



# MEDIA : CHERCHEZ LES FEMMES !

Une étude de contenu sur l'image et la voix  
des femmes au Sénégal



Projet « Femmes : Occupez les médias ! »  
Avec l'appui du Ministère des Affaires Étrangères des Pays-Bas



Ministry of Foreign Affairs of the  
Netherlands

**COLLECTION ETUDES**

Institut Panos Afrique de l'Ouest

# Sommaire :

<b>I - Introduction</b>	<b>P1</b>
1.1 Méthodologie	
1.2 Echantillonnage et justification du choix	
<b>II - Analyse quantitative</b>	<b>P2</b>
2.1 Quotidiens	
2.2 Télévisions	
2.3 Radios	
2.4 Presse en ligne	
2.5 Web TV	
<b>III - Analyse qualitatives (contenus)</b>	<b>P7</b>
3.1 Les Journaux	
3.2 Les Televisions	
3.3 Les Radios	
3.4 Le Web tv	
<b>IV - Conclusion</b>	<b>P18</b>

# I - Introduction

Le paysage médiatique au Sénégal est fortement diversifié. Outre les organes de service publics – RTS (radio Télévision), le quotidien Le Soleil, de nombreux supports d'information privés offrent un accès à l'information à la population. Une vingtaine de quotidiens, autant d'hebdomadaires et autres périodiques sont mis régulièrement à la disposition du public. A cela s'ajoutent les nouveaux médias, presse en ligne, WebTV qui fleurissent tout régulièrement sur le réseau.

Quelle est le traitement que ces différents supports d'information réservent aux questions liées à la femme ? Comment sont perçus et traités les violences faites aux femmes ou encore la participation politique de celles-ci ?

Une étude qui s'inscrit à le cadre du projet « Femmes occupez les médias » mis en œuvre par l'Institut Panos Afrique de l'ouest et qui couvre quatre pays dont le Sénégal.

## 1.1 Méthodologie

Cette étude a porté sur un ensemble d'organes de presse du paysage médiatique sénégalais. Elle prend en compte aussi bien les médias privés que ceux du service public. Le choix des différents supports a été guidé par la prise en compte de la représentativité dans chacun des segments dudit paysage. Il a été justifié par l'audience, le sérieux et leur proximité avec leurs publics cibles.

Concernant ces médias, les articles, reportages et émissions ayant trait aux femmes durant la période du 1er au 15 mars 2017, ont retenu l'attention.

Le choix de la période se justifie par la journée internationale de la femme célébrée chaque année le 8 mars. Il s'est donc agi d'observer les contenus éditoriaux durant la semaine qui a précédé de même que celle qui a suivi la commémoration de cette journée internationale. Les médias auront-ils pris le prétexte de cette journée pour bousculer les vieilles habitudes en donnant toute la place qu'il faut aux questions liées aux violences faites aux femmes et à l'amélioration de la participation politique des femmes ?

## 1.2 Echantillonnage et justification du choix

Le paysage médiatique sénégalais est composé d'une vingtaine de quotidiens, autant d'hebdomadaires et autres mensuels, d'une douzaine de chaîne de télévision, outre des bouquets de chaînes à péage, d'une trentaine de radios commerciales et autant de radios communautaires.

### Le corpus de l'étude compte :

- 4 quotidiens ; « L'Observateur », « Vox Populi », « Le Soleil » et « Sud Quotidien »
- 3 radios ;
- 2 chaînes de TV
- 2 Web TV
- 3 sites d'information en ligne.

Organes Statut	Quotidiens	En Ligne	TV	Radio	Web TV	Effectifs	Pourcentage
Public	1	0	1	1	0	3	21,4%
Privé	3	3	1	2	2	11	78,6%
Total	4	3	2	3	2	14	100%

### • Choix éditorial

- Concernant la politique éditoriale, les médias de service public sont réputés proches de l'Etat, tandis que la presse privée est supposée indépendante.

### • Audience

- Les médias choisis dans le cadre de ce travail ont un large public au sein de la population.

**Le choix des quatre quotidiens** : l'Observateur, Vox Populi, Le Soleil et Sud Quotidien, se justifie pour plusieurs raisons. D'abord du point de vue de la pagination. Généralement la presse quotidienne sénégalaise a opté pour un volume moyen de 8 pages en format tabloïd. Une pagination d'au moins 12 pages a été un des critères.

Le Soleil est un journal pro-gouvernemental qui distribué au niveau de l'administration et des chancelleries, enregistre également un taux de pénétration remarquable au niveau des régions.

L'Observateur est le premier quotidien national en termes de tirages (une moyenne de 100.000 exemplaires par jour). Ce journal de part son tirage et ses ventes semble bien apprécié par son public.

Sud Quotidien est bien introduit dans le milieu intellectuel et jouit d'une forte crédibilité auprès de ses lecteurs. Vox Populi ce quotidien est né sur les cendres du journal Le Populaire et se présente comme un titre qui compte dans le paysage médiatique national.

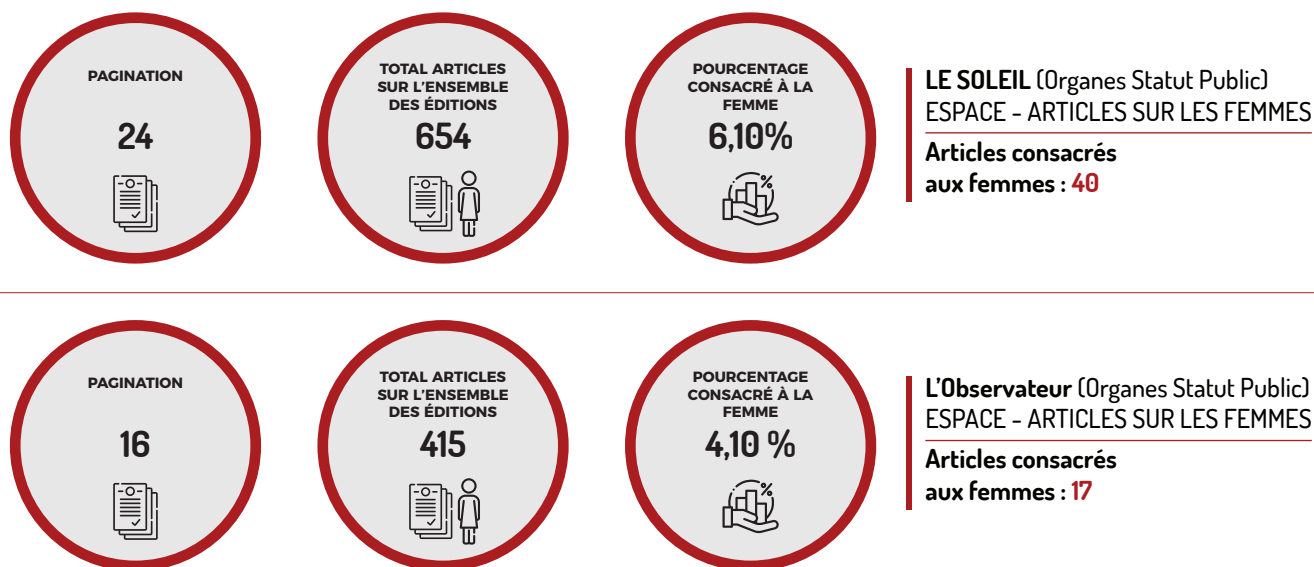
## II - Analyse quantitative

Durant la période d'observation, du 1er au 15 mars 2017, chacun des quotidiens aura mis sur le marché, 11 éditions.

### 2.1 Quotidiens

- **Le Soleil**, seul quotidien de 24 pages a publié au cours de cette période, au total 654 articles dont 40 sont consacrés aux femmes. Le quotidien gouvernemental aura consacré seulement 6,1% de sa production éditoriale à la femme.
- **L'Observateur** avec ses 16 pages, a publié sur la période, 415 articles dont 17 concernent les femmes, soit 4,1% de la production.
- **Vox Populi (12 pages)**, sur la même période il a été colligé un ensemble de 435 articles dont 21 dans lesquels il est question des femmes. Vox Populi aura ainsi durant cette période consacré 4,8% de sa production éditoriale à la femme.
- Enfin, **Sud Quotidien** avec ses 12 pages, a, sur l'ensemble des 11 éditions, publié 344 articles (plus les appels à la Une) dont seuls 20 articles (5,8%) sont consacrés aux femmes.

Tableau 2 : Nombre d'articles sur l'ensemble des éditions et ceux consacrés aux femmes





**Vox Populi** (Organes Statut Public)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

Articles consacrés  
aux femmes : **20**



**Sud Quotidien** (Organes Statut Public)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

Articles consacrés  
aux femmes : **98**

Globalement, les quatre quotidiens ont consacré aux femmes, seulement 5,3%, soit 98 articles sur un ensemble de 1 848 articles publiés au cours de cette période. Il ressort assez clairement que les quotidiens observés ne font pas de la femme un sujet à prioriser. Le prétexte de la journée internationale de la femme n'a véritablement pas modifié les habitudes rédactionnelles.

Certes de l'échantillon, Le Soleil, suivi par Sud Quotidien semblent accorder un intérêt aux questions du genre, il n'en demeure pas moins que la présence de la femme dans les contenus rédactionnels de la presse imprimée est plutôt aléatoire et se fonde davantage sur l'événementiel.

Au cours de la même période en 2013, du 4 au 18 mars, selon une étude menée par Art 19<sup>1</sup> :

- L'Observateur a consacré 16,2% de 247 articles publiés, aux femmes, soit 40 articles.
- Le Soleil avait consacré deux fois plus, c'est-à-dire 12,5%, soit 67 articles sur 538 de sa production, aux femmes.
- Le Quotidien avait pratiquement le même score, 12,3% soit 50 articles consacrés aux femmes sur une production totale de 406 articles.

Cette brève comparaison laisse apparaître un net recul au niveau de la pression écrite en ce qui concerne le quota de la production consacré aux femmes.

## 2.2 Télévisions

C'est la même logique que pour le secteur de la presse écrite qui a prévalu au choix des télévisions à savoir la RTS1 (Radio Télévision du Sénégal) et la TFM (Télé Futurs Médias) qui sont les plus suivies au Sénégal. La RTS1 est une des deux chaînes de service public qui est reçue sur l'ensemble du territoire national. La TFM couvre quant à elle plus de 90% du Sénégal. Par ailleurs, la présence de ces deux chaînes sur le bouquet Canal leur procure une audience internationale.

De la grille des programmes de la TFM, deux émissions ont fait l'objet de l'étude. Il s'agit de :

- « Waaref » qui signifie « obligations ou devoir du citoyen ». Cette production vise à mettre place l'individu au cœur de ses responsabilités sociétales : quelle attitude il doit adopter dans la bonne marche de la société.
- YeewuLeen, qui est une émission matinale au cours de laquelle, il est servi aux lève-tôt des informations sous la forme la plus détendue, avec des plages musicales etc. Les téléspectateurs ont droit, par exemple, à la revue de presse, à l'invité, au thème du jour etc.

<sup>1</sup> Article 19, Sénégal : Etude monitoring Femme-Médias Mars 2014

Sur un volume de 250 éléments en 15 éditions, la TFM en a consacré 6 aux femmes. Il s'agit de 4 Waaraf et 2 YeewuLeen. Ce qui représente 2,4% de la production totale.

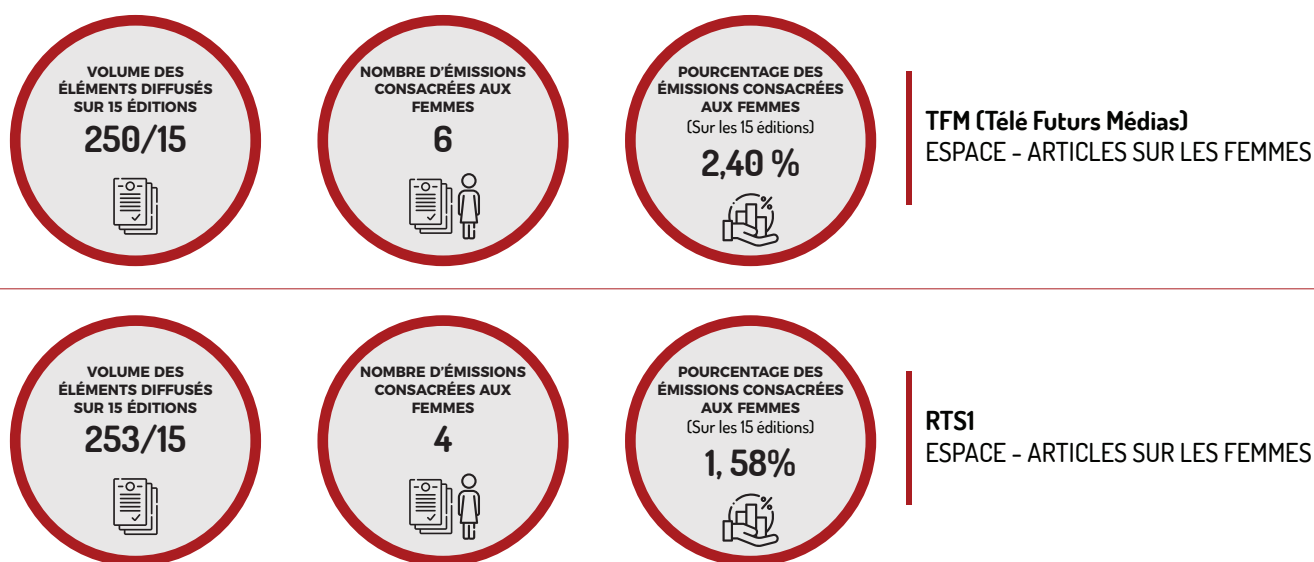
- Waaraf du 5 mars consacré au harcèlement sexuel
- Waaraf du 10 mars au maraboutage par les femmes
- Waaraf, du 14 mars gaspillage dans les cérémonies familiales
- Waaraf sur les Epouses d'immigrés

A la faveur de la journée internationale de la femme, la TFM a consacré son émission matinale du 8 mars, YeewuLeen à : la conquête des droits des femmes

Une autre émission, YeewuLeen sur le portrait de Rose Dianne, la femme scientifique, diplômée de l'Ecole Polytechnique de France.

- Pour ce qui est de la RTS 1, l'on a enregistré 4 éléments consacrés aux femmes sur un total de 253 éléments en 15 éditions, soit 1,6%

**Tableau 3 : Nombre d'éléments diffusés dans l'ensemble des éditions et ceux consacrés aux femmes**



Le score pratiquement nul ne doit pas cacher néanmoins le soin d'actualiser le contenu de l'antenne avec l'évènement en perspective. C'est ainsi que le 5 mars 2017, a RTS1 a consacré son émission Jeeg AK Këram, au phénomène du divorce au Sénégal qui est considéré comme un véritable fléau. La veille du 8 mars, l'émission, Takussan (émission de plateau diffusée de 16h à 17h) a fait le focus sur le travail des femmes, notamment le maraichage. Takussan diffusée du lundi au jeudi vise à amener la femme sénégalaise en milieu rurale à entreprendre en vue d'une autonomie financière.

Toutefois, l'étude a particulièrement porté sur Yeeg Ak Këram, «la femme Sénégalaise dans son foyer ». L'objectif visé par cette production est de montrer comment l'épouse gère sa maison et surtout comment elle allie ses obligations professionnelles et son devoir conjugal. Pour éviter les clichés, des experts sont invités sur le plateau. Yeeg Ak Këram traduit le vécu quotidien des femmes dans leur ménage.

Le 5 mars, Jeeg AK Këram, a porté sur le thème du divorce qui est considéré comme un fléau. Au cours de cette émission. Il a été demandé à la femme d'être endurente, de faire preuve de tolérance et d'esprit de dépassement parce qu'elle constitue le pilier du foyer.

Le 10 mars 2017, c'est-à-dire aux lendemains de la journée internationale de la femme, Yeeg Ak Këram a été consacrée à l'habillement des jeunes filles qui ont été dépeintes comme étant des «dévergondées», trop libres et s'habillant n'importe comment. Ces filles sont accusées de donner dans la provocation ;

Le 13 mars 2017, Yegg Ak Këram s'est particulièrement focalisée sur la tenue vestimentaire des femmes enceintes à qui il a été conseillé de porter des habits amples en cachant leur ventre.

La grille des programmes fait état d'une autre émission dédiée cette fois-ci, aux couples et dénommée Liici Biir Sey (immersion dans les couples) et qui est centrée sur les problèmes rencontrés par les couples. Cette émission qui n'est pas animée de façon régulière ne fait pas l'objet de l'étude parce que n'ayant pu obtenir aucune information sur le sujet.

Les émissions ayant trait à la femme représentent moins de 2% des 503 éléments proposés par les deux chaînes de TV du corpus.

## 2.3 Radios

Pour ce qui est des radios, le choix a porté sur celles qui disposent d'un taux d'écoute relativement important au niveau de la population. A savoir : RFM (Radio Futurs Médias), Sud Fm et Radio Sénégal international (RSI).

En parcourant la grille des programmes de la RSI, l'ensemble des bulletins d'information et des émissions hebdomadaires font état de 945 productions au cours de la période de l'étude. Une seule émission bi-hebdomadaire intitulée Actu Elle, soit 0,1% de la production est consacrée à la femme. Malheureusement au cours de la période prise en compte par l'étude, l'émission n'a pas été diffusée. Et selon les responsables de la Rsi, Actu Elle a été interrompue depuis le départ de celle qui l'animait.

Sud Fm, la première radio privée du Sénégal, sur les 150 éléments (bulletins d'information et émissions) produits durant les 15 éditions couvrant la période, aucun élément ne concerne spécifiquement les femmes, en dehors de l'édition spéciale consacrée au 8 mars. Cette particularité illustre bien le fait que la question de la femme n'est abordée qu'en fonction de l'actualité.

Dans la grille de programme de la radio Sud FM, aucune émission n'est spécifiquement consacrée à la femme. La RFM a, au cours de la durée de l'étude, produit 165 éléments dont seulement 3 (1,8%) sont consacrés aux femmes. Il s'est agi de l'émission Grand Jury du 5 mars qui a eu comme invitée une femme, en l'occurrence le ministre de la santé et de l'action sociale, Eva Marie Coll Seck. Et des émissions «Joy Khol» du 3 mars sur le harcèlement sexuel et «Joy Khol» du 6 mars sur le thème du «maraboutage des femmes» qui veulent se débarrasser de leurs coépouses. A l'occasion de la journée internationale de la femme, la station RFM a produit une édition spéciale en vue de commémorer l'évènement.

L'émission « Joy Khol » (cri de cœur, en langue Wolof) aborde les faits de société en suscitant le débat autour de ces questions en interrogeant les pratiques. Cette émission « Joy Khol » met parfois à nu les conflits de génération, avec une jeunesse profondément «mondialisée» et des parents qui s'accrochent à un « temps perdu ».

Quant au «Grand Jury », comme son nom l'indique c'est un face à face entre le journaliste et son invité et l'émission tourne souvent autour des questions d'actualité.

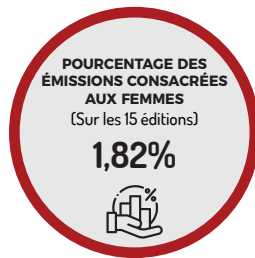
### Nombre d'éléments diffusés en 15 éditions et consacrés aux femmes



Rsi  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



**Sud FM**  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



**Rfm**  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

La programmation sur l'ensemble des trois stations de radio, objet de l'étude laisse apparaître une nette marginalisation - moins de 1% -, voire une absence totale des questions ayant trait aux femmes. Aucune émission spécifique sur la femme sur les antennes de Sud FM.

## 2.4 Presse en ligne

La presse en ligne au Sénégal enregistre de façon régulière, la création de nouveaux sites d'information. Dans le cadre de cette étude, le choix s'est porté sur :

- **Pressafrik**
- **Actu Sen**
- **Seneweb (portail)**

Outre le fait que ces différents sites disposent en leur rédaction, des journalistes professionnels, ils renouvellent régulièrement leurs contenus et se révèlent relativement crédibles.

Pressafrik, sur les 525 articles mis en ligne durant les 15 éditions au cours de la période d'observation, seuls 9 articles (1,7%) ont été consacrés aux femmes.

Quant au portail Seneweb, sur 1050 éléments rendus public, seuls 7 articles, soit 0,7% ont concerné aux femmes.

Enfin, au cours de la même période, Actusen, met en ligne 450 éléments. La question de la femme a été évoquée dans seulement 4 articles soit 0,9% de la production éditoriale de ce site.

### Nombre d'articles publiés en 15 éditions et consacrés aux femmes



**Pressafrik (Presse en ligne)**  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



**Seneweb (Presse en ligne)**  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES





**Actusen** (Presse en ligne)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

La presse en ligne suit la tendance générale observée auprès des médias traditionnels ; les questions liées au genre ne semblent pas faire partie des priorités éditoriales. Moins de 1% des contenus mis en ligne durant la quinzaine autour de la journée internationale de la femme.

## 2.5 Web TV

Au niveau du segment de la WebTV, Dakaractu Web TV se présente comme un site relativement bien suivi par la population. En effet, ce site occupe la deuxième position, en termes de visiteurs, après Seneweb. Senegal Tv. Il se révèle très actif, et publie régulièrement des vidéos et des reportages qui relatent généralement les faits de société.

Sur 35 éléments de Dakaractu Web TV produits en 15 éditions (1er au 15 mars 2017), 3 seulement (8,6%) concernent la femme. Il est à souligner que ces éléments ont été diffusés le 8 mars - jour de la commémoration de la journée internationale de la femme. Ces éléments avaient comme titres :

- Les femmes bousculent la hiérarchie ;
- Mois de la femme - Longue marche pour la parité ;
- Droits et acquis des femmes : Une percée honorable pour le Sénégal. interview d'Amy Sarr Fall, directrice d'intelligences Magazine.

**Quant à Sénégal TV, il a consacré 2 éléments (7,1%) aux femmes sur les 28 produits en deux semaines : L'un des éléments a porté sur le Viol qu'on a tenté d'expliquer par la pauvreté et «trop » de liberté des filles qui s'habillent n'importe comment et du coup elles provoquent les hommes.**

Sénégal TV dans son documentaire Keur Djegg Dji, entend prodiguer des conseils aux jeunes filles en vue de les préparer à être des épouses modèles.

### Nombre d'éléments diffusés en 15 éditions et consacrés aux femmes



**Dakaractu TV** (Web TV)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



**Senegal TV** (Web TV)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

Comparativement aux télévisions traditionnelles, les sites de la WebTV semblent relativement disposer à ouvrir davantage leur espace aux questions liées aux femmes. Quantitativement du moins.

### III - Analyse qualitatives (contenus)

L'examen des contenus des journaux dans la période du 1er au 15 mars 2017, confirme une tendance générale perceptive dans les médias sénégalais : l'omniprésence de la politique, du sport et des faits divers. Les sujets liés aux femmes sont relégués au second plan. Le 8 mars vient juste bousculer les vieilles habitudes, par effet de mode.

#### 3.1 Les Journaux

Le quotidien Le Soleil, du 1er au 15 mars 2017, sur les 654 articles publiés dans ses 11 éditions, n'a consacré que 40 articles aux femmes en deux semaines pour un journal qui fait 24 pages. Sur l'ensemble du volume des 40 articles consacrés aux femmes, 8 articles portent sur la politique, 3 sur l'entrepreneuriat féminin, 6 sur la culture avec les femmes comme actrices, 2 articles sur la santé des femmes, 3 sur l'éducation des filles, 6 sur le leadership des femmes ; et 2 articles sur les droits des femmes ; 1 sur la religion, 1 sur la pauvreté...

• Le Quotidien **Vox Populi**, sur les 435 articles publiés en 11 éditions, il a consacré à peine 5% (21 articles) aux femmes. En politique 2, dans le domaine religieux 1 article ; 1 article sur l'entrepreneuriat ; 2 sur la culture ; 2 articles sur le leadership féminin, 3 articles sur les violences faites aux femmes ; 2 articles sur femmes et justice ; 1 article sur la pauvreté, 1 sur l'infanticide, 2 articles sur les faits divers, aucun article sur l'éducation des filles, la santé des femmes et sur les droits des femmes.

• **Sud Quotidien** n'a pas dérogé à la règle, en consacrant à peine 6% de sa production aux femmes (20 articles sur un volume de 344 articles publiés en 11 éditions) Le décompte se présente comme suit : 1 article sur la religion, 2 articles politiques, 2 articles sur l'entrepreneuriat, 2 consacrés à la culture ; 1 article sur le leadership féminin ; 2 articles sur la santé des femmes, 1 article sur l'éducation des filles, 1 article (chronique) sur les droits des femmes ; 1 article sur femme et sport. Il est à noter que ce quotidien au cours de cette période n'a consacré aucun article sur les violences faites aux femmes.

• **L'Observateur** s'inscrit dans le même sillage avec ses 17 articles consacrés aux femmes sur un total de 415 articles pour un journal de 16 pages, soit seulement 4% de la production. 2 articles en politique ; 1 article sur leadership, 4 articles sur les violences faites aux femmes ; 3 articles sur femme et justice ; 1 article sur femme et infanticide, 1 article sur femme et médias et 1 article sur femme et sport.

#### Sujets traités par la presse écrite

Quotidiens	Volumes d'articles consacrés aux femmes	Sujets politiques	Violences faites aux femmes	Culture	Santé	Religion	Education	Droits des femmes/justice	Entrepreneuriat	Leadership	Pauvreté	Taux d'articles consacrés aux femmes
Soleil	40 (sur 654)	8	0	6	2	1	3	2	3	6	1	6,12%
Vox Populi	21 (sur 435)	2	3	2	0	1	0	2	1	2	1	4,83%
Sud quotidien	20 (sur 344)	2	0	2	2	1	1	1	2	1	0	5,81%
L'Observateur	17 (sur 415)	2	4	0	0	0	0	3	0	1	0	4,10%
Ensemble	98 (sur 1848)	14	7	10	4	3	4	8	6	10	2	5,30%

Il ressort que, quand les quotidiens sénégalais ouvrent leurs colonnes aux questions liées à la femme, les sujets politiques prédominent largement avec 14,28% suivis par les aspects de leadership et de culture avec chacun 10,20% de l'ensemble des articles. Les droits des femmes de même que les violences faites aux femmes comptent respectivement pour 8,16% et 7,14%.

#### Les sites d'information aussi...

Pressafrik a mis le focus sur le sujet relatif au leadership féminin, avec 4 articles (sur les 9). Ensuite viennent en deuxième position, les 2 articles sur les femmes et politique et 2 autres sur femmes et entrepreneuriat. Un (1) est consacré aux violences faites aux femmes.

Quant à Seneweb, il a mis l'accent sur l'entrepreneuriat féminin, en consacrant 3 articles sur le sujet (sur les 7 au total), 1 sur le leadership féminin, 1 en santé de la femme ; 1 sur femme et justice ; 1 sur les faits divers et 1 sur femme et religion.

Le site d'information Actusen a produit 1 article (sur les 4 consacrés aux femmes) sur les violences faites aux femmes ; et les 3 autres sont écrits à l'occasion du 8 mars.

## Sujets traités par la presse en ligne

Presse en ligne	Volumes d'articles consacrés aux femmes	Sujets politiques	Violences faites aux femmes	Entreprenariat	Leadership	Santé	Religion	Droits des femmes/ justice	Pourcentage
Pressafrik	9 (525)	2	1	2	4	1	0	1	1,71%
Seneweb	7 (1 050)	0	0	3	1	0	1	1	0,67%
Actusen	4 (450)	0	1	0	0	0	0	0	0,89%
Total	20 (2 025)	2	2	5	5	1	1	2	0,99%

Les sujets ayant trait à l'entreprenariat des femmes de même que leur leadership sont les plus visibles au niveau de la presse en ligne avec 50% de la production éditoriale dans ce segment. Les sujets politiques, les violences faites aux femmes et les aspects relatifs aux droits des femmes comptent chacun pour 1% avec 2 articles sur une production totale de 20 articles.

### Comment la femme est présente dans les médias sénégalais ?

L'étude montre des disparités entre les femmes qui ont accès à l'éducation et celles qui n'ont pas été alphabétisées. Les femmes « intellectuelles » occupent plus d'espace que les femmes rurales qui n'ont presque pas accès aux médias. Dans la première catégorie (femmes intellectuelles), ce sont les femmes politiques qui sont plus audibles et visibles. Mais sous l'angle de la parité, la présence des hommes dans l'espace médiatique est plus importante que celle des femmes. L'on remarque aussi qu'à l'occasion d'évènements spéciaux, l'espace médiatique occupé par les femmes tend à s'élargir légèrement, comme à l'occasion du 8 mars.

C'est ainsi que le quotidien Le Soleil a consacré un cahier de 4 pages à l'évènement. L'Observateur a utilisé également presque le même espace. Sud Quotidien n'a pas dérogé à la règle en consacrant tout un cahier, aux portraits de femmes qui se sont distinguées. Il en va de même la presse en ligne qui a suivi le mouvement. Quant à Vox Populi, il est y allé de son inspiration en mettant en exergue l'accident, à Linguère, de cette « quinquagénaire tombée d'une charrette et se retrouve avec une fracture/ Le manque d'eau expose les femmes au danger ».

Dans les colonnes du Soleil, 8 articles ont été consacrés à la politique. Le journal a donné la parole à la maire de Podor, Me Aissata Tall Sall, qui a déclaré, à l'occasion de la visite du Président Sall « Le désenclavement total de l'île à Morphil, c'est Macky Sall ». L'article est illustré par une photo de la maire. Et dans le même numéro, la parole a aussi été donnée à Mme Astel Sall, ancienne députée libérale : « Le président a posé un acte républicain » (P.5, plus illustration). L'image de ces deux femmes n'est pas valorisée, puisque le journal les a confinées dans une posture de faire-valoir de l'image présidentielle. En plus, Le Soleil, en posant le débat sur le montant de la caution pour les législatives de juillet 2017, n'a pas dénié donner la parole à une femme politique. Là où quatre hommes se sont exprimés.

Par ailleurs, rendant compte du vote du budget du Conseil départemental de Bambeye, dirigé par une femme, le journaliste a particulièrement insisté sur le nombre de conseillers absents (11 sur les 49) et les deux qui se sont abstenus. Et les expressions relevées dans l'article : « la majorité mécanique a fait le reste » ; « budget que d'aucuns qualifient de « scandaleux », « aberrant »... ». « Même ahurissement dans les 10 millions prévus pour le carburant », rendent compte de l'état d'esprit du journaliste. Et l'on pourrait se demander si le statut de femme de la présidente du conseil départemental n'a pas eu une influence dans le rendu du reportage.

Quant au Quotidien Vox Populi, sur les 21 articles relevés, 3 ont été consacrés aux violences faites aux femmes. Ce qui s'explique par l'orientation du journal qui donne beaucoup plus d'espace aux faits divers. La logique commerciale, pour un journal à 100 F Cfa, coule de source. Ces sujets ne sont pas évoqués dans le but de sensibiliser sur un phénomène qui prend de plus en plus d'ampleur, mais dans le but de booster l'audience. Dans ces différentes parutions, l'on peut y lire :

- Le 4 mars : Pédophilie, viol suivi de grossesse : la fille de 14 ans accuse son ancien professeur d'avoir abusé d'elle (P.3 sans illust).
- Le 15 mars : Inceste à Bargny/ 10 ans de prison au père de famille qui abusait de sa fille de 15 ans

L'Observateur vendu également à 100 F Cfa et qui se trouve en tête des ventes (100 000 exemplaires), a publié 4 articles concernant les violences faites aux femmes sur les 17 articles produits.

Ce quotidien a mis l'accent sur les sujets liés aux violences faites aux femmes, avec 4 papiers. Ensuite, le sujet femme et justice vient en deuxième position avec 3 articles. Les autres sujets occupent la portion congrue. Ce quotidien confirme cette tendance générale de la presse à 100 F Cfa en mettant le focus sur les faits divers :

- Le 2 mars le journal titre : Bambeye : Tentative de viol : le berger tente d'abuser d'une femme mariée (P. 9, sans illust) rubrique société.

- Le 10 mars - Touba/ Viol sur une fille de 18 ans : L'élève viole la domestique de sa tutrice.

- Le 15 mars - Affaire d'inceste jugée au Tribunal : « Mon papa avait fait de moi sa deuxième épouse » : Il m'insultait avant de monter sur moi » [appel une] -récit de la fille aînée. (P.11)

Sud Quotidien a produit 2 articles politiques, 2 sur l'entrepreneuriat, 2 consacrés à la culture, et 2 sur la santé des femmes. Ce qui dénote du souci de neutralité dans le choix des sujets. La ligne éditoriale l'éloigne des faits divers et traite avec une certaine rigueur les questions liées à la société et à la politique. Au cours de la période d'observation, ce quotidien a titré :

- Le 6 mars - MACKY SALL A PODOR : Racine Sy, Me Aïssata Tall Sall et Me Moussa Diop engagent la «bataille de la mobilisation». Il est écrit : «Pour une première, depuis son accession à la magistrature suprême, le chef de l'État Macky Sall sera l'hôte de ce lundi 6 mars de la commune de Podor. A l'occasion, les différentes tendances politiques, du pouvoir, incarnées par le président d'Alternative générationnelle (Ag/Jotna), Me Moussa Diop, ou encore le pca de l'Ipres, Mamadou Racine sy, comme de l'opposition, avec notamment la maire de la commune, Aissata Fall sall, entendent réserver un accueil en grande pompe au président de la République». Sud titre aussi : Ziguinchor - Passation des pouvoirs au sein du Pds : Aïda Mbodj réclame une dévolution démocratique (P. 2.).

### **L'hypothèse se vérifie**

Les 4 articles produits par le support en ligne, Pressafrik sur le leadership féminin (sur un total de 9 articles consacrés aux femmes dans la période du 1er au 15 mars 2017), à l'occasion des 8 mars, ne remettent pas en cause cette tendance lourde du peu de place que la presse réserve aux questions ayant trait à la femme. Ce organe de presse a repris, pour coller à l'actualité, une enquête de la BBC intitulée : «Des africaines au pouvoir», en soulignant qu'en « Afrique, plusieurs femmes ont réussi à briser le plafond de verre en accédant à des fonctions telles que présidente de la République, Vice-présidente et Premier ministre. D'autres ont pu accéder à des fonctions exécutives au sein de grandes organisation comme l'ONU, la CPI et la FIFA ». Toujours à la faveur de la commémoration de cette journée internationale, Pressafrik a aussi publié une série d'articles ainsi titrés :

- «Fatma Samoura, première femme secrétaire générale de la Fifa: "Le plafond de verre tombe" » ;

- «Régina Mbodj Directrice de CTIC Dakar: "Il y a des femmes tenaces dans le secteur des TIC".

- « l'Horreur à Thiès : une jeune femme violée, tuée puis jetée dans un bâtiment » et «l'Accident sur la route de Tambacounda: 23 blessés dont 7 dans un état grave et une femme enceinte». Sans oublier la bataille de « Succession de feu Fatoumata Mokhtar Ndiaye: les femmes de l'APR s'affrontent à Pikine». Ces derniers articles ont été publiés le 7 mars.

Seneweb, ce portail privilégie aussi les faits divers, n'a pas dérogé à la règle, en consacrant 3 articles à l'évènement sur les 7 produits sur les femmes :

- «CELEBRATIONS DE LA JOURNEE DU 8 MARS : Les futures femmes leaders exhortées à s'approprier le Pse » ;

- MBOUR : Les femmes invitées à être au cœur de l'émergence » ;

- « LIEUX DE PRIVATION DE LIBERTE : L'Etat déterminé à améliorer les conditions des détenues ». Ce portail privilégie aussi les faits divers qui boostent les audiences.

Le site d'information Actusen a produit, le 8 mars, 3 articles à l'occasion de la journée internationale de la femme :

- «Journée internationale de la femme à Linguère : la gent féminine honorée à « Baxal » (plus illustration) » ;
- « Journée internationale de la femme : les Daraas à l'honneur à Guédiawaye »
- « Historique de la journée internationale des femmes ».

### **Qui interroge-t-on dans les médias ?**

Le monitoring a révélé que ce sont des hommes ou des femmes représentant les institutions gouvernementales, des universitaires ou des intellectuels évoluant dans divers domaines d'activités, des leaders des partis politiques ou coalition de partis, ou des hommes et des femmes politiques qui parlent des sujets liés aux femmes.

Cette tendance s'observe avec le journal Le Soleil. Dans son édition du 4 mars, il a accordé une interview à Youma Fall, Directrice de la langue française, culture (Oif) qui déclare : « le cinéma africain se portera mieux avec la coproduction entre pays ». Le quotidien de service public, dans son numéro du 6 mars, a aussi consacré un portrait à Mme Rufina Dabo Sarr, Présidente fondatrice d'AFSTEC/Sénégal qui souligne : «Le combat pour l'augmentation du nombre de filles dans les filières scientifiques » (demi-page, illust, P.8). Le Soleil dans son édition du 11 et 12 mars publie une interview de Mme Socé Diop Dione, directrice de l'agence de construction des bâtiments et édifices publics (Ac bep) qui soutient que «Toutes les constructions dans les universités publiques seront achevées avant la prochaine rentrée».

Au plan politique, ce journal a donné la parole à Mme Aminata Touré, avec ce titre : APR Kaolack : Aminata Touré continue de ratisser large (P.5, illustration), et à Aïda Mbodj avec ce titre : Kolda : Aïda Mbodji pêche dans les eaux de l'Apr et de l'Ucs (P. 5, illustration). Pour parler de la Bourse de sécurité familiale, le journal a donné, le 3 mars, la parole Dr Anta Sarr Diacko, délégué générale à la protection sociale et à la solidarité nationale, avec ce titre : «Bourse de sécurité familiale : Un outil de développement du capital humain (le papier tient sur une demi-page, avec la photo Dr Anta Sarr Diacko). Parmi ces personnes sources ou ressources, le journal de service public semble faire la part belle aux fonctionnaires ou aux représentants de l'Etat.

Certes, l'Observateur réserve également une place importante aux officiels, mais le monitoring montre qu'un accent particulier est mis sur les faits divers. Et comme l'indique les statistiques, sur les 17 articles produits par ce journal dans la période du 1er au 15 mars, les 4 sont consacrés aux violences faites aux femmes, les 3 portent sur les démêlés des femmes avec la justice et 1 article sur l'infanticide.

### **Quel est le profil des femmes interrogées ?**

Cette question dépend en partie de la politique éditoriale du journal. Pour le quotidien Le Soleil, sur les 40 articles produits, 20% soit 8 articles ont trait aux discours des femmes politiques, 6 articles (15%) portent sur les actrices culturelles, et 7,5% ont trait à l'entrepreneuriat (3 articles) et également à l'éducation des jeunes filles (3 articles). Ces éléments montrent que le statut de la femme est valorisé.

La même tendance s'observe avec Sud Quotidien qui, sur les 20 articles consacrés aux femmes, 2 articles (10%) portent sur les discours des femmes politiques, 2 autres articles (10%) ont trait à l'entrepreneuriat féminin. Il en est de même pour la culture (2 articles -10%) et la santé des femmes (2 articles -10%). Pas d'article sur les violences faites aux femmes.

Mais la donne change avec Le Quotidien Vox Populi qui, sur les 21 articles consacrés aux femmes, 3 articles (14,3%) portent sur les violences faites aux femmes, 2 articles (9,5%) sur les démêlés des femmes avec la justice, 2 autres articles (9,5%) sur les faits divers (infanticide)

L'Observateur s'inscrit dans la même logique avec ses 4 articles (sur les 17 consacrés aux femmes) sur les violences faites aux femmes, et 3 articles portant sur les démêlés des femmes avec la justice etc.

En conclusion là où Le Soleil et Sud Quotidien parlent de la femme en valorisant son image, la presse à « 100 F » met l'accent sur les faits divers. Cette presse tend à stigmatiser la femme et la relègue au rang de victimes.

## Quel genre rédactionnel pour parler de la femme ?

Le monitoring montre que le compte-rendu est le genre rédactionnel le plus usité, puisque l'information sur les femmes tient à l'actualité. L'on y trouve aussi des portraits et des interviews :

Le Soleil a dressé 5 portraits, l'essentiel sur les actrices du dernier Fespaco, avec le sacre de «Félicité », sur un volume de 33 comptes-rendus et de 2 interviews.

Sud quotidien a profité du 8 mars pour dresser 8 portraits de dames qui se sont illustrées dans l'espace public, sur un total 11 comptes-rendus. Il y a juste un commentaire sur le 8 mars, la Chronique de Sud Quotidien, D E G N - K U M P È : LE BAPTEME DU 08 MARS.

Quant à L'Observateur, sur les 17 articles consacrés aux femmes, 15 articles (88,2%) sont des comptes-rendus et les 2 autres articles (11,8%) sont de portraits.

Vox Populi, a publié 21 articles sur la femme, dont 19 (90,5%) sont des comptes-rendus et 2 articles (9,5%) sont des portraits.

## Genres rédactionnels utilisés par la presse écrite



## • La presse en ligne

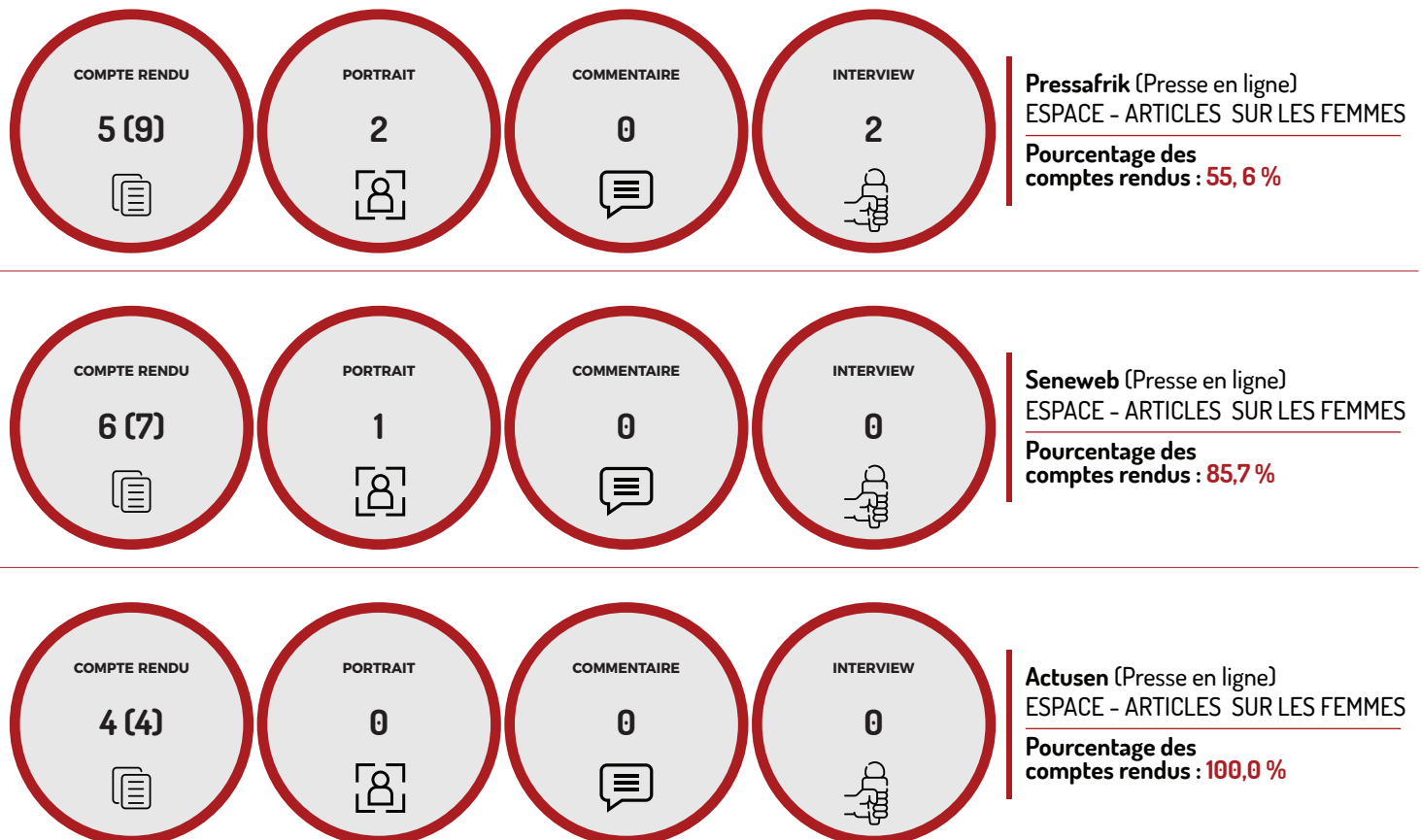
La presse en ligne a eu souvent recours aux sites Web, c'est le cas de Pressafrik qui a publié un article de BBC intitulé Des Africaines au pouvoir. Sur les 9 articles, il y a 5 comptes-rendus, 2 interviews et 2 portraits.

Pour Seneweb, sur les 7 articles, 6 comptes-rendus (85,7%) et 1 portrait.

Enfin, Actusen, les 4 articles sont tous des comptes rendus.

Le nombre élevé de comptes-rendus montre à suffisance que les médias ne vont en profondeur lorsqu'ils évoquent les questions liées aux femmes. Il y a une certaine supposée neutralité à travers le compte-rendu qui trahit le peu d'importance que l'on accorde à ces sujets.

## Genres rédactionnels utilisés par la presse en ligne



Source : calcul de l'auteur

Par ailleurs, les journalistes n'échappent pas à certains stéréotypes, aux clichés quand ils rendent compte des sujets concernant les femmes. Elles sont présentées comme des victimes, des assistées, etc.

## Ton utilisé : entre neutralité et parti-pris

Il ressort que le ton généralement utilisé par les publications, Le Soleil et Sud Quotidien, est neutre. Ce qui n'est pas le cas pour la presse à « 100 F » comme l'Observateur et Vox Populi qui mettent l'accent sur les faits divers. Et les comptes-rendus d'audience des cas d'infanticide, de viols etc. montrent parfois le parti-pris du reporter qui se met à la place du juge en condamnant la « victime ». Vox Populi du 2 mars titre : « Outrage à agent dans les locaux de la police : Amina, la belle de nuit mise hors circuit pour deux mois ». Le journaliste a utilisé des expressions comme : « ivre comme un polonais », « Amina une fille de joie » ; « les adeptes de la viande fraîche »... (P. 3, sans illust).

L'observateur dans sa publication du 9 mars, rend compte de « l'Horreur à Saly : une femme égorge son bébé d'un an ». Le papier publié en page 9 a fait l'objet d'un appel à la UNE. Le reporter écrit : « hier 8 mars, alors qu'on vante et chante les vertus de la femme, Marie Thiaré s'apprête à commettre un crime des plus odieux... ». Le fait que la famille vienne au secours de la femme supposée auteure du crime, ne semble pas être du goût du reporter. Il souligne dans son article : « La famille dit qu'elle a des troubles, sans produire des documents l'attestant ».

## 3.2 Les Télévisions

Le corpus de l'étude intègre deux Télévisions : une privée (Tfm) et une publique (Rts1). Les journaux télévisés (JT) de ces deux chaînes ont été exclus du champ d'observation. Il a été privilégié, au cours de la période concernée, les programmes et singulièrement ceux qui parlent des femmes et des faits de sociétés.

Sur un volume de 250 éléments en 15 éditions, la TFM en a consacré 6 aux femmes, soit 2,4% de la production. Il s'est agi de 4 Waaraf et 2 YeewuLeen.

Quant à la RTS1, sur un total de 253 éléments en 15 éditions, la RTS n'en aura consacré que 4 émissions aux femmes soit 0,16% de sa programmation. Ce sont 3 émissions «Jeeg Ak Këram» (dédiée exclusivement aux femmes) et une émission «Takussan» (diffusée de 16-17h).

### La typologie des émissions observées :

#### • Waaraf (TFM)

Cette émission qui parle des « obligations ou devoir du citoyen » s'intéresse aux faits de société : le harcèlement sexuel, le maraboutage, le gaspillage dans les cérémonies familiales, le calvaire des épouses d'immigrés etc.

#### • YeewuLeen (TFM)

C'est une émission matinale de divertissement qui intègre la revue de presse, l'information, sujets de société, musique etc. A la faveur de la commémoration de la journée internationale (8 mars), les éditions des 6, 7 et 8 mars ont été consacrés à la femme.

#### • Yeeg Ak Këram (RTS1)

Cette émission de la RTS1 dédiée à l'univers conjugal, du vécu au quotidien des femmes au-delà de leurs responsabilités professionnelles : l'habillement des jeunes filles ; le look des femmes enceintes ; le divorce etc.

#### • Takussan (RTS1)

C'est une émission thématique sur les faits de société, diffusée de 16h à 17 h, du lundi au jeudi. Le «Takussan» du 7 mars, a fait le focus sur le travail des femmes, notamment le maraîchage. La conclusion est que la femme doit entreprendre en vue de parvenir à une autonomie financière.

### Qui parle des femmes sur les antennes de TV ?

L'usage de la langue Wolof est une opportunité pour les femmes de corriger un déséquilibre noté sur les plateaux de télévision. Pour les sujets concernant les femmes, elles sont invitées pour en parler. Il y a aussi les experts qui parlent des femmes et le Sénégalais lambda.

### Profil des sources d'information

Les sources sont diversifiées : des intellectuelles, spécialistes, star de la musique, religieux, techniciens etc. Waaraf de TFM invite un spécialiste sur le plateau qui modère les positions de certains téléspectateurs. C'est le cas aussi avec Yeeg Ak Këram de la Rts1. Pour ce qui est de YeewuLeen, ce sont les animatrices ou animateurs et journalistes qui apportent parfois des éclairages. Takussan de la RTS1 invite souvent des spécialistes.

### Focus sur le 8 mars

#### Thèmes abordés

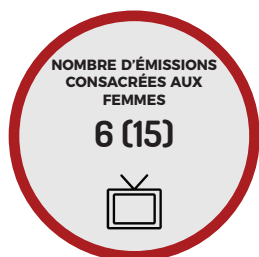
A l'instar des quotidiens et de la presse en ligne, les télévisions ont fait des éditions spéciales sur le 8 mars 2017. A l'occasion de cette manifestation, les médias dans leur écrasante majorité font la part belle à la femme.

**RTS 1 :** Elle a réalisé une édition spéciale sur le 8 mars 2017. A cette occasion, cette chaîne est allée à la rencontre de deux femmes mécaniciennes qui évoluent avec une certaine aisance, dans un milieu jadis réservé aux hommes. La RTS a également fait un focus sur les femmes de Thiaroye Sur Mer dont les enfants sont restés en haute mer du fait de l'immigration clandestine. Des femmes qui se sont retrouvées pour redonner espoir aux familles.

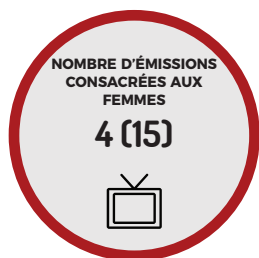


**TFM** : YeewuLeen a aussi consacré une édition spéciale en mettant l'accent sur La Conquête des droits des femmes. TFM a, à l'occasion, invité Mme Rose Dianne, femme scientifique, diplômée de l'Ecole Polytechnique de France et Mme Diouma Dieng Diakhaté, styliste qui a eu à évoquer son excellent parcours.

### Edition spéciale 8 mars (TV)



**TFM** (Télévisions)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



**RTS1** (Télévisions)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

### 3.3 Les Radios

A l'instar des journaux et des télévisions du paysage médiatique sénégalais, les Radios n'ont pas consacré assez d'espace aux femmes. Les journaux parlés de la période du 1er au 15 mars des radios Sud FM, Rfm et Rts n'ont pas traité des questions spécifiques aux femmes. Cependant toutes ont consacré des éditions spéciales au cours de la journée du 8 mars. L'exploitation des émissions n'a pas aussi donné grand-chose.

Sud Fm a produit 150 éléments (bulletins d'information et émissions) durant les 15 éditions, aucune émission sur les femmes, en dehors du 8 mars où une page spéciale a été consacrée à la gent féminine.

Quand à la RFM, sur 165 éléments produits en 15 éditions, seulement 3 sont consacrés aux femmes.

Pour ce qui est de la RTS (segment radio) sur les 945 éléments produits en 15 éditions, aucun n'a été spécifiquement consacré aux femmes, exception faite de la journée du 8 mars.

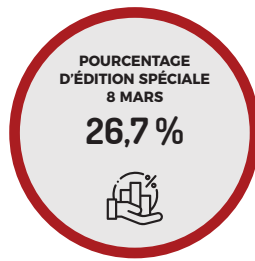
### Edition spéciale 8 mars (radio)



**RSI** (Télévisions)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



**Sud FM** (Télévisions)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES



Rfm (Télévisions)  
ESPACE - ARTICLES SUR LES FEMMES

### Sources de l'information

La RFM a invité à l'occasion de son émission, Le Grand Jury du 5 mars, la ministre de la santé et de l'action sociale, Eva Coll Seck.

Quant à l'émission «Joy Khol» toujours de la RFM du 3 mars, elle a reçu un «Oustaz» (enseignant ou maître coranique) pour parler du harcèlement sexuel.

### Genre rédactionnel

En dehors de ces émissions, RFM a consacré une édition spéciale au 8 mars. Sur les 5 articles les 3 sont des comptes-rendus et 2 sont une interview et un portrait

La RTS (radio) n'a consacré aucune émission à la femme. Elle a fait un focus le 8 mars avec ses 5 éléments dont 3 comptes-rendus et une interview et un portrait.

Sud FM et Radio Sénégal ont donné plus la parole aux femmes intellectuelles qu'aux femmes rurales. Dans cette édition spéciale 8 mars, il y a eu 6 éléments dont 4 comptes-rendus, une interview et un portrait.

L'exploitation par les médias des questions liées aux femmes confirme la place prépondérante des comptes-rendus dans le traitement de l'actualité. Cela conduit à la neutralité du ton utilisé par le reporter qui se contente souvent de donner la parole à ses sources.

### L'image de la femme véhiculée par les radios

Les éditions spéciales sur le 8 mars sont consacrées aux dures conditions de vie des femmes confrontées à la pauvreté, aux violences etc. Néanmoins, il a été donné de constater que ces éditions spéciales ont tenté de donner de la femme une image de battantes, déterminées à s'émanciper en n'hésitant à pas s'investir dans des secteurs jadis occupés par les hommes.

Toutefois, l'image d'une femme « responsable de ce qui lui arrive », lorsqu'il s'agit par exemple de sujets liés au harcèlement sexuel, aux violences, etc., est toujours véhiculée dans les médias. L'exemple de l'émission de la RFM « Joy Khol » du 7 mars 2017 confirme la règle. L'invité de l'émission, un maître coranique n'a pas hésité à indexer le comportement des filles qui font parfois dans la provocation. Même s'il reconnaît la responsabilité des hommes, tels que les enseignants qui abusent, par exemple de leurs élèves. Il est allé jusqu'à lancer un appel aux parents qui veulent trouver une solution aux problèmes de viols et de harcèlement en permettant à leurs filles de garder leur virginité grâce à des pratiques mystiques.

## 3.4 La Presse en ligne

La presse en ligne n'a pas également réservé suffisamment d'espace aux sujets concernant les femmes. Du 1er au 15 mars 2017, ces sites n'ont pas consacré un seul article aux femmes. Cette presse en ligne s'est contentée d'aborder le sujet sous l'angle évènementiel ; la journée internationale de la femme. A cette occasion, le monitoring indique que :

Pressafrik a produit 9 articles sur les femmes sur un total de 525 en 15 éditions soit 0,17% de sa production au cours de la quinzaine..

Seneweb (qui est un portail) a publié 1 050 éléments en 15 éditions dont seulement 7 articles sont consacrés aux femmes (0,07%).

Le site d'information Actusen a produit 4 articles sur les femmes sur un total de 450 éléments diffusés en 15 éditions (0,09%).

### **Genre rédactionnel**

La presse en ligne a aussi privilégié les comptes-rendus, les portraits et les interviews. Les journalistes ont mis l'accent sur la couverture des manifestations organisées à l'occasion de la journée internationale de la femme.

Pressafrik, sur les 9 articles, l'on dénombre 5 comptes-rendus, 2 interviews et 2 portraits.

Seneweb, sur les 7 articles rendus publics, 6 articles sont des comptes-rendus et un portrait.

Enfin, le site Actusen, a publié 4 articles, tous des comptes-rendus.

La prédominance des comptes-rendus montre à suffisance que les médias ne vont en profondeur lorsqu'ils évoquent les questions liées aux femmes, préférant se limiter à rapporter les faits.

### **Source d'information**

Les femmes qui apparaissent sur les sites d'information en ligne sont généralement les officielles, les expertes, les politiques.

### **L'image de la femme véhiculée**

Les comptes-rendus qui ont pris le dessus sur les autres genres rédactionnels expliquent le ton neutre utilisé par les journalistes. Le 8 mars, c'est comme si les médias s'étaient passés le mot pour ne pas peindre en noir la femme, l'espace d'une journée.

## **3.5 le web tv**

Les organes présents dans le segment Web Tv ont pratiquement suivi la même tendance, c'est-à-dire en réservant la portion congrue aux femmes. Si Dakaractu TV a mis l'accent sur le 8 mars ; Sénégal TV a fait le zoom sur le viol et conseils prodigués aux filles pour être de bonnes épouses.

Sur 35 éléments de Dakaractu Web TV produits en 15 éditions, 3 seulement concernent la femme (8,6%) et diffusés le jour de la commémoration. Il s'est agi des productions :

- 8 mars / Les femmes bousculent la hiérarchie ;
- Mois de la femme – Longue marche pour la parité ;
- Et DROITS ET ACQUIS DES FEMMES : Une percée honorable pour le Sénégal. Une interview de Amy Sarr Fall, directrice d'intelligences Magazine.

**Quant à Sénégal TV, cette chaîne a consacré 2 éléments aux femmes sur les 28 en deux semaines de programmation. Un élément sur le Viol au cours duquel outre la pauvreté qui a été évoquée la tenue vestimentaire a été mise en cause. Du coup ce sont les filles accusées d'être trop libres qui « provoquent » les hommes. Par ailleurs, dans le documentaire Keur Djegg Dji, de Sénégal TV des conseils ont été prodigués aux jeunes filles.**

La chaîne Dakaractu TV, a diffusé à l'occasion de cette journée, 3 éléments principalement des vidéos à base de reportages et d'interviews.

Sénégal TV a quant à elle, privilégié le plateau, avec la possibilité pour les téléspectateurs de contribuer.

### **Sources d'information**

Au cours des 3 reportages consacrés à la journée du 8 mars, Dakaractu TV a donné la parole aux femmes journalistes qui bousculent la hiérarchie dans les rédactions, à une femme leader, en l'occurrence Amy Sarr Fall, directrice d'intelligences Magazine qui retrace son parcours dans une Interview. La parole a également été donnée aux grandes figures féminines qui ont contribué au vote de la loi sur la parité au Sénégal.

Quant à Sénégal TV, cette chaîne a donné la parole aux hommes et femmes à travers son émission consacrée au viol. Elle a aussi donné la parole à une femme expérimentée qui a prodigué des conseils aux jeunes filles pour devenir de bonnes épouses.

### **Genre rédaction**

Comme genres journalistiques, les Web TV ont eu recours aux comptes-rendus, enquêtes et/ ou interview et cela a impacté le ton neutre utilisé par les journalistes.

### **L'image véhiculée**

La journée du 8 mars n'est que la face visible de l'iceberg, puisqu'une image très positive de la femme est véhiculée à cette occasion. Mais l'émission de Sénégal Tv sur le viol montre les clichés dont les femmes sont victimes. Des intervenants ont expliqué le phénomène du viol par la pauvreté, mais en insistant sur la responsabilité première des femmes qui s'habillent n'importe comment aux fins de provoquer les hommes. L'autre image véhiculée par Sénégal TV dans son document, Keur Djegg Dji, c'est de la femme au foyer, soumise et qui doit répondre aux caprices de son mari.

## IV - Conclusion

L'analyse quantitative de l'échantillonnage a permis de mettre en relief, le peu d'espace que les médias sénégalais, d'une manière générale, accordent aux questions liées à la femme. En ce qui concerne spécifiquement la presse écrite, les sujets relatifs à la femme sont dilués dans la rubrique «Société». Et rarement la femme fait l'objet d'un article avec appel à la UNE sauf lorsqu'il s'agit d'un fait divers dramatique ou ayant trait au sexe.

L'étude a par ailleurs montré que les journaux vendus dits à 100 F Cfa comme L'Observateur et Vox Populi, qui mettent un accent particulier sur les faits divers, accordent davantage d'espace aux femmes, généralement victimes de ces méfaits.

Même lorsque les femmes sont victimes de violence, elles sont présentées comme «bourreaux», à l'origine de leur malheur.

L'image de la femme dans la presse est rarement valorisante. Elle est généralement confinée dans les seconds rôles. Pour ce qui est de leur participation politique, en dépit de la loi sur la parité, les femmes n'ont pas encore obtenu des résultats significatifs en certains cercles. Lorsque les médias ouvrent leurs espaces aux femmes comme source d'information, ce sont généralement les femmes politiques ou qui occupent des postes clés au niveau institutionnel. Les femmes en milieu rural ou non alphabétisées sont laissées pour compte.

Du constat qui se dégage de cette étude indique pour améliorer l'image de la femme et lui accorder plus d'espace d'expression dans les médias, il conviendrait entre autres de :

- Sensibiliser les responsables des médias et les journalistes sur la nécessité de donner la parole aux femmes, à différents niveaux de la société, dans le but d'enrichir le débat sur l'évolution de la société ;
  - Sensibiliser l'expertise féminine à aller à la rencontre des médias à travers une communication proactive pour une participation de qualité au débat national ;
  - Susciter des organisations de femmes des articles d'analyses de réflexion sur les droits des femmes et les violences faites aux femmes ;
  - Sensibiliser les organes de régulation et d'autorégulations au monitoring des contenus impliquant les femmes ;
- renforcer les capacités des professionnels des médias sur les droits des femmes et les violences faites aux femmes et pour une prise en charge efficiente des préoccupations des femmes ;
- Exhorter et encourager les organisations d'appui aux femmes à travailler avec les médias pour la visibilité de leurs actions.

