

**QUI**

FIGURE DANS LES  
NOUVELLES?



**BENIN**

---

**Projet mondial de  
monitorage des médias  
(GMMP) 2010**  
**Rapport national**



**GMMP**

Projet  
Mondial  
de Monitorage  
des Médias

# Remerciements



Le projet mondial de monitoring des médias (GMMP) 2010 est placé sous licence *Creative Commons* (Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification).

Le projet GMMP 2010 est coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), une ONG internationale qui encourage la communication pour favoriser le progrès social, en collaboration avec Media Monitoring Africa (MMA), une organisation basée en Afrique du Sud chargée de l'analyse des données.

Les données du GMMP 2010 ont été recueillies grâce aux efforts bénévoles et collectifs de centaines d'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.



RESEAU INTERAFRICAIN POUR LES FEMMES,  
MEDIAS, GENRE ET DEVELOPPEMENT

FAMEDEV



### Contexte international

- Le 10 novembre 2009 fut une journée de travail ordinaire pour le personnel des salles de presse à travers le monde. Par contre, ce fut une date très particulière pour les groupes qui sont réunis dans plus de 100 pays pour participer au projet de monitoring de leurs médias nationaux. Après des mois de planification, de préparation et de formation, le quatrième Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) a pu voir le jour grâce à eux.
- Le GMMP est le plus vaste et le plus long projet de recherche international existant sur le thème de la parité des sexes dans les médias. Il a démarré en 1995, lorsque des bénévoles issus de 71 pays ont décidé d'évaluer la présence des femmes à la radio, à la télévision et dans la presse de leur pays respectif. Les recherches ont démontré que 17 % seulement des sujets présentés dans l'actualité (personnes interviewés ou dont parlent les nouvelles) étaient des femmes et que la parité des sexes était loin d'être acquise dans la plupart des régions du monde. Les nouvelles [sont] plus souvent présentées par les femmes mais [parlent] encore rarement d'elles.<sup>1</sup>
- En 2000, soixante-dix pays ont participé au deuxième GMMP. Cette deuxième édition du GMMP et les suivantes ont été coordonnées par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC). Les recherches ont démontré que la situation était assez similaire : 18 % seulement des sujets représentés étaient des femmes, un changement non significatif sur le plan statistique sur une période de 5 ans.<sup>2</sup>
- En 2005, soixante-seize pays ont participé au troisième GMMP. On a constaté une progression évidente de la présence des femmes au sein de l'actualité : 21 % des sujets présentés étaient des femmes. Cette augmentation de 3 % en cinq ans est significative sur le plan statistique. Cependant, ce GMMP a essentiellement mis en évidence le fait que les femmes continuaient d'être quasi-invisibles dans l'actualité. Très peu de reportages (un peu moins de 10 %) portaient spécifiquement sur les femmes. Les femmes étaient rarement au centre des reportages qui composaient l'essentiel de l'actualité. Dans les principaux thèmes de l'actualité, il y avait davantage d'hommes que de femmes qui étaient mis en vedette. Les experts sollicités pour donner leur opinion étaient essentiellement des hommes avec seulement 17 % de femmes apparaissant dans les reportages pour donner leur avis. Les femmes étaient sous-représentées dans les catégories professionnelles apparaissant dans l'actualité. D'après le troisième GMMP, le sexe du journaliste influencerait sur la présence ou non des femmes dans l'actualité : il y avait davantage de femmes dans les reportages présentés par des journalistes de sexe féminin (25 %) que dans les reportages de leurs collègues de sexe masculin (20 %).
- Le premier et le quatrième GMMP démontrent, comme on le verra, que le monde dépeint dans l'actualité est essentiellement masculin. Dans l'ensemble, les reportages ont plutôt tendance à renforcer les stéréotypes qu'à les combattre. Les reportages sur l'(in)égalité des sexes étaient quasi-inexistants.

### Contexte national

- Les populations béninoises dans leur diversité jouissent de l'Etat de droit et de la liberté d'expression conformément aux articles 02 et 24 de la loi fondamentale du Bénin. Ainsi, la Conférence Nationale des Forces Vives de la Nation de 1990 a favorisé l'apparition d'une multitude d'organes privés de presse écrite et audiovisuel. Cette floraison d'organes dans le monde des médias constitue du coup une opportunité permettant de jauger à travers ce monitoring le niveau d'implication et de présence des femmes dans cette corporation.

---

<sup>1</sup> *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news*. National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

<sup>2</sup> Spears, George et Kasia Seydegart, Erin Research. Complété par l'analyse de Margaret Gallagher. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*. 2000

- De plus, la constitution béninoise prescrit en son article 26 l'égalité de l'homme et de la femme devant la loi. Autrement dit, le cadre juridique existe et il revient aux médias qui détiennent le pouvoir de l'information et de la communication de s'imprégner des questions relatives au concept "Genre" afin que les populations où qu'elles soient sur le territoire béninois puissent être sensibilisées. Le monitoring des médias devient ainsi important pour l'égalité des sexes dans tous les domaines
- Pour la plupart des gens à travers le monde, les médias d'information occupent une place prépondérante et sont la principale source d'information, d'idées et d'opinions. Ce sont des éléments essentiels de l'espace public et privé dans lequel les citoyens, les nations et les sociétés évoluent. Une nation ou une société qui ne se connaît pas complètement ne peut pas répondre aux aspirations de ses citoyens. Le contenu et les sujets apparaissant dans l'actualité et la façon dont les gens et les événements sont présentés ont une grande importance. Ce qui n'est pas montré ou relaté est également très révélateur. Dans le monde entier, les médias renforcent les fondements culturels qui entraînent l'inégalité des sexes et la discrimination à l'encontre des femmes.
- Nous avons participé à ce projet d'abord en tant que représentant de l'ONG FAMEDEV au Bénin mais surtout et fondamentalement pour évaluer le niveau de participation et d'intervention des femmes dans les médias et dans les autres instances de décision du Bénin. Le rapport final permettra surtout d'initier et d'organiser des activités pour la prise en compte de l'approche genre dans tous les domaines et de la réparation de la discrimination faite à l'encontre des femmes. Le GMMP marque une étape importante dans la vie de mon organisation, en ce sens qu'il a favorisé une réorganisation de la grille des programmes incluant un peu plus de femmes.

## Sommaire

Les principaux résultats montrent que les femmes (reporters femmes, femmes présentatrices, femmes sujets des nouvelles) sont sous représentées ou absentes. La politique et le gouvernement, l'économie, la justice, le crime et la violence, les arts, la culture et le sport, les négociations internationales... sont des domaines réservés aux hommes. Les femmes sont plus présentes dans le domaine de la science et de la santé, de la beauté et de l'esthétique. Elles sont marginalisées et l'inégalité entre les sexes est une réalité. Les différentes statistiques apportent plus de précisions et de détails dans le rapport.

## UNE JOURNÉE DANS LES NOUVELLES AU BENIN

- **10 novembre 2009.** Les thèmes à l'ordre du jour le jour du monitoring :
  - Politique
  - Crime et violence
  - Rôle des femmes dans la politique
  - Les élections locales
  - Santé, médecine et hygiène
  - Décès
  - Problèmes de développement
  - Commerce, affaires
  - Arts, medias, culture
  - Justice
  - Religion et tradition
  - Éducation
  - Droits de l'homme et de la femme
  - Les politiques étrangères
  - Autres

## LE CONTEXTE

- **Contexte national** : Le paysage médiatique béninois dispose aujourd'hui d'une chaîne de télévision publique (ORTB TV) et de trois télévisions privées (LC2, GOLF TV, Canal 3). Il dispose également d'une radio nationale publique (ORTB Radio) et d'une cinquantaine de radios privées commerciales, communautaires et confessionnelles répandues sur tout le territoire national. En matière de presse écrite, on dénombre une centaine de quotidiens.
- **Médias suivis** :  
  
Médias audiovisuels : GOLFE Télévision  
Radio Tokpa  
Presse écrite : Fraternité  
Ces trois médias sont du secteur privé mais ont un auditoire important.
- **Les moniteurs** : Six personnes (une femme et cinq hommes) ont participé au monitoring au Bénin. Il Deux reportages ont été suivis (le journal télévisé de 13h sur GOLFE TV et le journal radiodiffusé de 13h sur Radio TOKPA). Dans le quotidien Fraternité, 14 articles ont été traités.

## THÈMES ÉVOQUÉS DANS LES NOUVELLES

- Les thèmes évoqués dans les nouvelles le jour du monitoring sont :
  - La politique et le gouvernement,
  - l'économie,
  - la science et la santé,
  - les faits sociaux et la justice,
  - le crime et la violence,
  - les arts et médias,
  - et autres
- C'est seulement au niveau des thèmes relatifs à la science et à la santé que les reporters de sexe féminin ont battu le record avec un taux de participation de 98% contre 2% pour les reporters de sexe masculin. Dans le domaine des faits sociaux et de la justice, les deux catégories de reporters se valent avec un taux de participation de 50% chacune. En politique et gouvernement, en passant par l'économie, le crime et la violence (respectivement 46%, 45% et 48%), les reporters de sexe féminin ont un pourcentage en dessous de celui des reporters de sexe masculin. Par contre, en culture, média et sports, les reporters de sexe féminin sont inexistantes.

## LES NOUVELLES

- **Présence globale des femmes et des hommes dans les nouvelles de votre pays en tant que sujets, reporters et présentateurs** : Les femmes sont quasi inexistantes dans les affaires économiques du Bénin avec un taux de participation de 1% contre 99% chez les hommes. Dans les activités politiques, elles émergent un peu avec une participation de 46% contre 54% chez les hommes. Même constat dans le domaine de la science et de la santé où elles ont un taux de participation de 49% contre 51% chez les hommes. Cependant le constat reste le même. La présence masculine est plus remarquée que celle des femmes. Elles sont moins présentes dans le domaine du crime et de la violence et inexistantes en sport, art, culture et media. Les hommes occupent la première place avec un fort taux de participation dans ces différents domaines.
- **Présence des femmes et des hommes en tant que sujets des nouvelles de votre pays par média (radio, télévision, journaux)** : On remarque que c'est au niveau de la télévision que les femmes sont plus présentes en tant que sujets des nouvelles avec un taux de 24% contre 76% pour la présence masculine. En radio, elles n'existent pas dans les nouvelles (0%) contre 100% pour les hommes. Dans la presse écrite, elles ont un taux de présence de 16% contre 84% pour les hommes.
- **Sources d'information** : Sur le plan national, les femmes sujets de nouvelles cités comme source d'informations ont un faible taux de pourcentage de 1% contre 99% pour la partie masculine. Sur le

plan local, elles représentent 5% contre 95% pour les hommes. Par contre sur le plan national et autres elles ont le même pourcentage que les hommes (50%). A l'international, elles ont excellé avec 38% contre 62% pour les hommes. En somme, sur tous les plans les hommes sur plantent les femmes.

- Dans cette catégorie, présence des femmes et des hommes sujets des nouvelles au Bénin, le résultat montre la suprématie masculine avec 83% contre 17% pour les femmes. Au niveau de la littérature, l'éducation, la science et la santé, elles ont respectivement un taux de présence de 60% et 51% contre 40% et 44% pour les hommes. Au niveau de la violence et du crime, elles ont 17% contre 83%. Dans les autres domaines tels que l'environnement, l'art et la culture, le sport et autres, les hommes ont un taux de présence de 100%.
- **Qui sont ceux qui font la une ?** Les femmes ont un taux de présence de 34% dans les fonctions de diplomatie, administration publique et gouvernement contre 66% pour la gente masculine. Dans le domaine de l'éducation universitaire, académie et expertise elles sont 4% contre 96% pour les hommes. En politique, famille royale et ONGs, elles ont respectivement 13%, 20% et 23%. Ces taux sont inférieurs à ceux des hommes dans ces mêmes domaines (87%, 80% et 77%). Les hommes ont un taux de présence de 100% dans le domaine de la culture, art et sport.
- **Construire des « victimes » dans les nouvelles :** Les femmes victimes dans les nouvelles ont un taux de 100% dans les domaines de la pauvreté, les maladies, les catastrophes naturelles, les accidents, les crimes, vols meurtriers. Les hommes quant à eux ont un taux de 100% dans d'autres domaines.
- **Identité et statut de la famille dans les nouvelles :** Dans le cas où les femmes sont identifiées par le statut familial, elles ont un taux de présence de 2% contrairement aux hommes qui sont inexistantes. Dans le cas où elles ne sont pas identifiées par le statut familial, elles ont un taux de 98% contre 100% pour les hommes.
- Les femmes apparaissant sur les photographies des journaux ont 17% contrairement aux hommes qui ont 22%

## QUI PRÉSENTE LES NOUVELLES ?

- **Présentateurs dans l'ensemble :** En général les femmes présentateurs sont plus nombreuses que les hommes au Bénin; elles ont un taux de présence de 52% contre 48% pour les hommes.
- **Âge des présentateurs et des reporters :** En général l'âge des présentateurs et des reporters femmes à la télévision varie entre 35 et 49 ans avec un taux de 88%. Dans la fourchette de 19 à 34 ans elles représentent 71%. Dans la catégorie de l'âge imprécis, faute de faible visibilité de l'image à la télévision, elles représentent 4%.
- **Reporters :** Dans la catégorie journaux, les femmes représentent 15% des reporters contre 85% chez les hommes. En radio, elles n'existent pas et les hommes sont présents à 100%. A la télévision, les femmes et les hommes reporters ont un taux de présence de 50% chacun.
- **Les femmes reporters en ce qui concerne les nouvelles d'un élan local ont un taux de 0% contre 100% chez les hommes. Elles se font un peu remarquées sur le plan national avec un taux de 27% contre 73% chez les hommes. Par contre sur le plan national et autres elles s'imposent avec 96% contre 4% chez les hommes. Sur le plan international, les hommes ont 67% contre 33% chez les femmes**
- **Femmes et hommes reporters dans les grands thèmes.** A ce niveau, les femmes sont absentes respectivement dans les domaines de la politique, du crime et de la violence, des arts et du sport et autres. Par contre les hommes sont présents dans ces mêmes domaines avec un taux de 100% partout. En économie les femmes ont un taux de 40% contre 60% chez les hommes. En science et justice, les femmes ont respectivement 96% et 49% contre 4% et 51% chez les hommes.

- Reporters et sources d'information. Y a-t-il davantage de femmes citées comme sources d'information dans les reportages des journalistes de sexe féminin. Les femmes font un taux de 69%.

## SEXOSPÉCIFICITÉ ET NOUVELLES :

- **Sexe des reporters dans les reportages centrés sur les femmes :** Dans les reportages centrés sur les femmes, les reporters femmes représentent 39% et les hommes reporters 61%.
- Reportages centrés sur les femmes, par thème, dans votre pays : Les femmes et les élections local, national ont un taux de 100%, dans le domaine de la beauté et les cosmétiques 100%, genre et justice 100%, mariage et funérailles 43%, cinéma arts et sport 20%, autres domaines 6%.
- **Combattre ou renforcer les stéréotypes ?** On constate dans le tableau que beaucoup de reportages renforcent les stéréotypes dans presque tous les domaines tels que la politique, l'économie, la science et la santé, le crime et la violence, les arts, la culture et le sport, et les autres, avec un taux très élevé de 99%. Par contre, les reportages qui combattent les stéréotypes sont très minimes et représentent seulement 1%. Il n'y a pas de reportages qui soient neutres.
- On constate que le nombre de reportages relatés par les femmes est inférieur au nombre de reportages relatés par des hommes. Les reportages qui renforcent les stéréotypes sont de 100% chez les le sexe féminin. Les reportages qui combattent les stéréotypes ont un taux de 2% chez le sexe masculin.

## SEXOSPÉCIFICITÉ ET PRATIQUES JOURNALISTIQUES

- Vous ne pourrez rajouter cette partie dans votre rapport national que si vous avez complété l'analyse qualitative pour votre pays. Incluez : Je n'ai pas complété l'analyse qualitative pour mon pays
- Un reportage à la télévision, à la radio ou dans les journaux (ou les cybernouvelles) de votre pays datant du 10 novembre 2009 qui constitue un exemple de stéréotype flagrant avec une analyse démontrant que le reportage caricature de façon flagrante les femmes et/ou les hommes.
- Un reportage à la télévision, à la radio ou dans les journaux (ou les cybernouvelles) de votre pays datant du 10 novembre 2009 qui constitue un exemple de stéréotype léger avec une analyse démontrant que le reportage caricature légèrement les femmes et/ou les hommes.
- Un reportage à la télévision, à la radio, ou dans les journaux (ou les cybernouvelles) de votre pays datant du 10 novembre 2009 avec une analyse démontrant que le journaliste a raté l'occasion de donner un point de vue tenant compte de la problématique homme-femme.
- Un reportage à la télévision, à la radio, dans les journaux (ou les cybernouvelles) de votre pays datant du 10 novembre 2009 qui combat les stéréotypes avec une analyse démontrant comment il y parvient.

## CONCLUSIONS

- En somme les différents résultats à propos de la couverture médiatique des hommes et des femmes au Bénin montrent que les femmes sont marginalisées que ce soit sur le plan des reporters femmes ou des femmes comme sujets des nouvelles. On constate que les femmes reporters sont inférieures aux reporters hommes. Au niveau des présentateurs des éditions de journal, c'est seulement au niveau de la télévision, que les femmes se font un peu remarquées que les hommes. Pire encore il y a des domaines de travail tels que la politique, l'économie, les élections locales, nationales ou régionales, les arts, la culture et le sport, où les femmes sont totalement absentes. C'est des domaines réservés exclusivement aux hommes. Le Bénin n'a pas participé au GMMP 2005.
-

## LES CINQ PROCHAINES ANNÉES

Voici quelques domaines d'action qui pourraient contribuer à la transformation souhaitée, c'est-à-dire équilibre homme-femme dans les nouvelles au Bénin :

- Les promoteurs des médias doivent éviter d'avoir un personnel monocolore. Ceci amène à recruter plus de femmes au sein des rédactions afin de faire l'équilibre homme femme. Il existe des femmes professionnelles capables de faire le travail. Le promoteur des médias, le directeur de publication ou le rédacteur en chef doit désormais confier aux femmes des reportages dits masculins tels que ceux relatifs à la politique, aux élections, à l'économie, à la violence, à la culture, au sport...
- Pour que les médias puissent bien mener la lutte, il faut d'abord qu'ils soient bien sensibilisés sur le thème « stéréotypes hommes-femmes » et « Genre ». Ensuite, les hommes et femmes des médias doivent produire des magazines, articles et reportages pour attirer l'attention des populations, des décideurs et partenaires sur l'opinion des femmes dans tous les domaines, sur l'inégalité des sexes et les groupes marginalisés. et aussi et surtout d'exhorter et inciter les femmes à ne plus rester à la traine et à s'imposer dans les activités dites masculins.
- Les organisations de la société civile et surtout les organisations non gouvernementales qui s'occupent des questions de la femme ont un très grand rôle à jouer. Elles doivent commencer d'abord par sensibiliser leur base sur l'implication effective et efficace de la gente féminine dans les différentes instances de décision et aussi elles doivent leur faire comprendre le thème « Genre » à travers des ateliers de formation. On constate aujourd'hui que les ONGs et aussi les professionnels des médias ne maîtrisent pas le thème « Genre ».
- Le gouvernement, les décideurs politiques, l'assemblée nationale et les partenaires techniques ont aussi un très grand rôle à jouer. Par exemple, l'assemblée nationale doit voter des lois sur le quota des femmes dans toutes les institutions de la République. Il ne doit plus avoir des promesses sur papier comme le fait le Président de la République du Bénin qui n'a jamais respecté le quota de 30% de femmes au sein du gouvernement et des autres institutions.



## Annexe 1. Méthodologie

En fonction de sa densité médiatique, chaque pays participant s'est vu attribuer un nombre précis de reportages à suivre dans la presse écrite, la radio et la télévision. Ceci a été fait afin de s'assurer que les résultats internationaux reflètent de manière fiable la distribution des médias d'information à travers le monde, tout en respectant la nécessité d'équilibrer les résultats entre les petits et les grands pays. Le nombre et le choix des médias suivis dans chaque pays reflète la densité et la diversité (auditoire, propriété, langue) des médias dans chaque pays.

Des efforts ont été faits afin de garantir la compréhension et l'application uniformes de la méthodologie partout dans le monde. Des instructions claires ont été fournies pour le codage. Certains coordonateurs régionaux et nationaux ont bénéficié d'une formation individuelle ou virtuelle, tandis que d'autres, et la grande majorité des bénévoles à travers le monde, se sont formés eux-mêmes grâce à des didacticiels fournis sur Internet. Dans une région, les coordonateurs nationaux ont été formés par le coordonateur régional via une téléconférence. Dans certains pays, les coordonateurs nationaux ont formé des groupes de volontaires.

Dans chaque pays, les moniteurs ont codé dans leur intégralité les reportages télévisuels et radiophoniques les plus importants de la journée. Pour les journaux, 12 à 14 articles apparaissant dans les principales pages d'actualité (celles qui sont consacrées aux nouvelles nationales, internationales et, dans certains cas, régionales) ont été codées. Pour la première fois, les cybernouvelles ont été incluses à titre expérimental dans quelques pays sélectionnés sur la base de l'importance que revêt l'Internet comme source d'information pour les consommateurs locaux.

Les recherches quantitatives ont permis de recueillir des statistiques sur les thèmes des nouvelles, les femmes et les hommes dans les nouvelles, le type de reportages dans lesquels ils apparaissent et leur fonction. L'organisation Media Monitoring Africa (MMA), en Afrique du Sud, était chargée de l'analyse quantitative.

Dans une analyse plus approfondie et plus nuancée des reportages sélectionnés, les moyens, les thèmes et les tendances en matière de problématique hommes-femmes ont été examinés. Cette analyse qualitative a pris en compte le rôle de la langue, des présentations visuelles et de l'angle adopté pour bâtir, renforcer ou combattre les stéréotypes sexistes.

Vous trouverez une discussion détaillée sur la méthodologie, notamment des considérations sur la fiabilité, la précision et les limites, dans le rapport mondial intitulé « Qui figure dans les nouvelles ? ». *The Global Media Monitoring Project 2010*.

## **Annexe 2. Liste des moniteurs**

L'équipe des moniteurs se compose comme suit :

- Alain TOSSOUNON (Journaliste au quotidien Le Municipal)
- Norbert HOUSSOU (Journaliste au quotidien Le Télégramme)
- Yollande ADJOVI (Etudiante)
- Jean ALLIDJINO (Journaliste à Radio Planète)
- Patrick DJOSSOU (ONG Oridev)
- Bonaventure KITI (Social Watch)

**WACC**

WACC  
308 Main Street  
Toronto  
ON M4C 4X7  
Canada

**Tel:** +1 (416) 691-1999

**Fax:** +1 (416) 691-1997

**Adresse électronique :** [info@waccglobal.org](mailto:info@waccglobal.org)

**Web:** [www.waccglobal.org](http://www.waccglobal.org)

[www.whomakesthenews.org](http://www.whomakesthenews.org)

**FAMEDEV**

TCHIBOZO KOMLAN Makéba

Coordinatrice FAMEDEV BENIN

Immeuble Master Soft, Recette Perception  
Gbégamey, 02BP1528, Cotonou-BENIN