



La RSR veut faire parler les femmes

MÉDIAS • Début juin, la Radio suisse romande créait la base de données «Les Expertes». Objectif de cette initiative: augmenter le temps d'antenne féminin.

VIRGINIE POYETTON

Nom, prénom, expertise. Début juin, la Radio suisse romande lançait son projet «Les expertes». Une base de données ouverte visant à répertorier une série de spécialistes romandes. Objectif: faciliter le travail paritaire des journalistes. Car les chiffres le prouvent: si les femmes constituent plus de 50% de la population globale, elles ne couvrent pas 20% du temps d'antenne général.

Fort de ce constat, Sylvie Lambelet, adjointe à la direction de l'information de la RSR, a cherché une base de données immédiatement fonctionnelle pour les journalistes radio. Mais les systèmes existants n'étaient pas exploitables (lire ci-dessous). Elle a donc demandé de l'aide aux Bureaux de l'égalité pour créer sa propre base de données. Depuis un mois, quelque quatre-vingts femmes ont répondu à l'appel.

Expertes autodésignées

La procédure est assez simple. Les «expertes» s'autodésignent et remplissent un formulaire en indiquant leurs domaines d'expertise par degré d'excellence¹. Les femmes ne risquent-elles pas de gonfler leur CV? «J'avais plutôt peur qu'elles se déjugent, reconnaît Sylvie Lambelet. Mais vu les premières données récoltées, je n'ai pas l'impression que ce soit le cas.»

Du côté des Bureaux romands de l'égalité, on se dit ravi. A la fois parce que le projet permettra de pallier la sous-représentation des femmes à la radio, mais aussi parce qu'il encouragera ces dernières à se lancer dans de nouveaux secteurs d'activité. «L'objectif pour les bureaux, c'est aussi de promouvoir des modèles», explique Sylvie Durrer, cheffe du Bureau de l'égalité vaudois.



Cette base de données doit permettre d'augmenter le temps d'antenne féminin qui, pour l'heure, ne dépasse pas 20%. KEYSTONE

La charte des «expertes» prévoit que «la RSR se réserve le droit, pour ses fins propres, d'apprécier les prestations antenne des expertes interviewées». En clair, si une des spécialistes sélectionnées sur la base de données ne «passe» pas à l'antenne, son dossier sera retiré. Un pré-requis qui risque d'en éliminer plus d'une. Muriel Golay, directrice *ad interim* du Service genevois pour la promotion de l'égalité entre homme et femme, se rappelle d'un séminaire organisé à l'attention des élues: «On avait répété le constat que les femmes ont plus de difficultés que les hommes à affronter les médias.»

Les expertes qui figurent sur la base de données s'engagent à répondre aux journalistes, précise M^{me} Lambelet. Mais elles sont évidemment libres de dire non quand elles ne sont pas disponibles ou qu'elles ne se sentent pas suffisamment compétentes.

Machisme radiophonique?

Le système ne prévoit pas que les journalistes inscrivent eux-mêmes les noms de leurs contacts. Ils peuvent par contre leur suggérer de le faire. Ce qui ne résout pas la question du rôle du journaliste dans la recherche de spécialistes au fé-

minin? Doit-on obligatoirement passer par une base de données pour assurer la parité radiophonique? N'est-ce pas là un devoir de la profession de donner la parole indifféremment à des hommes ou des femmes? «Chaque journaliste devrait avoir un carnet d'adresses paritaire. Ce que nous espérons c'est que cette initiative provoque une réflexion plus large», confie M^{me} Durrer.

Reste à savoir si les journalistes vont suivre. Car créer cette base de données c'est reconnaître une certaine forme de machisme au sein de la rédaction. «On peut l'interpréter comme ça, commente M^{me}

Lambelet. Cela reflète aussi une réalité: les femmes sont moins présentes dans certains domaines que les hommes. Les études le montrent. On pourra mieux dire si nos journalistes sont réellement machistes quand cette base de données sera fonctionnelle. S'ils ne l'utilisent pas, ce sera vraiment inquiétant.»

L'expérience de la RSR est une première. Si ce projet pilote est évalué positivement, elle pourrait être étendue à la Radio suisse alémanique, voire à la télévision. I

¹Les femmes peuvent s'inscrire à l'adresse suivante: <http://fo83nws16555.myrsr.info/>

RÉSEAU

Cherche femmes qualifiées

La pratique des banques de données au féminin existe déjà en Suisse. Elle est assurée essentiellement par deux plates-formes gratuites: femdat¹ et career women².

Femdat s'adresse essentiellement aux universitaires (sciences naturelles, mais aussi sociales) et couvre toute la Suisse. Les spécialistes peuvent être sélectionnées par discipline, formation, langue, profession, etc. Les demandeurs d'emploi contactent les femmes directement par email. Femdat propose également un système de *mentoring* entre femmes expérimentées et débutantes.

Career Women, pour sa part, est un réseau de professionnelles des Hautes écoles spécialisées et du secteur privé ou administratif. L'association ne se limite pas aux seules académiciennes. Elle propose, entre autres, une banque de données d'expertes à sélectionner en fonction des domaines de compétences, des réussites professionnelles, des langues, du canton, etc. La prise de contact entre expertes et employeurs se fait en fonction des données transmises par les femmes. Un système de *mentoring* est également disponible. Career women organise par ailleurs des séminaires de formation, des lectures et sélectionne chaque mois une entreprise favorable aux femmes. VPN

¹www.femdat.ch

²www.career-women.ch

«La présence médiatique des femmes est un hasard, pas une évidence»

PROPOS RECUEILLIS PAR
VIRGINIE POYETTON

«Sur les 43 émissions d'*Arena* en 2007, un quart étaient des tables rondes exclusivement masculines.» Pour Regula Stämpfli, politologue et auteure d'un article sur la présence des femmes dans les médias lors des élections fédérales de 2007, la dernière campagne n'a pas fait exception: les femmes sont toujours sous-représentées dans les médias suisses. Rencontre.

Entre 2003 et 2007, comment le traitement médiatique des candidates aux élections fédérales a-t-il évolué?

Malheureusement, il nous est difficile de comparer. Contrairement à 2003², aucune étude n'a été financée sur la présence féminine dans les médias. Probablement un signe du peu d'intérêt qu'on porte au sujet. Mais la présence des candidates dans les médias de services publics a probablement diminué. Pour deux raisons. D'abord parce que les femmes et l'égalité n'étaient ni des thèmes de campagne, ni des sujets étudiés par les sondages. Ensuite parce que l'UDC a dominé les analyses politiques et médiatiques. Et vu la faible proportion de déléguées issues de ce parti, il paraît logique que peu de femmes aient pris la parole.

Vous faites une distinction entre les présences numérique et qualitative des femmes dans les médias...

En comparaison internationale, les femmes sont numériquement bien représentées dans la politique suisse. Pour cette raison, les médias sont obligés de donner la parole aux femmes. Ceci dit, ces dernières sont très peu présentes dans les milieux scientifiques ou à la tête des médias et entreprises culturelles. Et les médias ne pensent à questionner l'absence de femmes à ces postes clés et à donner la parole à des femmes actrices de la «société du savoir».

Cela a de grandes conséquences sur la qualité du discours social. Le public, en tant que consommateur de médias, a peu l'occasion d'entendre des femmes compétentes, capables de porter un regard éclairant sur le monde. Dans les médias suisses, les femmes ne prennent la parole que quand il n'y a pas d'autre possibilité. L'idée d'interviewer d'abord une femme s'imposera au maximum à quelques journalistes féminines. Regardez les tables rondes organisées par les médias durant la campagne électorale, les femmes sont simplement inexistantes.

En outre, il existe une division de genre claire dans les thématiques abordées. Les femmes parlent essentiellement de questions féminines, les hommes abordent tous les sujets. La présence des femmes dans les médias est une chance ou un accident, mais certainement pas une évidence.

Vous semblez affirmer que les médias continuent à présenter les candidates sous l'angle de leur vie privée, de leur physique, de leurs émotions. N'est-ce pas le cas pour les hommes également?

Je n'affirme pas, je constate scientifiquement. Que dans les médias les femmes soient plus souvent valorisées pour leur corps que leur tête, c'est une évidence. C'est la même chose pour les politiciennes. Et cela beaucoup plus que pour les hommes. Imaginez que certains de nos politiciens soient des femmes: les médias commenteraient leur physique de long en large alors qu'aujourd'hui ils n'osent se prêter à l'exercice.

Existe-t-il une différence entre les médias alémaniques et romands?

Absolument! La différence entre la France et l'Allemagne est encore plus marquée. En France, les femmes is-

sues des milieux scientifiques, culturels et politiques sont très visibles et participent souvent aux débats publics. En France, c'est d'ailleurs un avantage d'être une intellectuelle expérimentée d'un certain âge. En Allemagne, ce serait vécu comme un châtiment.

Ces différences culturelles n'apparaissent pas aussi de manière aussi marquée en Suisse, mais tout de même. Les débats audiovisuels sont plus souvent occupés par des femmes en Suisse romande. Exception faite des débats abordant des questions scientifiques. Un domaine où les professeurs masculins aiment se congratuler entre eux.

La différence de médiatisation de mes études sur la presse et l'audiovisuel sont aussi un signe de cette distinction culturelle. Elles sont reprises en Suisse romande, ignorées dans la partie alémanique. Même si le texte n'a été publié qu'en allemand...

Que pensez-vous de l'initiative de la RSR de créer une base de données d'expertes? C'est un bon début. Mais le problème est plus large. En Suisse, il faudrait un changement des mentalités: les femmes ne sont pas là simple-

ment pour questionner et les hommes pour répondre. Ce serait bien qu'elles ne soient pas uniquement regardées, mais aussi écoutées.

Pourtant, en interne, les rédactions ont tendance à se féminiser...

On ne peut pas réduire la question de l'égalité à la féminisation. L'appartenance à un genre ne peut être envisagée comme une campagne de sensibilisation, autrement la majorité des postes seraient occupés par des femmes dans les pays industrialisés. L'être humain est très sensible à la distribution du pouvoir. Les femmes aussi. Et justement, elles n'apprécient pas d'occuper des positions de minoritaires. Honnêtement combien de femmes philosophes, historiennes, neurologues, professeurs, rédactrices en chef, chercheuses, cheffes d'orchestres, présidentes pouvez-vous nommer en l'espace de deux minutes? I

¹«La véritable Miss Suisse». Questions au féminin. Commission fédérale pour les questions féminines, janvier 2008. En allemand.

²A lire sur http://www.frauenkommission.ch/pdf/54_Medien_Factsheet_fr.pdf