Pékin +30

QUI FIGURE DANS LES NOUVELLES?



GMMP+30

Projet mondiale de monitorage des médias

2025

Burkina Faso

RAPPORT NATIONAL



GMMP+30

Projet mondiale de monitorage des médias

2025

creative commons

Le GMMP est placé sous licence Creative Commons (Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification). Le GMMP est coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), une ONG internationale qui encourage la communication pour favoriser le progrès social.

Les données du GMMP 2020 ont été recueillies grâce aux efforts bénévoles et collectifs de centaines organisations regroupant notamment des militants pour la parité dans les médias, des groupes de citoyens, des professeurs et des étudiants en communication, des professionnels des médias, des associations de journalistes, des réseaux de médias alternatifs et des groupes paroissiaux.
Pas d'utilisation commerciale. Vous n'avez pas le droit d'utiliser cette création à des fins commerciales.
Pas de modification. 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.



Avec le soutien de



Remerciements

Nous remercions tous ceux et toutes celles qui se sont engagés comme volontaires pour la réussite de cette activité combien instructive et importante.

Nous remerciements vont également :

- A la Direction de la télévision Zénith ;
- Au Réseau Interafricain pour les Femmes, Média, Genre et Développement (FAMEDEV) basé au Dakar au Sénégal ;
- A l'Association Mondiale pour la Communication Chrétienne (WACC).

Table des matières

PRÉFACE 1
Contexte mondial 1
Contexte régional 1
Contexte national 6
SOMMAIRE 13
LE CONTEXTE 13
THÈMES ÉVOQUÉS DANS LES NOUVELLES 15
SUJETS ET SOURCES DES NOUVELLES 16
LES JOURNALISTES 17
PRATIQUES JOURNALISTIQUES : SUR LA CENTRALITÉ DES FEMMES, LES STÉRÉOTYPES DE GENRE ET LES REPORTAGES AXÉS SUR LES DROITS 4
FOCUS ON GENDER BASED VIOLENCE 9
ÉTUDES DE CAS 11
RÉSUMÉ ET CONCLUSIONS 12
RECOMMANDATIONS ET PLAN D'ACTION 2026-2030 13
Annexe 1. Méthodologie 14
Annexe 2. Liste des monitrices et moniteurs 14

PRÉFACE

Contexte mondial

La Déclaration et le Programme d'action de Beijing partent du principe que « l'autonomisation des femmes et leur pleine participation, sur la base de l'égalité, dans tous les domaines de la société, y compris la participation au processus décisionnel et l'accès au pouvoir, sont fondamentales pour la réalisation de l'égalité, du développement et de la paix » (Nations Unies, 1995). Plus précisément, la section « J » de la Déclaration établit les objectifs suivants en ce qui concerne les femmes et les médias : Objectif stratégique J1. « Accroître la participation et l'accès des femmes à l'expression et à la prise de décisions dans et par les médias et les nouvelles technologies de communication. Objectif stratégique J2. Promouvoir une image équilibrée et non stéréotypée des femmes dans les médias » (Nations Unies, 1995).

Le premier monitorage mondial a été motivé par la nécessité de disposer de données empiriques sur la place, le rôle et la participation des femmes dans l'actualité. Le Programme d'action de Beijing a ensuite inscrit le monitorage des médias comme stratégie pour atteindre l'objectif stratégique J1. Les organisations non gouvernementales et les associations des professionnels des médias ont été encouragées à créer « des groupes de surveillance des médias capables de suivre les médias et de les consulter afin de garantir que les besoins et les préoccupations des femmes soient correctement pris en compte » (paragraphe 242a).

Le GMMP est devenu la plus vaste et la plus ancienne initiative de recherche et de défense de l'égalité des sexes dans et à travers les médias d'information. Tous les cinq ans depuis 1995, le

GMMP présente un aperçu des principaux aspects de l'égalité des sexes dans l'actualité. En trente ans, le GMMP a rassemblé des données provenant de plus de 160 pays, avec au moins une observation pour chaque variable et chaque pays.

Le paysage médiatique mondial a profondément changé, mais la place des femmes dans ce domaine n'a pas évolué. L'évolution de la présence des femmes dans ce secteur au cours de cette période n'a pas été aussi spectaculaire. Le GMMP révèle qu'à bien des égards, le statu quo en matière de sous-représentation et de représentation erronée dans les contenus persiste.

<u>Conclusions mondiales. Les points saillants</u>

Les conclusions mondiales sont basées sur 29 935 articles de presse contenant 58 321 personnes et 26 560 professionnels des médias dans 94 pays lors de la 7ème journée mondiale de monitorage, le 6 mai 2025.

1. **Il y a trente ans, le rapport du premier GMMP appelait à un changement dans la couverture médiatique au-delà des domaines du pouvoir politique et économique dominés par les hommes. Non seulement la hiérarchie des « informations sérieuses » dans les médias traditionnels a persisté au fil du temps, mais elle s'est également étendue aux médias numériques.**

La numérisation n'a pas entraîné de rupture radicale avec les normes patriarcales du journalisme traditionnel. Au contraire, elle continue de renforcer et d'amplifier une hiérarchie de l'information qui privilégie les sphères et les questions centrées sur le pouvoir, c'est-à-dire celles dominées par les hommes. Le défi comprend trois volets. Premièrement, démanteler la prise de parti des « informations sérieuses », deuxièmement, intégrer de manière plus intentionnelle les espaces et les questions qui concernent davantage les femmes, et troisièmement, permettre aux femmes présentes dans les espaces traditionnellement dominés par les hommes d'être visibles et de faire entendre leur voix.

2. **Après une période d'amélioration lente mais régulière, les progrès vers la parité entre les sexes dans l'actualité ont stagné depuis 2010 environ, sans atteindre 50 % dans aucun type de média.**

Trente ans après Pékin, les femmes représentent 26 % des personnes vues, entendues ou mentionnées dans les médias traditionnels (29 % sur les sites d'information). L'aiguille a bougé de 9 points dans les médias traditionnels depuis 1995, et de 4 points dans les médias en ligne au cours des dix dernières années.
Les groupes minoritaires ont cinq points de plus de chances d'être présents dans l'actualité numérique que dans les médias traditionnels. La probabilité que des femmes issues de minorités 3 apparaissent dans l'actualité en tant que protagonistes principales ou interviewées est de deux pour cent dans les médias traditionnels (3 % pour les hommes) et de 4 % sur les sites d'information (5 % pour les hommes).

3. **La visibilité des femmes dans les actualités politiques et économiques a considérablement augmenté – de 15 points dans chaque cas – au cours des trois dernières décennies.**

La grave sous-représentation constatée en 1995 (7 % dans l'actualité politique, 10 % dans l'actualité économique) s'est améliorée. La présence des femmes dans l'actualité sportive est catastrophique, avec seulement 15 % des sujets et des sources d'information.

4. **La proportion de femmes apportant un témoignage d'experte a considérablement augmenté au cours des dernières décennies, avec la plus forte augmentation (+7 points) dans l'actualité numérique depuis 2015.**

Dans les médias traditionnels, l'écart entre les sexes dans les rôles faisant autorité en tant qu'expert·es et porte-parole s'est comblé à un rythme plus lent que pour les personnes fournissant des témoignages basés sur l'opinion populaire et l'expérience personnelle – des rôles ordinaires qui ne nécessitent aucune connaissance spécialisée.

5. **Les tendances de représentation sexiste persistent malgré des décennies de changement dans le rôle des femmes dans le monde physique**

Depuis 2010, les femmes restent environ deux fois plus susceptibles que les hommes d'être représentées comme des victimes. Historiquement, les femmes étaient le plus souvent représentées comme victimes d'accidents ou de la pauvreté. Cette tendance s'est inversée en 2025, les « autres crimes » et la « violence domestique » (par des partenaires intimes et des membres de la famille) devenant les principales catégories de victimes.
Les femmes décrites comme des survivantes dans les médias traditionnels étaient le plus souvent celles qui avaient survécu à des « accidents, catastrophes naturelles, situations de pauvreté et maladies » dans les études précédentes du GMMP. En 2025, elles sont le plus souvent représentées comme des survivantes de violences domestiques, dans une proportion égale à celle des survivantes d'accidents ou de catastrophes.
La surreprésentation des femmes en tant que femmes au foyer/parents a diminué, passant de 81 % en 2000 à 73 % en 2025, ce qui indique une progression malgré un biais journalistique persistant qui consiste à définir les femmes par leurs rôles domestiques, et ce malgré l'engagement sans précédent des femmes dans le travail en dehors du foyer. La sous-représentation dans les professions et les postes de pouvoir est restée constante.
La tendance à décrire les femmes en fonction de leur âge et de leurs attributs physiques a également persisté. Elles ont été photographiées plus souvent que les hommes (une différence de 7 à 9 points) au cours des deux dernières décennies, et l'analyse qualitative continue de montrer des schémas de représentation sexualisée.

6. **Les inégalités entre les sexes dans les médias sont beaucoup plus marquées que dans la réalité.**

L'égalité des sexes dans les médias, mesurée par l'indice GEM, est modérément corrélée aux indices de genre dans d'autres secteurs du développement, tels que l'indice des normes

sociales de genre. Entre 65 % et 75 % de l'inégalité entre les sexes dans les médias ne peut s'expliquer par la réalité, ce qui indique la présence d'autres facteurs confondants qui se combinent pour produire les récits médiatiques dominants sur le genre.

7. La proportion de femmes parmi les journalistes qui publient des articles dans les journaux et interviennent à la télévision et à la radio a augmenté puis stagné par à-coups depuis 1995.

À l'échelle mondiale, la proportion de femmes journalistes dans les médias traditionnels a augmenté de 6 points entre 2000 et 2005, pour stagner à 37 % pendant 10 ans jusqu'en 2015, puis augmenter à nouveau de 3 points entre 2015 et 2020, et gagner seulement deux points au cours des cinq dernières années. Les régions se rapprochent et échouent systématiquement à atteindre la parité, à l'exception du Pacifique et des Caraïbes, qui ont atteint l'égalité, et de l'Amérique du Nord, qui n'est qu'à un point en dessous. Les résultats suggèrent que la plupart des systèmes d'information sont prêts à absorber une certaine proportion de main-d'œuvre féminine dans le rôle de journaliste, mais pas à céder à une égalité numérique totale entre les sexes.

Dans les médias d'information traditionnels, l'écart entre les sexes dans le domaine du reportage politique s'est réduit le plus rapidement (+13 points en 25 ans) – en dehors du domaine sportif – mais il reste le sujet le moins couvert par les femmes. Pour la première fois en 25 ans, les femmes constituent désormais la majorité (52 %) des reporters scientifiques et médicaux. Le nouveau monitorage des actualités sportives révèle une proportion très faible de reporters féminines (17 %).

La part des femmes parmi les journalistes couvrant l'actualité nationale et internationale a connu une croissance significative à long terme (+18 et +16 points, respectivement).

8. Le sexe du journaliste influence la perspective de genre dans les articles

On constate depuis longtemps que la perspective de genre est plus marquée dans les articles rédigés par des femmes journalistes. Depuis trois décennies, un écart constant de 5 à 6 points existe dans le choix des sources, les femmes journalistes citant davantage de sources féminines que leurs collègues masculins. Cet écart est encore plus important (9 points) dans l'actualité produite pour le support numérique. L'écart entre les femmes et les hommes journalistes en matière de perspective de genre est le plus important pour l'indicateur concernant la place centrale des femmes dans l'actualité. La différence n'est que de 1 à 2 points pour les autres indicateurs mesurant la qualité de l'information du point de vue du genre, mais son existence est une conclusion importante.

9. **La violence sexiste est un angle mort dans l'actualité. Cependant, lorsque la violence sexiste fait l'actualité, la perspective de genre dans les reportages est plus marquée que dans les articles sur tous les autres sujets.**

Moins de 2 % des articles traitent de la violence sexiste. Ce faible pourcentage est en contradiction avec la gravité de la violence sexiste, qui touche une femme ou une fille sur trois dans le monde.

Les articles sur la violence sexiste rédigés par des femmes journalistes sont plus susceptibles d'aborder les questions d'égalité (ou d'inégalité) entre les sexes que ceux rédigés par des hommes.

Si la perspective de genre est plus marquée dans les articles sur la violence sexiste que dans ceux traitant d'autres sujets majeurs, il reste encore beaucoup à faire pour que les médias participent à la création d'une société dans laquelle la violence sexiste est considérée comme un comportement déviant, criminel et une violation des droits humains fondamentaux.

10. **La plupart des articles d'actualité restent insuffisants en termes de qualité du point de vue du genre selon les critères du GMMP.**

La proportion d'articles qui remettent clairement en cause les stéréotypes de genre est passée de 3 % (2005) à 6 % (2010), mais elle a diminué et stagne entre 3 et 4 % depuis 2015. Cela indique un ancrage des stéréotypes dans les reportages et un échec constant des journalistes à produire des contenus qui bouleversent les récits stéréotypés.

Les comparaisons régionales montrent des variations importantes. Les actualités nord-américaines font exception, remettant clairement en cause les stéréotypes de genre dans 19 % des reportages, ce qui contraste fortement avec les actualités du Moyen-Orient, où seulement 1 % des articles renversent les récits simplistes sur les rôles, les attributs et les capacités des personnes en fonction de leur genre.

Les stéréotypes de genre sont particulièrement répandus dans les articles consacrés à la politique et à l'économie, deux domaines où les hommes détiennent majoritairement le pouvoir. Au fil du temps, la remise en cause des stéréotypes reste largement confinée aux sujets pour lesquels il est plus sûr de remettre en cause le statu quo des relations de pouvoir inégales entre les sexes. Il s'agit des actualités relatives aux célébrités, aux arts, aux médias et aux questions sociales et juridiques.

Les articles sur la violence sexiste remettent davantage en cause les stéréotypes liés au genre que tout autre type d'actualités, avec un taux de 17 %. Bien que louable, ce niveau est insuffisant pour transformer les normes néfastes qui perpétuent cette violence.

La probabilité que les articles d'actualité citent les cadres des droits humains ou de l'égalité des sexes a légèrement fluctué, oscillant entre 7 % et 11 % au cours des 15 années pendant lesquelles cet indicateur a été mesuré. La perspective des droits humains est absente dans environ 9 articles sur 10.

Les articles en ligne sont moins susceptibles d'intégrer une perspective des droits humains que ceux publiés dans les médias traditionnels, mais la probabilité que les femmes soient les protagonistes centrales d'un article est plus élevée dans les médias numériques (15 %, contre 10 % dans les médias traditionnels).

Dans tous les sujets abordés, à l'exception des actualités sur la violence sexiste, le sexe du journaliste a une légère incidence sur l'intégration d'une perspective de genre. 3 % des articles rédigés par des femmes remettent clairement en question les stéréotypes de genre, contre 2 % de ceux rédigés par des hommes. 12 % des articles rédigés par des femmes mettent en évidence les questions d'égalité (ou d'inégalité) entre les sexes, contre 10 % pour les hommes. 8 % des articles rédigés par des femmes adoptent une approche axée sur les droits humains, contre 7 % de ceux rédigés par des hommes. Dans le cas des articles sur la violence sexiste, par exemple, les femmes 7 journalistes sont 10 points plus susceptibles que leurs homologues masculins d'attirer l'attention sur l'inégalité entre les sexes.

Le message du GMMP en 2025, trente ans après Pékin, est celui d'une industrie mondiale de l'information dont les progrès en matière d'égalité des sexes sont arrivés à un tournant.

Le rythme quasi stagnant des changements au cours des 15 dernières années souligne la nécessité d'un changement radical dans les stratégies de tous les acteurs de l'écosystème de l'information afin de briser l'inertie. Dans les conditions actuelles et avec les outils disponibles, il est peu probable que des changements notables vers l'égalité des sexes se produisent.

Les répercussions négatives de la numérisation sur le secteur de l'information et les relations entre les sexes en ligne dans leur ensemble rendront sans aucun doute plus complexe la tâche consistant à garantir les droits des femmes dans et à travers les actualités numériques.

Contexte régional

L'étude du Projet mondial de monitorage des médias (GMMP) 2025 sur le statut des femmes dans l'actualité a été menée le 6 mai 2025 dans 20 pays d'Afrique subsaharienne. Elle a porté sur les contenus diffusés dans la presse écrite, à la radio, à la télévision et sur Internet, fournissant ainsi un aperçu de l'actualité régionale le jour de l'étude.

Sur toutes les plateformes médiatiques, l'actualité était dominée par des sujets « sérieux », principalement dans trois grandes catégories : la politique et la gouvernance, l'économie, et les questions sociales et juridiques. Cette répartition était largement similaire dans les médias traditionnels et sur les plateformes numériques. Cependant, les actualités sur Internet mettaient encore plus l'accent sur la politique et la gouvernance que la presse écrite, la radio et la télévision.

Parmi les neuf catégories d'actualités surveillées, la politique et la gouvernance ont représenté la plus grande part de la couverture, soit 36 % de l'ensemble des articles en ligne. Cette concentration souligne la domination continue du contenu politique dans l'actualité régionale.

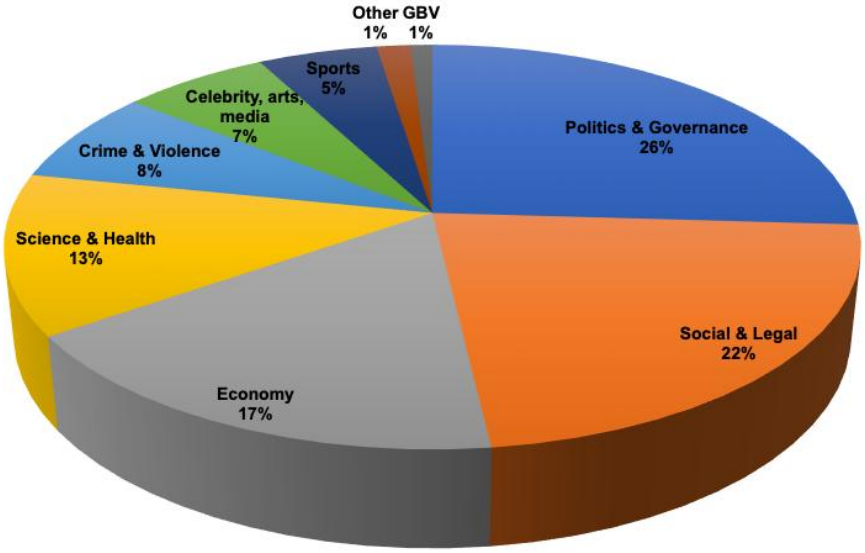


Figure 1 : Répartition générale des sujets dans l'actualité

Représentation des sexes dans l'actualité

Les femmes représentent 23 % de toutes les personnes que l'on voit, entend ou dont on parle dans l'actualité en Afrique, ce qui est inférieur à la moyenne mondiale de 26 % en 2025. Cela indique un écart entre les sexes dans la représentation de l'actualité dans toute la région.

Le seul sujet d'actualité dans lequel les femmes sont plus nombreuses que les hommes en tant que sources d'information est la violence sexiste, où elles représentent 53 % des personnes mises en avant. Si cela reflète le rôle central des femmes dans les reportages sur la violence sexiste, cela souligne également une tendance selon laquelle la visibilité des femmes dans l'actualité est étroitement liée à leur expérience en tant que victimes plutôt qu'à leur autorité ou leur expertise.

Les femmes sont également plus visibles dans les sujets classés comme « moins sérieux »,

en particulier les sciences et la santé, ainsi que les célébrités, les arts et les médias. En revanche, les femmes restent nettement sous-représentées dans les domaines d'actualité plus sérieux tels que la politique, l'économie et la sécurité, où les sujets d'actualité sont plus étroitement liés au pouvoir, à la prise de décision et à l'influence.

Figure 2 : Répartition des sources par thème

Profession des personnes représentées dans l'actualité

La répartition professionnelle des sujets d'actualité reflète les voix et les points de vue qui dominent l'agenda médiatique. En 2025, les groupes professionnels les plus visibles dans l'actualité sont les politiciens ou les membres du Parlement (25 %) et les employés du gouvernement, les fonctionnaires et les porte-parole (20 %). Il s'agit de postes associés à la prise de décision et au pouvoir institutionnel. Au sein de ces catégories très visibles, les femmes sont sous-représentées, ne constituant que 17 % des politiciens et 23 % des fonctionnaires apparaissant dans l'actualité.

La visibilité des femmes dans l'actualité se concentre dans des catégories professionnelles qui sont soit marginales dans l'actualité, soit renforcent les rôles traditionnels des sexes. Les femmes représentent 61 % des sujets d'actualité identifiés comme femmes au foyer ou parents, contre 39 % pour les hommes, bien que cette catégorie ne représente que 1 % de l'ensemble des personnes apparaissant dans l'actualité. Les femmes représentent également une proportion plus élevée des sujets d'actualité parmi les étudiants, les élèves et les écoliers (54 %), un groupe qui bénéficie d'une couverture médiatique globalement limitée. Une quasi-parité est observée dans des catégories telles que les célébrités, les artistes, les acteurs, les écrivains, les chanteurs, les professionnels de santé et les villageois ou résidents, bien que ces groupes ne figurent pas parmi les plus fréquemment représentés dans les contenus d'actualité.

En comparaison, les femmes sont les moins visibles dans les groupes professionnels liés à l'autorité, à la sécurité et au leadership moral. Seulement 5 % des sujets d'actualité identifiés comme étant des policiers ou des militaires sont des femmes, et les femmes ne représentent également que 5 % des personnalités religieuses apparaissant dans l'actualité. La représentation des femmes dans les professions scientifiques et technologiques reste également faible, ce qui reflète les écarts persistants entre les sexes en matière de visibilité des femmes dans les secteurs essentiels à l'innovation et au développement.

***Tableau 1** : Faits marquants concernant les professions présentées dans l'actualité*

Personnes les plus visibles dans l'actualité		Femmes les plus visibles dans l'actualité		Femmes les moins visibles dans l'actualité	
	%		%		%
Politicien/membre du parlement,	25	Personne au foyer/parent	61	Police/armée, etc.	5
Fonctionnaire, agent public, porte-parole	20	Étudiant/élève/écolier	54	Personnalité religieuse	5
		Célébrité, artiste, acteur, écrivain, chanteur, personnalité de la télévision	50	Professionnel des sciences et technologies	11

Principales tendances

- Les contenus d'actualité continuent d'être dominés par les hommes, qui sont plus susceptibles d'apparaître comme des sources faisant autorité et d'influencer ainsi l'actualité.
- La présence des femmes dans l'actualité est particulièrement marquée dans les rôles liés aux soins et aux tâches domestiques, ce qui renforce les stéréotypes de genre, même si ces rôles ne représentent qu'une très faible part de l'ensemble des sujets d'actualité.
- Les femmes sont les moins visibles dans les professions liées à la sécurité et en tant que chefs religieux, ce qui souligne les obstacles structurels à leur participation et à leur reconnaissance dans les postes de pouvoir et d'influence.

Perspective de genre des reportages selon le sexe du journaliste

Les femmes journalistes sont moins nombreuses que les hommes dans l'actualité africaine, quelle que soit la plateforme. Les médias en ligne affichent toutefois la tendance la plus inquiétante, les femmes journalistes représentant seulement 20 % des journalistes, soit le pourcentage le plus faible.

Dans toutes les catégories étudiées, les femmes journalistes africaines sont toutefois plus susceptibles que leurs homologues masculins de mettre les femmes en avant dans leurs reportages. Par exemple, dans le domaine de la politique et de la gouvernance, les

reportages réalisés par des femmes mettent en avant des femmes dans 32 % des cas, contre 25 % lorsque le journaliste est un homme. Une tendance similaire est observable dans le domaine du sport, où les femmes journalistes incluent des femmes dans 41 % de leurs reportages, contre 20 % dans les reportages réalisés par des hommes.

Malgré cette différence, les hommes continuent de dominer les sujets d'actualité, quel que soit le sexe du journaliste. Même lorsque les femmes traitent de politique et de gouvernance, les hommes représentent toujours la majorité des sujets d'actualité (68 %). Cela suggère que la présence de femmes journalistes ne modifie pas fondamentalement les sources d'information, qui sont majoritairement masculines.

Une exception à cette tendance est observée dans la couverture de la violence sexiste. Dans cette catégorie, les femmes constituent la majorité des sujets d'actualité, quel que soit le sexe du journaliste : 56 % lorsque le journaliste est une femme et 55 % lorsque le journaliste est un homme. Si cela reflète le rôle central des femmes dans les reportages sur la violence sexiste, cela renforce également la présence des femmes dans l'actualité dans des contextes de victimisation plutôt que de leadership, d'expertise ou de prise de décision.

Les stéréotypes sexistes dans les reportages

Les reportages consacrés spécifiquement aux femmes restent limités, ne représentant que 11 % de l'ensemble de la couverture médiatique. Lorsque des reportages consacrés aux femmes apparaissent, ils concernent principalement les violences sexistes, où les femmes occupent une place centrale.

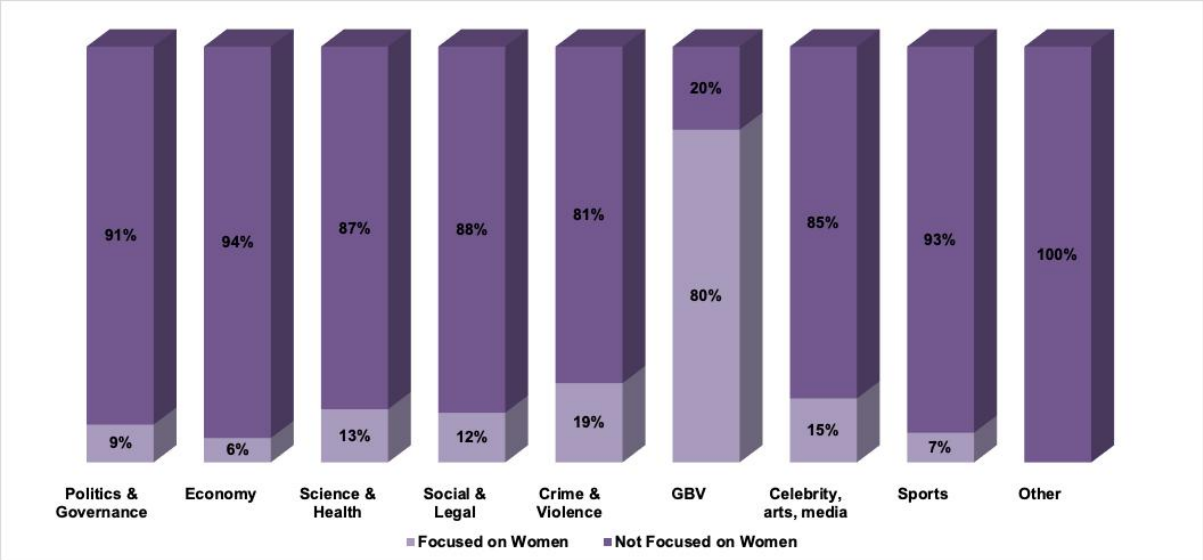


Figure 3 : Répartition des reportages consacrés aux femmes par catégorie

Les reportages traitant de la violence sexiste sont également les moins susceptibles de contenir des stéréotypes de genre, seuls 1 % d'entre eux renforcent les représentations

stéréotypées. Il est à noter que ces reportages remettent en question les stéréotypes de genre dans 46 % des cas. Cela contraste fortement avec les autres catégories d'actualités, où les représentations stéréotypées sont plus courantes. Les stéréotypes de genre sont présents dans 27 % des reportages traitant de politique et de gouvernement, 24 % des reportages traitant de société et de justice, et 17 % des reportages traitant d'économie.

Malgré ces variations selon les sujets, le contenu des actualités africaines continue de reproduire des préjugés sexistes, notamment en faisant référence aux rôles familiaux des femmes. Le statut familial des femmes est mentionné dans 8 % des reportages, contre seulement 2 % pour les hommes, ce qui renforce les normes et les attentes traditionnelles en matière de genre.

Reportages sur la violence sexiste

Dans la couverture médiatique de la violence sexiste, les formes de violence qui se produisent dans des espaces intimes ou privés sont plus susceptibles d'être présentées à travers le prisme des stéréotypes de genre. Les articles publiés dans les médias traditionnels reflètent des stéréotypes de genre dans 67 % des cas, tandis que 50 % des articles en ligne sur la violence sexiste reflètent des représentations stéréotypées. Cela contraste fortement avec la couverture médiatique de la violence conjugale à l'égard des hommes et des personnes de genre divers, où tous les articles analysés (100 %) contiennent des stéréotypes de genre.

À l'inverse, la violence sexiste qui se produit dans des espaces publics ou numériques plus visibles est moins susceptible d'être rapportée à travers un prisme stéréotypé. Aucun stéréotype de genre n'a été identifié dans les articles sur le harcèlement sexuel ou la violence sexiste facilitée par la technologie. Ces tendances suggèrent que les récits des salles de rédaction continuent de s'appuyer sur les normes traditionnelles de genre lorsqu'ils traitent de la violence dans les espaces privés, tandis que les formes émergentes et visibles de violence sexiste sont plus susceptibles d'être présentées de manière à éviter les suppositions stéréotypées.

Conclusion

La surveillance des actualités en Afrique le jour du monitorage montre une persistance des inégalités entre les sexes dans la représentation médiatique, en particulier dans les actualités sérieuses. Les voix, les expériences et l'expertise des femmes continuent de jouer un rôle limité dans l'élaboration du discours public. La visibilité des femmes reste concentrée

sur des rôles stéréotypés et des récits de victimisation, plutôt que sur des positions d'autorité. La transformation de ces tendances nécessite une action délibérée et soutenue de la part des agences de presse, des régulateurs des médias, des institutions de formation au journalisme et des acteurs politiques. Des politiques délibérées dans les salles de rédaction et des investissements dans un journalisme sensible au genre sont nécessaires pour traduire les engagements en pratiques.

Contexte national

La journée du 06 mai 2025 a été plus marquée par des sujets en lien avec l'économie, la santé et la société tels que : marches, meetings, incivisme en circulation.

Pour le GMMP 2025, il s'est tenu dans un contexte particulier. Le Burkina Faso est actuellement dans un contexte de Révolution Progressiste Populaire (RPP). La lutte contre le terrorisme et l'autosuffisance alimentaire constituent les domaines phares du pouvoir en place ; et toutes les activités qui se mènent vont en droite avec cette idéologie.

C'est ce qui explique la faible présence de divers sujets dans les actualités. Au cours de la journée du 06 mai 2025, cinq (05) moniteurs ont fait le travail en soixante-douze (72) heures. Le monitoring a concerné cinq (05) télévisions, sept (07) radiodiffusions, cinq (05) presses écrites et une (01) presse en ligne.

Après trois (03) éditions passées réussies en 2010, 2015 et 2020 le Burkina Faso participe pour la quatrième fois, en 2025, à cet exercice de monitoring des médias.

Le rapport 2024 **"Genre, journalisme et pouvoir : Rôle des femmes dans les salles de rédaction d'Afrique francophone"** du Projet Afrique Femmes Journalisme (AWJP) au Burkina Faso, met en lumière les nombreux défis auxquels elles sont confrontées dans un environnement marqué par des inégalités de genre persistantes. L'étude révèle que, malgré leur présence significative dans les rédactions, les femmes restent minoritaires aux postes de direction dans leurs rédactions.

SOMMAIRE

Le monitoring des médias burkinabé, réalisé le 6 mai 2025 dans le cadre du Projet mondial de monitorage des médias (GMMP 2025), sur un échantillon de 18 médias (05 en télévisions, 07 en radiodiffusions, 05 en presses écrites et 01 en presse en ligne) montre une évolution paradoxale de la visibilité des femmes dans l'information.

Au Burkina Faso, l'égalité de genre dans les médias reste un chantier complexe. Nous remarquons que la présence des femmes dans les médias, reste inférieure surtout dans la presse écrite et en télévision par rapport aux hommes. Ainsi, les résultats donnent 21% de femmes contre 79% d'hommes en presse écrite et 41% de femmes contre 59% d'hommes en télévision. Par contre en radio, le pourcentage des femmes est de 51% et 49% d'hommes. Les principaux défis restent la responsabilisation des femmes dans les postes de responsabilité car elles occupent rarement le sommet de la hiérarchie. Le contenu médiatique est aussi un défi.

UNE JOURNÉE DANS LES NOUVELLES AU BURKINA FASO

Dans les nouvelles du 06 mai 2025, les thèmes évoqués dans les différents médias sont : Economie, Sciences et santé, Social et juridique, Politique et gouvernement, Célébrité, arts et média et le sport, Criminalité et violence

LE CONTEXTE

- **Le paysage médiatique**

Des constats faits lors des visites de contrôles effectuées, du 26 novembre au 13 décembre 2024 révèlent la fragilité du paysage médiatique burkinabè marqué par le contexte sécuritaire, des difficultés techniques, un manque de ressources humaines et financières et parfois un manque de professionnalisme, selon le Conseil Supérieur de la Communication (CSC)[1].

On dénombre, malgré tout, sur l'ensemble du territoire en 2024, environ 154 radios et 26 télévisions fonctionnelles, (119) presses en ligne fonctionnels et 39 au niveau de la presse écrite.

- **Les médias monitorés et la justification de l'échantillonnage**

Presse écrite	Sidwaya	L'Observateur Paalga	Le Pays
	Le Quotidien	L'Express du Faso	-
Radio	RTB/ Radio	Savane FM	Oméga FM
	Watt FM	Pulsar FM	Ouaga FM

[1] *Organe de régulation des médias et de la communication.*

	Horizon FM	-	-
Télévision	RTB/ Télé	BF1	3TV
	Savane TV	Impact TV	**-**
Presse en ligne	www.lefaso.net	**-**	**-**

En ce qui concerne les médias monitorés, le 06 mai 2025, leur choix a été fait en fonction de leur représentativité, leur régularité, leur audience élevée, leur sérieux, leur couverture territoriale et le nombre élevé de leur lectorat.

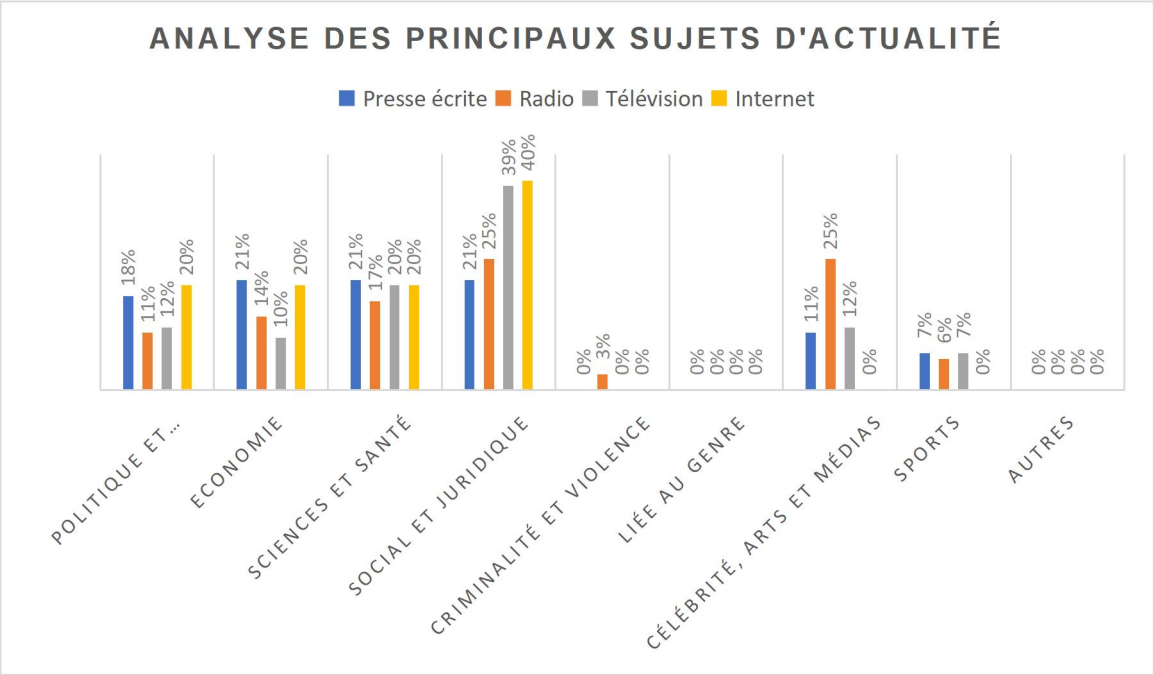
❖ **L'équipe de monitorage**

- TAONSA Ali
- SAWADOGO T. Chantal
- SAWADOGO Bourahima
- TRAORE G. Judith
- OUEDRAOGO Rasmata

THÈMES ÉVOQUÉS DANS LES NOUVELLES

❖ Analyse des principaux sujets d'actualité

	Presse écrite		Radio		Télévision		Internet	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Politique et Gouvernement	18%	5	11%	4	12%	5	20%	1
Economie	21%	6	14%	5	10%	4	20%	1
Sciences et santé	21%	6	17%	6	20%	8	20%	1
Social et Juridique	21%	6	25%	9	39%	16	40%	2
Criminalité et violence	0%	0	3%	1	0%	0	0%	0
Liée au genre	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Célébrité, arts et médias	11%	3	25%	9	12%	5	0%	0
Sports	7%	2	6%	2	7%	3	0%	0
Autres	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0



***Graphique 1** : **Analyse des principaux sujets d'actualité**.*

Dans les nouvelles du 06 mai 2025, les thèmes : Economie, Sciences et santé, et Social et juridique ont été les plus traités avec chacun 21% en presse écrite suivi de Politique et gouvernement avec 18%, ensuite vient le thème Célébrité, arts et média 11% et 7% pour le sport.

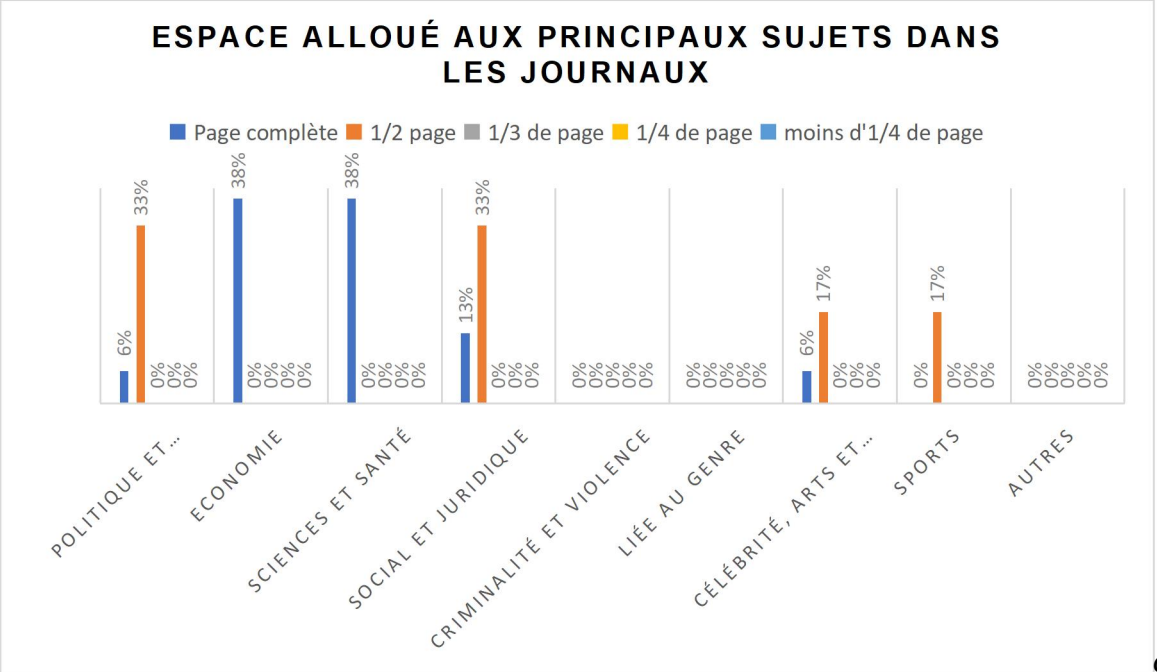
En radio se sont les thèmes : Social et Juridique, et Célébrité, arts et médias qui ont été le plus traité avec 25% des sujets, ensuite vient les Sciences et santé 17%, l'Economie 14%, politique et gouvernement 11%, 6% pour le sport et enfin 3% pour la Criminalité et violence.

En télévision, la représentation est de 10%, 20% et 29% respectivement en Economie, Sciences et santé et Social et juridique, 12% pour Célébrité, arts et média, également 12% pour Politique et gouvernement et enfin les Sports avec 7% des sujets traités.

En presse en ligne, le thème Social et juridique vient en tête avec 40%, 20% pour Sciences et société et 20% en Economie et 20% également pour Politique et développement.

- **Espace alloué aux principaux sujets dans les journaux**

	Page complète	Demi page	Tiers de page	Quart page	Moins ¼ de page
	%	%	%	%	%
Politique et Gouvernement	6%	33%	0%	0%	0%
Economie	38%	0%	0%	0%	0%
Sciences et santé	38%	0%	0%	0%	0%
Social et Juridique	13%	33%	0%	0%	0%
Criminalité et violence	0%	0%	0%	0%	0%
Liée au genre	0%	0%	0%	0%	0%
Célébrité, arts et médias	6%	17%	0%	0%	0%
Sports	0%	17%	0%	0%	0%
Autres	0%	0%	0%	0%	0%



Graphique 2 : Espace alloué aux principaux sujets dans les journaux.

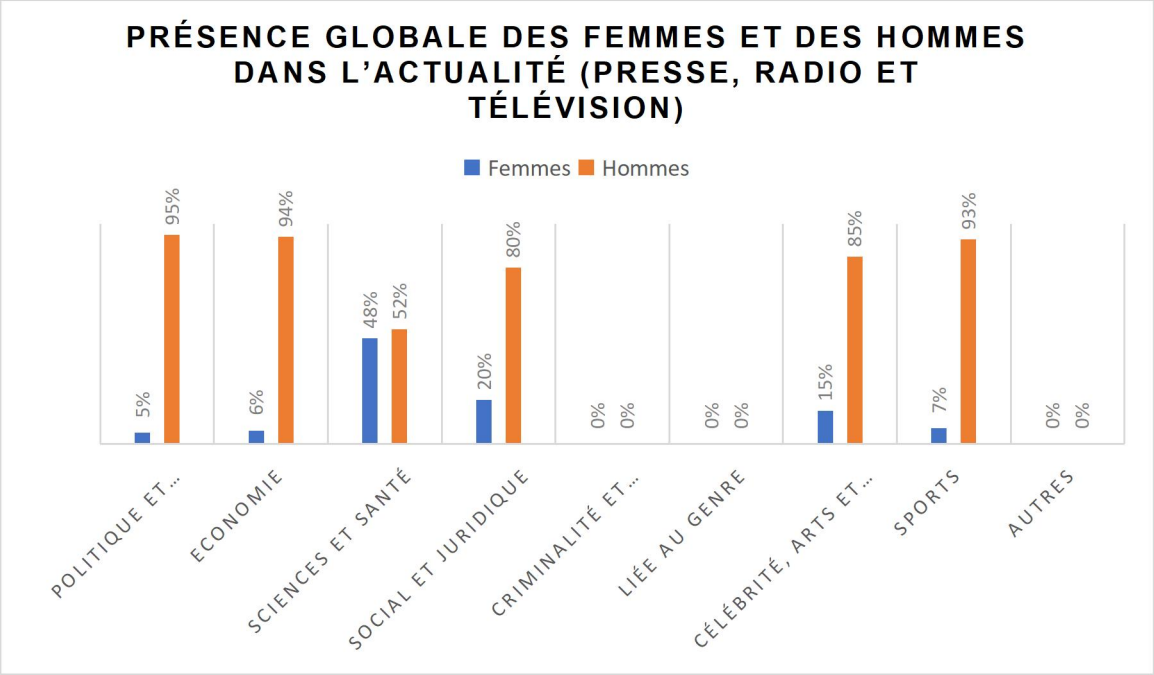
Lors de la journée de monitoring, en ce qui concerne les espaces allouées aux principaux sujets, nous remarquons que 38% des sujets traités en Economie occupent une page entière, ainsi que les sujets traités en Sciences et santé, 13% des sujets traités en Social et juridique, 6% en Politique et gouvernance, 6% également pour les sujets traités en Célébrité, arts et médias.
33% des sujets traités en Politique et gouvernance occupent des demi-page ainsi que les sujets en Social et juridique, 17% des sujets en lien avec la Célébrité, arts et médias, 17% également des sujets en lien avec les Sports occupent des demi-page.

SUJETS ET SOURCES DES NOUVELLES

D'une manière générale, les femmes sont moins présentes, en tant que sujets ou sources, dans les nouvelles tous médias confondus. Même au sein des médias elles sont moins présentes.

- **Présence globale des femmes et des hommes dans l'actualité** (Presse, radio, télé)

	Presse, Radio, Télévision			Internet		
	Femmes	Hommes		Femmes	Hommes	
	%	%	N	%	%	N
Politique et Gouvernement	5%	95%	22	0%	100%	1
Economie	6%	94%	31	0%	100%	3
Sciences et santé	48%	52%	50	33%	67%	3
Social et Juridique	20%	80%	71	20%	80%	5
Criminalité et violence	0%	0%	0	0%	0%	0
Liée au genre	0%	0%	0	0%	0%	0
Célébrité, arts et médias	15%	85%	39	0%	0%	0
Sports	7%	93%	15	0%	0%	0
Autres	0%	0%	0	0%	0%	0

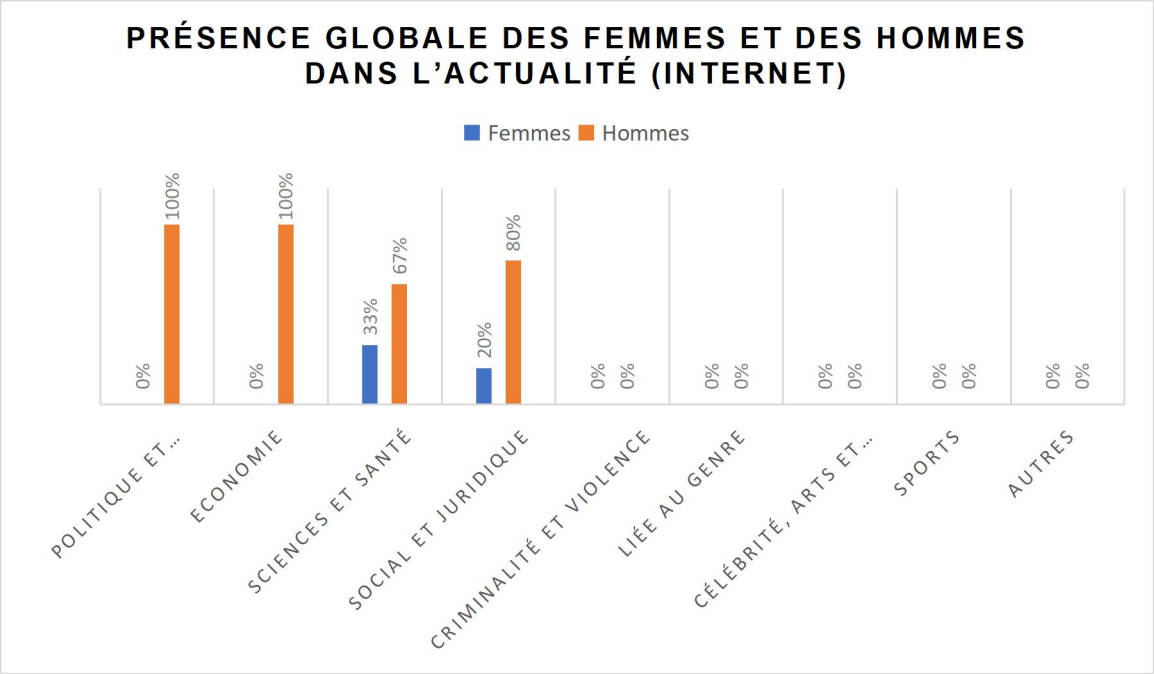


Graphique 1* : *Présence globale des femmes et des hommes dans l'actualité (Presse, radio et télé)

Selon le graphique, les thèmes traités dans les nouvelles lors de la journée du 06 mai 2025, on peut retenir en fonction de la répartition suivante selon le genre au niveau de la presse écrite, la radio et la télévision :
Politique et gouvernement : les femmes représentent 5% contre 95% d'hommes. Quant à l'économie, les femmes représentent 6% contre 94% d'hommes. En sciences et santé les femmes occupent 48% et les hommes 52%. Les hommes représentent 80% contre 20% de femmes en social et juridique. En célébrité, arts média, les femmes représentent 15% des sujets traités et les hommes 85%.

❖ **Présence globale des femmes et des hommes dans l'actualité** (internet)

	Internet		
	Femmes	Hommes	
	%	%	N
Politique et Gouvernement	0%	100%	1
Economie	0%	100%	3
Sciences et santé	33%	67%	3
Social et Juridique	20%	80%	5
Criminalité et violence	0%	0%	0
Liée au genre	0%	0%	0
Célébrité, arts et médias	0%	0%	0
Sports	0%	0%	0
Autres	0%	0%	0

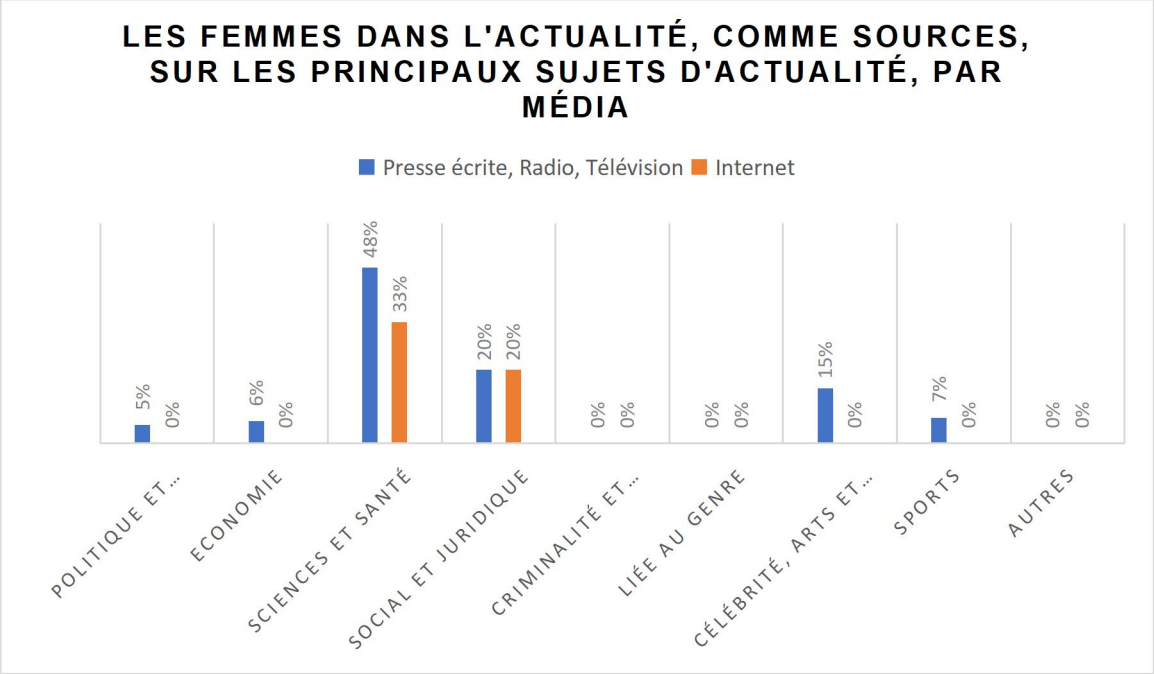


Graphique 1 suite** : **Présence globale des femmes et des hommes dans l'actualité (internet)

Dans la presse en ligne, les femmes sont moins présentes dans les nouvelles par rapport aux hommes. Cette répartition se présente comme suit :
Politique et gouvernement : les femmes ne sont pas présentes (00%) et les hommes présents à 100%. En économie également, elles ne sont pas présentes (00%) et 100% d'hommes. En Sciences et santé, les femmes représentent 33% contre 67% d'hommes. En social et juridique, les hommes viennent en tête avec 80% contre 20% de femmes.

❖ **Les femmes dans l'actualité, comme sources, sur les principaux sujets d'actualité, par média** (Presse écrite, Radio, Télévision et internet)

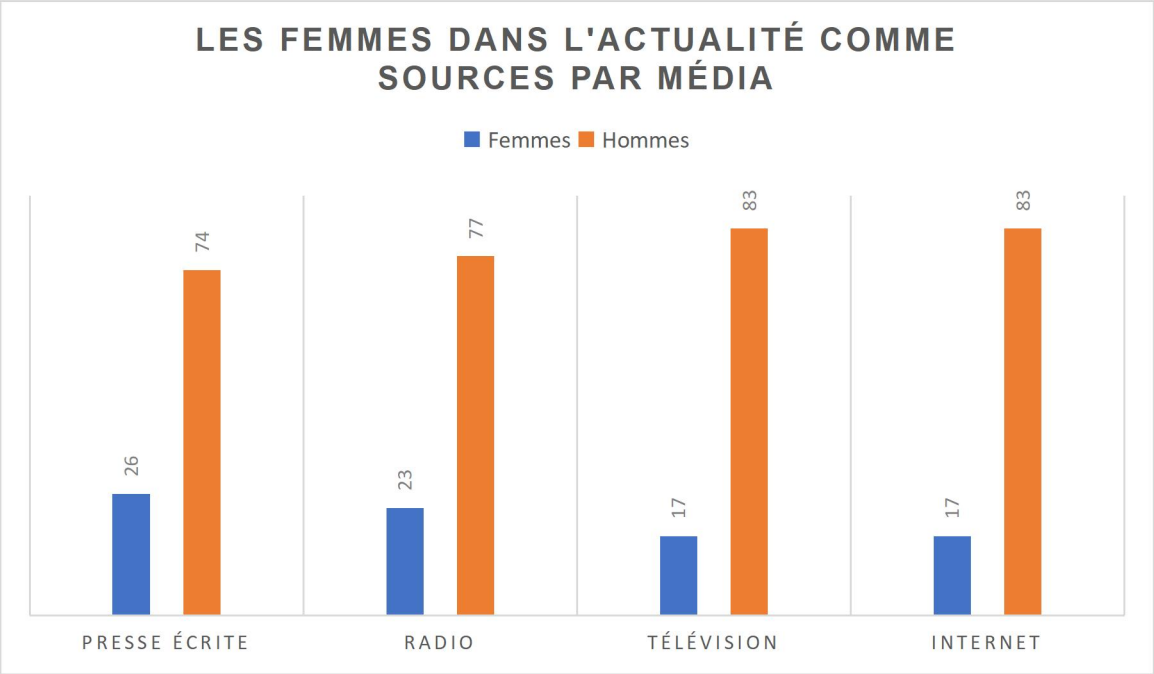
	Presse écrite, Radio, Télévision		**Internet**	
	Femmes		Femmes	
	%	N	%	N
Politique et Gouvernement	5%	1	0%	0
Economie	6%	2	0%	0
Sciences et santé	48%	24	33%	1
Social et Juridique	20%	14	20%	1
Criminalité et violence	0%	0	0%	0
Liée au genre	0%	0	0%	0
Célébrité, arts et médias	15%	6	0%	0
Sports	7%	1	0%	0
Autres	0%	0	0%	0



Graphique 2 : Les femmes dans l'actualité, comme sources, sur les principaux sujets d'actualité, par média

❖ **Les femmes dans l'actualité comme sources par média**

	Presse écrite	Radio	Télévision	Internet
	%	%	%	%
Femmes	26%	23%	17%	17%
Hommes	74%	77%	83%	83%
	100%	100%	100%	100%

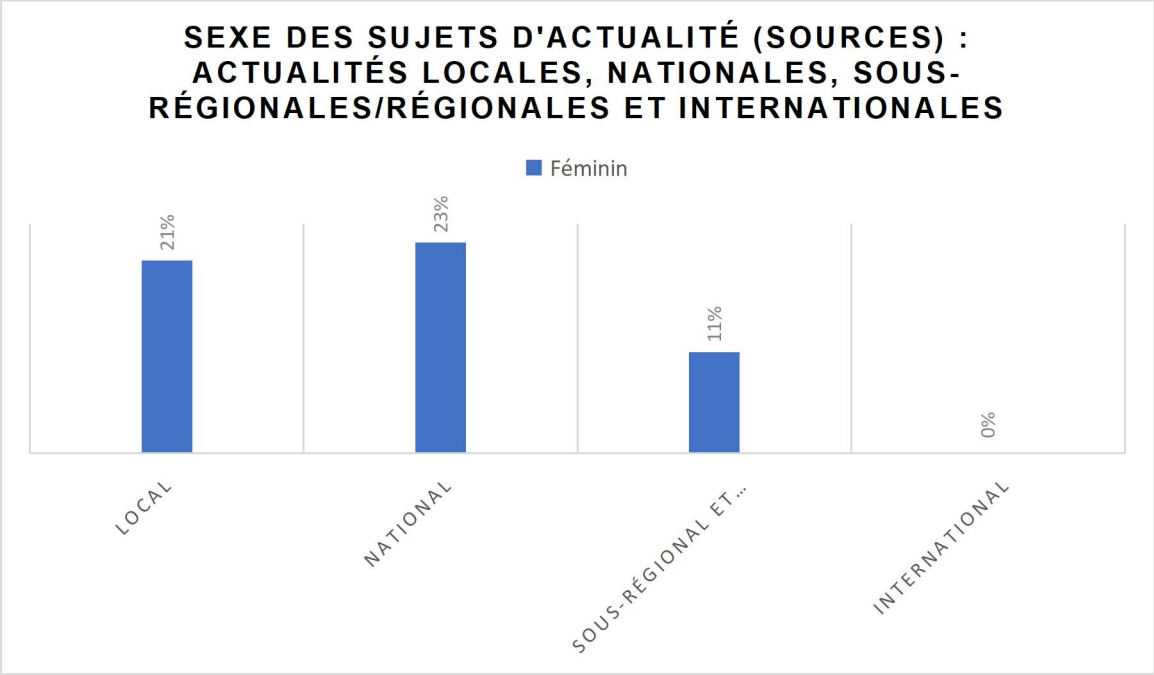


Graphique 3 : Les femmes dans l'actualité (sources) par média

Dans la journée du 06 mai 2025, comme sources d'information, les femmes sont largement moins présentes dans l'actualité au niveau des différents médias. Les pourcentages se présentent comme suit : 26% de femmes contre 74% d'hommes dans la presse écrite, 23% de femmes en radio contre 77% d'hommes, 17% de femmes en télévision contre 83% d'hommes et 17% de femmes contre 83% dans la presse en ligne.

❖ **Sexe des sujets d'actualité (sources) : actualités locales, nationales, sous-régionales/régionales et internationales**

	Féminin	
	%	N
Local	21%	86
National	23%	125
Sous-régional et régional	11%	9
International	0%	8

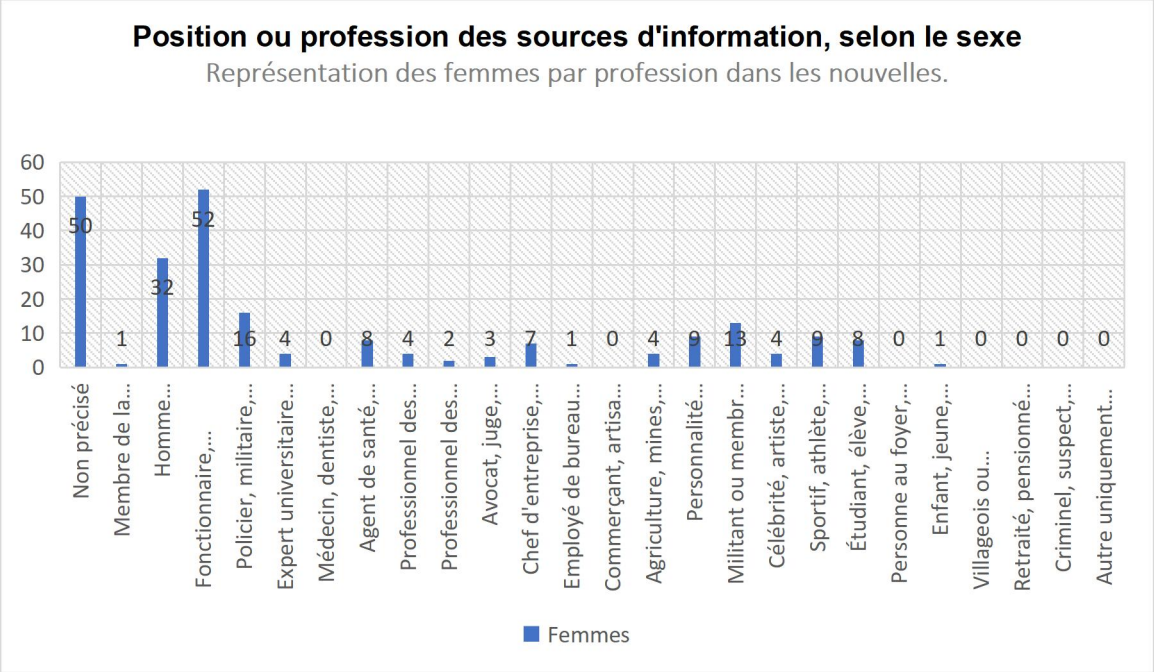


Graphique 4 : Sexe des sujets d'actualité (sources) : actualités locales, nationales, sous-régionales/régionales et internationales

Lors de la journée du 6 mai 2025, dans l'actualité locale les femmes représentent 21% des 86 sujets recensés. Dans l'actualité nationale, elles représentent 23% des 125 sujets. Enfin elles représentent 11% des 9 sujets de l'actualité sous-régionale. Et aucunes des 8 sujets de l'internationale.

❖ **Position ou profession des sources d'information, selon le sexe**

(Représentation des femmes par profession dans les nouvelles).	**Femmes**	
	%	**N**
Non précisé	20%	50
Membre de la royauté, monarque, monarque déchu, etc.	0%	1
Homme politique/député, ...	6%	32
Fonctionnaire, porte-parole, etc.	31%	52
Policier, militaire, paramilitaire, milicien, sapeur-pompier	0%	16
Expert universitaire, conférencier, enseignant	25%	4
Médecin, dentiste, spécialiste de la santé	0%	0
Agent de santé, travailleur social, éducateur de jeunes enfants	63%	8
Professionnel des sciences/technologies, ingénieur, etc.	0%	4
Professionnel des médias, journaliste, cinéaste, etc.	0%	2
Avocat, juge, magistrat, avocat, etc.	0%	3
Chef d'entreprise, dirigeant, gestionnaire, courtier en bourse...	14%	7
Employé de bureau ou de service, employé non cadre	0%	1
Commerçant, artisan, ouvrier, chauffeur routier, etc.	0%	0
Agriculture, mines, pêche, sylviculture	0%	4
Personnalité religieuse, prêtre, moine, rabbin, mollah, religieuse	11%	9
Militant ou membre d'une organisation de la société civile, d'une ONG, d'un syndicat	23%	13
Célébrité, artiste, acteur, écrivain, chanteur, personnalité de la télévision	25%	4
Sportif, athlète, joueur, entraîneur, Arbitre	11%	9
Étudiant, élève, écolier	88%	8
Personne au foyer, parent (homme ou femme) uniquement si aucune autre profession n'est précisée (ex. : médecin/mère = code 6)	0%	0
Enfant, jeune, aucune autre profession précisée	0%	1
Villageois ou habitant, aucune autre profession précisée	0%	0
Retraité, pensionné, aucune autre profession précisée	0%	0
Criminel, suspect, aucune autre profession précisée	0%	0
Autre uniquement en dernier recours et avec explication	0%	0



Graphique 5 : Représentation des femmes par profession dans les nouvelles

Selon le graphique on ignore la fonction/profession de 20% de femmes présentent dans les nouvelles. 6% sont représentées comme des Hommes politique /député. 31% comme des fonctionnaires/ Porte-parole.

25% également sont représentées comme Expert universitaires, conférencier, enseignant et 63% aussi sont agents de santé/ travailleurs social, éducateur.

14% sont des chefs d'entreprises, dirigeant, gestionnaire, courtier en ourse et 7% d'hommes d'affaires, cadres d'entreprise ou chefs d'entreprise.

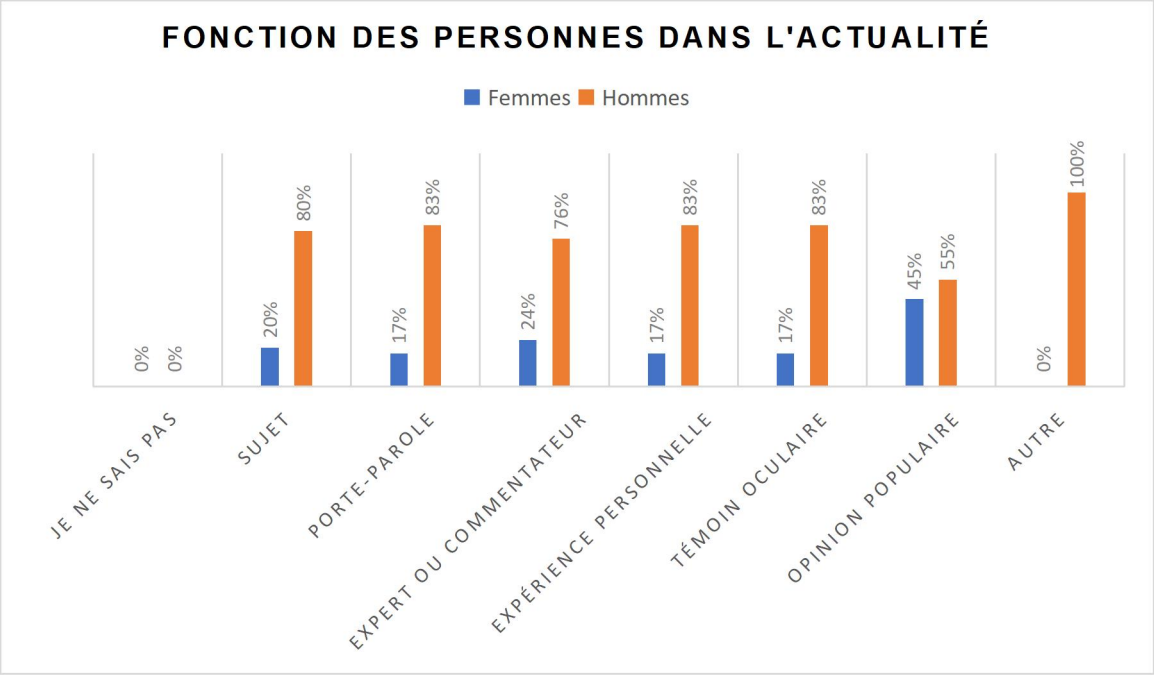
11% sont des personnalités religieuses, prêtre, moine, rabbin, mollah.

23% des militants ou membre d'une OSC ou ONG, d'un syndicat. 25% sont des célébrité, artiste, acteur, écrivain, chanteur, personnalité de la télévision. 11% comme sportif, athlète, joueur, entraîneur, arbitre et 88% en tant qu'étudiant, élève, écolier.

- **Fonction des personnes (femmes et hommes) dans l'actualité**

	Femmes		**Hommes**		
	%	**N**	**%**	**N**	**N**
Je ne sais pas	0%	0	0%	0	0
Sujet	20%	20	80%	78	98
Porte-parole	17%	11	83%	55	66
Expert ou commentateur	24%	4	76%	13	17
Expérience personnelle	17%	2	83%	10	12
Témoin oculaire	17%	2	83%	10	12

Opinion populaire	45%	9	55%	11	20
Autre	0%	0	100%	3	3



Graphique 6* : *Fonction des personnes dans l'actualité

Selon le graphique ci-dessus, les femmes présentent dans les reportages en tant que sources, se présentent comme suit :

20% des femmes sont sujet du reportage contre 80% des hommes, 17% des porte-paroles contre 83% d'hommes, 24% des femmes sont des experts ou commentateur, contre 76%. 17% parlent pour leurs expériences professionnelles contre 83% d'hommes. 17% des femmes parlent en tant que témoins oculaires contre 83% d'hommes. Comme opinions populaires 45% ont parlé contre 55% d'hommes.

- **Fonction des sujets d'actualité par sexe et par profession**
  (*Répartition de la fonction des sujets d'actualité par sexe et par profession)*

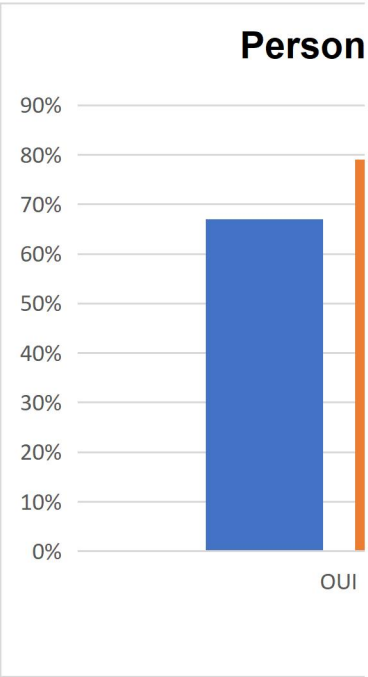
	JE NE CONNAIS PAS		SUJET		PORTE-PAROLE		EXPERT OU COMMENTATEUR		EXPERIENCE PERSONNELLE		TEMOIN OCULAIRE		OPINION POPULAIRE		AUTRE	
	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H	F	H
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Homme ou femme politique / député(e)	0%	0%	5%	18%	9%	22%	0%	15%	0%	0%	0%	10%	0%	0%	0%	33%
Fonctionnaire, porte-parole, etc.	0%	0%	45%	22%	64%	24%	0%	23%	0%	0%	0%	30%	0%	0%	0%	0%
Expert universitaire, conférencier(ère), enseignant(e)	0%	0%	0%	3%	0%	0%	25%	0%	0%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Professionnel(le) de santé, travailleur(euse) social(e), éducateur(trice) de jeunes enfants	0%	0%	15%	3%	0%	0%	25%	0%	50%	0%	0%	0%	0%	9%	0%	0%
Militant(e) ou membre d'une organisation de la société civile, d'une ONG ou d'un syndicat	0%	0%	15%	6%	0%	4%	0%	23%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Personnalité publique, artiste, acteur(trice), écrivain(e), chanteur(euse), animateur(trice) de télévision	0%	0%	0%	4%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Étudiant(e), élève	0%	0%	10%	0%	18%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%

❖ Fonction des sujets d'actualité par sexe - par âge

	Ne sait pas		Enfant (12 ans et moins)		Adolescent (13-19 ans)		Jeune adulte (20-30 ans)		Age moyen (31-50 ans)		Jeune senior (51-64 ans)		Adulte âgé (65-79 ans)		Personne âgé (+80 ans)	
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femme	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je ne sais pas	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Sujet	48%	63%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	0%	67%	0%	0%
Porte-parole	22%	14%	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	57%	0%	60%	0%	33%	0%	0%
Expert ou commentateur	7%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	10%	0%	0%	0%	0%
Expérience personnelle	4%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Témoin oculaire	4%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	7%	0%	10%	0%	0%	0%	0%
Opinion populaire	15%	5%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Autre	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	100%	100%	100%	0%	100%	0%	0%	0%	100%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%

❖ Personnes d'actualité citées, par sexe

	Féminin	Masculin
	%	%
Oui	67%	79%
Non	33%	21%
	100%	**100%**

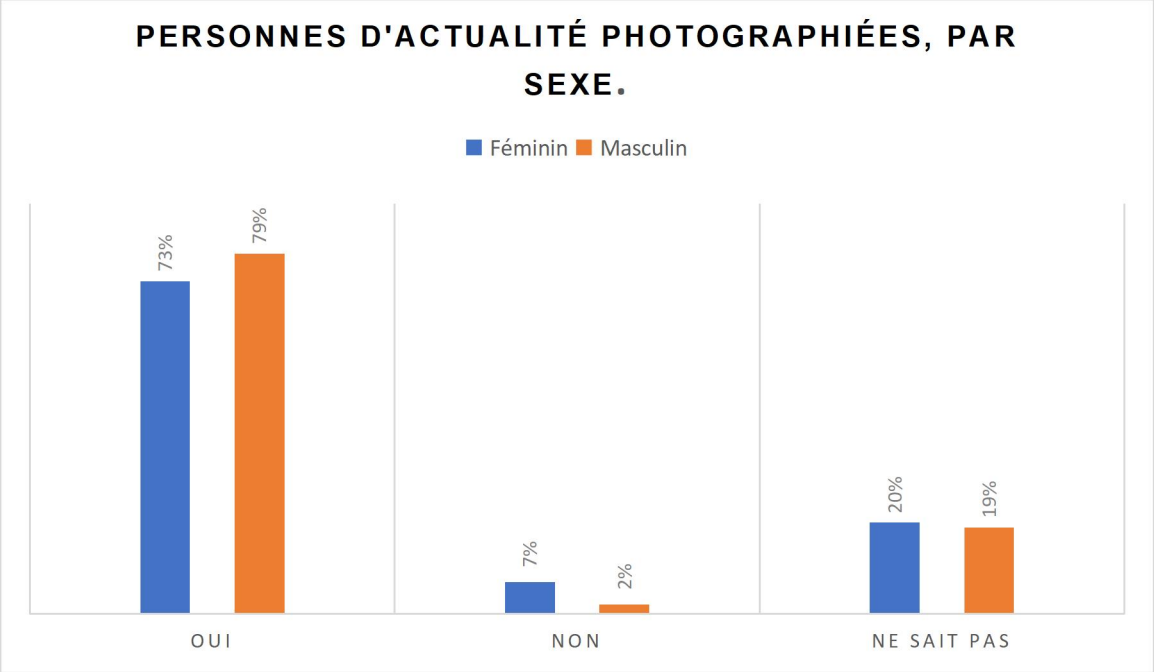


Graphique 7 **:** ***Personnes d'actualité citées, par sexe***

Selon les données, 67% des femmes présentent dans les Nouvelles sont citées et 33% non citées. Du côté des hommes ils sont 79% à être cites contre 21% non-cités

❖ Personnes d'actualité photographiées, par sexe.

	Féminin	Masculin
	%	%
Oui	73%	79%
Non	7%	2%
Ne sait pas	20%	19%
	100%	100%



Graphique 8** : **Personnes d'actualité photographiées, par sexe

Selon les résultats, 73% des femmes présentent dans les nouvelles le 6 mai 2025 ont été photographiées et 7% non photographiées et nous ignorons pour 20% de femmes. Par contre pour les hommes 79% ont été photographiés, 2% non photographiés et nous ignorons pour 19% d'hommes.

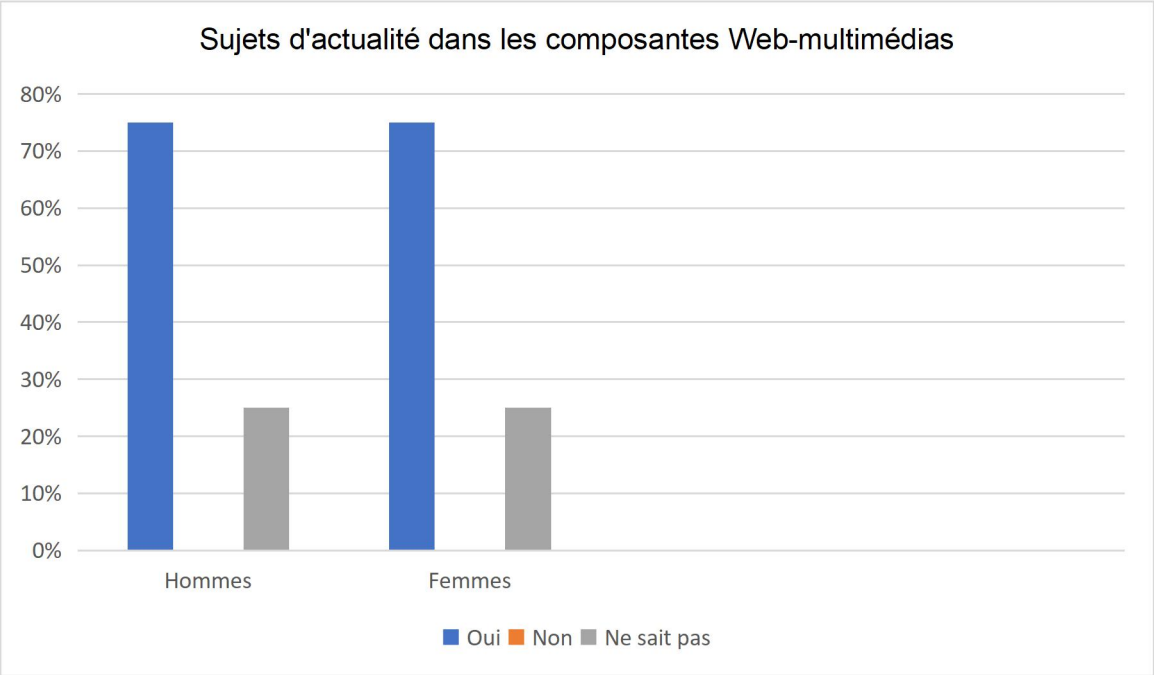
❖ Internet : Fonctions des sujets d'actualité

	Ne sait pas		Sujet		Porte-parole		Expert ou commentateur		Expérience personnelle		Témoin oculaire		Opinion populaire		Autre		
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	N
Femmes	0%	0	50 %	1	0%	0	50%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0 %	0	2
Hommes	0%	0	70 %	7	0%	0	10%	1	0%	0	20%	2	0%	0	0 %	0	10
Diversité de genre, y compris les personnes transgenres	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0 %	0	0
Ne sait pas	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0 %	0	0

Au niveau de l'internet (média en ligne) 50% de femmes sont mentionnées comme sujets d'actualité, 50% aussi comme expert ou commentateur.

❖ **Internet - Sujets d'actualité dans les composants Web multimédias**

Femmes						Hommes					
Oui		Non		Ne sait pas		Oui		Non		Ne sait pas	
%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
75%	9	0%	0	25%	3	75%	9	0%	0	25%	3



❖ **Internet - Sujets d'actualité cités directement**

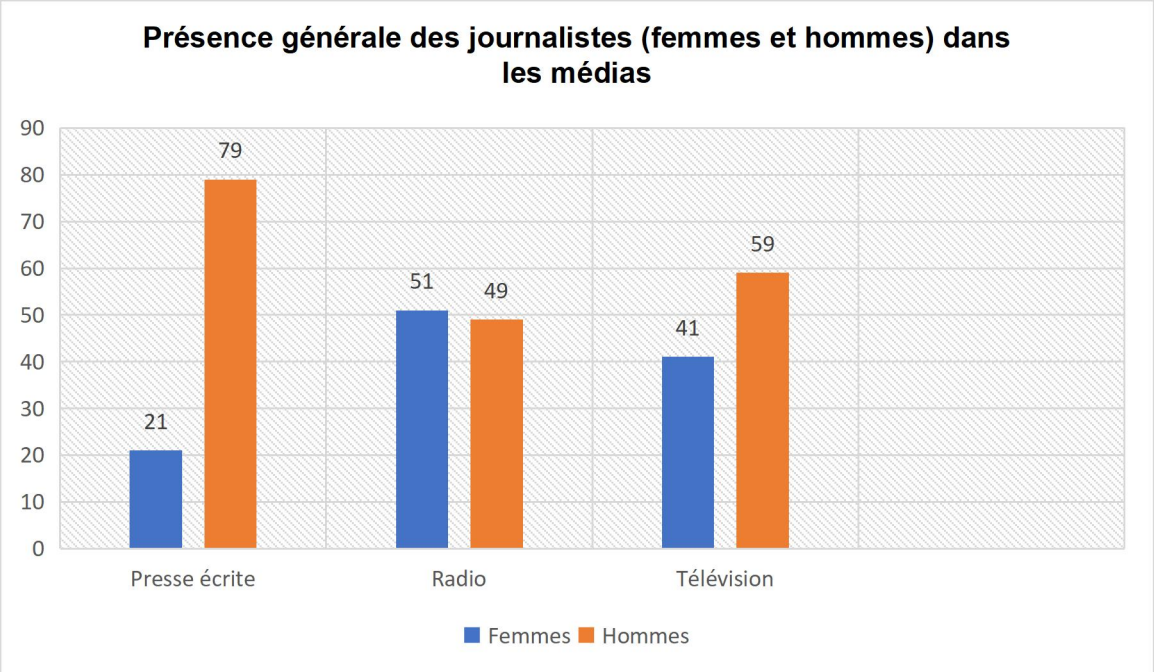
Femmes				Homme			
Oui		Non		Oui		Non	
%	N	%	N	%	N	%	N
100%	12	0%	0	100%	12	0%	0

75% des sujets d'actualité dans les composantes web médias sont des femmes et 100% ont été cités directement.

LES JOURNALISTES

❖ **Présence générale des journalistes (femmes et hommes) dans les médias**

Presse écrite				Radio				Télévision			
Femmes		Hommes		Femmes		Hommes		Femmes		Hommes	
%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
21%	6	79%	22	51%	32	49%	31	41%	23	59%	33

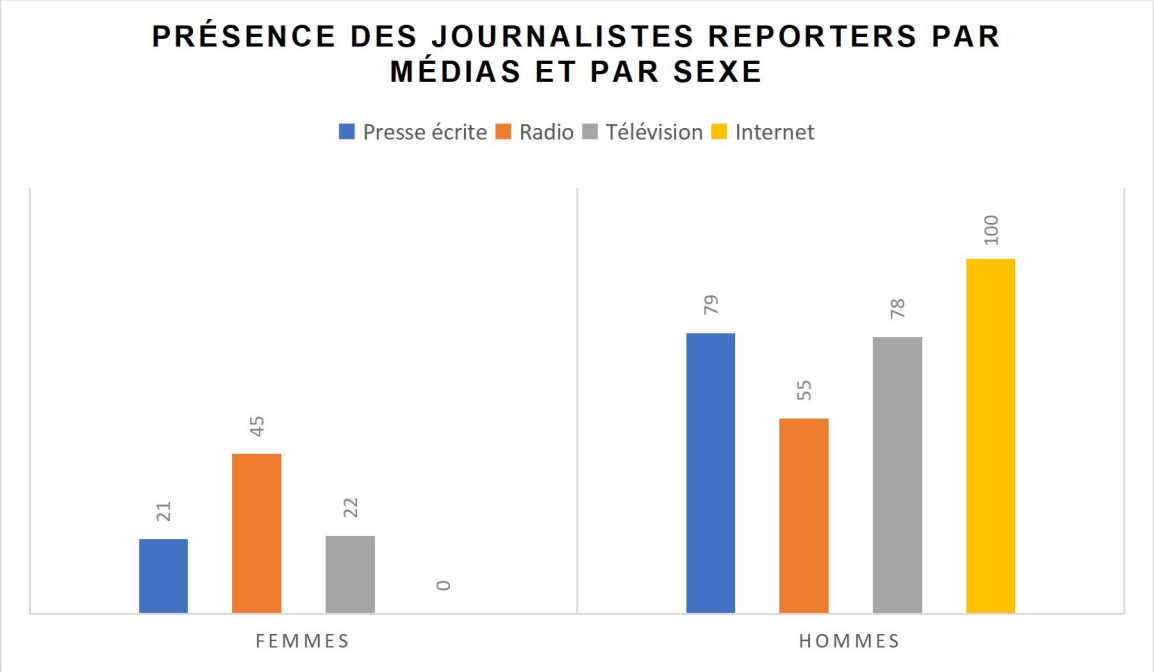


Graphique 1** : **Présence générale des journalistes (femmes et hommes) dans les médias

En ce qui concerne la présence des femmes dans les médias, nous remarquons que la présence des femmes reste inférieure dans la presse écrite et en télévision par rapport aux hommes. Ainsi, les résultats donnent 21% de femmes contre 79% d'hommes en presse écrite et 41% de femmes contre 59% d'hommes en télévision. Par contre en radio, le pourcentage des femmes est de 51% et 49% d'hommes.

❖ **Répartition des journalistes reporters par média** (presse écrite, radio, télévision, internet) et par sexe (pays)

Presse écrite				Radio				Télévision				Internet			
Femmes		Hommes		Femmes		Hommes		Femmes		Hommes		Femmes		Hommes	
%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
21%	6	79%	22	45%	13	55%	16	22%	9	78%	32	0%	0	100%	4

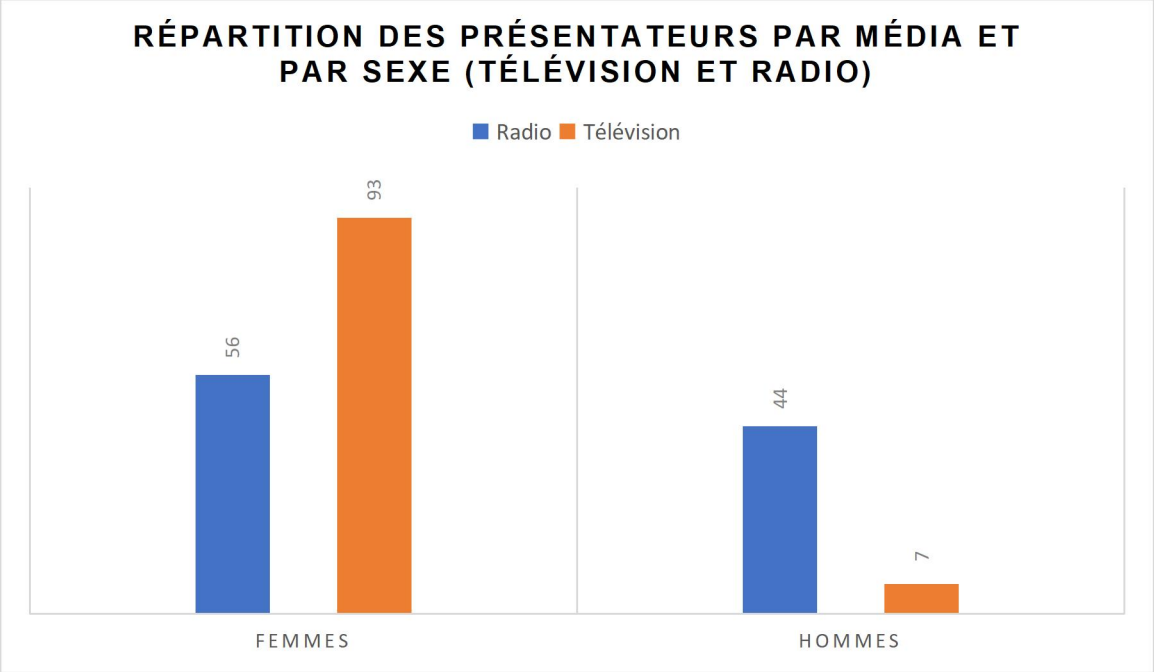


Graphique 2 : Présence des journalistes reporters Par médias et par sexe

Pour la répartition des reporters dans les médias, les femmes reporters sont encore inférieur par rapport aux hommes. Selon les données du 06 mai 2025, dans la presse écrite le pourcentage des femmes reporters est de 21%, en radio il est de 45%. 22% en télévision et 00% dans la presse en ligne.

- **Répartition des présentateurs par média et par sexe.** *(Télévision et radio)*

Radio				Télévision			
Femmes		Hommes		Femmes		Hommes	
%	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**
56%	19	44%	15	93%	14	7%	1

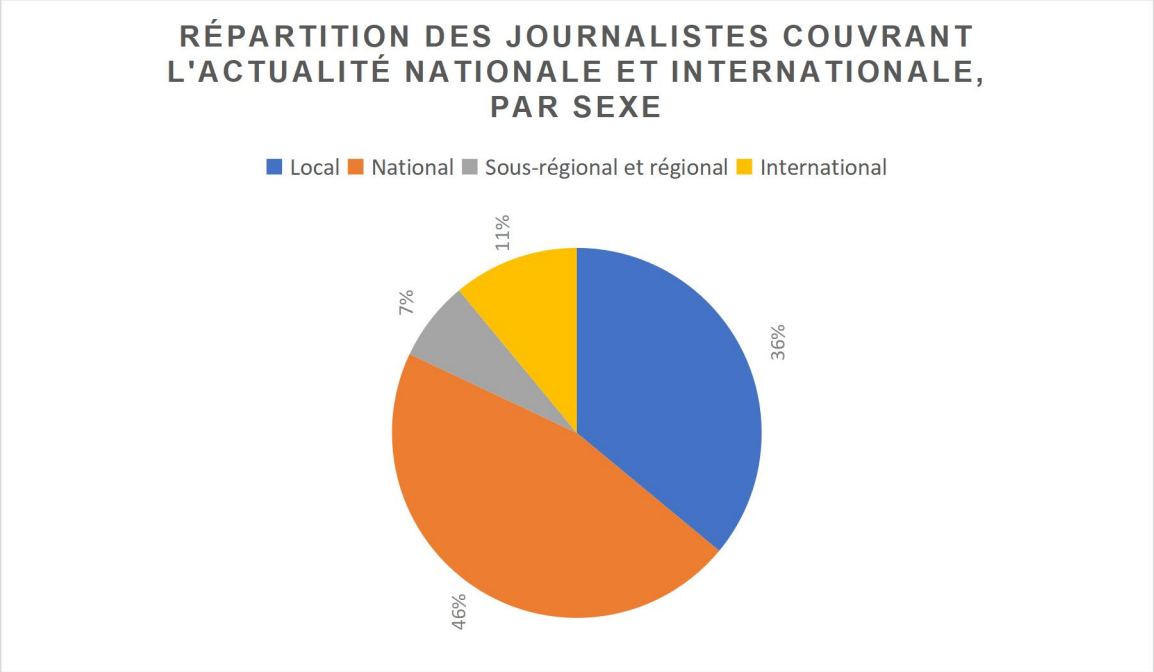


Graphique 3** : **Répartition des présentateurs par média et par sexe (Télévision et radio)

Au niveau de la présentation du journal, les femmes occupent la première place 56% contre 44% pour les hommes, dans la présentation du journal en radio. En télévision, 93% des présentateurs sont des femmes et seulement 7% des hommes.

- **Répartition des journalistes couvrant l'actualité nationale et internationale, par sexe**

	Femmes		Hommes	
	%	N	%	N
Local	36%	10	37%	26
National	46%	13	57%	40
Sous-régional et régional	7%	2	3%	2
International	11%	3	3%	2
	100%		100%	



Graphique 4 : Répartition des journalistes couvrant l'actualité nationale et internationale, par sexe

Selon le graphique ci-dessus, 36% des femmes ont couvert l'actualité local contre 37% d'hommes. Quant à l'actualité nationale, elles sont 46% contre 57% d'hommes. L'actualité sous-régionale et régionale a été couvert par 7% de femmes contre 3% d'hommes. La couverture de l'actualité internationale 11% de femmes l'ont fait contre 3% d'hommes.

- **Répartition des journalistes reporters, par sexe, sur les principaux sujets**

	Presse écrite				**Radio**				**Télévision**			
	Femmes		**Hommes**		**Femmes**		**Hommes**		**Femmes**		**Hommes**	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Politique et gouvernement	11%	3	14%	10	11%	3	14%	10	11%	3	14%	10
Économie	11%	3	16%	11	11%	3	16%	11	11%	3	16%	11
Sciences et santé	18%	5	20%	14	18%	5	20%	14	18%	5	20%	14
Affaires sociales et juridiques	43%	12	24%	17	43%	12	24%	17	43%	12	24%	17
Criminalité et violence (hors violence sexiste)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Violence sexiste	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Célébrités, arts et médias	18%	5	16%	11	18%	5	16%	11	18%	5	16%	11
Sports	0%	0	10%	7	0%	0	10%	7	0%	0	10%	7
Autres	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0

Nous constatons qu'au niveau des reporters dans les grands sujets, les données sont les mêmes dans les différents médias.

❖ **Âge des présentateurs et journalistes de télévision, par sexe et par pays**

	Présentateur				Reporter			
	Féminin		Masculin		Féminin		Masculin	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Je ne sais pas	50%	7	100%	1	100%	9	88%	28
Enfant (12 ans et moins)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Adolescent (13-19 ans)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Jeune adulte (20-30 ans)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Âge moyen (31-50 ans)	50%	7	0%	0	0%	0	13%	4
Jeune senior (51-64 ans)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Adulte plus âgé (65-79 ans)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Personne très âgée (80 ans et plus)	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
	100%		100%		100%		100%	

Selon les données, les présentatrices de télé dont l'âge est compris entre 30 et 50 ans représentent 50% et nous ignorons l'âge de 50% des présentatrices et 100% des présentateurs.

Quant aux reporters télé, nous ignorons à 100% l'âge des reporters féminins et 88% des reporters masculins. 13% des reporters masculins ont un âge compris entre 31 et 50 ans.

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

❖ **Récits abordant les questions d'égalité/d'inégalité des sexes, la législation et les politiques publiques, classés par thème principal et par support**

	Presse écrite			Radio			Télévision		
	Oui	Non		Oui	Non		Oui	Non	
	%	%	N	%	%	N	%	%	N
Politique et Gouvernement	0%	100%	1	0%	100%	4	0%	100%	5
Economie	0%	100%	1	0%	100%	5	0%	100%	4
Sciences et santé	0%	100%	1	0%	100%	6	0%	100%	8
Social et Juridique	0%	100%	3	11%	89%	9	0%	100%	16
Criminalité et violence	0%	0%	0	0%	100%	1	0%	0%	0
Liée au genre	0%	0%	0	0%	0%	0	0%	0%	0
Célébrité, arts et médias	0%	100%	3	0%	100%	9	0%	100%	5
Sports	0%	100%	2	0%	100%	2	0%	100%	3
Autres	0%	0%	0	0%	0%	0	0%	0%	0
Overall	0%			3%			0%		

Pour les reportages abordant les questions d'égalité/d'inégalité des sexes, nous constatons qu'au niveau de la radio, sur 9 reportages du thème social et juridique, seulement 11% évoquent des questions d'égalité des sexes. Aucun article en presse écrite et en télévision ne traite de la question d'égalité/d'inégalité des sexes.

❖ **Récits centrés sur les femmes, classés par thème principal**

	Presse écrite				Radio				Télévision			
	Oui		Non		Oui		Non		Oui		Non	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
Politique et gouvernement	0%	0	100%	5	0%	0	100%	4	0%	0	100%	5
Économie	0%	0	100%	6	40%	2	60%	3	0%	0	100%	4
Sciences et santé	0%	0	100%	6	0%	0	100%	6	0%	0	100%	8
Affaires sociales et juridiques	0%	0	100%	6	0%	0	100%	9	6%	1	94%	15
Criminalité et violence (hors violence sexiste)	0%	0	0%	0	0%	0	100%	1	0%	0	0%	0
Violence sexiste	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0
Célébrités, arts et médias	0%	0	100	3	0%	0	100	9	0	0	100	5

			%				%		%		%	
Sports	50 %	1	50 %	1	0%	0	100 %	2	0 %	0	100 %	3
Autres	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0 %	0	0%	0
Overall	4%				6%				2 %			

En radio : 2 sur 3 articles en économie ; en télévision :1 sur 5 reportages en affaires sociales et juridiques et en presse écrite : 1 article en sport, sont centrés sur les femmes

CONCENTRATION SUR LA VIOLENCE SEXISTE

Aucun article n'a été noté lors de la journée du 6 mai comme faisant référence à une violence sexiste au Burkina Faso.

- **Égalité des genres et politiques relatives aux droits des femmes dans les récits de violences basées sur le genre, par sous-thème et par pays** (Presse écrite, Radio et Télévision)

	Presse écrite, Radio, Télévision			
	Burkina Faso			
	Oui		**Non**	
	%	**N**	**%**	**N**
Harcèlement sexuel envers les femmes, viol, agression sexuelle.	33%	1	67%	2
Violences conjugales envers les femmes.	0%	0	100%	2
Violences conjugales envers les hommes.	100%	2	0%	0
Violences conjugales envers les personnes transgenres.	50%	1	50%	1
Violences basées sur le genre facilitées par la technologie, notamment la diffusion non consensuelle d'images intimes, le harcèlement en ligne, la misogynie en ligne, le harcèlement en ligne, le trolling…	100%	1	0%	0
Autres violences basées sur le genre telles que le féminicide, la traite des filles et des femmes, les mutilations génitales féminines…	0%	0	100%	1

❖ **Égalité des genres et politiques relatives aux droits des femmes dans les récits de violences basées sur le genre, par sous-thème et par pays (Internet)**

	Internet			
	Burkina Faso			
	Oui		Non	
	%	N	%	N
Harcèlement sexuel envers les femmes, viol, agression sexuelle.	25%	1	75%	3
Violences conjugales envers les femmes.	0%	0	100%	3
Violences conjugales envers les hommes.	100%	2	0%	0
Violences conjugales envers les personnes transgenres.	50%	1	50%	1
Violences basées sur le genre facilitées par la technologie, notamment la diffusion non consensuelle d'images intimes, le harcèlement en ligne, la misogynie en ligne, le harcèlement en ligne, le trolling…	100%	1	0%	0
Autres violences basées sur le genre telles que le féminicide, la traite des filles et des femmes, les mutilations génitales féminines…	0%	0	100%	2

ÉTUDES DE CAS

Néant

RÉSUMÉ ET CONCLUSIONS

Lors de la journée du 6 mai 2025, cent dix (110) articles d'information de presse écrite, de Radio, de télévision et d'internet, ont été analysés.

A l'issu de cette analyse, nous remarquons qu'au Burkina Faso, l'égalité de genre dans les médias reste un chantier complexe. La présence des femmes dans les médias, reste inférieure surtout dans la presse écrite et en télévision par rapport aux hommes. Ainsi, les résultats donnent 21% de femmes contre 79% d'hommes en presse écrite et 41% de femmes contre 59% d'hommes en télévision. Par contre en radio, le pourcentage des femmes est de 51% et 49% d'hommes. Les principaux défis restent la responsabilisation des femmes dans les postes de responsabilité car elles occupent rarement le sommet de la hiérarchie. Le contenu médiatique est aussi un défi.

RECOMMANDATIONS ET PLAN D'ACTION 2026-2030

Médias : encourager les femmes à s'intéresser au métier de journalisme et les amener à s'intéresser à tous les sujets d'actualités sans discrimination, surtout les questions liées aux genres.
Citoyens : accepter davantage les femmes dans le milieu en limitant les préjugés et stéréotypes sur les femmes journalistes.

Gouvernement/état : encourager le journalisme féminin en primant les médias qui prenne en compte la question du genre dans leurs entreprises, encourager les productions journalistiques dans les sujets, primer (s'il y a lieu) les productions journalistiques sur les questions du genre

Annexe 1. Méthodologie

Pendant un cycle complet de 24 heures, des milliers de bénévoles, du Pacifique aux Caraïbes, ont surveillé leurs médias d'information, ajoutant ainsi la voix de leur pays à cette importante évaluation de la représentation des sexes dans les médias d'information. La septième édition du GMMP a été marquée par de nombreuses premières, soulignant les améliorations apportées à cette étude au fil des ans. Pour la première fois, le GMMP 2025 s'est entièrement appuyé sur la saisie électronique des données, sans aucun formulaire manuscrit ; les feuilles de codage ont été soumises à l'équipe technique soit directement via la plateforme, soit à l'aide de la version feuille de calcul du modèle de codage habituel. C'était également la première fois que la majorité de la saisie des données en ligne était effectuée par des équipes nationales, qui ont traité plus de 12 000 entrées. Une autre première a été la prédominance des actualités sur Internet, qui ont dépassé les entrées radio au niveau mondial et dans six des huit régions, reflétant la transition continue vers les sources d'information numériques. Malgré ces évolutions, la méthodologie fondamentale du GMMP est restée cohérente au fil des décennies, préservant la comparabilité des résultats entre les différentes enquêtes.

Comment s'est déroulé le monitorage ?

La journée de monitorage du GMMP a réuni un vaste réseau mondial de bénévoles, tous déterminés à répondre à la question suivante : comment le genre est-il représenté dans une journée d'actualité ordinaire ? Les réseaux nationaux du GMMP, allant des équipes de recherche universitaires aux groupes de défense des médias, ont apporté leur expertise approfondie des écosystèmes médiatiques locaux, garantissant ainsi que les données recueillies étaient ancrées dans leur contexte et reflétaient fidèlement les nuances de la couverture médiatique à travers le monde. Dans certaines régions, la collaboration a dépassé les frontières : des équipes d'Amérique latine et d'Asie ont aidé les pays voisins à saisir les données, garantissant ainsi le partage des connaissances et des efforts là où cela était nécessaire.

À l'approche de la journée de monitorage, l'équipe de la WACC et les coordinateurs régionaux ont organisé une série de sessions de formation sur la méthodologie du GMMP. Les équipes nationales ont suivi une formation de mise à niveau sur la méthodologie d'échantillonnage et les procédures de monitorage, ainsi qu'une introduction aux nouvelles répartitions par thème. Les équipes avaient le choix entre deux options de monitorage : le monitorage complet, qui fournissait une vue détaillée de la représentation des sexes dans les médias, ou le monitorage court, qui ne capturait que les indicateurs clés du GMMP.

Les sessions de formation ont également porté sur l'utilisation de la plateforme de saisie de

données personnalisée du GMMP, utilisée depuis 2015. Disponible en anglais, français et espagnol, cette plateforme sert de système central pour consolider les réponses des équipes nationales après la journée de monitorage. Le jour même du monitorage, les équipes procèdent à la saisie initiale des données hors ligne, car la discussion et la réflexion sont des éléments clés du processus de monitorage. Ces sessions collaboratives permettent aux équipes d'examiner les résultats, de comparer les interprétations et d'assurer la cohérence. Afin de garantir l'exactitude des données, les bulletins radio et télévision ont été enregistrés et des copies des médias numériques et imprimés ont été collectées à titre de référence.

Les questions du GMMP permettent de recueillir des données quantitatives sur quatre dimensions clés de chaque élément d'actualité : i) À propos du reportage : le sujet, l'emplacement et la portée du reportage ; ii) À propos des personnes mentionnées dans le reportage - sujets et sources ; iii) À propos du personnel de presse - annonceurs, présentateurs et reporters - mentionné dans le reportage ; et iv) La qualité du reportage du point de vue du genre - stéréotypes de genre, place centrale des femmes, droits et égalité des sexes. Les équipes nationales peuvent également inclure jusqu'à trois questions supplémentaires sur les personnes mentionnées dans le reportage, afin d'explorer des préoccupations d'intérêt national spécifique. En outre, les équipes fournissent un contexte qualitatif pour faciliter l'interprétation, en décrivant l'actualité du jour du monitorage, les raisons pour lesquelles elles ont sélectionné certains médias et les principales caractéristiques de leur système médiatique national. Les équipes procèdent également à une analyse qualitative structurée, conformément au cadre standard du GMMP, complétant les données quantitatives par des observations qui aident à expliquer les schémas et les tendances en matière de représentation des genres dans les médias.

Bien que les équipes n'aient pas été limitées dans le nombre de médias qu'elles pouvaient surveiller, des recommandations ont été fournies sur le nombre minimum recommandé à l'aide du tableau des densités médiatiques du GMMP. Le système des densités médiatiques, introduit pour la première fois en 2005, a été conçu pour promouvoir une distribution plus équilibrée des données et fournir à chaque pays des recommandations sur le nombre minimum de médias à surveiller. Les densités médiatiques ont été déterminées en fonction du nombre total de chaque type de média dans chaque pays. Au fil des ans, la recherche documentaire a servi de base à la compilation de ces chiffres, qui ont ensuite été validés par les équipes nationales. Pour cette édition, bon nombre des bases de données de recherche sur les médias sur lesquelles nous nous appuyions auparavant étaient obsolètes, ce qui nous a incités à nous tourner vers l'intérieur et à utiliser les bases de données historiques du GMMP comme référence pour les médias pertinents au niveau national. Cette liste a été

examinée et confirmée par les coordinateurs nationaux et régionaux.

Dans plusieurs pays, le nombre de médias pertinents pour cette étude a diminué depuis 2020, reflétant les changements dans le paysage médiatique. Par conséquent, le nombre de densités médiatiques a été réduit ; par exemple, les densités médiatiques pour les médias audiovisuels ont été ramenées de cinq à trois. Pour les actualités sur Internet, les pays ont été classés en fonction des taux d'utilisation d'Internet publiés par l'Union internationale des télécommunications (UIT) et regroupés dans les densités médiatiques correspondantes.

Conclusion

Des salles de classe et des bureaux aux espaces virtuels partagés, le réseau GMMP a transformé une journée d'actualité ordinaire en un instantané représentatif à l'échelle mondiale du genre dans les médias. Cette réussite n'aurait pas été possible sans le dévouement de milliers de bénévoles, dont la surveillance attentive et assidue des médias du monde entier permet de perpétuer cette importante tradition de monitorage des médias.

Références

Lynn, P. (2018). Tackling Panel Attrition. Dans : Vannette, D., Krosnick, J. (éd.) The Palgrave Handbook of Survey Research. Palgrave Macmillan, Cham https://doi.org/10.1007/978-3-319-54395-6_19

Annexe 2. Liste des monitrices et moniteurs

- TAONSA Ali
- SAWADOGO T. Chantal
- SAWADOGO Bourahima
- TRAORE G. Judith
- OUEDRAOGO Rasmata

WACC
80 Hayden Street
Toronto
ON M4Y 3G2
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
www.whomakesthenews.org

FB @Global.Media.Monitoring.Project
X @whomakesthenews
Instagram @gmmpglobal

Femmes, Actions, Médias et Développement

Email : **famedev.bf22@gmail.com**