

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Égalité entre
les femmes et les hommes

CID) ↗ + C
FRAEN AN GENDER

Cnfl
CONSEIL NATIONAL
DES FEMMES DU LUXEMBOURG

GLOBAL MEDIA MONITORING PROJECT

LUXEMBOURG

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

DESCRIPTION DES DONNÉES RÉCOLTÉES



Le Quotidien, L'essentiel,
Luxembourg Wort, Tageblatt



RTL Radio, Radio 100,7,
Eldorado, Radio Latina



RTL Télévision



Paperjam, Tageblatt,
Essentiel (fr), Le Quotidien,
Contacto



@RTLlu, @lessentiel,
@lequotidienlu, @paperjam

18 médias sélectionnés

22 moniteur.rice.s

200 articles/reportages

372 personnes évoquées

152 journalistes

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

UNE JOURNÉE DANS LES NOUVELLES AU LUXEMBOURG

29 septembre 2020

Journée sélectionnée aléatoirement

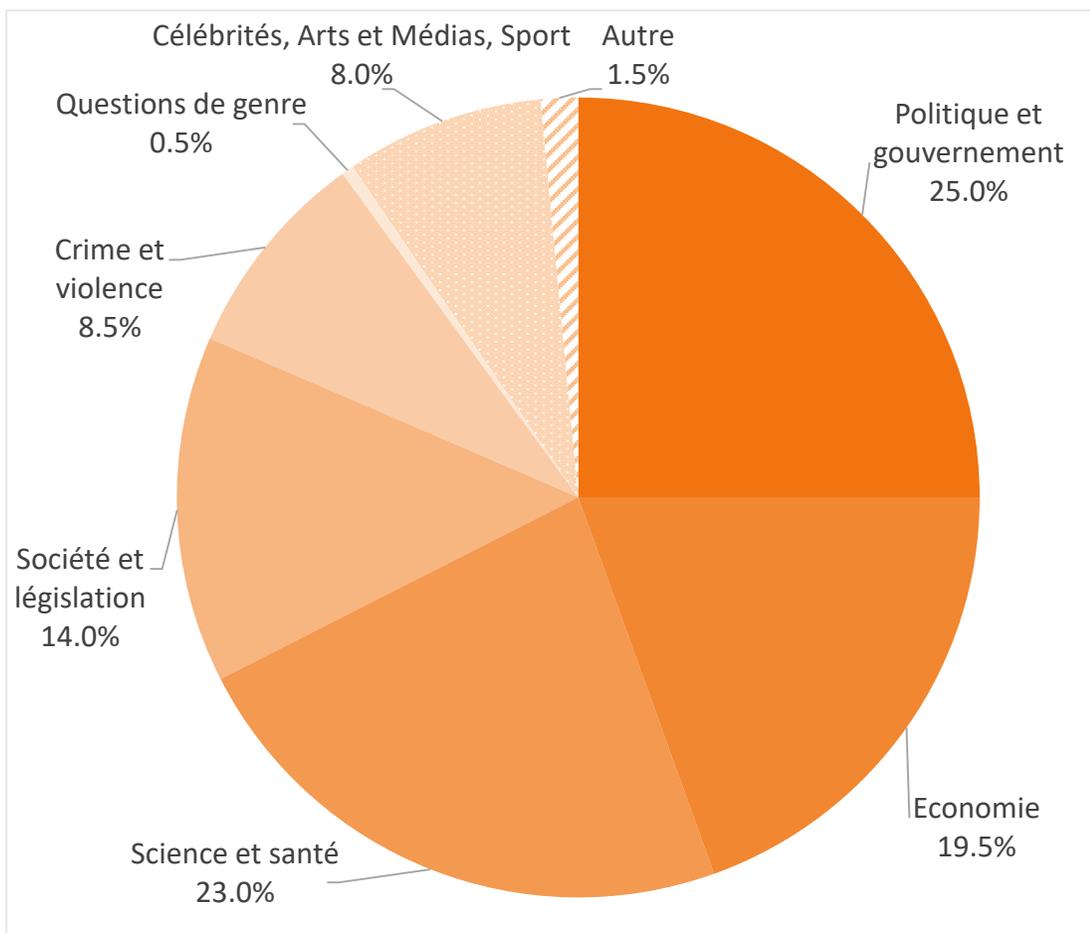
33% d'informations liées à la pandémie

Hormis le contexte de crise sanitaire, une journée
« ordinaire »



UNE JOURNÉE DANS LES NOUVELLES AU LUXEMBOURG

Répartition des informations évoquées dans l'actualité par thématique



« Science et santé » en 1^{ère}
ou 2^{ème} position dans tous
les médias

L'économie reléguée en
3^{ème} position

Des variations dans l'ordre
des thématiques selon les
médias

« Politique et
gouvernement » moins
important pour Twitter et
Internet

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES PERSONNES ÉVOQUÉES

*Taux de présence globale des hommes et des femmes
parmi les personnes évoquées*

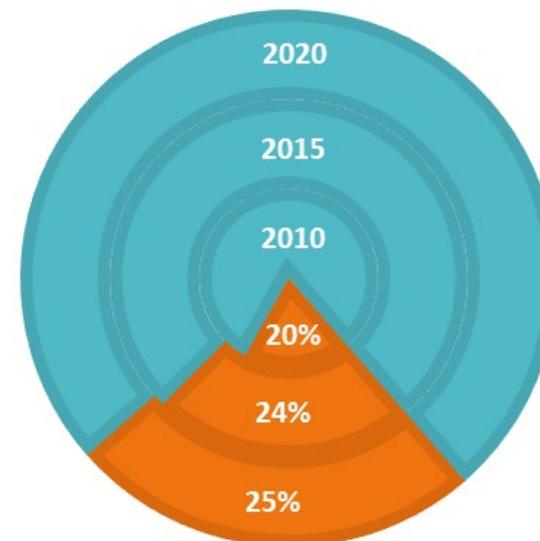
24,9%



75,1%



Situation 2020



Évolution du taux

GMMP

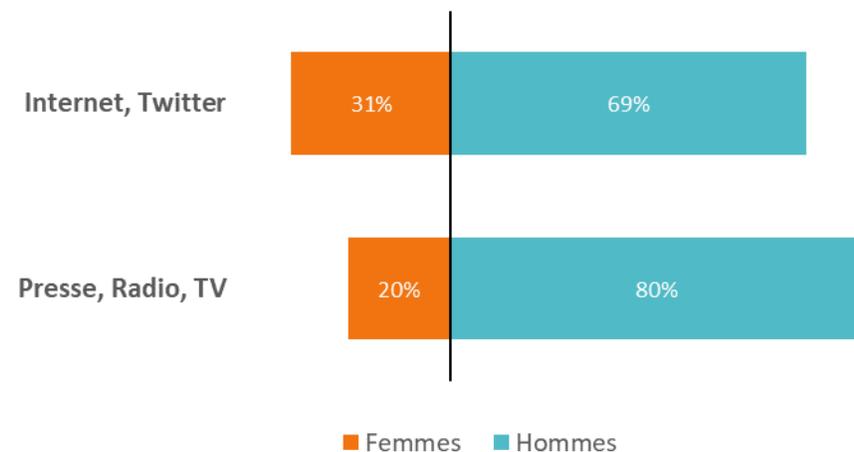


Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

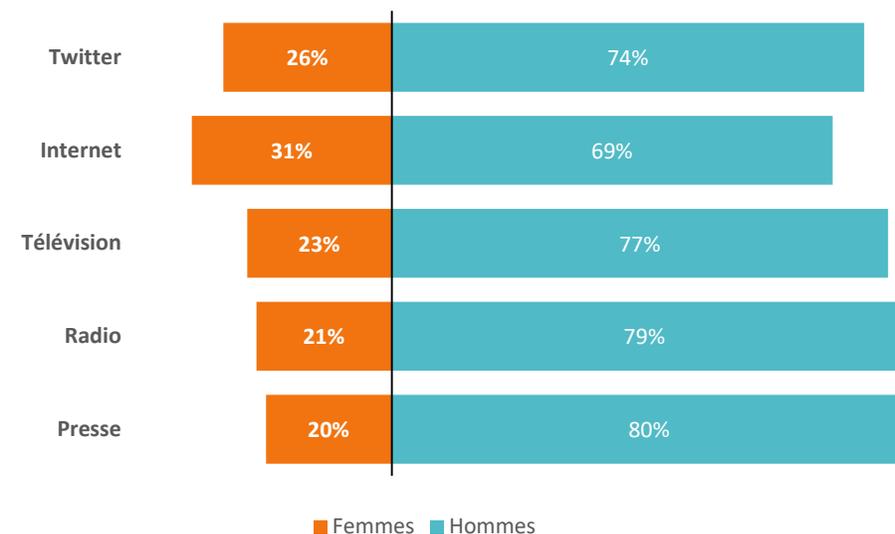
PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES PERSONNES ÉVOQUÉES

*Présence des femmes et des hommes selon le
type de média*



... surtout due à Internet

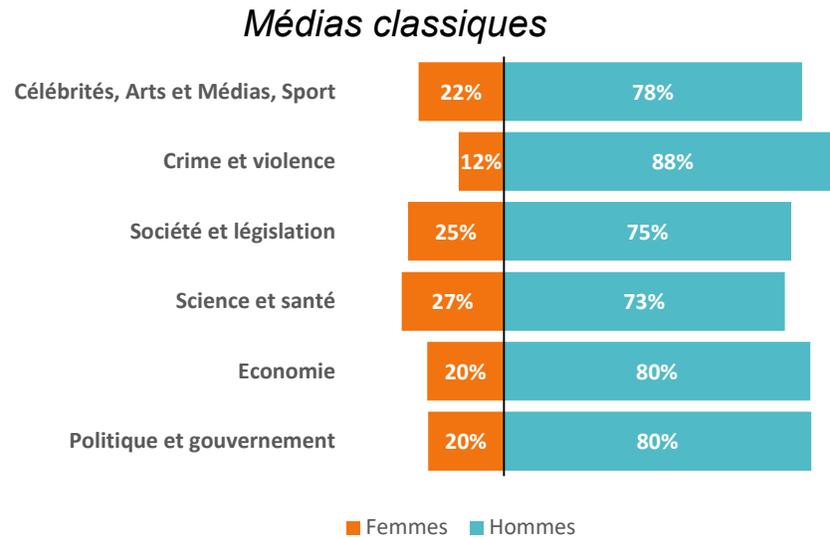
Une meilleure visibilité des
femmes dans les médias
numériques...





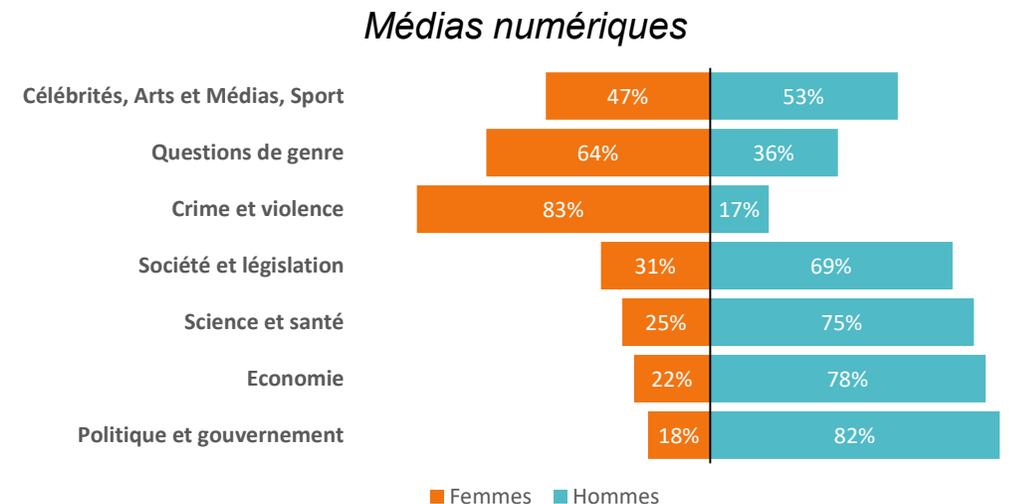
PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIS LES PERSONNES ÉVOQUÉES

Présence des femmes et des hommes par thématique



Une meilleure présence dans les médias numériques mais pas une meilleure « place »

Les femmes moins visibles dans les thématiques prestigieuses



GMMP

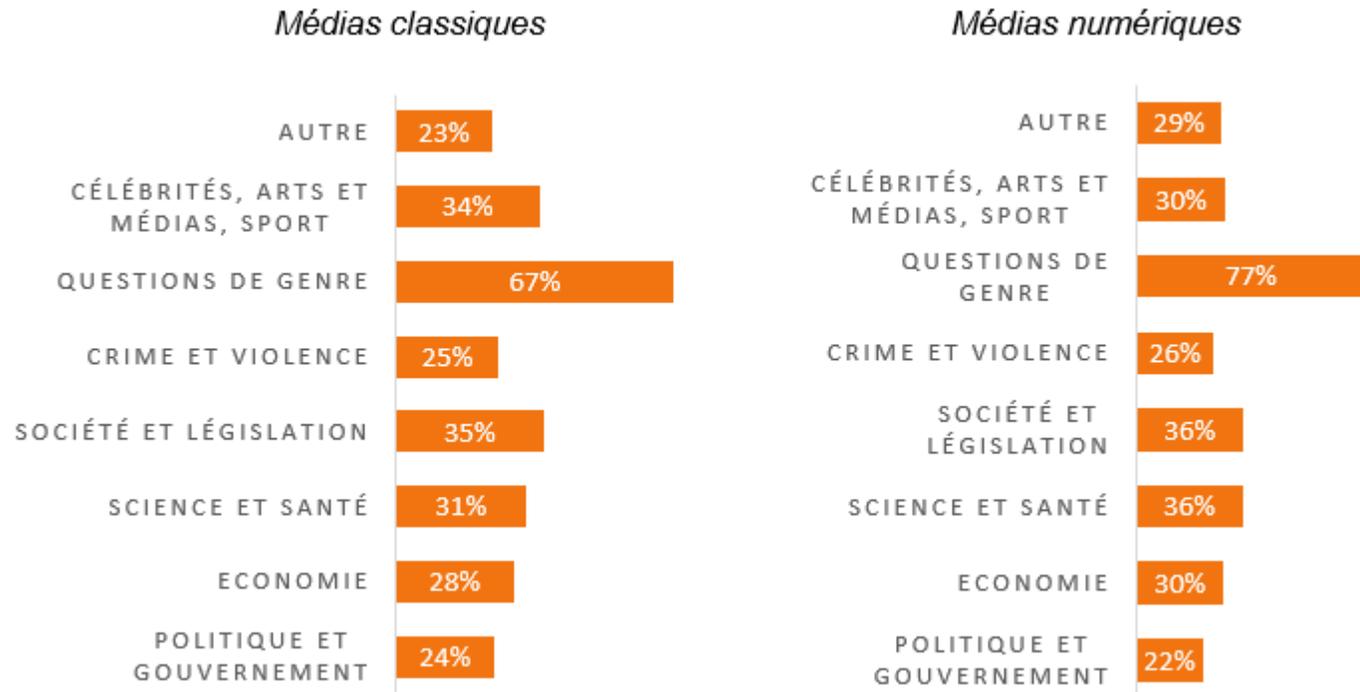


Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES PERSONNES ÉVOQUÉES

Présence des femmes et des hommes par thématique - Europe

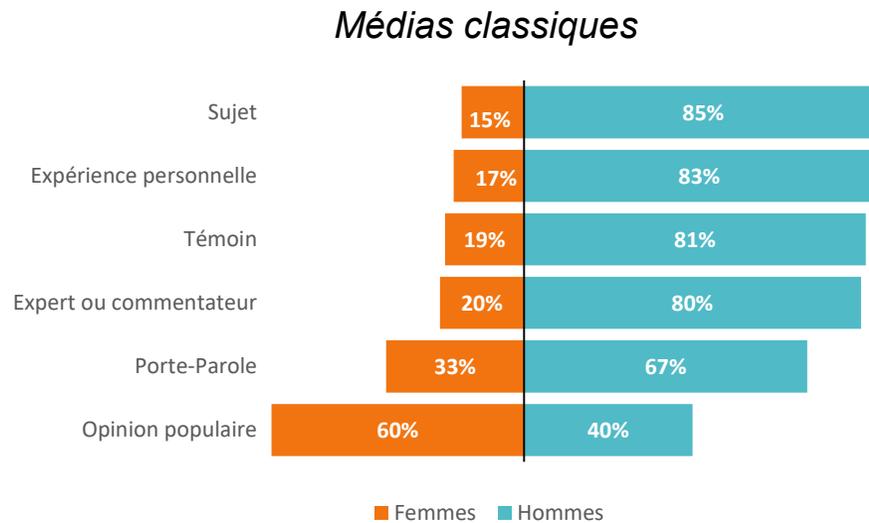


Les femmes moins visibles dans les thématiques prestigieuses, aussi aux niveaux européen et mondial



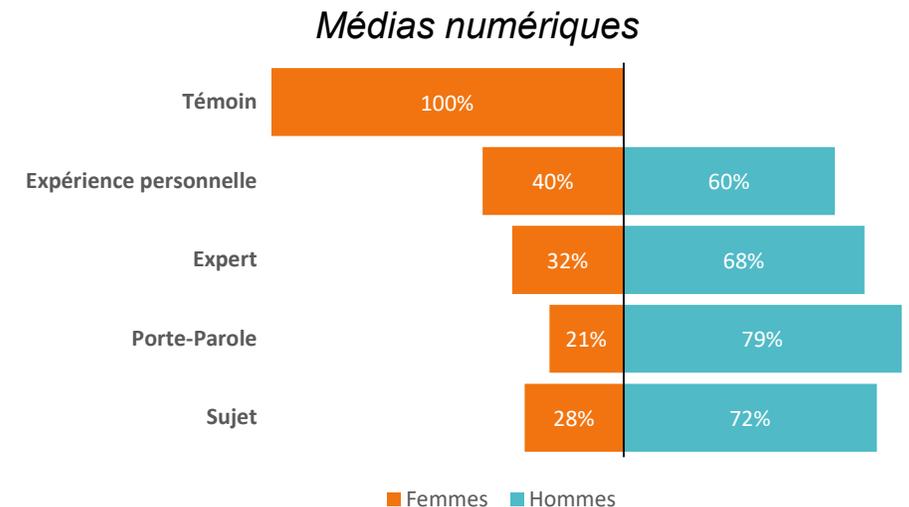
PLACE ET REPRÉSENTATION DES FEMMES EVOQUÉES DANS LES INFORMATIONS

Fonction médiatique des femmes dans les informations



De meilleurs taux de femmes « expertes » et « sujets » de l'information dans les médias numériques que classiques.

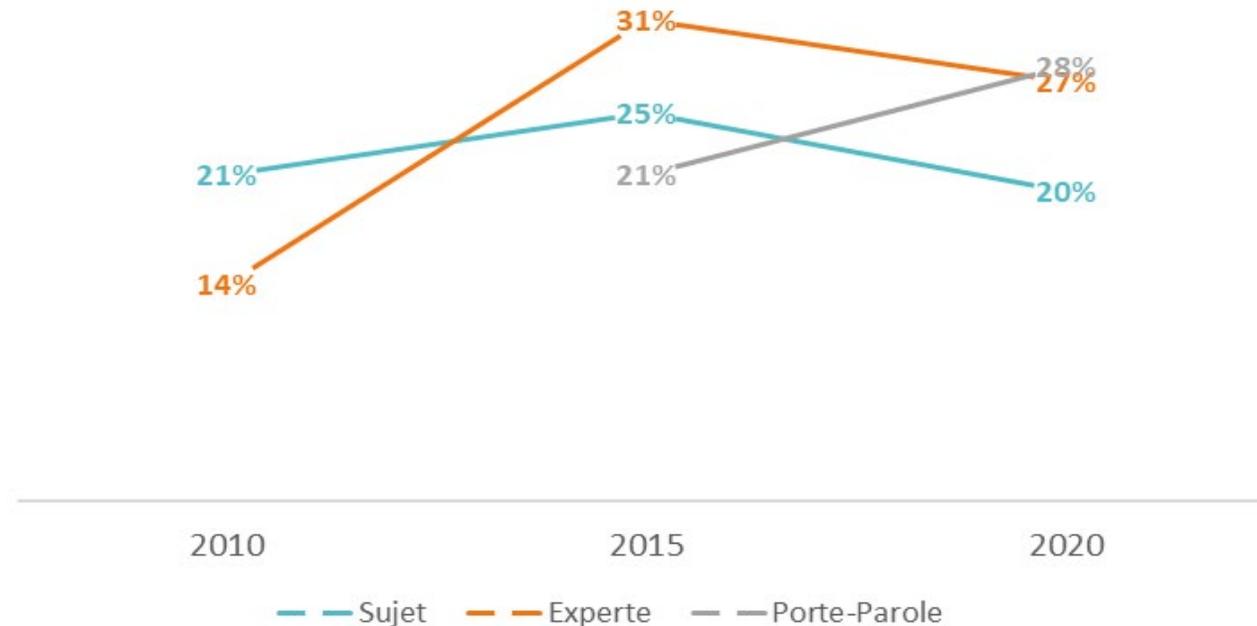
La présence des femmes varie selon la fonction médiatique des personnes évoquées.





PLACE ET REPRÉSENTATION DES FEMMES EVOQUÉES DANS LES INFORMATIONS

*Fonction médiatique des femmes dans les informations –
évolution dans le temps*



La répartition des femmes par rapport aux hommes dans plusieurs fonctions médiatiques en 2020 représente une régression par rapport à 2015.

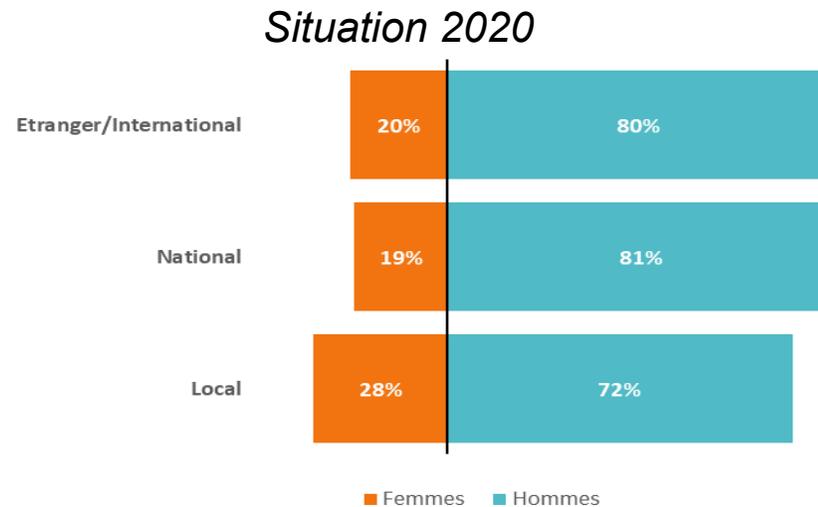


Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

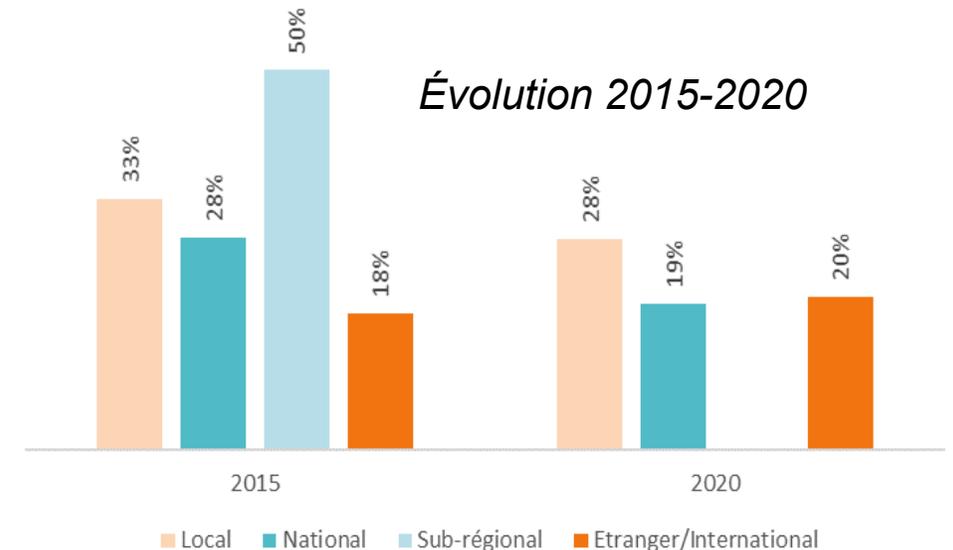
PLACE ET REPRÉSENTATION DES FEMMES EVOQUÉES DANS LES INFORMATIONS

Présence des femmes selon la portée de l'information – médias classiques



Une nette diminution de la présence des femmes dans les informations à portée nationale

Plus de visibilité des femmes dans les informations à portée moins centrale et prestigieuse



GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

Statut des femmes dans les informations

27 statuts/occupations
possibles

Les femmes sont présentes
dans 17 fonctions

Les hommes sont présents
dans 25 fonctions

Les femmes peu présentes
voire inexistantes dans
certaines fonctions

Mêmes constats en 2015

| STATUT | % FEMMES | % HOMMES | N |
|---|----------|----------|-----|
| Commerçant.e, artisan.e, ouvrier.ère, camionneur.euse, etc. | 100% | 0% | 1 |
| Enfant, jeune (sans autre occupation) | 70% | 30% | 10 |
| Chômeur.se/Sans emploi (sans autre occupation) | 67% | 33% | 3 |
| Emploi de bureau ou de service, hors management | 50% | 50% | 2 |
| Expert.e académique, professeur.e, enseignant.e | 50% | 50% | 12 |
| Infirmier.ère/soignant.e, assistant .e social.e, éducateur.rice | 50% | 50% | 6 |
| Femme/homme au foyer, parent (masc. ou fém.) | 50% | 50% | 4 |
| Autre | 50% | 50% | 4 |
| Militant.e/employé.e d'organisation de société civile/ONG/syndicat | 42% | 58% | 12 |
| Célébrité, artiste, auteur.trice, acteur.rice, chanteur.euse, personnalité tv | 40% | 60% | 5 |
| Employé.e de gouvernement, fonctionnaire public, etc. | 32% | 68% | 19 |
| Avocat.e, juge, magistrat.e, notaire etc. | 29% | 71% | 7 |
| Criminel.le, suspect.e (sans autre occupation) | 20% | 80% | 5 |
| Politicien.ne/ Membre du Parlement, ... | 20% | 80% | 151 |
| Entrepreneur.e, directeur.rice, manager.euse, trader.euse/bourse... | 19% | 81% | 36 |
| Roi.reine, monarque, chef.fe d'État etc. | 17% | 83% | 6 |
| Science et technique, ingénieur.e, etc. | 14% | 86% | 14 |
| Police, militaire, paramilitaire, milice, pompier.ère | 0% | 100% | 20 |
| Docteur.e, dentiste, expert.e santé | 0% | 100% | 2 |
| Professionnel.le médias, journaliste, régisseur.euse, etc. | 0% | 100% | 4 |
| Agriculture, extraction, pêche, sylviculture | 0% | 100% | 4 |
| Figure religieuse, prêtre, moine, rabbi, mullah, sœur | 0% | 100% | 1 |
| Sportif.ve, athlète, joueur.euse, entraîneur.e, arbitre | 0% | 100% | 13 |
| Étudiant.e, élève | 0% | 100% | 3 |
| Villageois.e ou résident.e (sans autre occupation) | 0% | 100% | 1 |
| Retraité.e, pensionné.e (sans autre occupation) | 0% | 100% | 1 |
| Travailleur.euse de sexe | 0% | 0% | 0 |

GMMP

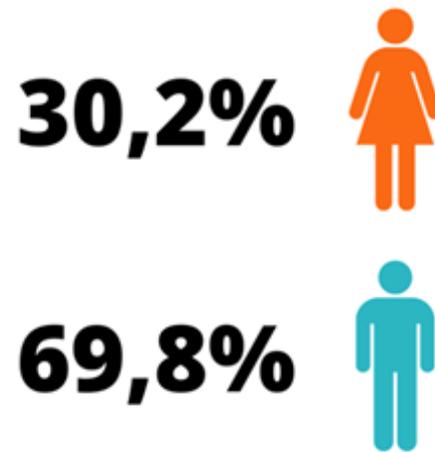


Projet mondial
de monitoring
des médias

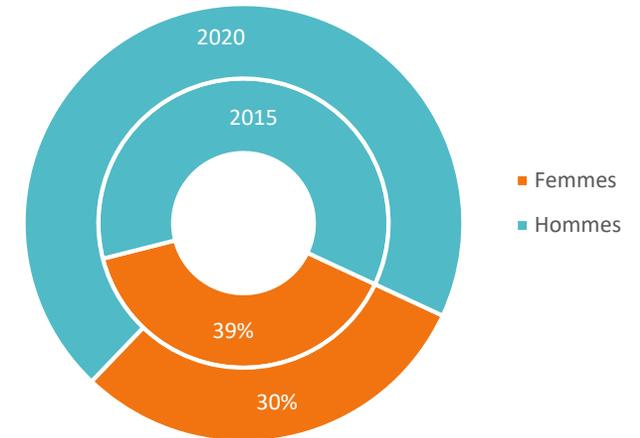
2020

PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES JOURNALISTES

Présence globale parmi les journalistes (présentateur.rice.s et reporter.rice.s)



Situation 2020



Évolution 2015-2020

GMMP

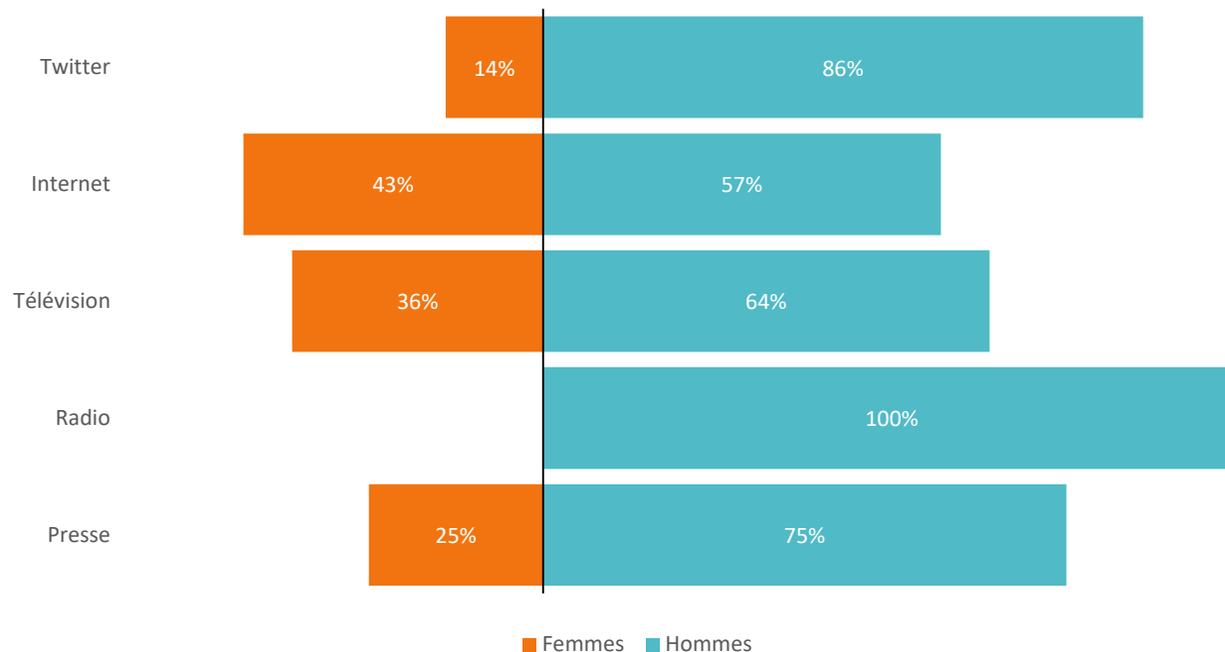


Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES JOURNALISTES

Présence des femmes parmi les reporter.rice.s

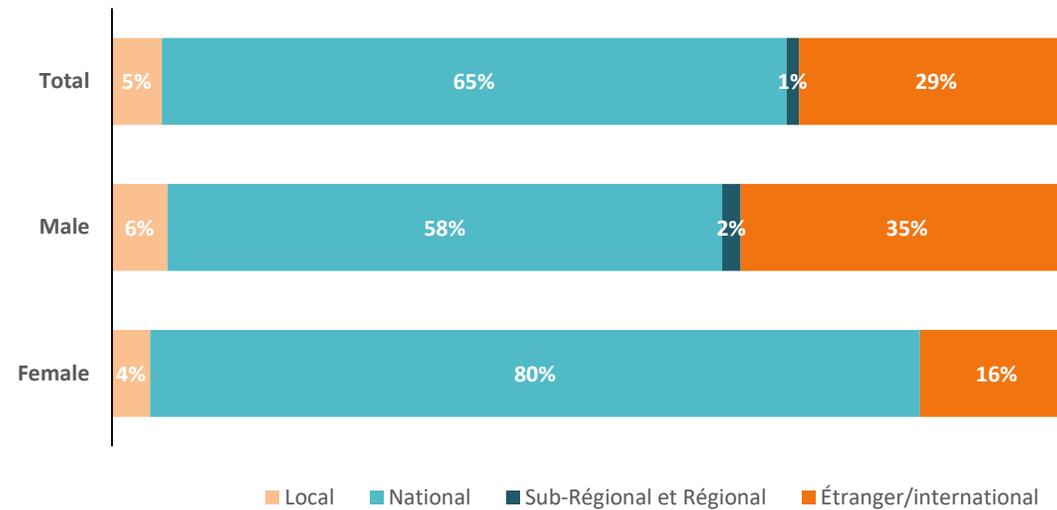


31% des reporter.rice.s sont des femmes et 69% sont des hommes. Ce chiffre varie en fonction du média considéré.



PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES JOURNALISTES

*Répartition des femmes et des hommes reporter.rice.s
selon la portée des informations*



La grande majorité des reportrices traite de sujets à portée nationale (80%) et une faible proportion d'entre elles (16%) traite de sujets internationaux. Pour les reporters, cette proportion de sujets internationaux est plus importante (35%).



PRÉSENCE DES FEMMES ET DES HOMMES PARMIL LES JOURNALISTES

*Répartition des femmes et des hommes reporter.rice.s
selon la thématique de l'information*



Les reportrices traitent à 36% de sujets liés à la société et à la législation alors que cette thématique ne représente que 21% des sujets traités. A l'opposé, les reporters sont surreprésentés dans la thématique portant sur la politique et le gouvernement.

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

PRATIQUES JOURNALISTIQUES : CENTRALITÉ DES FEMMES, STÉRÉOTYPES ET REPORTAGES AXÉS SUR LES DROITS

Pas de représentation particulièrement stéréotypée des femmes dans les médias classiques, ni en 2015, ni en 2020

Les femmes un peu plus souvent rattachées à un rôle familial que les hommes sur Internet

Les hommes un peu plus souvent identifiés sur une photo que les femmes, tant dans les médias classiques que sur Internet

Très peu d'informations traitant d'égalité entre les sexes (3,5%) ou des stéréotypes de genre (0,5%)

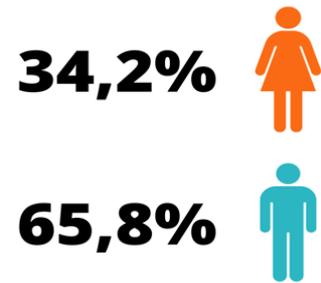
GMMP



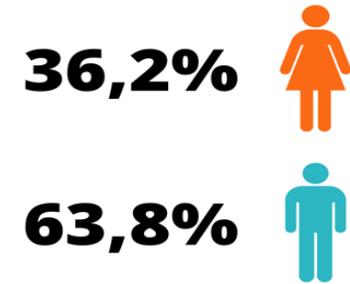
Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

ET DANS LES INFORMATIONS SUR LE CORONAVIRUS ?



Personnes évoquées



Reporter.rice.s

De meilleurs taux de présence des femmes dans les informations liées
au coronavirus

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

CONCLUSIONS

Les femmes restent largement sous-représentées dans les médias au Luxembourg – tant parmi les personnes évoquées que parmi les journalistes.

Moins d'1/4 des personnes évoquées et moins d'1/3 des journalistes, malgré le contexte particulier et l'émergence de thématiques liées au genre.

Une stagnation de la place des femmes dans les médias luxembourgeois : augmentation d'1 point de pourcentage entre 2015 et 2020 et de 5,3 points de pourcentage en 10 ans pour les femmes parmi les personnes évoquées.

Voire une régression sur certains points : le pourcentage de journalistes femmes (de 39,1% à 30,2%), les femmes mobilisées comme expertes, le pourcentage de femmes évoquées dans les nouvelles liées à la politique et au gouvernement, etc.

Les femmes restent plus visibles dans des informations « moins prestigieuses » que dans les informations les « plus prestigieuses ».

Un même constat de stagnation et de faible présence des femmes aux niveaux européen et mondial – mais de meilleurs taux pour les journalistes.

Les médias classiques luxembourgeois ne véhiculent pas particulièrement de stéréotypes de genre.

GMMP



Projet mondial
de monitoring
des médias

2020

QUELQUES RECOMMANDATIONS

Présenter les résultats du GMMP aux professionnel-le-s du secteur, les sensibiliser aux enjeux de ces résultats et promouvoir des discussions et échanges sur cette thématique.

Faire émerger une réflexion au sein des rédactions sur les raisons d'une telle représentation des femmes dans les médias et sur la manière dont les freins, quels qu'ils soient, peuvent être surmontés.

Mettre en place des politiques d'égalité de genre au sein des rédactions et les assortir de plan d'actions avec des indicateurs-clés permettant à chaque rédaction d'évaluer l'évolution de la place des femmes dans ces reportages.

Utiliser les outils et matériels pédagogiques développés par les organismes internationaux.

Recueillir des exemples de bonnes pratiques

Créer des prix récompensant les journalistes qui ont des pratiques sensibles aux questions de genre.