	0	91%	1	9%	7	54%	6	46%	14	50%	14	50%	0	0%	0	0%
	Congo	0	0%	2	100%	1	10%	9	90%	7	88%	1	13%	3	50%	3	50%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	6	100%	2	40%	3	60%	0	0%	2	100%	1	50%	1	50%
	Éthiopie	0	87%	2	13%	4	36%	7	64%	0	0%	17	100%	1	13%	7	88%
	Ghana	0	0%	0	0%	4	67%	2	33%	12	100%	0	0%	1	25%	3	75%
	Guinée	0	86%	3	14%	3	18%	14	82%	17	100%	0	0%	1	13%	7	88%
	Kenya	1	43%	16	57%	13	45%	16	55%	3	75%	1	25%	3	75%	1	25%
	Lesotho	1	80%	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	2	69%	4	31%	6	86%	1	14%	6	43%	8	57%	0	0%	0	0%
	Mauritanie	0	100%	0	0%	2	25%	6	75%	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%
	Maurice	0	0%	4	100%	2	50%	2	50%	3	30%	7	70%	1	50%	1	50%
	Namibie	0	92%	2	8%	5	38%	8	62%	7	47%	8	53%	0	0%	0	0%
	Niger	0	9%	10	91%	3	30%	7	70%	0	0%	1	100%	2	40%	3	60%
	Nigeria	0	47%	8	53%	0	0%	0	0%	1	33%	2	67%	7	44%	9	56%
	Sénégal	0	0%	0	0%	3	20%	12	80%	4	14%	25	86%	11	39%	17	61%
	Afrique du Sud	4	53%	8	47%	3	30%	7	70%	5	100%	0	0%	1	100%	0	0%
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	13	100%	0	0%	18	100%	0	0%	0	0%
	Tanzanie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Togo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	75%	2	25%
	Ouganda	5	0%	5	100%	1	25%	3	75%	4	33%	8	67%	0	0%	0	0%
	Zambie	0	0%	12	100%	4	57%	3	43%	0	0%	38	100%	2	67%	1	33%
	Zimbabwe	2	0%	0	0%	9	43%	12	57%	9	100%	0	0%	3	38%	5	63%
Asie	Bangladesh	4	36%	64	64%	5	16%	26	84%	24	33%	49	67%	4	50%	4	50%
	Chine	27	67%	33	33%	125	48%	135	52%	105	45%	129	55%	29	58%	21	42%
	Inde	9	45%	28	55%	27	43%	36	57%	15	44%	19	56%	0	0%	42	100%
	Japon	2	73%	11	28%	10	31%	22	69%	20	54%	17	46%	0	0%	2	100%
	Kirghizistan	2	47%	31	53%	13	76%	4	24%	14	54%	12	46%	6	100%	0	0%
	Malaisie	15	50%	76	50%	39	57%	30	43%	29	56%	23	44%	0	0%	0	0%
	Népal	0	33%	20	67%	0	0%	2	100%	12	21%	45	79%	0	0%	10	100%
	Pakistan	1	50%	2	50%	1	10%	9	90%	21	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Philippines	0	58%	76	42%	57	51%	54	49%	42	34%	81	66%	26	34%	51	66%
	Corée du Sud	1	45%	11	55%	4	18%	18	82%	12	34%	23	66%	5	25%	15	75%
	Taiwan	2	90%	12	10%	82	57%	63	43%	84	77%	25	23%	28	61%	18	39%
	Thaïlande	10	61%	53	39%	30	71%	12	29%	9	75%	3	25%	3	60%	2	40%
	Viêt Nam	0	48%	17	52%	17	61%	11	39%	15	35%	28	65%	2	25%	6	75%
Caraïbes	Belize	2	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	36%	9	64%	0	0%	2	100%
	République dominicaine	3	56%	4	44%	3	75%	1	25%	0	0%	165	100%	0	0%	0	0%
	Grenade	0	100%	0	0%	6	86%	1	14%	0	0%	14	100%	3	75%	1	25%
	Guyana	1	33%	4	67%	8	89%	1	11%	7	100%	0	0%	0	0%	1	100%
	Haïti	3	36%	9	64%	7	70%	3	30%	23	47%	26	53%	5	17%	25	83%
	Jamaïque	2	89%	7	11%	14	40%	21	60%	18	47%	20	53%	7	70%	3	30%
	Porto Rico	2	61%	11	39%	12	41%	17	59%	0	0%	7	100%	4	31%	9	69%
	Sainte-Lucie	1	0%	1	100%	1	100%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%	0	0%
	Suriname	0	60%	4	40%	1	33%	2	67%	1	8%	12	92%	1	10%	9	90%
	Trinité-et-Tobago	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	14%	37	86%	1	100%	0	0%
Europe	Autriche	9	19%	25	81%	12	41%	17	59%	10	67%	5	33%	2	67%	1	33%
	Biélorussie	0	43%	21	57%	6	43%	8	57%	12	31%	27	69%	4	50%	4	50%
	Belgique	12	28%	86	72%	26	29%	64	71%	25	31%	55	69%	8	44%	10	56%
	Bosnie-Herzégovine	0	100%	0	0%	17	63%	10	37%	24	69%	11	31%	15	56%	12	44%
	Bulgarie	12	75%	2	25%	5	71%	2	29%	6	60%	4	40%	5	83%	1	17%

		JOURNAUX Reporter				TOTAL			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	2	15%	11	85%	20	42%	28	58%
	Botswana	7	41%	10	59%	22	50%	22	50%
	Burkina	8	20%	32	80%	22	32%	46	68%
	Burundi	7	35%	13	65%	14	18%	66	83%
	Cameroun	0	0%	0	0%	31	60%	21	40%
	Congo	2	11%	17	89%	13	29%	32	71%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	2	100%	0	0%	5	29%	12	71%
	Éthiopie	1	100%	0	0%	19	37%	33	63%
	Ghana	4	44%	5	56%	21	68%	10	32%
	Guinée	6	17%	29	83%	46	46%	53	54%
	Kenya	9	15%	51	85%	40	32%	85	68%
	Lesotho	5	50%	5	50%	9	45%	11	55%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	11	33%	22	67%	32	48%	35	52%
	Mauritanie	2	11%	16	89%	7	19%	30	81%
	Maurice	11	44%	14	56%	17	38%	28	62%
	Namibie	2	20%	8	80%	37	59%	26	41%
	Niger	3	12%	23	88%	9	17%	44	83%
	Nigeria	11	19%	48	81%	26	28%	67	72%
	Sénégal	3	7%	38	93%	21	19%	92	81%
	Afrique du Sud	37	29%	91	71%	55	34%	106	66%
	Soudan du Sud	0	0%	3	100%	0	0%	34	100%
	Tanzanie	14	25%	42	75%	14	25%	42	75%
	Togo	1	33%	2	67%	7	64%	4	36%
	Ouganda	12	26%	34	74%	17	25%	50	75%
	Zambie	6	22%	21	78%	12	14%	75	86%
	Zimbabwe	1	20%	4	80%	22	51%	21	49%
Asie	Bangladesh	3	8%	35	92%	72	29%	178	71%
	Chine	61	43%	81	57%	387	49%	399	51%
	Inde	29	34%	57	66%	94	34%	182	66%
	Japon	1	5%	20	95%	60	45%	72	55%
	Kirghizistan	12	55%	10	45%	73	56%	57	44%
	Malaisie	16	37%	27	63%	160	51%	156	49%
	Népal	0	0%	30	100%	22	17%	107	83%
	Pakistan	1	11%	8	89%	25	57%	19	43%
	Philippines	33	45%	41	55%	263	46%	303	54%
	Corée du Sud	13	17%	65	83%	43	25%	132	75%
	Taiwan	42	33%	84	67%	339	63%	202	37%
	Thaïlande	1	50%	1	50%	125	64%	71	36%
	Viêt Nam	17	43%	23	58%	67	44%	85	56%
Caraïbes	Belize	5	38%	8	62%	10	34%	19	66%
	République dominicaine	17	25%	50	75%	25	10%	220	90%
	Grenade	0	0%	0	0%	21	57%	16	43%
	Guyana	4	80%	1	20%	21	75%	7	25%
	Haïti	0	0%	5	100%	40	37%	68	63%
	Jamaïque	5	28%	13	72%	102	61%	64	39%
	Porto Rico	36	67%	18	33%	69	53%	62	47%
	Sainte-Lucie	0	0%	0	0%	5	83%	1	17%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	0	0%	6	46%	7	54%
	Suriname	1	11%	8	89%	10	22%	35	78%
	Trinité-et-Tobago	22	55%	18	45%	29	35%	55	65%
Europe	Autriche	19	34%	37	66%	49	37%	85	63%
	Biélorussie	12	46%	14	54%	50	40%	74	60%
	Belgique	17	24%	53	76%	110	29%	268	71%
	Bosnie-Herzégovine	9	53%	8	47%	101	71%	41	29%
	Bulgarie	13	72%	5	28%	35	71%	14	29%

10. Présentateurs et reporters à la télévision, à la radio et dans les journaux

		TELEVISION								RADIO							
		Présentateur				Reporter				Présentateur				Reporter			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	Croatie	26	52%	24	48%	13	52%	12	48%	1	17%	5	83%	1	20%	4	80%
	Chypre	29	36%	51	64%	29	35%	55	65%	24	73%	9	27%	2	67%	1	33%
	République tchèque	24	60%	16	40%	22	41%	32	59%	22	54%	19	46%	8	44%	10	56%
	Danemark	0	0%	37	100%	6	40%	9	60%	0	0%	24	100%	4	57%	3	43%
	Estonie	29	57%	22	43%	18	35%	33	65%	34	31%	76	69%	4	50%	4	50%
	Finlande	23	43%	31	57%	13	50%	13	50%	8	31%	18	69%	5	31%	11	69%
	France	25	37%	43	63%	26	37%	45	63%	104	55%	84	45%	58	53%	51	47%
	Géorgie	33	47%	37	53%	20	56%	16	44%	1	2%	42	98%	5	18%	23	82%
	Allemagne	30	31%	66	69%	18	29%	44	71%	19	38%	31	62%	2	14%	12	86%
	Grèce	59	49%	62	51%	43	41%	63	59%	29	76%	9	24%	3	18%	14	82%
	Hongrie	25	42%	35	58%	18	49%	19	51%	10	31%	22	69%	3	60%	2	40%
	Islande	10	24%	31	76%	10	26%	28	74%	11	22%	38	78%	12	52%	11	48%
	Irlande	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Italie	88	57%	66	43%	62	52%	58	48%	57	100%	0	0%	13	34%	25	66%
	Kosovo	11	100%	0	0%	0	0%	0	0%	24	77%	7	23%	0	0%	5	100%
	Malte	54	83%	11	17%	19	37%	32	63%	25	61%	16	39%	13	62%	8	38%
	Monténégro	14	88%	2	13%	7	58%	5	42%	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Pays-Bas	0	0%	1	100%	5	83%	1	17%	4	29%	10	71%	1	100%	0	0%
	Norvège	22	55%	18	45%	8	32%	17	68%	18	100%	0	0%	7	58%	5	42%
	Pologne	0	0%	2	100%	16	25%	48	75%	15	34%	29	66%	22	38%	36	62%
	Portugal	0	0%	6	100%	30	52%	28	48%	22	100%	0	0%	2	25%	6	75%
	Roumanie	16	100%	0	0%	8	38%	13	62%	6	38%	10	63%	3	60%	2	40%
	Espagne	34	46%	40	54%	51	62%	31	38%	95	75%	31	25%	23	32%	48	68%
	Suède	12	24%	37	76%	28	74%	10	26%	21	100%	0	0%	12	67%	6	33%
	Suisse	17	55%	14	45%	13	38%	21	62%	11	42%	15	58%	4	40%	6	60%
	Turquie	0	0%	5	100%	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	47	48%	51	52%	24	30%	55	70%	67	53%	60	47%	42	36%	74	64%
Amérique Latine	Argentine	16	42%	22	58%	2	17%	10	83%	20	27%	54	73%	9	43%	12	57%
	Bolivie	17	45%	21	55%	4	57%	3	43%	8	44%	10	56%	6	55%	5	45%
	Brésil	20	48%	22	52%	9	38%	15	63%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%
	Chili	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Costa Rica	1	10%	9	90%	12	32%	25	68%	28	27%	77	73%	0	0%	0	0%
	Équateur	93	74%	33	26%	33	33%	67	67%	19	34%	37	66%	14	45%	17	55%
	Salvador	8	73%	3	27%	6	21%	23	79%	0	0%	17	100%	5	45%	6	55%
	Guatemala	0	0%	58	100%	13	31%	29	69%	19	73%	7	27%	14	29%	35	71%
	Mexique	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4	8%	49	92%	4	57%	3	43%
	Nicaragua	26	68%	12	32%	17	61%	11	39%	0	0%	50	100%	6	75%	2	25%
	Paraguay	12	24%	37	76%	27	43%	36	57%	40	69%	18	31%	6	22%	21	78%
	Pérou	16	34%	31	66%	14	40%	21	60%	15	25%	46	75%	3	20%	12	80%
	Uruguay	54	47%	62	53%	20	31%	44	69%	10	21%	37	79%	3	25%	9	75%
Moyen-Orient	Égypte	7	54%	6	46%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Israël	24	86%	4	14%	15	21%	55	79%	39	34%	75	66%	26	25%	76	75%
	Jordanie	0	0%	1	100%	5	56%	4	44%	14	100%	0	0%	7	100%	0	0%
	Liban	13	30%	30	70%	19	46%	22	54%	42	86%	7	14%	4	67%	2	33%
	Tunisie	47	61%	30	39%	5	16%	26	84%	115	63%	69	38%	1	10%	9	90%
	Émirats arabes unis	0	0%	7	100%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Amérique du Nord	Canada	13	30%	30	70%	28	45%	34	55%	32	46%	38	54%	6	29%	15	71%
	États-Unis	3	33%	6	67%	2	14%	12	86%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Pacifique	Australie	24	22%	85	78%	14	25%	43	75%	23	34%	45	66%	5	42%	7	58%
	Fidji	10	26%	28	74%	7	64%	4	36%	6	40%	9	60%	0	0%	0	0%
	Nouvelle-Zélande	18	25%	55	75%	17	40%	25	60%	21	60%	14	40%	3	50%	3	50%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	3	100%	0	0%	5	71%	2	29%	15	100%	0	0%	2	33%	4	67%
	Tonga	0	0%	10	100%	5	100%	0	0%	22	81%	5	19%	0	0%	0	0%
Totaux mondiaux		**1 975**	**49%**	**2 024**	**51%**	**1 408**	**42%**	**1 931**	**58%**	**1 774**	**44%**	**2 266**	**56%**	**582**	**38%**	**932**	**62%**

		JOURNAUX Reporter				TOTAL			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	Croatie	21	58%	15	42%	62	51%	60	49%
	Chypre	13	50%	13	50%	97	43%	129	57%
	République tchèque	35	58%	25	42%	111	52%	102	48%
	Danemark	27	27%	73	73%	37	20%	146	80%
	Estonie	32	53%	28	47%	117	42%	163	58%
	Finlande	31	39%	49	61%	80	40%	122	60%
	France	29	48%	31	52%	242	49%	254	51%
	Géorgie	17	47%	19	53%	76	36%	137	64%
	Allemagne	30	32%	64	68%	99	31%	217	69%
	Grèce	27	30%	62	70%	161	43%	210	57%
	Hongrie	9	24%	28	76%	65	38%	106	62%
	Islande	3	20%	12	80%	46	28%	120	72%
	Irlande	6	60%	4	40%	6	60%	4	40%
	Italie	26	33%	53	67%	246	55%	202	45%
	Kosovo	16	19%	70	81%	51	38%	82	62%
	Malte	1	6%	16	94%	112	57%	83	43%
	Monténégro	0	0%	0	0%	27	79%	7	21%
	Pays-Bas	13	16%	67	84%	23	23%	79	77%
	Norvège	13	23%	43	77%	68	45%	83	55%
	Pologne	24	24%	77	76%	77	29%	192	71%
	Portugal	34	64%	19	36%	88	60%	59	40%
	Roumanie	59	63%	34	37%	92	61%	59	39%
	Espagne	11	28%	29	73%	214	54%	179	46%
	Suède	46	42%	64	58%	119	50%	117	50%
	Suisse	24	35%	44	65%	69	41%	100	59%
	Turquie	42	18%	187	82%	45	19%	193	81%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	46	30%	107	70%	226	39%	347	61%
Amérique Latine	Argentine	19	49%	20	51%	66	36%	118	64%
	Bolivie	6	50%	6	50%	41	48%	45	52%
	Brésil	75	46%	87	54%	105	45%	126	55%
	Chili	6	26%	17	74%	6	26%	17	74%
	Costa Rica	4	31%	9	69%	45	27%	120	73%
	Équateur	6	43%	8	57%	165	50%	162	50%
	Salvador	19	58%	14	42%	38	38%	63	62%
	Guatemala	10	34%	19	66%	56	27%	148	73%
	Mexique	35	39%	54	61%	43	29%	106	71%
	Nicaragua	15	65%	8	35%	64	44%	83	56%
	Paraguay	1	17%	5	83%	86	42%	117	58%
	Pérou	13	46%	15	54%	61	33%	125	67%
	Uruguay	4	27%	11	73%	91	36%	163	64%
Moyen-Orient	Égypte	1	50%	1	50%	9	56%	7	44%
	Israël	22	36%	39	64%	126	34%	249	66%
	Jordanie	7	47%	8	53%	33	72%	13	28%
	Liban	3	23%	10	77%	81	53%	71	47%
	Tunisie	10	67%	5	33%	178	56%	139	44%
	Émirats arabes unis	13	37%	22	63%	14	30%	33	70%
Amérique du Nord	Canada	42	43%	56	57%	121	41%	173	59%
	États-Unis	27	31%	59	69%	32	29%	77	71%
Pacifique	Australie	32	40%	48	60%	98	30%	228	70%
	Fidji	14	82%	3	18%	37	46%	44	54%
	Nouvelle-Zélande	27	50%	27	50%	86	41%	124	59%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	11	31%	24	69%	36	55%	30	45%
	Tonga	6	46%	7	54%	33	60%	22	40%
Totaux mondiaux		1 619	34%	3 074	66%	7 358	42%	10 227	58%

11. Reporters par thème principal

RÉGION	PAYS	Politique et gouvernement				Économie				Sciences et Santé				Social et Juridique			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Afrique	Bénin	0	0%	6	100%	2	33%	4	67%	4	80%	1	20%	2	40%	3	60%
	Botswana	2	33%	4	67%	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	3	33%	6	67%
	Burkina	2	22%	7	78%	0	0%	10	100%	0	0%	9	100%	5	36%	9	64%
	Burundi	4	29%	10	71%	0	0%	7	100%	2	29%	5	71%	5	33%	10	67%
	Cameroun	6	67%	3	33%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%
	Congo	2	14%	12	86%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	3	38%	5	63%
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%
	Éthiopie	3	33%	6	67%	2	29%	5	71%	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%
	Ghana	0	0%	0	0%	3	60%	2	40%	1	50%	1	50%	3	43%	4	57%
	Guinée	5	19%	22	81%	3	33%	6	67%	0	0%	2	100%	2	11%	16	89%
	Kenya	8	36%	14	64%	1	13%	7	88%	2	29%	5	71%	9	23%	31	78%
	Lesotho	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Madagascar	5	29%	12	71%	3	75%	1	25%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%
	Mauritanie	1	8%	12	92%	0	0%	2	100%	2	50%	2	50%	1	33%	2	67%
	Maurice	3	38%	5	63%	0	0%	3	100%	1	50%	1	50%	4	57%	3	43%
	Namibie	1	25%	3	75%	4	50%	4	50%	0	0%	1	100%	2	20%	8	80%
	Niger	0	0%	8	100%	5	26%	14	74%	0	0%	2	100%	3	60%	2	40%
	Nigeria	3	25%	9	75%	2	14%	12	86%	6	55%	5	45%	5	19%	22	81%
	Sénégal	3	13%	20	87%	9	38%	15	63%	4	57%	3	43%	1	7%	14	93%
	Afrique du Sud	5	33%	10	67%	10	26%	28	74%	2	33%	4	67%	3	17%	15	83%
	Soudan du Sud	0	0%	11	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%
	Tanzanie	6	27%	16	73%	0	0%	11	100%	0	0%	5	100%	3	30%	7	70%
	Togo	3	43%	4	57%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Ouganda	3	38%	5	63%	1	25%	3	75%	0	0%	2	100%	2	14%	12	86%
	Zambie	1	9%	10	91%	5	71%	2	29%	0	0%	0	0%	2	29%	5	71%
	Zimbabwe	6	46%	7	54%	3	30%	7	70%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%
Asie	Bangladesh	1	8%	12	92%	4	25%	12	75%	2	29%	5	71%	2	12%	15	88%
	Chine	77	49%	80	51%	55	49%	58	51%	26	50%	26	50%	33	56%	26	44%
	Inde	21	30%	49	70%	2	11%	16	89%	2	15%	11	85%	7	32%	15	68%
	Japon	3	14%	18	86%	0	0%	2	100%	2	33%	4	67%	0	0%	2	100%
	Kirghizistan	5	38%	8	62%	6	60%	4	40%	7	88%	1	13%	6	100%	0	0%
	Malaisie	10	36%	18	64%	7	35%	13	65%	4	44%	5	56%	18	72%	7	28%
	Népal	0	0%	15	100%	0	0%	12	100%	0	0%	6	100%	0	0%	4	100%
	Pakistan	1	13%	7	88%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	1	33%	2	67%
	Philippines	25	46%	29	54%	21	38%	35	63%	9	50%	9	50%	6	40%	9	60%
	Corée du Sud	7	17%	34	83%	4	20%	16	80%	3	27%	8	73%	4	18%	18	82%
	Taiwan	24	36%	42	64%	47	53%	41	47%	12	55%	10	45%	29	55%	24	45%
	Thaïlande	11	58%	8	42%	8	80%	2	20%	2	50%	2	50%	3	60%	2	40%
	Viêt Nam	7	54%	6	46%	11	55%	9	45%	3	25%	9	75%	4	50%	4	50%
Caraïbes	Belize	1	100%	0	0%	1	25%	3	75%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%
	République dominicaine	2	29%	5	71%	8	40%	12	60%	4	40%	6	60%	2	50%	2	50%
	Grenade	2	100%	0	0%	2	50%	2	50%	1	100%	0	0%	2	100%	0	0%
	Guyana	2	67%	1	33%	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	4	80%	1	20%
	Haïti	3	27%	8	73%	0	0%	3	100%	1	20%	4	80%	2	18%	9	82%
	Jamaïque	3	43%	4	57%	4	27%	11	73%	4	44%	5	56%	0	0%	8	100%
	Porto Rico	10	53%	9	47%	11	73%	4	27%	9	90%	1	10%	11	69%	5	31%
	Sainte-Lucie	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%	0	0%
	Suriname	0	0%	5	100%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%
	Trinité-et-Tobago	3	50%	3	50%	4	80%	1	20%	2	50%	2	50%	1	17%	5	83%
Europe	Autriche	8	28%	21	72%	1	17%	5	83%	6	55%	5	45%	6	55%	5	45%
	Biélorussie	3	60%	2	40%	9	50%	9	50%	6	60%	4	40%	3	38%	5	63%
	Belgique	10	19%	44	81%	3	20%	12	80%	9	50%	9	50%	9	43%	12	57%
	Bosnie-Herzégovine	10	53%	9	47%	9	75%	3	25%	5	71%	2	29%	12	71%	5	29%
	Bulgarie	6	50%	6	50%	6	100%	0	0%	1	50%	1	50%	3	75%	1	25%

Criminalité et violence				Personnes célèbres, arts et médias				La jeune fille				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
0	0%	4	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		1		8	30%	19	70%
0	0%	2	100%	3	75%	1	25%	0	0%	0	0%	0		0		9	39%	14	61%
4	100%	0	0%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	0		0		13	25%	38	75%
2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		1		13	28%	34	72%
0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		7	54%	6	46%
1	17%	5	83%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	17%	29	83%
0	0%	0	0%	1	20%	4	80%	0	0%	0	0%	0		0		5	56%	4	44%
0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	30%	14	70%
1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	1	100%	0	0%	0		0		9	47%	10	53%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		2		10	17%	48	83%
5	31%	11	69%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		25	27%	68	73%
2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		5	50%	5	50%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		0	0%	0	0%
3	38%	5	63%	3	60%	2	40%	1	100%	0	0%	0		0		17	43%	23	58%
0	0%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		3		4	15%	23	85%
5	63%	3	38%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1		1		13	45%	16	55%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		7	30%	16	70%
0	0%	1	100%	0	0%	6	100%	0	0%	0	0%	0		0		8	20%	33	80%
1	20%	4	80%	0	0%	5	100%	1	100%	0	0%	0		0		18	24%	57	76%
0	0%	9	100%	0	0%	4	100%	0	0%	1	100%	0		1		17	20%	66	80%
19	42%	26	58%	2	13%	14	88%	0	0%	0	0%	0		1		41	30%	97	70%
0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		0	0%	16	100%
5	63%	3	38%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		14	25%	42	75%
0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3		0		4	50%	4	50%
4	25%	12	75%	2	40%	3	60%	0	0%	0	0%	1		0		12	24%	37	76%
2	25%	6	75%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1		2		11	32%	23	68%
3	60%	2	40%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		13	38%	21	62%
3	20%	12	80%	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	0		0		12	16%	65	84%
11	31%	24	69%	12	36%	21	64%	0	0%	0	0%	1		2		214	48%	235	52%
19	36%	34	64%	5	33%	10	67%	0	0%	0	0%	0		0		56	29%	135	71%
6	38%	10	63%	0	0%	8	100%	0	0%	0	0%	0		0		11	20%	44	80%
2	100%	0	0%	5	83%	1	17%	0	0%	0	0%	0		0		31	69%	14	31%
14	52%	13	48%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		1		55	50%	56	50%
0	0%	1	100%	0	0%	4	100%	0	0%	0	0%	0		0		0	0%	42	100%
0	0%	3	100%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		2	11%	17	89%
30	38%	49	62%	23	68%	11	32%	0	0%	0	0%	2		4		114	45%	142	55%
3	23%	10	77%	1	10%	9	90%	0	0%	1	100%	0		2		22	19%	96	81%
21	40%	31	60%	15	52%	14	48%	2	50%	2	50%	2		1		150	48%	164	52%
8	89%	1	11%	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		34	69%	15	31%
7	41%	10	59%	4	67%	2	33%	0	0%	0	0%	0		0		36	47%	40	53%
1	25%	3	75%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%	0		0		5	33%	10	67%
2	8%	24	92%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	0		0		20	28%	51	72%
2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		9	82%	2	18%
2	67%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		12	80%	3	20%
0	0%	4	100%	6	55%	5	45%	0	0%	0	0%	0		0		12	27%	33	73%
13	62%	8	38%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0		1		26	42%	36	58%
5	23%	17	77%	3	27%	8	73%	1	100%	0	0%	2		0		50	53%	44	47%
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		1	100%	0	0%
1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		6	100%	0	0%
0	0%	1	100%	2	50%	2	50%	0	0%	0	0%	1		2		2	11%	17	89%
12	75%	4	25%	1	25%	3	75%	0	0%	0	0%	0		0		23	56%	18	44%
10	45%	12	55%	2	25%	6	75%	0	0%	0	0%	0		1		33	38%	54	62%
0	0%	4	100%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0		0		22	46%	26	54%
10	22%	35	78%	4	24%	13	76%	4	67%	2	33%	2		0		49	28%	127	72%
4	44%	5	56%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	0		0		41	58%	30	42%
6	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		23	74%	8	26%

11. Reporters par thème principal

RÉGION	PAYS	Politique et gouvernement				Économie				Sciences et Santé				Social et Juridique			
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Europe	Croatie	8	53%	7	47%	7	44%	9	56%	11	92%	1	8%	2	40%	3	60%
	Chypre	14	40%	21	60%	4	25%	12	75%	7	58%	5	42%	4	50%	4	50%
	République tchèque	34	56%	27	44%	9	47%	10	53%	4	67%	2	33%	4	57%	3	43%
	Danemark	13	33%	26	67%	5	56%	4	44%	3	21%	11	79%	3	21%	11	79%
	Estonie	7	44%	9	56%	18	42%	25	58%	5	36%	9	64%	7	70%	3	30%
	Finlande	7	37%	12	63%	11	39%	17	61%	17	49%	18	51%	1	14%	6	86%
	France	23	38%	38	62%	25	54%	21	46%	24	69%	11	31%	13	59%	9	41%
	Géorgie	13	39%	20	61%	5	36%	9	64%	3	43%	4	57%	9	50%	9	50%
	Allemagne	30	35%	55	65%	10	25%	30	75%	5	50%	5	50%	3	60%	2	40%
	Grèce	19	29%	47	71%	13	28%	34	72%	10	38%	16	62%	10	43%	13	57%
	Hongrie	10	42%	14	58%	4	24%	13	76%	7	39%	11	61%	3	60%	2	40%
	Islande	1	14%	6	86%	13	42%	18	58%	3	50%	3	50%	2	33%	4	67%
	Irlande	2	67%	1	33%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	2	67%	1	33%
	Italie	17	27%	46	73%	8	50%	8	50%	15	68%	7	32%	12	32%	26	68%
	Kosovo	9	13%	63	88%	3	43%	4	57%	1	20%	4	80%	0	0%	2	100%
	Malte	5	24%	16	76%	11	41%	16	59%	2	50%	2	50%	2	33%	4	67%
	Monténégro	1	25%	3	75%	2	100%	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	0	0%
	Pays-Bas	0	0%	33	100%	1	20%	4	80%	7	37%	12	63%	2	33%	4	67%
	Norvège	4	22%	14	78%	7	35%	13	65%	6	40%	9	60%	2	25%	6	75%
	Pologne	11	18%	50	82%	9	50%	9	50%	13	42%	18	58%	6	18%	27	82%
	Portugal	9	47%	10	53%	11	58%	8	42%	7	64%	4	36%	21	78%	6	22%
	Roumanie	8	32%	17	68%	16	67%	8	33%	9	69%	4	31%	11	79%	3	21%
	Espagne	9	25%	27	75%	18	58%	13	42%	12	60%	8	40%	8	47%	9	53%
	Suède	9	38%	15	63%	17	53%	15	47%	15	54%	13	46%	10	45%	12	55%
	Suisse	17	40%	26	60%	3	20%	12	80%	5	31%	11	69%	2	33%	4	67%
	Turquie	20	21%	75	79%	2	33%	4	67%	1	9%	10	91%	5	26%	14	74%
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	15	15%	85	85%	12	27%	32	73%	12	48%	13	52%	21	46%	25	54%
Amérique Latine	Argentine	13	50%	13	50%	9	36%	16	64%	2	40%	3	60%	3	43%	4	57%
	Bolivie	4	67%	2	33%	0	0%	4	100%	2	40%	3	60%	5	83%	1	17%
	Brésil	19	36%	34	64%	12	43%	16	57%	20	54%	17	46%	23	51%	22	49%
	Chili	1	20%	4	80%	2	50%	2	50%	0	0%	3	100%	2	50%	2	50%
	Costa Rica	3	60%	2	40%	5	63%	3	38%	2	67%	1	33%	1	25%	3	75%
	Équateur	10	38%	16	62%	7	24%	22	76%	8	50%	8	50%	17	59%	12	41%
	Salvador	3	38%	5	63%	13	52%	12	48%	1	33%	2	67%	5	83%	1	17%
	Guatemala	10	38%	16	62%	11	50%	11	50%	4	40%	6	60%	3	23%	10	77%
	Mexique	13	68%	6	32%	9	27%	24	73%	2	25%	6	75%	10	67%	5	33%
	Nicaragua	11	85%	2	15%	3	43%	4	57%	4	44%	5	56%	7	88%	1	13%
	Paraguay	5	31%	11	69%	10	45%	12	55%	3	60%	2	40%	4	50%	4	50%
	Pérou	3	60%	2	40%	3	27%	8	73%	3	33%	6	67%	4	50%	4	50%
	Uruguay	10	29%	25	71%	1	13%	7	88%	0	0%	1	100%	3	43%	4	57%
Moyen-Orient	Égypte	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Israël	27	28%	70	72%	7	39%	11	61%	11	34%	21	66%	6	18%	28	82%
	Jordanie	11	61%	7	39%	1	100%	0	0%	2	50%	2	50%	2	40%	3	60%
	Liban	24	48%	26	52%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%	1	25%	3	75%
	Tunisie	1	7%	13	93%	2	22%	7	78%	5	100%	0	0%	4	33%	8	67%
	Émirats arabes unis	1	17%	5	83%	1	14%	6	86%	7	50%	7	50%	1	20%	4	80%
Amérique du Nord	Canada	14	33%	28	67%	12	46%	14	54%	15	58%	11	42%	7	39%	11	61%
	États-Unis	6	24%	19	76%	3	23%	10	77%	4	22%	14	78%	2	22%	7	78%
Pacifique	Australie	6	23%	20	77%	7	29%	17	71%	6	67%	3	33%	11	37%	19	63%
	Fidji	1	100%	0	0%	6	75%	2	25%	2	100%	0	0%	8	80%	2	20%
	Nouvelle-Zélande	14	47%	16	53%	11	65%	6	35%	5	45%	6	55%	7	47%	8	53%
	Papouasie-Nouvelle Guinée	4	36%	7	64%	0	0%	7	100%	1	17%	5	83%	6	50%	6	50%
	Tonga	0	0%	2	100%	3	75%	1	25%	1	50%	1	50%	5	83%	1	17%
Totaux mondiaux		**856**	**33%**	**1 774**	**67%**	**669**	**40%**	**1 012**	**60%**	**469**	**47%**	**538**	**53%**	**546**	**42%**	**758**	**58%**

Criminalité et violence				Personnes célèbres, arts et médias				La jeune fille				Autre				TOTAL			
FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
7	58%	5	42%	0	0%	5	100%	0	0%	0	0%	0		1		35	54%	30	46%
7	33%	14	67%	8	38%	13	62%	0	0%	0	0%	0		0		44	39%	69	61%
9	33%	18	67%	3	38%	5	63%	0	0%	0	0%	2		2		63	49%	65	51%
8	44%	10	56%	5	19%	22	81%	0	0%	0	0%	0		1		37	31%	84	69%
6	38%	10	63%	10	53%	9	47%	0	0%	0	0%	1		0		53	45%	65	55%
6	38%	10	63%	6	38%	10	63%	0	0%	0	0%	1		0		48	40%	73	60%
14	35%	26	65%	12	40%	18	60%	0	0%	0	0%	2		4		111	47%	123	53%
6	32%	13	68%	6	75%	2	25%	0	0%	0	0%	0		1		42	42%	57	58%
1	10%	9	90%	1	6%	16	94%	0	0%	0	0%	0		3		50	30%	117	70%
6	46%	7	54%	11	37%	19	63%	0	0%	0	0%	4		3		69	34%	136	66%
3	33%	6	67%	3	50%	3	50%	0	0%	0	0%	0		0		30	38%	49	62%
4	27%	11	73%	2	18%	9	82%	0	0%	0	0%	0		0		25	33%	51	67%
1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	0		0		6	60%	4	40%
33	43%	44	57%	12	75%	4	25%	0	0%	0	0%	4		1		97	42%	135	58%
1	50%	1	50%	2	67%	1	33%	0	0%	0	0%	0		0		16	18%	75	82%
7	50%	7	50%	6	35%	11	65%	0	0%	0	0%	0		0		33	37%	56	63%
0	0%	1	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0		0		7	58%	5	42%
3	38%	5	63%	6	38%	10	63%	0	0%	0	0%	0		0		19	22%	68	78%
9	39%	14	61%	0	0%	9	100%	0	0%	0	0%	0		0		28	30%	65	70%
17	31%	38	69%	6	35%	11	65%	0	0%	2	100%	0		6		62	29%	155	71%
16	57%	12	43%	2	13%	13	87%	0	0%	0	0%	0		0		66	55%	53	45%
8	53%	7	47%	18	67%	9	33%	0	0%	0	0%	0		1		70	59%	48	41%
22	40%	33	60%	14	44%	18	56%	2	100%	0	0%	0		0		85	44%	108	56%
20	59%	14	41%	15	58%	11	42%	0	0%	0	0%	0		0		86	52%	80	48%
4	25%	12	75%	10	63%	6	38%	0	0%	0	0%	0		0		41	37%	71	63%
3	6%	48	94%	6	33%	12	67%	0	0%	0	0%	8		25		37	19%	163	82%
21	30%	48	70%	24	48%	26	52%	0	0%	0	0%	7		7		105	31%	229	69%
1	25%	3	75%	1	33%	2	67%	0	0%	1	100%	1		0		29	41%	42	59%
5	71%	2	29%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		16	53%	14	47%
9	41%	13	59%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		84	45%	102	55%
1	20%	4	80%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		6	26%	17	74%
3	14%	18	86%	1	14%	6	86%	0	0%	0	0%	1		1		15	31%	33	69%
11	30%	26	70%	0	0%	7	100%	0	0%	0	0%	0		1		53	37%	91	63%
8	26%	23	74%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		30	41%	43	59%
6	19%	26	81%	3	19%	13	81%	0	0%	0	0%	0		1		37	31%	82	69%
2	14%	12	86%	3	43%	4	57%	0	0%	0	0%	0		0		39	41%	57	59%
13	59%	9	41%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		38	64%	21	36%
12	33%	24	67%	0	0%	8	100%	0	0%	0	0%	0		1		34	36%	61	64%
9	35%	17	65%	7	41%	10	59%	0	0%	0	0%	1		1		29	38%	47	62%
6	29%	15	71%	5	36%	9	64%	0	0%	0	0%	2		3		25	29%	61	71%
0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		2	67%	1	33%
6	18%	27	82%	3	30%	7	70%	0	0%	0	0%	3		6		60	27%	164	73%
0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	1	100%	0	0%	0		0		19	61%	12	39%
0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	0	0%	0	0%	0		0		26	43%	34	57%
2	33%	4	67%	2	20%	8	80%	0	0%	0	0%	0		0		16	29%	40	71%
3	50%	3	50%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		1		14	36%	25	64%
17	37%	29	63%	10	45%	12	55%	0	0%	0	0%	1		0		75	42%	105	58%
9	41%	13	59%	4	44%	5	56%	1	33%	2	67%	0		1		29	29%	70	71%
17	55%	14	45%	3	12%	23	88%	0	0%	1	100%	1		1		50	34%	97	66%
3	75%	1	25%	1	33%	2	67%	0	0%	0	0%	0		0		21	75%	7	25%
5	56%	4	44%	5	25%	15	75%	0	0%	0	0%	0		0		47	46%	55	54%
4	67%	2	33%	3	60%	2	40%	0	0%	0	0%	0		1		18	38%	29	62%
1	33%	2	67%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0		0		11	61%	7	39%
645	36%	1 136	64%	354	37%	606	63%	15	52%	14	48%	55		99		3 554	38%	5 838	62%

12. Thèmes des reportages où les femmes occupent une position centrale

RÉGION	PAYS	Politique et gouvernement	Économie	Sciences et Santé	Social et Juridique	Criminalité et violence	Personnes célèbres, arts et médias	La jeune fille	Autre	TOTAL
Afrique	Bénin	2	0	0	0	4	0	0	0	6
	Botswana	0	0	2	0	2	1	0	0	5
	Burkina	0	0	0	4	2	0	0	0	6
	Burundi	1	0	1	2	1	0	0	0	5
	Cameroun	1	0	0	1	0	0	0	0	2
	Congo	3	0	1	2	2	0	0	0	8
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	1	3	2	0	3	0	0	9
	Éthiopie	3	0	0	1	0	0	0	0	4
	Ghana	0	0	2	0	0	0	0	0	2
	Guinée	5	0	0	1	0	0	0	0	6
	Kenya	1	0	1	2	1	0	0	0	5
	Lesotho	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Libéria	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Madagascar	1	1	2	2	5	2	1	0	14
	Mauritanie	4	0	0	0	2	0	0	0	6
	Maurice	2	0	0	1	7	1	0	1	12
	Namibie	1	2	2	4	1	0	0	0	10
	Niger	1	6	0	2	0	0	0	0	9
	Nigeria	3	3	1	3	0	0	1	0	11
	Sénégal	4	1	0	8	5	2	1	0	21
	Afrique du Sud	1	2	3	1	4	4	0	0	15
	Soudan du Sud	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Tanzanie	0	0	0	2	0	0	0	0	2
	Togo	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Ouganda	0	0	2	3	5	1	0	1	12
	Zambie	0	1	0	0	1	0	0	0	2
	Zimbabwe	1	0	0	0	2	0	0	0	3
Asie	Bangladesh	0	0	0	4	2	1	0	0	7
	Chine	7	1	0	6	2	6	1	0	23
	Inde	28	4	3	10	23	3	1	0	72
	Japon	6	0	0	1	7	7	0	1	22
	Kirghizistan	2	0	2	1	0	2	0	0	7
	Malaisie	5	1	1	8	9	4	0	0	28
	Népal	2	2	4	0	6	0	0	0	14
	Pakistan	3	0	0	1	3	2	0	0	9
	Philippines	24	4	3	5	12	25	0	0	73
	Corée du Sud	3	3	1	4	0	3	1	0	15
	Taiwan	7	0	1	5	2	3	1	0	19
	Thaïlande	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Viêt Nam	0	0	0	2	1	0	0	0	3
Caraïbes	Belize	0	1	2	1	5	1	1	0	11
	République dominicaine	5	2	4	5	9	1	0	0	26
	Grenade	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Guyana	1	2	1	2	3	2	0	0	11
	Haïti	1	0	0	3	0	0	0	0	4
	Jamaïque	0	0	0	3	3	0	1	0	7
	Porto Rico	1	0	4	2	4	4	1	0	16
	Sainte-Lucie	0	1	0	1	1	0	0	0	3
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	2	1	0	4	2	0	0	0	9
	Suriname	0	0	0	1	1	4	0	1	7
	Trinité-et-Tobago	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Europe	Autriche	0	0	0	3	3	2	0	0	8
	Biélorussie	2	0	0	1	1	3	0	0	7
	Belgique	6	2	2	9	14	6	1	0	40
	Bosnie-Herzégovine	12	5	3	9	8	5	0	0	42
	Bulgarie	0	3	3	0	4	1	0	0	11

12. Thèmes des reportages où les femmes occupent une position centrale

RÉGION	PAYS	Politique et gouvernement	Économie	Sciences et Santé	Social et Juridique	Criminalité et violence	Personnes célèbres, arts et médias	La jeune fille	Autre	TOTAL
Europe	Croatie	3	0	1	0	8	1	0	1	14
	Chypre	0	0	1	1	3	3	0	0	8
	République tchèque	1	0	2	3	5	1	0	1	13
	Danemark	2	0	0	2	0	6	0	0	10
	Estonie	3	1	0	1	0	0	0	0	5
	Finlande	5	0	2	3	6	1	0	1	18
	France	3	6	10	10	5	5	0	1	40
	Géorgie	3	0	0	0	2	0	0	0	5
	Allemagne	26	2	4	1	10	2	0	0	45
	Grèce	25	2	8	4	4	12	0	3	58
	Hongrie	2	1	0	0	8	3	0	2	16
	Islande	1	6	0	1	3	5	0	0	16
	Irlande	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Italie	6	1	1	7	25	5	0	3	48
	Kosovo	2	0	0	0	0	2	0	0	4
	Malte	3	1	0	1	4	0	0	0	9
	Monténégro	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Pays-Bas	7	0	7	3	0	0	0	0	17
	Norvège	0	2	2	1	0	0	0	0	5
	Pologne	4	1	3	4	11	4	0	0	27
	Portugal	2	0	1	1	6	0	0	0	10
	Roumanie	1	1	2	1	2	10	0	0	17
	Espagne	2	0	4	8	14	3	0	0	31
	Suède	0	4	4	2	6	4	0	0	20
	Suisse	3	2	3	3	1	3	0	0	15
	Turquie	1	0	3	1	18	2	0	0	25
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	12	4	2	16	23	6	0	0	63
Amérique Latine	Argentine	7	1	2	5	5	4	1	1	26
	Bolivie	5	1	0	3	1	0	0	0	10
	Brésil	75	25	24	41	26	1	0	0	192
	Chili	4	1	2	1	4	0	1	1	14
	Costa Rica	1	1	3	1	7	1	0	2	16
	Équateur	1	0	3	6	10	0	0	0	20
	Salvador	0	1	1	0	3	0	0	0	5
	Guatemala	2	1	1	4	5	3	0	0	16
	Mexique	2	3	1	2	7	12	0	0	27
	Nicaragua	3	3	4	3	16	0	0	0	29
	Paraguay	3	2	0	1	5	0	0	1	12
	Pérou	1	2	4	9	13	19	0	2	50
	Uruguay	2	1	0	4	3	2	0	2	14
Moyen-Orient	Égypte	3	1	1	2	1	3	0	0	11
	Israël	3	2	2	4	3	3	0	0	17
	Jordanie	6	0	1	2	0	0	1	0	10
	Liban	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	Tunisie	10	1	1	5	0	3	1	0	21
	Émirats arabes unis	0	0	0	2	2	0	1	0	5
Amérique du Nord	Canada	3	2	2	0	11	2	0	0	20
	États-Unis	12	2	6	3	11	5	4	0	43
Pacifique	Australie	9	2	2	8	21	3	1	0	46
	Fidji	0	2	0	4	1	3	0	0	10
	Nouvelle-Zélande	1	0	3	2	6	1	0	0	13
	Papouasie-Nouvelle Guinée	1	1	1	0	1	4	0	0	8
	Tonga	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Totaux mondiaux		**424**	**138**	**178**	**319**	**498**	**247**	**21**	**25**	**1 850**

13. Sexe du reporter dans des reportages avec des sujets féminins et masculins

		REPORTER FÉMININE SUJET DU REPORTAGE				REPORTER MASCULIN SUJET DU REPORTAGE				
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	
Afrique	Bénin	2	67%	1	33%	3	17%	15	83%	**21**
	Botswana	2	33%	4	67%	0	0%	6	100%	**12**
	Burkina	19	40%	28	60%	23	26%	67	74%	**137**
	Burundi	1	20%	4	80%	10	26%	29	74%	**44**
	Cameroun	1	10%	9	90%	1	14%	6	86%	**17**
	Congo	2	22%	7	78%	2	13%	14	88%	**25**
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	1	100%	0	0%	0	0%	2	100%	**3**
	Éthiopie	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%	**1**
	Ghana	3	23%	10	77%	1	20%	4	80%	**18**
	Guinée	3	23%	10	77%	5	24%	16	76%	**34**
	Kenya	3	14%	18	86%	5	19%	22	81%	**48**
	Lesotho	1	14%	6	86%	2	18%	9	82%	**18**
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	**0**
	Madagascar	6	55%	5	45%	2	13%	14	88%	**27**
	Mauritanie	2	33%	4	67%	3	13%	21	88%	**30**
	Maurice	2	100%	0	0%	4	44%	5	56%	**11**
	Namibie	2	33%	4	67%	1	17%	5	83%	**12**
	Niger	1	100%	0	0%	1	9%	10	91%	**12**
	Nigeria	2	20%	8	80%	4	9%	39	91%	**53**
	Sénégal	1	25%	3	75%	7	25%	21	75%	**32**
	Afrique du Sud	18	28%	47	72%	23	16%	118	84%	**206**
	Soudan du Sud	0	0%	0	0%	0	0%	7	100%	**7**
	Tanzanie	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	**3**
	Togo	0	0%	4	100%	0	0%	4	100%	**8**
	Ouganda	4	33%	8	67%	3	12%	22	88%	**37**
	Zambie	0	0%	0	0%	1	13%	7	88%	**8**
	Zimbabwe	0	0%	1	100%	0	0%	2	100%	**3**
Asie	Bangladesh	1	11%	8	89%	6	22%	21	78%	**36**
	Chine	81	18%	375	82%	99	16%	527	84%	**1 082**
	Inde	22	19%	93	81%	45	20%	181	80%	**341**
	Japon	6	19%	25	81%	22	30%	52	70%	**105**
	Kirghizistan	11	30%	26	70%	6	18%	27	82%	**70**
	Malaisie	47	16%	249	84%	29	11%	232	89%	**557**
	Népal	4	14%	24	86%	22	18%	97	82%	**147**
	Pakistan	3	21%	11	79%	1	5%	19	95%	**34**
	Philippines	33	35%	62	65%	25	24%	81	76%	**201**
	Corée du Sud	0	0%	4	100%	4	24%	13	76%	**21**
	Taiwan	84	23%	282	77%	48	18%	216	82%	**630**
	Thaïlande	46	23%	157	77%	8	7%	106	93%	**317**
	Viêt Nam	18	27%	48	73%	23	28%	60	72%	**149**
Caraïbes	Belize	5	42%	7	58%	9	56%	7	44%	**28**
	République dominicaine	0	0%	5	100%	48	24%	156	76%	**209**
	Grenade	0	0%	7	100%	0	0%	2	100%	**9**
	Guyana	6	38%	10	63%	0	0%	4	100%	**20**
	Haïti	19	26%	54	74%	26	23%	87	77%	**186**
	Jamaïque	20	17%	101	83%	9	15%	53	85%	**183**
	Porto Rico	23	35%	43	65%	7	15%	39	85%	**112**
	Sainte-Lucie	0	0%	2	100%	0	0%	2	100%	**4**
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	1	100%	0	0%	0	0%	4	100%	**5**
	Suriname	0	0%	2	100%	4	33%	8	67%	**14**
	Trinité-et-Tobago	1	6%	15	94%	2	7%	26	93%	**44**
Europe	Autriche	6	12%	45	88%	17	18%	77	82%	**145**
	Biélorussie	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	**1**
	Belgique	35	32%	74	68%	82	27%	223	73%	**414**
	Bosnie-Herzégovine	12	23%	40	77%	5	15%	28	85%	**85**
	Bulgarie	23	53%	20	47%	3	30%	7	70%	**53**
	Croatie	17	35%	31	65%	13	36%	23	64%	**84**
	Chypre	6	12%	44	88%	17	21%	65	79%	**132**

13. Sexe du reporter dans des reportages avec des sujets féminins et masculins

		REPORTER FÉMININE SUJET DU REPORTAGE				REPORTER MASCULIN SUJET DU REPORTAGE				
		FÉMININ		MASCULIN		FÉMININ		MASCULIN		
RÉGION	PAYS	N	%	N	%	N	%	N	%	
Europe	République tchèque	36	16%	190	84%	35	18%	165	83%	426
	Danemark	12	50%	12	50%	15	20%	59	80%	98
	Estonie	12	19%	52	81%	6	11%	51	89%	121
	Finlande	9	28%	23	72%	15	28%	39	72%	86
	France	58	37%	100	63%	43	28%	112	72%	313
	Géorgie	1	7%	14	93%	2	6%	31	94%	48
	Allemagne	29	28%	75	72%	58	25%	177	75%	339
	Grèce	49	34%	97	66%	77	33%	154	67%	377
	Hongrie	15	19%	63	81%	30	20%	121	80%	229
	Islande	5	23%	17	77%	15	22%	52	78%	89
	Irlande	1	50%	1	50%	4	100%	0	0%	6
	Italie	73	19%	305	81%	64	17%	323	83%	765
	Kosovo	1	6%	15	94%	9	17%	44	83%	69
	Malte	5	13%	35	88%	4	10%	38	90%	82
	Monténégro	1	5%	18	95%	1	17%	5	83%	25
	Pays-Bas	1	17%	5	83%	21	36%	37	64%	64
	Norvège	16	27%	43	73%	46	33%	92	67%	197
	Pologne	13	25%	38	75%	29	24%	90	76%	170
	Portugal	17	20%	69	80%	12	15%	67	85%	165
	Roumanie	31	29%	75	71%	18	25%	53	75%	177
	Espagne	51	32%	108	68%	45	29%	110	71%	314
	Suède	21	31%	46	69%	31	30%	74	70%	172
	Suisse	13	21%	50	79%	14	16%	76	84%	153
	Turquie	11	31%	24	69%	34	17%	161	83%	230
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	101	32%	217	68%	142	28%	373	72%	833
Amérique Latine	Argentine	15	36%	27	64%	28	24%	87	76%	157
	Bolivie	15	33%	30	67%	13	32%	28	68%	86
	Brésil	48	33%	97	67%	37	20%	152	80%	334
	Chili	2	29%	5	71%	4	24%	13	76%	24
	Costa Rica	2	20%	8	80%	9	23%	30	77%	49
	Équateur	10	17%	48	83%	11	23%	37	77%	106
	Salvador	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	2
	Guatemala	3	6%	46	94%	12	19%	50	81%	111
	Mexique	3	9%	32	91%	14	31%	31	69%	80
	Nicaragua	19	31%	43	69%	42	35%	77	65%	181
	Paraguay	8	22%	28	78%	3	12%	22	88%	61
	Pérou	21	32%	45	68%	31	30%	72	70%	169
	Uruguay	26	20%	103	80%	34	16%	181	84%	344
Moyen-Orient	Égypte	4	67%	2	33%	2	20%	8	80%	16
	Israël	18	15%	100	85%	41	16%	223	84%	382
	Jordanie	2	18%	9	82%	0	0%	1	100%	12
	Liban	12	4%	258	96%	18	7%	238	93%	526
	Tunisie	56	25%	164	75%	22	21%	81	79%	323
	Émirats arabes unis	0	0%	10	100%	3	15%	17	85%	30
Amérique du Nord	Canada	28	30%	64	70%	41	30%	96	70%	229
	États-Unis	11	26%	31	74%	13	25%	40	75%	95
Pacifique	Australie	27	27%	72	73%	60	23%	197	77%	356
	Fidji	4	33%	8	67%	3	19%	13	81%	28
	Nouvelle-Zélande	34	24%	106	76%	36	15%	209	85%	385
	Papouasie-Nouvelle Guinée	4	22%	14	78%	3	25%	9	75%	30
	Tonga	0	0%	3	100%	1	25%	3	75%	7
Totaux mondiaux		**1 560**	**23%**	**5 092**	**77%**	**1 933**	**21%**	**7 331**	**79%**	**15 916**

14. Reportages qui contestent ou renforcent manifestement des stéréotypes		Renforcent des stéréotypes		Contestent des stéréotypes		Ni renforcent ni contestent des stéréotypes		TOTAL
RÉGION	**PAYS**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**
Afrique	Bénin	34	94%	2	6%	0	0%	**36**
	Botswana	64	90%	4	6%	3	4%	**71**
	Burkina	1	2%	1	2%	54	96%	**56**
	Burundi	48	71%	5	7%	15	22%	**68**
	Cameroun	40	98%	1	2%	0	0%	**41**
	Congo	31	46%	12	18%	24	36%	**67**
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	0	0%	21	88%	3	13%	**24**
	Éthiopie	4	5%	1	1%	68	93%	**73**
	Ghana	35	97%	0	0%	1	3%	**36**
	Guinée	93	100%	0	0%	0	0%	**93**
	Kenya	65	76%	5	6%	15	18%	**85**
	Lesotho	20	100%	0	0%	0	0%	**20**
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	**0**
	Madagascar	18	27%	3	5%	45	68%	**66**
	Mauritanie	16	53%	4	13%	10	33%	**30**
	Maurice	35	73%	11	23%	2	4%	**48**
	Namibie	37	97%	1	3%	0	0%	**38**
	Niger	20	43%	3	6%	24	51%	**47**
	Nigeria	101	96%	4	4%	0	0%	**105**
	Sénégal	91	91%	3	3%	6	6%	**100**
	Afrique du Sud	99	59%	7	4%	63	37%	**169**
	Soudan du Sud	29	97%	1	3%	0	0%	**30**
	Tanzanie	76	96%	1	1%	2	3%	**79**
	Togo	5	38%	0	0%	8	62%	**13**
	Ouganda	31	78%	6	15%	3	8%	**40**
	Zambie	36	60%	0	0%	24	40%	**60**
	Zimbabwe	97	97%	1	1%	2	2%	**100**
Asie	Bangladesh	49	16%	3	1%	247	83%	**299**
	Chine	13	3%	6	1%	434	96%	**453**
	Inde	261	63%	37	9%	117	28%	**415**
	Japon	108	96%	1	1%	4	4%	**113**
	Kirghizistan	125	97%	1	1%	3	2%	**129**
	Malaisie	164	60%	8	3%	103	37%	**275**
	Népal	3	2%	1	1%	183	98%	**187**
	Pakistan	73	90%	4	5%	4	5%	**81**
	Philippines	415	76%	101	18%	33	6%	**549**
	Corée du Sud	72	46%	28	18%	58	37%	**158**
	Taiwan	6	2%	4	1%	340	97%	**350**
	Thaïlande	434	100%	0	0%	0	0%	**434**
	Viêt Nam	0	0%	0	0%	131	100%	**131**
Caraïbes	Belize	30	71%	2	5%	10	24%	**42**
	République dominicaine	80	56%	9	6%	55	38%	**144**
	Grenade	2	5%	0	0%	37	95%	**39**
	Guyana	38	79%	0	0%	10	21%	**48**
	Haïti	6	9%	3	4%	60	87%	**69**
	Jamaïque	39	24%	14	9%	107	67%	**160**
	Porto Rico	83	59%	5	4%	53	38%	**141**
	Sainte-Lucie	3	38%	0	0%	5	63%	**8**
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	21	84%	4	16%	0	0%	**25**
	Suriname	47	92%	2	4%	2	4%	**51**
	Trinité-et-Tobago	84	99%	0	0%	1	1%	**85**
Europe	Autriche	102	73%	7	5%	31	22%	**140**
	Biélorussie	120	96%	1	1%	4	3%	**125**
	Belgique	167	53%	16	5%	133	42%	**316**
	Bosnie-Herzégovine	129	94%	5	4%	3	2%	**137**
	Bulgarie	45	69%	16	25%	4	6%	**65**
	Croatie	49	49%	7	7%	45	45%	**101**
	Chypre	73	46%	2	1%	82	52%	**157**

14. Reportages qui contestent ou renforcent manifestement des stéréotypes		Renforcent des stéréotypes		Contestent des stéréotypes		Ni renforcent ni contestent des stéréotypes		TOTAL
RÉGION	**PAYS**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**
Europe	République tchèque	60	39%	4	3%	90	58%	**154**
	Danemark	11	7%	4	3%	137	90%	**152**
	Estonie	346	100%	0	0%	1	0%	**347**
	Finlande	158	99%	1	1%	0	0%	**159**
	France	268	70%	17	4%	98	26%	**383**
	Géorgie	204	86%	4	2%	28	12%	**236**
	Allemagne	28	9%	4	1%	273	90%	**305**
	Grèce	205	69%	17	6%	77	26%	**299**
	Hongrie	18	11%	5	3%	138	86%	**161**
	Islande	53	39%	17	13%	65	48%	**135**
	Irlande	1	13%	1	13%	6	75%	**8**
	Italie	45	14%	18	6%	248	80%	**311**
	Kosovo	162	100%	0	0%	0	0%	**162**
	Malte	156	78%	4	2%	40	20%	**200**
	Monténégro	18	82%	0	0%	4	18%	**22**
	Pays-Bas	106	82%	2	2%	21	16%	**129**
	Norvège	26	28%	4	4%	62	67%	**92**
	Pologne	156	49%	16	5%	146	46%	**318**
	Portugal	2	1%	5	4%	130	95%	**137**
	Roumanie	105	63%	8	5%	53	32%	**166**
	Espagne	261	84%	27	9%	22	7%	**310**
	Suède	113	63%	13	7%	53	30%	**179**
	Suisse	103	69%	9	6%	38	25%	**150**
	Turquie	114	58%	10	5%	72	37%	**196**
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	124	29%	9	2%	299	69%	**432**
Amérique Latine	Argentine	107	64%	10	6%	49	30%	**166**
	Bolivie	59	74%	10	13%	11	14%	**80**
	Brésil	24	9%	54	20%	196	72%	**274**
	Chili	14	23%	11	18%	37	60%	**62**
	Costa Rica	57	38%	11	7%	84	55%	**152**
	Équateur	21	9%	3	1%	204	89%	**228**
	Salvador	53	54%	9	9%	36	37%	**98**
	Guatemala	108	65%	7	4%	51	31%	**166**
	Mexique	139	66%	23	11%	50	24%	**212**
	Nicaragua	94	86%	9	8%	6	6%	**109**
	Paraguay	84	66%	7	6%	36	28%	**127**
	Pérou	69	49%	23	16%	49	35%	**141**
	Uruguay	214	97%	6	3%	0	0%	**220**
Moyen-Orient	Égypte	12	46%	10	38%	4	15%	**26**
	Israël	264	89%	9	3%	25	8%	**298**
	Jordanie	23	44%	27	52%	2	4%	**52**
	Liban	184	100%	0	0%	0	0%	**184**
	Tunisie	157	62%	8	3%	89	35%	**254**
	Émirats arabes unis	80	98%	0	0%	2	2%	**82**
Amérique du Nord	Canada	209	75%	12	4%	56	20%	**277**
	États-Unis	86	52%	21	13%	58	35%	**165**
Pacifique	Australie	6	2%	3	1%	254	97%	**263**
	Fidji	60	75%	8	10%	12	15%	**80**
	Nouvelle-Zélande	14	8%	5	3%	161	89%	**180**
	Papouasie-Nouvelle Guinée	19	24%	8	10%	52	66%	**79**
	Tonga	64	100%	0	0%	0	0%	**64**
Totaux mondiaux		**9 031**	**56%**	**877**	**5%**	**6 296**	**39%**	**16 204**

15. Reportages qui mettent en évidence des problèmes touchant à l'égalité ou à l'inégalité entre les femmes et les hommes		Ne mettent pas en évidence des problèmes touchant à l'inégalité		Manifestement mettent en évidence des problèmes touchant à l'inégalité		Ne sais pas, ne parviens pas à me décider		TOTAL
RÉGION	**PAYS**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**
Afrique	Bénin	34	94%	2	6%	0	0%	**36**
	Botswana	61	85%	8	11%	3	4%	**72**
	Burkina	54	95%	0	0%	3	5%	**57**
	Burundi	65	90%	6	8%	1	1%	**72**
	Cameroun	40	98%	1	2%	0	0%	**41**
	Congo	50	69%	7	10%	15	21%	**72**
	Congo (Rép.) (Brazzaville)	3	10%	17	55%	11	35%	**31**
	Éthiopie	71	97%	1	1%	1	1%	**73**
	Ghana	35	95%	0	0%	2	5%	**37**
	Guinée	91	98%	0	0%	2	2%	**93**
	Kenya	80	93%	5	6%	1	1%	**86**
	Lesotho	20	100%	0	0%	0	0%	**20**
	Libéria	0	0%	0	0%	0	0%	**0**
	Madagascar	63	94%	1	1%	3	4%	**67**
	Mauritanie	27	84%	5	16%	0	0%	**32**
	Maurice	33	67%	15	31%	1	2%	**49**
	Namibie	34	83%	4	10%	3	7%	**41**
	Niger	52	93%	2	4%	2	4%	**56**
	Nigeria	100	95%	3	3%	2	2%	**105**
	Sénégal	97	94%	5	5%	1	1%	**103**
	Afrique du Sud	162	91%	7	4%	9	5%	**178**
	Soudan du Sud	29	94%	1	3%	1	3%	**31**
	Tanzanie	76	96%	1	1%	2	3%	**79**
	Togo	10	77%	2	15%	1	8%	**13**
	Ouganda	49	89%	5	9%	1	2%	**55**
	Zambie	58	71%	2	2%	22	27%	**82**
	Zimbabwe	99	99%	1	1%	0	0%	**100**
Asie	Bangladesh	295	97%	3	1%	6	2%	**304**
	Chine	454	100%	0	0%	1	0%	**455**
	Inde	374	87%	25	6%	29	7%	**428**
	Japon	112	99%	1	1%	0	0%	**113**
	Kirghizistan	128	98%	2	2%	0	0%	**130**
	Malaisie	258	92%	12	4%	10	4%	**280**
	Népal	185	98%	4	2%	0	0%	**189**
	Pakistan	78	95%	3	4%	1	1%	**82**
	Philippines	491	86%	46	8%	33	6%	**570**
	Corée du Sud	125	77%	6	4%	32	20%	**163**
	Taiwan	348	99%	1	0%	3	1%	**352**
	Thaïlande	434	98%	0	0%	8	2%	**442**
	Viêt Nam	130	98%	1	1%	1	1%	**132**
Caraïbes	Belize	41	93%	1	2%	2	5%	**44**
	République dominicaine	109	73%	31	21%	10	7%	**150**
	Grenade	39	100%	0	0%	0	0%	**39**
	Guyana	39	81%	9	19%	0	0%	**48**
	Haïti	69	86%	5	6%	6	8%	**80**
	Jamaïque	157	95%	2	1%	6	4%	**165**
	Porto Rico	115	81%	10	7%	17	12%	**142**
	Sainte-Lucie	5	50%	1	10%	4	40%	**10**
	Saint-Vincent-et-les-Grenadines	24	96%	1	4%	0	0%	**25**
	Suriname	48	94%	1	2%	2	4%	**51**
	Trinité-et-Tobago	83	97%	3	3%	0	0%	**86**
Europe	Autriche	138	97%	3	2%	2	1%	**143**
	Biélorussie	125	100%	0	0%	0	0%	**125**
	Belgique	303	94%	15	5%	5	2%	**323**
	Bosnie-Herzégovine	134	96%	4	3%	1	1%	**139**
	Bulgarie	49	75%	15	23%	1	2%	**65**
	Croatie	96	94%	3	3%	3	3%	**102**

15. Reportages qui mettent en évidence des problèmes touchant à l'égalité ou à l'inégalité entre les femmes et les hommes		Ne mettent pas en évidence des problèmes touchant à l'inégalité		Manifestement mettent en évidence des problèmes touchant à l'inégalité		Ne sais pas, ne parviens pas à me décider		TOTAL
RÉGION	**PAYS**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**
Europe	Chypre	157	99%	1	1%	0	0%	**158**
	République tchèque	151	93%	1	1%	10	6%	**162**
	Danemark	154	100%	0	0%	0	0%	**154**
	Estonie	347	100%	0	0%	1	0%	**348**
	Finlande	153	96%	6	4%	0	0%	**159**
	France	349	87%	27	7%	25	6%	**401**
	Géorgie	231	96%	3	1%	7	3%	**241**
	Allemagne	302	90%	1	0%	33	10%	**336**
	Grèce	288	94%	11	4%	9	3%	**308**
	Hongrie	156	96%	5	3%	2	1%	**163**
	Islande	131	96%	4	3%	1	1%	**136**
	Irlande	7	64%	0	0%	4	36%	**11**
	Italie	300	96%	11	4%	1	0%	**312**
	Kosovo	162	100%	0	0%	0	0%	**162**
	Malte	198	99%	1	1%	1	1%	**200**
	Monténégro	24	96%	0	0%	1	4%	**25**
	Pays-Bas	130	95%	0	0%	7	5%	**137**
	Norvège	89	88%	5	5%	7	7%	**101**
	Pologne	279	82%	7	2%	55	16%	**341**
	Portugal	131	95%	6	4%	1	1%	**138**
	Roumanie	160	96%	6	4%	0	0%	**166**
	Espagne	258	82%	40	13%	17	5%	**315**
	Suède	175	95%	5	3%	5	3%	**185**
	Suisse	141	94%	6	4%	3	2%	**150**
	Turquie	199	91%	10	5%	9	4%	**218**
	Royaume-Uni (Angleterre, Irlande du Nord, Écosse, pays de Galles)	417	94%	18	4%	8	2%	**443**
Amérique Latine	Argentine	125	74%	15	9%	28	17%	**168**
	Bolivie	24	22%	42	39%	42	39%	**108**
	Brésil	230	76%	29	10%	43	14%	**302**
	Chili	43	68%	2	3%	18	29%	**63**
	Costa Rica	122	79%	27	18%	5	3%	**154**
	Équateur	223	98%	2	1%	3	1%	**228**
	Salvador	96	98%	2	2%	0	0%	**98**
	Guatemala	141	82%	6	4%	24	14%	**171**
	Mexique	132	62%	46	22%	34	16%	**212**
	Nicaragua	101	87%	7	6%	8	7%	**116**
	Paraguay	115	76%	4	3%	33	22%	**152**
	Pérou	119	77%	12	8%	23	15%	**154**
	Uruguay	216	97%	5	2%	2	1%	**223**
Moyen-Orient	Égypte	19	73%	7	27%	0	0%	**26**
	Israël	298	98%	2	1%	5	2%	**305**
	Jordanie	44	77%	10	18%	3	5%	**57**
	Liban	183	99%	1	1%	1	1%	**185**
	Tunisie	218	82%	10	4%	39	15%	**267**
	Émirats arabes unis	82	100%	0	0%	0	0%	**82**
Amérique du Nord	Canada	262	94%	10	4%	7	3%	**279**
	États-Unis	135	78%	20	12%	18	10%	**173**
Pacifique	Australie	260	97%	3	1%	6	2%	**269**
	Fidji	75	93%	3	4%	3	4%	**81**
	Nouvelle-Zélande	173	93%	3	2%	11	6%	**187**
	Papouasie-Nouvelle Guinée	62	77%	4	5%	15	19%	**81**
	Tonga	63	97%	1	2%	1	2%	**65**
Totaux mondiaux		**15 129**	**90%**	**756**	**5%**	**849**	**5%**	**16 734**

Annexe 4. Pays participants, coordinateurs régionaux et nationaux

AFRIQUE

Coordination régionale

African Woman and Child Feature Service (AWC), Rosemary Okello-Orlale, Kenya

Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias Genre et Développement (FAMEDEV), Amie Joof Cole, Sénégal

Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Glenda Muzenda et Lowani Mtonga, Afrique du Sud

Coordination nationale

Benin : Tchibozo K. Makeba

Botswana : Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Pelonomi Letshwiti-Macheng

Burkina Faso: Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV) Habi Ouattara

Burundi : Association des Femmes Journalistes du Burundi (AFJO), Dorothée Bigirimana

Cameroun : Nkong Hill Top Common Initiative Group (NCIG), Gospel Nti Mabotiji / Cameroon Radio Television (CRTV) / Etoa Epse Nkono et Barbara Béatrice

Congo, Rep (Brazzaville): Brigitte Makombo / Edouard Adzotsa

Congo, Dem Rep : Si Jeunesse Savait / Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Françoise Mukuku / Anna Mayimona Ngemba

Éthiopie : Women's Media Association, Abebech Wolde

Ghana : Ghana Broadcasting Corporation, Charity Binka

Guinée Conakry : Kadiatou Thiernor Diallo

Kenya : African Woman and Child Feature Service (AWC), Rosemary Okello-Orlale

Lesotho : Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Sophia Tlali

Madagascar : Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Flavienne Ramarosaona / Lalfine Papisy Tracoulat

Mauritanie : Amadou Guisset

Maurice : Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Saskia Naidoo-Virahsawmy

Namibie : Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Sarry Xoagus-Eises

Niger : Point focal genre du Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV), Hamadou Yvette Dovi

Nigeria : Society and Media Initiative, Nkem Fab-Ukozor

Sénégal : Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV), Amie Joof-Cole

Afrique du Sud : Gender and Media Southern African (GEMSA) Network, Glenda Muzenda et Lowani Mtonga

Soudan : Association of Media Women in Southern Sudan, Apollonia Mathia

Tanzanie : Gender and Media Southern Africa (GEMSA),Wilbert Kitima / Gladness Munuo Hamedi

Togo : Francis Pedro Amuzun

Uganda : Uganda Media Women's Association (UMWA), Margaret Sentamu

Zambie : Gender and Media Southern Africa (GEMSA), Pepertual Sichikwenkwe

Zimbabwe : Media Monitoring Project, Nhlanhla Ngwenya

AMERIQUE DU NORD

Canada: Simon Fraser University, Dr. Kathleen Cross

États-Unis: United Methodist Church – General Board of Global Ministries, Dr. Glory Dharmaraj

AMÉRIQUE LATINE

Coordination régionale

Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), Nidya Pesantez-Calle et Sandra López Astudillo, Équateur

Coordination nationale

Argentine : Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, Claudia Florentín/ Marcela Gabioud

Bolivie : Centro de la Mujer Gregoria Apaza, Cecilia Enriquez

Brésil : Universidade Metodista de São Paulo, Sandra Duarte Souza / Rede Mulher de Educação e Associação Mulheres pela Paz, Vera Vieira

Chili : ISIS Internaciónal, Ana María Portugal

Costa Rica : Universidad Bíblica Latinoamericana, Nidia Fonseca / Vilma Peña

Équateur : Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), Nidya Pesantez-Calle et Sandra López Astudillo

El Salvador : Instituto de Derechos Humanos de la Universidad Centroamericana 'José Simeón Cañas', Carlos Léon Ramos

Guatemala : Centro Evangélico de Estudios Pastorales en América Central (CEDEPCA) Ana Silvia Monzón / Elisabeth Carrera Paz / Maya Cu

Mexique : Comunicación e Información de la Mujer (CIMAC), Miriam González

Nicaragua : Centro Inter-Eclesial de Estudio Teológicos y Sociales (CIEETS), Blanca Cortés Robles

Paraguay : Coordinación de Mujeres del Paraguay, Alicia Stumpfs / Radio Viva, Mirian Candia

Pérou : Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, Lizett Graham

Uruguay : Cotidiano Mujer, Francesca Casariego

ASIE

Coordination régionale

Université de Dhaka, Bangladesh, Dr. Gitiara Nasreen

Communication Foundation for Asia, The Philippines, Teresita Hermano

Coordination nationale

Bangladesh : Université de Dhaka, Bangladesh, Dr. Gitiara Nasreen

Chine : Media Monitor for Women Network, Zhang Qi

Inde : Network of Women in Media, India (NWMI), Ammu Joseph

Japon : Forum for Children's Television and Media (FCT), Toshiko Miyazaki

Kirghizistan : Rural Women's Public Association (Alga), Olga Djanaeva

Malaisie : Universiti Sains Malaysia, Dr. Wang Lay Kim

Népal : Asmita Women's Publishing House, Media and Resource Organisation, Manju Thapa

Pakistan : Uks Research Centre, Tasneem Ahmar

Les Philippines : Communication Foundation for Asia, Teresita Hermano / Miriam College, Lynda Garcia

Corée du Sud : Olive Tree Production, Rev. Soonnim Lee

Taiwan: National Chengchi University, Nien-hsuan Leticia Fang

Thaïlande : Burapha University, Ratchanee Vongsumitr

Vietnam : Research Centre for Gender, Family and Environment in Development, Pham Kim Ngoc

CARAÏBES

Coordination régionale

Women's Media Watch, Jamaïque, Hilary Nicholson

Caribbean Institute of Media and Communication (CARIMAC), Jamaïque, Dr. Corinne Barnes

Universidad de Puerto Rico, Puerto Rico, Dr. Maximiliano Dueñas-Guzmán

Coordination nationale

Belize : Women's Issues Network of Belize, Florence Goldson

République dominicaine : Espacio Insular, Seferina de la Cruz

Grenade : Grenada National Organisation of Women (GNOW), Elaine Henry-McQueen

Guyana: Artists in Direct Support, Desiree Edgehill

Haïti: Rezo Fanm Radyo Kominote Ayisyen (REFRAKA), Marie Guyrleine Justin

Jamaïque : Women's Media Watch - Jamaica / Caribbean Institute of Media and Communication (CARIMAC), Hilary Nicholson / Dr. Corinne Barnes

Puerto Rico : Universidad de Puerto Rico Lourdes, Lourdes Lugo-Ortiz

Sainte-Lucie : Caribbean Association for Feminist Research and Action (CAFRA), Flavia Cherry

Saint-Vincent-et-les-Grenadines : SVG Human Rights & Women in Support of Equity, Sheron Garraway

Suriname : Caribbean Association for Feminist Research and Action (CAFRA) Sandra Clenem

Trinité-et-Tobago : Network of NGOS of Trinidad and Tobago for the Advancement of Women, Hazel Brown/ Stephanie Leitch

EUROPE

Coordination régionale

Be Aware, Be Emancipated (B.a.B.e.), Croatia, Sanja Sarnavka

University of Liverpool, Royaume-Uni,Dr. Karen Ross

Coordination nationale

Autriche : Salzburg University Dept. of Communication Studies, Dr. Susanne Kassel

Belarus: Center for Gender Studies of the European Humanities University, Irina Solomatina

Belgique : University of Ghent, Sofie Van Bauwel / University of Louvain, Laurence Mundschau

Bosnie-Herzégovine : United Women (Udružene žene) Banja Luka Ms Natalija Petric / Aleksandra Petric

Bulgarie : People & Borders Foundation, Iliana Stoicheva

Croatie : Open Society - ProEquality Centre, Tereza Wennerholm Caslavska

Chypre : Mediterranean Institute of Gender Studies (MIGS), Susana Pavlou

République tchèque : Open Society - ProEquality Centre Tereza, Wennerholm Caslavska

Danemark : Kontrabande, Birgitte Raben

Estonie : Ruta Pels

Finlande : Swedish School of Social Science, Jaana Hagelberg

France : Université de Toulouse II, Marlène Coulomb-Gully

Géorgie : Journalists Association Gender Media Caucasus, Galina Petriashvili

Allemagne : League of Women Journalists, Birgitta Schulte

Grèce : Department of Journalism & Mass Communication, Aristotle University of Thessaloniki, Dr. Dimitra Dimitrakopoulou

Hongrie : Hungarian Women's Lobby, Reka Safrany

Islande : University of Iceland, Valgerður Jóhannsdóttir

Irlande, République d' : Women's News, Annette Carter

Italie : Osservatorio di Pavia, Monia Azzalini / University of Padova, Dr. Claudia Padovani

Kosovo : Vjollca Krasniqi

Malte : University of Malta, Brenda Murphy

Monténégro : Anima Kotor NGO, Aleksandra Kovacevic

Pays-Bas : Radio Netherlands Training Centre Europa, Bernadette van Dijck

Norvège : University of Oslo, Elisabeth Eide

Pologne : University of Lodz, Dr. Elzbieta Oleksy

Portugal: Instituto de Estudos Jornalisticos, Maria Joao Silveirinha

Roumanie : University of Bucarest, Dr. Daniela Frumusani

Espagne : Association of Catalan Women Journalists, Elvira Altes

Suède : Media watch group Allt är Möjligt, Maria Jacobson

Suisse : Bureau de l'égalité entre les femmes et les hommes, Sylvie Durrer

Turquie : Anadolu University, Dr. Nezih Orhon

Royaume-Uni : Dr. Karen Ross, University of Liverpool (Angleterre), Kellie Turtle, Queen's University – Belfast (Irelande du nord), Dr. Cynthia Carter, Cardiff University (Pays de Galles), et Jen Birks, University of Stirling (Écosse)

MOYEN-ORIENT

Coordination régionale

Appropriate Communication Techniques for Development (ACT), Égypte, Dr. Azza Kamel

Coptic Evangelical Organisation for Social Services (CEOSS), Égypte, Amany Latif Ebied

Coordination nationale

Égypte : Appropriate Communication Techniques for Development (ACT), Dr. Azza Kamel / Coptic Evangelical Organisation for Social Services (CEOSS), Amany Latif Ebied

Israël : Sapir College, Dr. Einat Lachover

Jordanie : Arab Women's Organisation, Layla Hamarneh

Liban : Maharat Foundation, Roula Mikhael

Tunisie : CAWTAR, Atidel Mejbri

Émirats arabes unis : Zayed University, Dr. Catherine Strong / Dr. Badran Badran

PACIFIQUE

Coordination régionale

FemLink Pacific: Media Initiatives for Women, Fiji, Sharon Bhagwan-Rolls

Coordination nationale

Australie : Queensland University of Technology, Dr. Angela Romano

Fiji : FemLink Pacific: Media Initiatives for Women / Fiji Media Watch Group, Sharon Bhagwan-Rolls / Violet Savu

Nouvelle-Zélande : School of Political Science and International Relations Victoria University of Wellington / Massey University, Dr. Kate McMillan / Dr. Margie Comrie

Papouasie-Nouvelle-Guinée : Communication Arts Department at Divine Word University, Joys Eggins

Tonga: Ma'afafine mo e Famili, Betty Blake / Kalolaine Fifita

Annexe 5. Membres du groupe de travail virtuel

Tasneem Ahmar, Uks – A Research Centre, Resource and Publication Centre on Women and Media, Pakistan

Dr. Corrine Barnes, Caribbean Institute of Media and Communication, Jamaïque

Sharon Bhagwan-Rolls, FemLINKPACIFIC Media Initiatives for Women, Fiji

Dr. Glory Dharmaraj, General Board of Global Ministries, United Methodist Church, États-Unis

Dr. Shari Graydon, Media Action, Canada

Dr. Maximiliano Duenas Guzman, University of Puerto Rico

Amie Joof-Cole, Réseau Inter- Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV), Sénégal

Dr. Azza Kamel, Appropriate Communication Technologies for Development (ACT), Égypte

Colleen Lowe Morna, Gender Links, Afrique du Sud

Dr. Sarah Macharia, Association mondiale pour la communication chrétienne, Canada

Dr. Kate McMillan, School of Political Science and International Relations Victoria, University of Wellington, Nouvelle-Zélande

Francoise Mukuku, Radio OKAPI, République démocratique du Congo

Dr. Gitiara Nasreen, Department of Mass Communication and Journalism, University of Dhaka, Bangladesh

Hilary Nicholson, Women's Media Watch (WMW), Jamaïque

Rosemary Okello-Orlale, African Woman and Child Feature Service (AWC), Kenya

Nidya Pesantez-Calle, Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay (GAMMA), Équateur

Nebojsa Radics, Liban

Violet Savu, Fiji Media Watch, Fiji

Judith Smith-Vialva, Southern African Media and Gender Institute (SAMGI), Afrique du Sud

Annexe 6. Observations : Notes biographiques des collaboratrices

Amie Joof

est journaliste, activiste et directrice exécutive du Réseau Inter-Africain pour les Femmes, Médias, Genre et Développement (FAMEDEV). Elle a dirigé la mise en place de programmation radiophonique prodiguant de l'éducation aux adultes et aux femmes, des groupes d'écoute radiophonique, de stations de radio communautaires de femmes et la formation et l'utilisation des médias traditionnels, notamment des groupes de théâtre et de musique dans le développement de la programmation à Radio Gambia, faisant aujourd'hui partie des Gambia Radio and Television Services (GRTS). Elle est membre du groupe de travail sur la Communication pour l'éducation et le développement (COMED) de l'Association pour le développement de l'éducation en Afrique (ADEA), qui a conçu une boîte à outils novatrice pour former de façon convenable les journalistes et les chargés de communication qui couvrent l'éducation en Afrique. Amie est membre de la Gambia Press Union (GPU) et a agi à titre de personne ressource sur le genre et les médias auprès de la Fédération internationale des journalistes (FIJ), bureau de l'Afrique, de l'Association des journalistes de l'Afrique de l'Est (AJAE) et de la Southern Africa Journalists Association (SAJA). Elle coordonne actuellement « An Alternative Voice for Gambians », une radio en ligne qui soutient le développement socioéconomique, la liberté d'expression et les droits humains en Gambie.

Nidya Pesántez

est diplômée en sciences de l'information de l'université de Cuenca en Équateur. Elle détient également un diplôme en budgétisation tenant compte des sexospécificités pour l'éradication de la pauvreté en Amérique latine et aux Caraïbes, de la Faculté des sciences sociales de l'Amérique latine (FLACSO). Elle a de plus obtenu un diplôme d'études supérieures en anthropologie et conflits sociaux de l'Université Bolivarienne de Santiago et de la Fundación Unida en Argentine. Elle travaille actuellement comme coordonnatrice du Grupo de Apoyo al Movimiento de Mujeres del Azuay – Groupe de soutien au mouvement des femmes Azuay (GAMMA) à Cuenca, Équateur. Elle était auparavant directrice technique du Conseil national des femmes de l'Équateur. Pesántez est une experte dans le domaine du genre et de la communication pour le développement.

Mindy Ran

est une journaliste et réalisatrice de documentaires audio-vidéo et de longs métrages basée à Amsterdam. Elle a régulièrement présenté des longs métrages et des documentaires sur une gamme de sujets pour Radio Netherlands Worldwide, où elle produit et présente actuellement une émission hebdomadaire. Elle est également rédactrice en chef d'Intervention, un périodique sur les interventions psychosociales destinées aux survivants de la guerre, des traumatismes, de la torture ou de catastrophes naturelles. Parmi ses réalisations à titre de pigiste, on peut citer : son rôle de « reporter locale/fixer » et assistante à la production pour Rapido TV (Royaume-Uni - Channel 4), CHX Productions et Prospect Pictures (Royaume-Uni); la British Broadcasting Corporation (BBC - Radio 1, 4, 5, (UK) Scotland and World Service), la Canadian Broadcasting Corporation et la National Public Radio (États-Unis). M^{me} Ran est membre de l'Association néerlandaise des journalistes (NVJ) et de la British Journalists' Union (NUJ). Elle a siégé pendant neuf ans au Conseil exécutif national de la NUJ, représentant l'Europe continentale et elle préside actuellement le Conseil pour l'égalité (troisième mandat). Elle représente aussi la NUJ à l'échelle internationale, à la Fédération internationale des journalistes (Conseil sur l'égalité femmes-hommes, présidente, second mandat) et elle est membre de l'Amnesty Trade Union Network; elle est spécialiste des questions relatives à l'égalité, aux droits humains, à l'antimondialisation et à la liberté de presse.

Association mondiale pour la communication chrétienne

308 Main Street
Toronto, ON M4C 4X7
Canada

Téléphone: +1 416-691-1999
Fax +1 416-691-1997
INFO@waccglobal.org

www.waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

La WACC (World Association for Christian Communication) est un organisme caritatif, enregistré au Royaume-Uni sous le numéro 296073, et une compagnie enregistrée en Angleterre et au pays de Galles sous le numéro 2082273 dont le siège social se situe au 36 Causton Street, Londres SW1P 4ST. C'est un organisme à but non lucratif enregistré au Canada et dont le siège social se situe au 308 Main Street, Toronto, ON. M4C 4X7.