ANALYSE DES ARTICLES DE PRESSE

LE RÔLE DES HOMMES DANS LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Mise en oeuvre du programme relatif à la stratégie cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2006)

LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Égalité des chances

ANALYSE DES ARTICLES DE PRESSE

LE RÔLE DES HOMMES DANS LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Mise en oeuvre du programme relatif à la stratégie cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2006)

LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Égalité des chances

Projet réalisé avec le soutien de la Comunauté européenne :
Mise en oeuvre du programme relatif à la stratégie cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2006)

Les informations contenues dans la présente publication ne reflètent pas nécessairement l'avis ou le point de vue de la Commission européenne

Edité par et disponible au
Ministère de l'Egalité des chances
L-2921 Luxembourg
Tél. 478 5814
Fax 24 18 86
info@mega.public.lu
www.mega.public.lu
2006

ISBN 2-919876-78-3

Sommaire

Préface 5

Analyse des articles de presse 7

Description du projet 9

Analyse des articles de presse luxembourgeois 11

Méthode d'analyse des articles de presse 13

ANALYSE DES ARTICLES DE PRESSE

LE RÔLE DES HOMMES
DANS LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Mise en oeuvre du programme relatif à la stratégie cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2006)

Description du projet

Le projet « le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre femmes et hommes » se déroule dans le cadre du programme européen relatif à la stratégie cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001 – 2006).
Ce programme soutient des activités dans les domaines de la vie économique, de l'égalité de la participation et de la représentation des femmes et des hommes, des droits sociaux, de la vie civile ainsi que des rôles et stéréotypes féminins et masculins.
Le but du projet est pour 2006 de favoriser la participation des hommes à la politique de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes grâce à des initiatives ayant pour objectif de soutenir et d'améliorer la synergie entre les politiques nationales en matière d'égalité entre les femmes et les hommes et de créer une valeur ajoutée au niveau communautaire.

Les trois pays partenaires du projet 'Le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre femmes et hommes' sont le Luxembourg, l'Irlande et la République slovaque.

L'aspect qui nous intéresse plus particulièrement dans cette publication est la description du rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la presse, en l'occurrence les quotidiens.

Pour analyser ce rôle ont été sélectionnés les articles de presse apparus dans les principaux quotidiens, c'est à dire ceux au plus grand tirage des 3 pays partenaires, et se focalisant sur le rôle actif des hommes dans la promotion de l'égalité entre femmes et hommes.

La période choisie pour l'analyse des articles était la quinzaine allant du 1ier au 15 mars 2006. Cette période se situe autour du 8 mars, journée internationale de la femme. Elle a été choisie parce que les responsables du projet s'attendaient à trouver pendant cette période un éventail assez large d'articles traitant dudit sujet ainsi que du sujet de l'égalité entre femmes et hommes en général.

Le résultat de l'analyse des articles de presse parus dans les trois pays et traitant le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre femmes et hommes est l'objet de cette publication.

Personnes de contact :

Luxembourg
Maddy Mulheims, Conseillère de Gouvernement 1ière classe, ministère de l'Egalité des chances, L –2921 Luxembourg
Maddy.mulheims@mega.etat.lu

Irlande
Maureen Bohan, Senior inspector, Marlborough street, Dublin 1, Ireland
Maureen.bohan@education.gov.ie

République slovaque :
Viera Kusendova, Director, Spitalska 4, 81643 Bratislava, Slovak Republic
kusendov@employment.gov.sk

Le contexte international

- Mise en œuvre du programme concernant la stratégie-cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2006)
- Thème prioritaire pour 2006: « Le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, et en particulier les comportements des hommes et des pères en liaison avec la conciliation entre la vie professionnelle et privée. »
- Favoriser la participation des hommes à la politique de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes grâce à :

• Identification, élaboration et échange de stratégies, de bonnes pratiques et d'outils détaillés et inté grés concernant la promotion de l'égalité, en particulier par les hommes et notamment sous l'angle du rôle des hommes et des pères en liaison avec la conciliation entre la vie professionnelle et privée
• Campagnes et séminaires de sensibilisation, y compris dans les médias, sur l'utilité et les avantages pour la société dans son ensemble de favoriser la participation des hommes à la politique de pro motion de l'égalité
• Soutien aux initiatives prises par les différents acteurs afin d'encourager l'évolution des rôles masculins dans la promotion de l'égalité
(Source : Commission européenne)

Le contexte national

- Mise en œuvre du Plan d'Action National d'Égalité entre les Femmes et les Hommes
- Objectif principal : « Susciter une prise de conscience au niveau de l'importance du rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes »
- Analyser de quelle manière les hommes peuvent contribuer à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes grâce à :

• Une analyse des principaux quotidiens nationaux pendant deux semaines dans les pays partenaires: le Luxembourg, l'Irlande et la République Slovaque
• Un livre recueillant les témoignages de dix hommes dans chaque pays partenaire
• Une enquête sur le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité en relation avec les résultats de recherches antérieures réalisées par l'Université du Luxembourg en éducation et en formation
• Une analyse en matière de progrès réalisés dans le cadre du projet pilote avec des pères mené par l'ONG Initiativ Liewensufank

La plus-value Européenne

- comparer les initiatives prises par les pays partenaires pour favoriser l'évolution des rôles masculins dans la promotion de l'égalité
- échanger des stratégies et bonnes pratiques des pays partenaires : le Luxembourg, l'Irlande, la République Slovaque

Les partenaires

Partenaires nationaux :

- Université du Luxembourg
- Initiativ Liewensufank (ILU), Institut pour l'Amélioration des Conditions autour de la Naissance, Luxembourg, organisation non gouvernementale

Partenaires internationaux :

- Department of Education and Science, Dublin, Ireland
- Ministère du Travail, des Affaires sociales et de la Famille, Département de l'Egalité des chances et de la non-discrimination, République de Slovaquie

LE RÔLE DES HOMMES DANS LA PROMOTION DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

Mise en oeuvre du programme relatif à la stratégie cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (2001-2006)

Auteurs: Almathea Consulting
Luxembourg, 2006

Méthode d'analyse des articles de presse

1. Préparation

La méthode d'analyse proposée est basée sur le « Guide de monitorage pour les journaux » développé dans le cadre du Projet mondial de monitorage des médias 2005.

1.1. Nombre de journaux à analyser

Le financement de l'analyse des cinq journaux se fera dans le cadre financier du projet.

Seront sélectionnés les quotidiens nationaux, les plus importants en termes de diffusion. Ne seront pas retenus les hebdomadaires ou mensuels.

Ne seront retenus que des quotidiens imprimés et non pas les éditions Internet des quotidiens.

Les quotidiens nationaux retenus doivent aussi refléter la diversité et l'équilibre du système médiatique national. Les facteurs à prendre en compte sont la propriété du journal (public/privé), la position politique, le public visé, la répartition géographique, etc.

L'Irlande et la Slovaquie, les partenaires transnationaux du projet, sélectionneront les cinq quotidiens nationaux à analyser en suivant les critères décrits ci-dessus. Etant donné que la Slovaquie ne dispose pas de cinq quotidiens nationaux, elle sélectionne quatre quotidiens nationaux et deux ou trois hebdomadaires.

Pour le besoin de cette étude, le Grand-Duché de Luxembourg retient les six quotidiens nationaux :
- Luxemburger Wort
- Tageblatt
- La Voix du Luxembourg
- Le Quotidien
- Lëtzebuerger Journal
- Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek

1.2. Choix des articles à codifier

Les articles à analyser se trouvent sur les pages d'actualité internationale et nationale des quotidiens retenus. Les articles publiés sur les pages d'actualité régionale ne sont pas à prendre en considération, sauf si les articles présentent une portée nationale importante (en Irlande, en Slovaquie respectivement au Luxembourg).

Seront codés tous les articles répondant aux critères fixés dans l'appel d'offres, à savoir :
- les articles se rapportant au rôle des hommes dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes. L'analyse devra renseigner de quelle manière :
  - le journaliste représente le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes
  - et, à titre de comparaison, comment la journaliste représente ce rôle. En outre il est demandé d'analyser à titre de comparaison comment les journalistes hommes et femmes représentent le rôle des femmes dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes.
- les articles publiés entre le 1er et le 15 mars 2006 inclus
- les articles concernant la journée du 8 mars.

Tous les articles qui répondent à ces critères seront retenus pour l'analyse. Les commentaires et les lettres à la rédaction ne sont pas à analyser, ni les énumérations ou appels d'articles en première page, les bandes dessinées ou les publicités.

L'objectif visé du projet est d'analyser le rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes et la manière dont est traité le 8 mars, journée internationale de la femme. Il est possible qu'on constate qu'il n'y ait qu'un nombre réduit d'articles consacrés à ces sujets. L'absence d'article est également à répertorier, car elle est de valeur significative pour l'importance accordée par le quotidien au sujet.

1.3. Organisation pratique

Toutes les informations sur les articles sont à encoder sur les fiches préparées à cet effet sous forme informatisée. Chaque fiche de codage complétée doit être vérifiée pour relever des erreurs ou omissions éventuelles.

Des sauvegardes régulières doivent être opérées pour éviter la perte des informations encodées. Il est recommandé de faire une copie de sauvegarde après chaque journée de travail et de la garder dans un endroit sécurisé.

Pour chaque article retenu selon les critères mentionnés, il faut fournir les informations suivantes:
- des informations sur le quotidien
- des informations sur le thème de l'article (catégorisation)
- des informations sur les gens qui figurent dans le reportage
- l'analyse du contenu
- des informations sur l'auteur homme respectivement sur l'auteur femme
- des informations sur l'acteur homme dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes.

2. L'article

2.1. Information de base sur le quotidien

Sur la fiche de codage, les informations suivantes sur le quotidien dont l'article analysé est issu seront indiquées :

Abréviation du titre du quotidien : il est proposé d'utiliser un code de deux lettres majuscules reprenant le titre. S'il y a des éditions régionales du quotidien national, il faut indiquer le nom de l'édition suivie (exemple : « The Hindu – édition New Delhi »)

Le Grand-Duché du Luxembourg utilisera le système d'abréviations suivant :
- Luxemburger Wort : LW
- Tageblatt : TB
- La Voix du Luxembourg : LV
- Le Quotidien : LQ
- Lëtzebuerger Journal : LJ
- Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek : ZV

Pour l'Irlande et la Slovaquie, il est proposé de choisir comme abréviations les deux initiales du titre de chaque quotidien.

Code du pays : il est proposé d'utiliser le code du pays selon le système d'abréviations suivant :
- Luxembourg : LU
- Irlande : IR
- République slovaque : SK

Moniteur : il est proposé d'inscrire sur chaque fiche de codage les initiales du moniteur qui a encodé les informations.

2.2. Informations sur l'article

2.2.1. Numéro de page

C'est la page à laquelle se trouve l'article retenu ou la page à laquelle il commence.

2.2.2. Contexte

Pour chaque article, il faut déterminer le contexte à choisir parmi la liste suivante. Si un article touche plusieurs contextes à la fois, le moniteur détermine le contexte dominant de l'article et le classe dans la catégorie afférente (exemple : un article sur l'impact de la protection de l'environnement sur les entreprises ☛à classer sous « environnement »).

Les rubriques « Autres » dans chaque catégorie ne sont à retenir qu'en tout dernier lieu, si on n'arrive pas à classer l'article dans aucune autre rubrique.

Contexte	Sujets visés	[redacted]	Abréviation
Politique	Politique nationale - gouvernement, national, élection, discours, système politi		

[redacted]

2.2.3. Portée de l'article

Pour chaque article, il faut déterminer la portée géographique la plus large qu'on puisse attribuer au contenu. Exemple : si l'article relate des faits d'une importance nationale et internationale, il faut le coder en international.

L'article est à coder selon la perspective du moniteur dans le pays où il habite. Exemple : un article sur les élections nationales en Allemagne sera codé national par le moniteur en Allemagne mais international par le moniteur au Luxembourg.

Portée géographique	Sujets visés	Abréviation
Régional	Revêt de l'importance dans votre propre ville, région	LOC
National	Revêt de l'importance dans votre propre pays	NAT
International	Revêt de l'importance dans d'autres pays ou dans le monde en général	INTER
National et autre	Revêt de l'importance dans votre propre pays et dans d'autres pays (ex. : Union européenne)	NATINT
Ne sait pas	(à préciser si aucune des autres catégories ne convient)	AUTGEO

2.2.4. Journaliste

Le/la journaliste est à coder si son nom est indiqué. Si l'article fait référence à un-e journaliste (ex. : « notre correspondant à Vienne », « un reporter », etc.), il ne faut pas coder le journaliste. Les agences de presse ne sont pas à coder.

Sexe	Sujets visés	Abréviation
Masculin	Journaliste Homme	JOURNH
Féminin	Journaliste Femme	JOURNF
Ne sait pas	À retenir si on ne sait pas si le nom indiqué est un homme ou une femme	JOURN ?

De même, le moniteur essaiera d'encoder la catégorie d'âge du journaliste.

Âge	Catégorie d'âge	Abréviation
Jeune	Jusque 40 ans	YOUNG
Âge moyen	De 40 à 60 ans	MIDAGE
Personne âgée	Plus de 60 ans	OLD
Ne sait pas	À retenir si on ne peut pas déterminer l'âge	AGE ?

2.2.5. Personnes citées

Chaque personne individuelle interrogée ou citée directement ou indirectement dans l'article doit être co-dée. Les groupes de personnes, les organisations, les sociétés ou autres collectivités sont à encoder selon leur domaine d'activité.

Les personnes citées sont à classer selon leur occupation :

	Profession / Occupation	**Abréviation**
	Pas de personne citée directement ou indirectement	PCNEG
	Non indiqué – l'article ne décrit pas l'occupation	PCNI
	Membre d'une famille régnante	MONAR
	Politicien/politicienne, haut fonctionnaire, ministre, chef/cheffe politique	OFFIC
	Fonctionnaire public, diplomate, policier/policière, militaire	FONCT
	Enseignant/enseignante, académicien/académicienne	ENSEIG
	Professionnel/professionnelle de la Santé, médecin, infirmier/infirmière	PROSAN
	Professionnel/professionnelle des Sciences, technologies, etc.	PROSCI
	Professionnel/professionnelle des médias, journaliste	PROMEDI
	Avocat/avocate, juge, magistrat/magistrate	AVOC
	Chef/cheffe d'entreprise, homme/femme d'affaires, économiste, expert/experte financier/financière	AFFAI
	Employé/employée de bureau ou de services	EMPLOY
	Artisan/artisane, manœuvre, chauffeur/chauffeuse, domestique	OUVR
	Agriculteur/agricultrice, travailleur/travailleuse des mines, etc	TRAVAGR
	Personnalité religieuse	TRAVREL
	Travailleur/travailleuse dans une société civile ou ONG	TRAVONG
	Personne vivant d'une activité sexuelle, prostitué/prostituée	PROST
	Artiste, écrivain/écrivaine, chanteur/chanteuse, etc.	TRAVART
	Athlète, joueur/joueuse, entraîneur/entraîneuse	TRAVSPO
	Etudiant/étudiante, élève, écolier/écolière	ETUD
	Chef/cheffe de famille (seulement si aucune autre occupation indiquée)	DIRFAM
	Enfant, jeune (seulement si aucune autre occupation indiquée)	TRAVJEU
	Retraité/retraitée (seulement si aucune autre occupation indiquée)	RETR
	Chômeur/chômeuse (seulement si aucune autre occupation indiquée)	CHOM
	Relations familiales (mari de, épouse de, conjoint/conjointe de, divorcé/divorcée de, …)	RELATF/RELATH
	Autre (seulement si aucune autre occupation indiquée)	TRAVAUT

Le sexe de la personne mentionnée doit également être indiqué :

Sexe	Sujets visés	Abréviation
Masculin	Homme	PERSH
Féminin	Femme	PERSF
Ne sait pas	À retenir si on ne sait pas si la personne indiquée est un homme ou une femme	PERS ?

Il s'agit ensuite de déterminer quel rôle la personne citée directement ou indirectement joue dans le reportage.

A cet effet, la classification suivante est à utiliser :

Rôle	Explication	Abréviation
Pas de rôle individuel	Il n'y a pas de personne citée individuellement	ROLNEG
Ne sait pas	Le rôle de la personne ne peut pas être clarifié	ROLNSP
Objet	Le reportage traite de cette personne	OBJ
Porte-parole	La personne parle au nom d'une organisation, d'une autre personne…	POPA
Expert ou commentateur	La personne fournit un avis, une information additionnelle basée sur une connaissance spécialisée	EXPT
Expérience personnelle	La personne exprime un avis sur base de son expérience personnelle	EXPERS
Témoin oculaire	La personne donne un témoignage sur base de ce qu'elle a vu	TEMO
Opinion populaire	La personne donne un avis sur base du « citoyen/ne ordinaire », de la « vox populi »	OPIN
Autre	Autre (seulement si aucun autre rôle indiqué)	ROLAUT

En outre, il faut codifier si la personne est citée directement dans l'article, c'est-à-dire si l'article reprend ses propos de manière directe :

Citation	Explication	Abréviation
Oui	Les propos de la personne sont cités textuellement	CITAT+
Non	Les propos de la personne ne sont pas cités textuellement	CITAT-

Il faudra indiquer si l'article reprend une photo de la personne citée :

Emplacement	Explication	Abréviation
Emplacement important	Article bien placé sur la page ou article placé sur une page principale	PLAC+
Emplacement faible	Article mal placé sur la page ou article placé sur une page de moindre visibilité	PLAC-

L'emplacement ou le positionnement de l'article est à indiquer parce qu'il peut influencer sa visibilité :

Emplacement	Explication	Abréviation
Emplacement important	Article bien placé sur la page ou article placé sur une page principale	PLAC+
Emplacement faible	Article mal placé sur la page ou article placé sur une page de moindre visibilité	PLAC-

En dernier lieu, il faudra indiquer s'il s'agit d'un article important ou d'un petit encart

Taille article	Explication	Abréviation
Grand article	L'article est important	MAJOR
Petit article	Il s'agit d'un petit article	SMALL

Les groupes sont à classer selon leur domaine d'activité :

Domaine d'activité	Abréviation
Représentations salariales	EMPEEREPR
Représentations patronales	EMPYEREPR
Organisations non gouvernementales	NGA
Groupes professionnels	PROFGR
Autres	OTH

3. L'analyse du contenu

3.1. Place de l'homme dans le reportage

Dans cette rubrique, il faut codifier si l'homme occupe une place centrale dans le contenu de l'article ou s'il est mis en évidence.

Place centrale	**Explication**	**Abréviation**
Oui	L'homme cité occupe une place centrale dans l'article	FEMM+
Non	L'homme cité n'occupe pas une place centrale dans l'article	FEMM-
Ne sait pas	Je n'arrive pas à me décider	FEMMNSP

3.2 Place de la femme dans le reportage

Dans cette rubrique, il faut codifier si la femme occupe une place centrale dans le contenu de l'article ou si elle est mise en évidence.

Place centrale	Explication	Abréviation
Oui	La femme citée occupe une place centrale dans l'article	FEMM+
Non	La femme citée n'occupe pas une place centrale dans l'article	FEMM-
Ne sait pas	Je n'arrive pas à me décider	FEMMNSP

3.3. Promotion de l'égalité des femmes et des hommes

Dans cette rubrique, il faut codifier si le reportage met manifestement en évidence l'égalité ou à l'inégalité entre les hommes et les femmes.

Egalité h-f	Explication	Abréviation
Oui	L'article traite de l'égalité/inégalité entre hommes et femmes	EGAL+
Non	L'article ne traite pas de l'égalité/inégalité entre hommes et femmes	EGAL-
Ne sait pas	Je n'arrive pas à me décider	EGALNSP

3.4. Stéréotypes Hommes-Femmes

Dans cette rubrique, il faut codifier si le reportage conteste ou renforce les stéréotypes relatifs aux hommes et aux femmes (femme au foyer, homme d'affaires, femme peu qualifiée, etc.).

Stéréotypes h-f (1)	Explication	Abréviation
Oui / homme	L'article renforce les stéréotypes relatifs aux hommes	RENFH+
Oui / femme	L'article renforce les stéréotypes relatifs aux femmes	RENFF+
Non / homme	L'article ne renforce pas les stéréotypes relatifs aux hommes	RENFH-
Non / femme	L'article ne renforce pas les stéréotypes relatifs aux femmes	RENFF-
Ne sait pas	Je n'arrive pas à me décider	RENFNSP

Stéréotypes h-f (2)	Explication	Abréviation
Oui / homme	L'article remet en question les stéréotypes relatifs aux hommes	QUESTH+
Oui / femme	L'article remet en question les stéréotypes relatifs aux femmes	QUESTF+
Non / homme	L'article ne remet pas en question les stéréotypes relatifs aux hommes	QUESTH-
Non / femme	L'article ne remet pas en question les stéréotypes relatifs aux femmes	QUESTF-
Ne sait pas	Je n'arrive pas à me décider	QUESTNSP

3.5. Rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité homme-femme

Promotion de l'égalité h-f par les hommes	Explication	Abréviation
Oui	Dans l'article, les hommes soutiennent l'égalité entre hommes et femmes	PROMG+
Non	Dans l'article, les hommes ne soutiennent pas l'égalité entre hommes et femmes	PROMG-
Ne sait pas	Je n'arrive pas à me décider	PROMGNSP

3.6. Appréciation

Dans cette rubrique ouverte, le moniteur ou la monitrice doit donner en résumé une appréciation si le journaliste-homme ou la journaliste-femme

- soutient la promotion de l'homme
- soutient la promotion de la femme
- soutient la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes
- favorise ou non les stéréotypes relatifs aux genres
- analyse le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Pour ce faire, il ou elle élabore une analyse de chaque article selon les critères suivants.
Pour chaque article il y a lieu de relever :

- si la dimension du genre est explicitement abordée, sans nécessairement constituer le thème principal
- si le sujet prend une ampleur particulière dans le contexte du 8 mars (Journée internationale de la femme)
- si l'auteur-homme ou l'auteur-femme soutient la promotion de l'égalité des hommes et des femmes
- si l'acteur homme promeut l'égalité des femmes et des hommes
- si l'appréciation globale de l'article permet de le citer dans l'analyse et le rapport final de l'enquête.

Le rapport final pour chaque quotidien et pour l'ensemble des quotidiens nationaux renseignera de façon synthétique si les quotidiens sélectionnés renforcent ou non par le choix des journalistes et par l'orientation philosophique des articles le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes en particulier et la promotion de l'égalité des femmes et des hommes en général.

4. Présentation

Une copie de chaque article encodé est à joindre au dossier remis en fin d'enquête. La copie portera l'indication du journal, de la date de parution et le nombre de référence inscrit sur la fiche d'encodage.

Analyse des articles de presse

Introduction

Dans le cadre de la mise en œuvre du programme concernant la stratégie-cadre communautaire en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, le Ministère de l'Egalité des chances du Grand-Duché de Luxembourg a mené le projet dont le thème prioritaire est « Le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, et en particulier le comportement des hommes et des pères en liaison avec la conciliation entre la vie professionnelle et privée ».

Dans ce contexte, le Ministère de l'Egalité des chances a lancé un appel d'offres pour la réalisation d'une analyse des 6 quotidiens du Luxembourg concernant le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes.

L'étude devait comporter les prestations suivantes :

- élaboration d'une méthode d'analyse sur base du projet mondial de monitorage des médias 2005, en langues française et anglaise, aux fins d'utilisation dans les pays partenaires (Irlande et Républi que Slovaque)
- analyse des articles de presse des 6 quotidiens luxembourgeois se rapportant au rôle des hommes dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes pour la période du 1er au 15 mars 2006.

Le présent rapport constitue l'analyse par quotidien avec des conclusions générales.

La période d'observation se situant autour de la Journée internationale de la Femme le 8 mars, il est évident que le nombre d'articles traitant de ce sujet ainsi que de l'égalité entre hommes et femmes est plus important qu'à un autre moment de l'année. Comment les hommes traitaient le sujet, tel était l'objet de l'étude et notamment le rôle de l'homme auteur de l'article et de l'homme acteur dans les articles. De manière générale, les chiffres et résultats relevés dans cette étude ne permettent pas de tirer une conclusion générale sur l'attitude de la presse quotidienne ou des journalistes travaillant dans ces médias. Elle ne permet que d'avancer certains constats ayant trait à cette période d'observation, période pendant laquelle une attention particulière est accordée aux sujets de l'égalité des femmes et des hommes et de la promotion de la femme.

En outre, il faut tirer l'attention sur le fait que très peu d'articles répondent aux critères fixés pour la sélection, c'est-à-dire le rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité des femmes et des hommes. Parmi les 21 articles sélectionnés, seulement trois articles avaient une visibilité notable parmi les autres sujets traités par la presse écrite et traitaient le sujet en question, à savoir le rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité entre femmes et hommes. Les 16 autres articles traitaient uniquement de l'égalité des chances et deux autres de la promotion féminine. Le sujet d'analyse fut ainsi élargi à la promotion de l'égalité des femmes et des hommes et les articles rédigés par des femmes journalistes furent sélectionnés pour constituer un échantillon comparatif. Ainsi, certaines constatations faites dans les pages suivantes sont à nuancer du point de vue statistique : elles n'ont pas la prétention d'être valides pour l'ensemble de la presse luxembourgeoise.

Titre	Articles traitant le sujet en question	Articles traitant l'égalité des chances	Articles traitant la promotion féminine
Luxemburger Wort	1	7	0
La Voix	0	2	1
Tageblatt	1	1	0
Le Quotidien	0	3	1
Lëtzebuerger Journal	0	0	0
Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	1	3	0
Total	3	16	2

Les quotidiens analysés sont : (Source : Service Information et Presse, Ministère d'Etat)

- d'Wort
  Editeur : saint-paul Luxembourg s.a.
  Parution : quotidienne (sauf dimanche)
  Année de fondation : 23 mars 1848
  Affiliation idéologique/tendance politique : catholique, conservateur, proche du PCS
  Tirage moyen en 2005 : 81.461

- La Voix (quotidien francophone)
  Editeur : saint-paul Luxembourg s.a.
  Parution : quotidienne (sauf dimanche)
  Année de fondation : 2 octobre 2001
  Affiliation idéologique/tendance politique : Conservateur, proche du PCS, issu du d'Wort
  Tirage (estimé) : 8.578

- Tageblatt
  Editeur : Editpress Luxembourg s.a.
  Parution : quotidienne (sauf dimanche)
  Année de fondation : 1913
  Affiliation idéologique/tendance politique : Socialiste, proche du POSL
  Tirage moyen en 2005 : 25.243

- Le Quotidien (quotidien francophone)
  Editeur : Lumedia S.A.
  Parution : quotidienne
  Année de fondation : 14 novembre 2001
  Affiliation idéologique/tendance politique : Indépendant ; à noter que l'éditeur est une société filiale d'Editpress, éditeur du Tageblatt
  Tirage moyen en 2005 : 25.243

- Lëtzebuerger Journal :
  Editeur : Editions Lëtzebuerger Journal S.A. Luxembourg
  Parution : du mardi au samedi
  Année de fondation : 1948
  Affiliation idéologique/tendance politique : Libéral, proche du parti démocrate
  Tirage (estimé) en 2005 : 5000

- Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek
  Editeur : Zeitung S.A.
  Parution : du mardi au samedi
  Année de fondation : 1946
  Affiliation idéologique/tendance politique : Communiste, proche du parti communiste luxembourgeois (KPL), anciennement organe du KPL
  Tirage (estimé) en 2005 : 7500

1. Analyse des paramètres de l'article et de sa portée

Le placement de l'article et sa taille déterminent l'importance donnée au sujet dans les périodiques luxembourgeois.

Titre	Placement + / -	Taille grande/petite	Envergure Inter/Nat/NatInt/Loc
Luxemburger Wort	6 / 2	3 / 5	2 / 3 / 3 / 0
La Voix	3 / 0	3 / 0	0 / 2 / 1 / 0
Tageblatt	1 / 1	1 / 1	0 / 1 / 0 / 1
Le Quotidien	3 / 1	3 / 1	1 / 2 / 1 / 0
Lëtzebuerger Journal	0 / 0	0 / 0	0 / 0 / 0 / 0
Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	2 / 2	3 / 1	0 / 2 / 2 / 0
Total	15 / 6	13 / 8	3 / 10 / 7 / 1

Tableau 1 : tableau comparatif placement, taille et envergure de l'article

Cette analyse met en avant que 13 articles sur 21 étaient de taille importante. On peut donc en déduire que la visibilité des articles était satisfaisante. Néanmoins, l'importance de l'actualité - c'est-à-dire la journée du 8 mars - n'a pas été neutre dans le choix de ce placement. En effet, la célébration de la journée de la femme a permis à ce thème de se classer parmi les sujets d'actualité.

La portée géographique des sujets traités a également été étudiée et à ce niveau, on peut observer que la portée des articles est surtout nationale ou de manière générique national/international. Seul un article dans le Tageblatt traite du sujet au niveau local. Par conséquent, cette analyse permet de mettre en avant que le sujet de l'égalité et plus particulièrement du rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité homme/ femme est traité de manière générale à un niveau national. Le traitement du sujet au niveau local permet de comprendre directement que des actions peuvent être entreprises à chaque niveau même au niveau local. De plus, un sujet d'envergure nationale peut éventuellement voiler chez le lecteur l'impression que cela puisse le concerner individuellement.

2. Le contexte des articles

Sujet/Titre	Lux Wort	La Voix	Tageblatt	Le Quotidien	Lëtzebuerger Journal	Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	Total
Arts				1			1
Evolution H/F						1	1
Mouvements prom. Egalité	3		1	1			5
Politique nationale	3	2	1	1		1	8
Social	1						1
Statistiques		1					1
Travail, emploi				1		2	3
Violence	1						1
Total	8	3	2	4	0	4	21

Tableau 2 : Analyse des articles selon leur contexte

Cette analyse montre que la question du rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes est le plus souvent traitée dans le contexte de la politique nationale (8 articles).

Cinq articles placent le débat dans le contexte de mouvements en faveur des femmes et/ou de l'égalité homme-femme. Ainsi, la question est abordée sous l'angle de vue des milieux intéressés. Cette question est traitée à un niveau trop politique pour le lecteur qui ne se sent alors pas directement impliqué.

Seulement trois articles placent le débat dans le contexte du travail et de l'emploi.

Les cinq articles restants touchent chaque fois un sujet différent, notamment les arts, l'évolution homme/femme, le social, les statistiques et la violence.

3. Analyse du sujet et de la portée des articles

a. Analyse des trois articles touchant le sujet

1. Luxemburger Wort

„Rote Karte für Frauenhändler" (Carton rouge pour les trafiquants de femmes)
Dans cet article, le sujet du rôle des hommes est traité dans le contexte de la prostitution forcée et du trafic des femmes. En effet, en vue de la Coupe mondiale du football en Allemagne, on s'attend à une forte augmentation du commerce du sexe. C'est dans ce cadre que la capitale allemande a lancé une campagne contre la prostitution forcée. Principale cible de cette campagne sont les hommes qui sont encouragés à travers des affiches, des cartes postales et des annonces dans les journaux, à dénoncer la prostitution forcée. La campagne est d'ailleurs fortement soutenue par la légende du foot de Dortmund, Siggi Held.

2. Tageblatt

„Im Kopf noch nicht so weit wie auf dem Papier" (L'état d'esprit n'est pas aussi loin que la théorie)
Selon le Premier Ministre, Jean-Claude Juncker, la journée internationale des femmes est aussi une affaire d'hommes. Malheureusement, l'égalité entre femmes et hommes est plus visible en théorie qu'en pratique. La journée internationale des femmes est une occasion importante pour intégrer les principes d'égalité dans les pratiques quotidiennes.

3. Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek

„Den Weg zur Gleichstellung der Frau gemeinsam beschreiten" (Parcourir ensemble le chemin de l'égalité hommes-femmes)
L'article décrit la situation des femmes sur le marché de l'emploi. De nos jours, presque 5.000 femmes se trouvent sans emploi au Luxembourg. La situation s'avère d'autant plus difficile pour les femmes entre 40 et 50 ans. Avec l'augmentation des tarifs concernant les organismes de garde d'enfants, le nombre de femmes qui renoncent à un emploi pour s'occuper de leurs enfants connaîtra sûrement une forte croissance. Selon les chiffres publiés par la Commission européenne, 32 % des femmes occupent des postes à temps partiel contre 7 % chez les hommes. Par ailleurs, 15 % des femmes salariées bénéficient d'une rémunération inférieure à celle des hommes.
Seul un changement dans les mentalités peut conduire à une égalité entre femmes et hommes sur le marché de l'emploi. Il est important que tous, hommes et femmes, œuvrent ensemble en faveur d'une société plus égalitaire.

b. Portée des articles

Sujet/Portée	International	National et international	National	Local	Total
Arts	1				1
Evolution H/F		1			1
Mouvements prom. Egalité		4	1		5
Politique nationale			7	1	8
Social	1				1
Statistiques		1			1
Travail, emploi		1	2		3
Violence	1				1
Total	3	7	10	1	21

Tableau 3 : Répartition des articles en fonction de leur sujet et de leur portée

Les chiffres permettent de constater que :

- les articles situés dans un contexte de mouvement de promotion de l'égalité homme/femme se situent aussi bien au niveau national qu'international, ce qui permet de noter un dynamisme au Luxembourg des mouvements de promotion de l'égalité homme/femme
- le contexte du travail et de l'emploi est repris tant au niveau national qu'international, ce qui confirme l'actualité de ce sujet également au niveau national
- seul un article traite de la violence et ce dernier s'inscrit dans un contexte international. Ainsi, aucun article publié dans la presse où le rôle de l'homme est évoqué dans la promotion de l'égalité homme/femme, ne traite de ce sujet au niveau national et local. L'homme étant dans une majorité des cas impliqué dans ce problème, on note que ce thème n'est pas plus développé pour sensibiliser le lecteur et qu'il n'y a aucun article à portée locale ou nationale qui le traite, alors qu'il s'agit d'une réalité au Luxembourg également.

4. Les profils des auteurs sélectionnés

	Jeune	Âge moyen	Vieux	Âge ?	Total
Journaliste H		4		6	10
Journaliste F	2	1		2	5
Journaliste ?				6	6
Total	2	5	0	14	21

Tableau 4 : Profil des auteurs des articles sélectionnés

D'après les données du tableau, on note que le sujet de l'étude est majoritairement repris dans des articles rédigés par des auteurs hommes. En effet, 10 articles ont été rédigés par des hommes alors que seuls 5 ont été rédigés par des femmes sur un total de 21 articles.
De manière générale, il est difficile de considérer l'âge du journaliste comme un critère d'analyse car les données sont insuffisantes dans le cadre de cette étude. Il serait néanmoins intéressant de considérer l'âge des journalistes ayant traité de ce sujet et de les comparer aux âges moyens des journalistes de ces quotidiens pour évaluer le paramètre de l'âge du journaliste par rapport à la sensibilisation à ce sujet.

5. Les personnages cités par les journalistes

	Personnage H	Personnage F	Personnage H+F	Personnage ?	Total
Journaliste H	1	4	2	3	10
Journaliste F	1	2	1	1	5
Journaliste ?	3	2		1	6
Total	5	8	3	5	21

Tableau 5 : Analyse des personnages cités selon le genre du journaliste

Les journalistes hommes présentent 7 fois des personnages alors que les journalistes femmes présentent 4 fois des personnages identifiables par leur genre. Il n'est pas possible de tirer une conclusion de cette constatation eu égard au fait que le journaliste homme est identifié comme ayant écrit 10 articles et la journaliste femme 5 articles.

Le journaliste masculin décrit plus souvent un personnage féminin dans son article que la journaliste féminine. De manière générale, les personnages masculins sont moins mis en avant que les personnages féminins. On cite plus souvent des personnages féminins. Ceci ne contribue pas à renforcer ou tout au moins à mettre en lumière le rôle de l'homme dans l'évolution de la promotion de l'égalité homme/femme.

Le personnage féminin reste donc le principal vecteur de la promotion de l'égalité des genres. La femme joue un rôle principal dans 8 articles contre 5 pour l'homme.

6. Le rôle de la personne citée

	DirFam	Offic	ProMédi	TravRel	PCNI	PCnég	Total
Journaliste H	1	4	1		1	3	10
Journaliste F		4				1	5
Journaliste ?		4		1		1	6
Total	1	12	1	1	1	5	21

Tableau 6 : Le rôle de la personne citée

On peut noter que sur 16 personnes citées, 12 sont des personnes ayant un mandat officiel. Cette constatation permet de dire que la discussion autour de la promotion de l'égalité des genres se fait essentiellement par des protagonistes officiels. On retrouve ici l'idée qu'il s'agit d'un thème politique et le rapport au quotidien n'est par conséquent pas toujours fait. Par ailleurs, il est plus difficile pour le commun de s'identifier à des personnages officiels qu'à des personnes de la vie quotidienne. Et, par conséquent, de comprendre quel peut être le rôle de chaque homme dans la promotion de l'égalité homme/femme.

Néanmoins, le message émis par un officiel à ce sujet permet d'attirer l'attention du public sur l'importance du rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité et de renforcer ainsi sa perception. Les officiels donnent l'exemple.

7. Analyse du contenu des articles

	Place H +/-	Place F +/-	Renforce stéréotype F + / -	Remet en question stéréotype F +/-	Renforce stéréotype H + / -	Remet en question stéréotype H +/-	Promotion égalité + /-	Total
Journaliste H	6 / 4	9 / 1	4 / 6	9 / 1	5 / 5	7 / 3	9 / 1	
Journaliste F	4 / 1	5 / 0	2 / 3	5 / 0	3 / 2	1 / 4	3 / 2	
Journaliste ?	5 / 1	5 / 1	4 / 2	4 / 2	3 / 3	3 / 3	5 / 1	
Total	15 /6	1 9 / 2	10 / 11	18 / 3	11 / 10	11 / 10	17 / 4	21

Tableau 7 : Analyse du contenu des articles

D'après cette étude, on peut noter que :

- lorsque une femme est citée dans un article par une auteure femme, elle occupe toujours la place centrale. Sur les 10 articles où un journaliste homme cite une femme, il place dans 9 articles la femme à la place centrale. Cette tendance ne s'observe pas lorsque un homme est cité dans un article, il peut alors tant pour le journaliste homme que pour la journaliste femme être simplement évoqué. On peut en déduire que l'homme n'est pas autant mis en évidence que la femme dans ces articles
- la majorité des articles qui parlent des stéréotypes tant féminins que masculins, les renforcent. Néanmoins, majoritairement, les articles remettent en cause les stéréotypes féminins.
  Cette tendance ne s'observe pas au niveau des stéréotypes masculins. L'analyse détaillée des articles permet de constater que les journalistes hommes remettent en question les stéréotypes mascu lins dans sept articles sur dix qui évoquent ces stéréotypes. Les journalistes femmes ne remettent en question les stéréotypes masculins que dans un article sur cinq. A l'analyse des articles faisant l'objet de l'étude, on constate que les journalistes hommes ont plus tendance à remettre en cause les stéréotypes hommes que les journalistes femmes.

Il est donc intéressant de constater que les stéréotypes masculins sont moins remis en cause que les féminins et notamment lorsque l'auteur est une femme. Une explication possible est que les stéréotypes féminins sont devenus plus visibles et que l'opinion publique se rend compte qu'il faut les changer. A l'opposé, les stéréotypes masculins ne sont à l'heure actuelle pas considérés comme devant être mis en cause.

Lorsque le journaliste homme cite un homme (c'est-à-dire dans 10 articles), il met dans 9 articles en avant le rôle de l'homme actif dans la promotion de l'égalité. Pour la journaliste femme, la situation est moins claire : seuls dans 3 articles sur 5, l'homme cité est mis en avant dans la promotion de l'égalité homme/femme. Le rôle de l'homme actif dans la promotion de l'égalité homme/femme est donc plus évident dans les articles rédigés par des auteurs hommes.

Conclusion

A l'issue de cette étude, on peut en déduire les commentaires et enseignements suivants :

- la visibilité des articles est satisfaisante, mais cette constatation est à nuancer par l'actualité du thème de la promotion de l'égalité homme/femme dans le cadre de la journée du 8 mars
- les personnages féminins sont cités plus souvent que les personnages masculins. La présentation de la promotion de l'égalité homme/femme est représentée dans une large part par des personnages féminins par conséquent.
- les stéréotypes liés à la femme dans un contexte familial ou domestique sont souvent repris dans les articles. L'image de la femme est, par conséquent, associée de manière forte au stéréotype de la femme assurant exclusivement les tâches ménagères et les obligations organisationnelles liées aux enfants. Bien que remis en question par les journalistes, les stéréotypes restent pour le lecteur associés à l'idée de la femme dans ces obligations traditionnelles. Le rôle de l'homme est évoqué lorsqu'on remet en question les stéréotypes, mais de manière marginale. Par conséquent, après lecture des articles, on ne fait pas directement le lien avec le rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité homme/femme.

En conclusion, le fait que le rôle de l'homme n'est abordé que dans trois articles traduit le manque de traitement de sujet dans la presse luxembourgeoise.

De manière globale, on note que la situation de l'homme par rapport à la femme est abordée à travers des stéréotypes ou alors certains officiels masculins qui dressent des constats en terme de statistiques, mais le débat de fond sur le rôle de l'homme n'est abordé que par le biais de la question du changement des rôles, donc de manière indirecte. Peu de discussions en profondeur sur l'action de l'homme dans la promotion de l'égalité homme/femme sont soulevées ici. Cette remarque rappelle le rôle informatif du compte rendu neutre et objectif du journaliste.

Faudrait-il en conclure que ces articles reflètent la réalité de la situation au Luxembourg et qu'il n'y a aucun débat de fond sur le rôle de l'homme dans la promotion de l'égalité homme/femme ?

Analysis of press articles in Luxembourg

THE ROLE OF MEN IN THE PROMOTION OF GENDER EQUALITY

With the support of the European Community : Programme relating to the Community Framework Strategy on Gender Equality (2001-2006)

Authors: Almathea Consulting
Luxembourg, 2006

Analysis method of press articles

1. Preparation

The method proposed is based on the "Monitoring Guide for newspapers" developed in the framework of the "World project for monitoring newspapers 2005".

1.1. Number of newspapers to be analysed

The analysis of the five newspapers will be made within the financial frame of the project.

The most important national daily newspapers in terms of circulation have to be selected. Weekly or monthly newspapers are not considered.

Only printed editions are taken in consideration, not the Internet edition.

The national daily newspapers considered must reflect the diversity and the balance of the national press. In order to make a correct selection, please consider the ownership of the newspaper (public/private), the political orientation, the readership, the geographical distribution, etc.

Ireland and Slovakia, the transnational partners of the project have to select the five most representative daily national newspapers following these criteria. As Slovakia does not have five daily newspapers, the partner of the project selects four national daily newspapers and two or three weekly newspapers.

1.2. Selection of the articles

The articles to be analysed are on the main international and national pages of the newspapers. The topics published on the regional pages of the newspapers do not have to be considered except if they are important on the national level (e.g. in Ireland or in Slovakia).

- Every article corresponding to the following criteria has to be codified:
  articles on the role of men contributing to promote gender equality, including editorials. The analysis must inform on:
  - how the male journalist represents the role of men in the field of promotion of gender equality
  - and, for comparison matters, how the female journalist represents this role. Moreover, should be analysed, also for comparison matters, how male and female journalists represent the role of women in the field of promotion of gender equality
- articles published between 1 and 15 March, 2006
- articles about 8 March, 2006.

Every article meeting one of these criteria should be considered for analysis. Commentaries and letters to the editor, as well as enumerations or calls for articles on the first page of the newspaper, comic strips or advertisements, have not to be analysed.
The aim of the project is to analyse the role of men is in the field of gender equality and how the 8th of March, the international women's day, is represented. It is possible that there are only a few articles talking about these topics. The absence of articles must also be registered, because it is significant for the importance given by the newspaper to the subject.

1.3. Practical organisation

All information about the article has to be codified on the EXCEL sheet following these guidelines. Every completed sheet has to be checked if it is filled in correctly.

Please save your data regularly, in order to prevent any loss of data. It is recommended to keep a copy of the work every day in a safe place.

For every article selected, the following information has to be given:

- information on the newspaper
- information about the theme of the article
- information on the person(s) mentioned in the article
- an analysis of the text
- information about the gender of the author
- information about the male actor and his attitude in promoting gender equality.

2. The article

2.1. Basic information about the newspaper

On the EXCEL sheet, the following information on the newspaper from which the article is issued, has to be given:

Abbreviation of the name of the newspaper : please use a code with the initials of the name. If there are several regional editions of a national newspaper, you have to mention the regional edition followed (e.g. « The Hindu – edition New Delhi »).

For instance, Luxembourg uses the following code:

- Luxemburger Wort : LW
- Tageblatt : TB
- La Voix du Luxembourg : LV
- Le Quotidien : LQ
- Lëtzebuerger Journal : LJ
- Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek : ZV

Code for the country : please use the following code to abbreviate the name of your country:

- Luxembourg : LU
- Irelande : IR
- Slovak Republic : SK

Supervisor : the name of the person encoding the data has to be codified on each sheet by using his initials.

2.2. Information on the article

2.2.1. Page number

Please indicate the number of the page on which the article starts.

2.2.2. Context

For every article, you have to select one context from the following list. If an article concerns several contexts, you have to choose the most important context and classify the article in the appropriate category (e.g. an article about the impact of environment protection on industry ☞ category “environment”).

The category “Other” can only be chosen if there is absolutely no other appropriate category for the context.

This is the list of subjects:

Context	Subjects	Abbreviation
Politics	National politics - government, national, election, speech, political system, administration, etc.	POLNAT
	International politics (EU, relations with other countries, UN, international institutions, treaties, etc.)	POLINT
	Other (specify a subject not mentioned in the list of Politics)	AUTPOL
Economy	Political economy, economical strategy, currencies, etc.	ECO
	Economical indicators or statistics	STAT
	Social, poverty, housing, economic aid, grants, etc.	SOC
	Work, employment, unemployment, trade union, social negotiations, etc.	TRAV
	Agriculture, Fishery	AGRI
	Consumption, consumer, price, regulations, etc.	CONS
	Transport, traffic, roads, aviation, railway, etc.	TRANS
	Other (specify a subject not mentioned in the list of Economy)	AUTECO
Science and Health	Technology, research, science	SCIEN
	Medicine, health, hygiene (not AIDS)	MEDEC
	AIDS	SIDA
	Other virus or epidemics (not AIDS)	VIR
	Fertility, birth control, pregnancy, etc.	FECON
	Environment, pollution	ENVIR
	Other (specify a subject not mentioned in the list of Science and Health)	AUTSCIEN
Social et Law	Education, training	EDUC
	Family relations, generation conflict, parents, single, etc.	RELFAM
	Human Rights, women's rights, children's rights, etc.	JURGEN
	Religion, traditions, cultures, etc.	RELIG
	Refugees, person seeking political asylum, migration, etc.	ASIL
	Rights of the family, rights and customs of succession	JURFAM
	Legislation (not Human rights, women's, children's, family rights)	LEGIS
	Movement and manifestation in favour of women or gender equality	MOUV
	Evolution of gender relations	EVOHF
	Native, foreigner, ethnic minority, nationality, race	NATION
	Social category	NIVSOC
	Other (specify a subject not mentioned in the list of Social and Law)	AUTSOC
Crime and Violence	Non-violent crimes (corruption, theft, drug traffic, etc.)	CRIMNV
	Violent crimes (murder, kidnapping, etc.)	CRIMV
	Violence against women, sexual harassment, rape, etc.	VIOL
	Riot, manifestations	MANIF
	War, terrorism	WAR
	Natural disaster	CATA
	Other (specify a subject not mentioned in the list of Crime/Violence)	AUTCRIM
Personalities, arts	News, birth, death, wedding, etc.	NOUV
	Arts, hobbies, entertainment, show, etc.	ARTS
	Fashion, model, beauty contest	MODE
	Media, photography, film, Internet, PC, etc.	MEDIA
	Sport, sport events	SPORT
	Other (specify a subject not mentioned in the list of Personalities/Arts)	AUTPERS

2.2.3. Scope of the article

You have to mention for every article the largest geographical scope considering the content. E.g. if the article mentions facts of national and international importance, it should be coded as "international".

The article has to be coded with the point of view of the reader in the country where he lives. E.g. an article on national elections in Luxembourg has to be coded "national" by the supervisor in Luxembourg but "international" by the supervisor in Ireland or Slovakia.

Geographical scope	Subjects	Abbreviation
Regional	Is important for your region, town	LOC
National	Is important for your country	NAT
International	Is important for other countries or in the world in general	INTER
National and other	Is i mportant f or y our country and other countries (e.g. E uropean Union)	NATINT
Do not know	(specify if no other category is suitable)	AUTGEO

2.2.4. The journalist

The journalist has to be coded if his name is mentioned. If the article refers to a journalist in common (e.g. "our correspondent in Vienna" or "a news reporter"), you do not have to codify the journalist. Press agencies are not to be codified.

Gender	Subjects	Abbreviation
Male	Male journalist	JOURNH
Female	Female journalist	JOURNF
Do not know	Only if it is not possible to identify the sex of the journalist	JOURN ?

You have also to try to codify the age of the journalist.

Age	Age category	Abbreviation
Young	< 40 years	YOUNG
Middle aged	Between 40 and 60 (included 40 and 60 years)	MIDAGE
Older person	> 60 years	OLD
Do not know	Only if it is not possible to identify the age	AGE ?

2.2.5. Person mentioned

Every individual person mentioned or quoted directly or indirectly in the article has to be codified. Groups of persons, organisations, companies or other communities are to be encoded according to their activity domain

Persons mentioned have to be codified by their professional occupation:

	Profession / Occupation	**Abbreviation**
	No person mentioned directly or indirectly	PCNEG
	No professional indication – the article does not mention an occupation	PCNI
	Member of a royal family	MONAR
	Politician, high civil servant, minister, political leader	OFFIC
	Civil servant, diplomat, police officer, military person	FONCT
	Teacher, academician	ENSEIG
	Health professional, doctor, male nurse, nurse	PROSAN
	Scientist, technician, etc.	PROSCI
	Media professional, journalist	PROMEDI
	Lawyer, judge, attorney	AVOC
	Chief executive officer, businessman, businesswoman, economist, financial expert	AFFAI
	Employee, office worker, etc.	EMPLOY
	Craftsman, craftswoman, worker, driver, domestic staff	OUVR
	Farmer, mine worker, etc	TRAVAGR
	Clergyman, clergywoman	TRAVREL
	Worker in a non governmental organization, etc.	TRAVONG
	Prostitute, person living from a sexual activity	PROST
	Artist, writer, singer, etc.	TRAVART
	Sportsman, sportswoman, trainer	TRAVSPO
	Student, pupil, etc.	ETUD
	Head of family (only if there is no other occupation indicated)	DIRFAM
	Child, young (only if there is no other occupation indicated)	TRAVJEU
	Retired (only if there is no other occupation indicated)	RETR
	Unemployed person (only if there is no other occupation indicated)	CHOM
	Family relations (husband of, wife of, partner of, divorced from, separated of, etc.) (only if there is no other occupation indicated)	RELATF/RELATH
	Other (only if there is no other occupation indicated)	TRAVAUT

The gender of the person mentioned has also to be filled in:

Gender	**Subjects**	**Abbreviation**
Male	Male	PERSH
Female	Female	PERSF
Do not know	Only if it is not possible to identify the sex of the journalist	PERS ?

You have to mention the role taken by the person directly or indirectly mentioned in the article. The following classification has to be used:

Role	Explanation	Abbreviation
No individual role	There is no individual person mentioned	ROLNEG
Do not know	The role of the person mentioned cannot be clarified	ROLNSP
Object	The article is about this person	OBJ
Spokesperson	The person mentioned speaks in place of an organisation, another person, etc.	POPA
Expert or commentator	The person gives an opinion, an additional information based on a specific know-how	EXPT
Personal experience	The person gives an opinion based on his personal experience	EXPERS
Witness	The person gives an opinion based on what he/she saw	TEMO
Popular opinion	The person gives an opinion based on common sense, on the so-called "vox populi"	OPIN
Other	Other (only if there is no other role indicated)	ROLAUT

You also have to mention if the person is quoted directly in the article, e.g. if his/her words are written down in the article:

Quotation	Explanation	Abbreviation
Yes	The words of the person are quoted literally	CITAT+
No	The words of the person are not quoted literally	CITAT-

You have to mention if there is a photography of the person with the text:

Photography	Explanation	Abbreviation
Yes	There is a photography of the person	PHOT+
No	There is no photography of the person	PHOT-

The place of the article on the page is important because it can influence its visibility:

Place	Explanation	Abbreviation
Important place	The article is well placed on the page or the article is placed on a major page	PLAC+
Poor place	The article is not well placed on the page or the article is placed on a page with a minor impact	PLAC-

You also have to indicate if the article is an important one or if it is a small one:

Space of article	Explanation	Abbreviation
Major article	The article is important	MAJOR
Small article	The article is a small one	SMALL

Groups have to be codified according to their activity domain:

Activity domain	Abbreviation
Employees' representation	EMPEEREPR
Employers' representation	EMPYEREPR
Non governmental agencies	NGA
Professional groups	PROFGR
Other	OTH

3. Analysis of content

3.1. The place of men in the article

You have to codify if men take a major place in the content of the article or if they are highlighted.

Central place	Explanation	Abbreviation
Yes	The man mentioned occupies a central place in the article	MAN+
No	The man mentioned does not occupy a central place in the article	MAN--
Do not know	I cannot decide	MANNSP

3.2. The place of women in the article

You have to codify if women take a major place in the content of the article or if they are highlighted.

Central place	Explanation	Abbreviation
Yes	The woman mentioned occupies a central place in the article	FEMM+
No	The woman mentioned does not occupy a central place in the article	FEMM--
Do not know	I cannot decide	FEMMNSP

3.3. Promotion of gender equality

You have to codify if the article clearly puts the emphasis on gender equality or not.

Gender equality	Explanation	Abbreviation
Yes	The article puts emphasis on gender equality	EGAL+
No	The article does not put emphasis on gender equality	EGAL-
Do not know	I cannot decide	EGALNSP

3.4. Gender stereotypes

In this column, you have to codify if the article reinforces or not gender stereotypes (housewife, businessman, woman with poor education, etc.).

Gender stereotype (1)	Explanation	Abbreviation
Yes / man	The article reinforces stereotypes about men	RENFH+
Yes / woman	The article reinforces stereotypes about women	RENFF+
No / man	The article does not reinforce stereotypes about men	RENFH-
No / woman	The article does not reinforce stereotypes about women	RENFF-
Do not know	I cannot decide	RENFNSP

Gender stereotype (2)	Explanation	Abbreviation
Yes / man	The article is questioning the stereotypes about men	QUESTH+
Yes / woman	The article is questioning the stereotypes about women	QUESTF+
No / man	The article is not questioning the stereotypes about men	QUESTH-
No / woman	The article is not questioning the stereotypes about women	QUESTF-
Do not know	I cannot decide	QUESTNSP

3.5. Role of men in the promotion of equality between men and women

Promotion of gender equalty by men	Explanation	Abbreviation
Yes	In the article, men are promoting gender equality	PROMG+
No	In the article, men are not promoting gender equality	PROMGF-
Do not know	I cannot decide	PROMGNSP

3.6. Appreciation

In this open column, the supervisor gives a summary of his appreciation if the male journalist or the female journalist:

- promotes the role of men
- promotes the role of women
- promotes gender equality
- emphasizes or not stereotypes about genders
- analyses the role of men in the promotion of equality between men and women

To do so, he or she develops an analysis of each article following these criteria.
For every article he or she mentions whether

- the gender question is explicitly mentioned, even if it is not the central theme
- the subject takes an important place in the context of the 8th of March, 2006 (International women's Day)
- the male or female author promotes gender equality or not
- the man actor promotes equality between men and women
- the global description qualifies the article for a quotation in the analysis and the final report of the project

The final report for every newspaper and for the whole project gives a synthetic view on whether the selected newspapers reinforce or not by the choice of their journalists and by the philosophical orientation of their articles the role of men in the promotion of gender equality in particular and the promotion of gender equality in general.

4. Presentation

A copy of every article encoded has to be annexed to the report. The copy mentions the name of the newspaper, the date of publication, and the reference number of the EXCEL sheet appended.

Analysis of the press articles

Introduction

Within the context of the implementation of the programme relating to the Community Framework Strategy on Gender Equality, the Ministry for Equal Opportunities of the Grand Duchy of Luxembourg has coordinated a project whose main theme is: «The role of men in the promotion of gender equality and in particular the behaviour of men and fathers in relation to the reconciliation of work and private life».

In this context, the Ministry for Equal Opportunities launched a call for proposals to conduct an analysis of the six Luxembourg daily newspapers with respect to the role of men in the promotion of gender equality.

The study had to fulfil the following objectives:

- Elaboration of an analysis in French and English based on the format of the Global Media Monito ring Project 2005, for further use in partner countries (Ireland and Slovakia)
- Analysis of press articles appearing in the six Luxembourg daily newspapers during the period 1 to 15 March, considering the issue of «The role of men in the promotion of gender equality».

This report presents the analysis, newspaper by newspaper, and draws some general conclusions.

Given that the period of media observation coincides with the International Women's Day on 8 March, it is clear that the number of articles dealing with both this subject, and the one about the equal treatment of men and women, is higher than at any other point of the year. How do men address the topic? This, and in particular, the role of the male author and the male protagonist in the press articles, constituted the main focus of the study. Broadly speaking, the figures and results of this do not allow to draw general conclusions about attitudes portrayed in the daily press or about those of the journalists working in these media. The study only allows us to highlight certain observations, that are characteristic of the period of the study, a period when a particularly high degree of attention was paid to the question of gender equality and the advancement of women.

In addition, we have to draw attention to the fact that only a few articles fulfilled the chosen substantive criteria, namely the role of men in the promotion of gender equality. Out of the 21 articles selected, only three had a particular visibility amongst other issues featured in the written press and only these articles considered the principal question. Sixteen of the remaining articles dealt exclusively with equal opportunities and the remaining two with the advancement of women. The scope of the analysis has, therefore, been enlarged to incorporate the promotion of gender equality and articles written by female journalists have been chosen in order to provide a comparative test sample. Thus, some observations made on the following pages should be nuanced from a statistical perspective: they do not aim to be applicable to the entire Luxembourg press.

Title	Articles considering the specific question of the analysis	Articles relating to equal opportunities	Articles relating to the advancement of women
Luxemburger Wort	1	7	0
La Voix	0	2	1
Tageblatt	1	1	0
Le Quotidien	0	3	1
Lëtzebuerger Journal	0	0	0
Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	1	3	0
Total	3	16	2

The newspapers analysed are: (Source: Service Information and Press, Ministry of State)

- d'Wort (« Luxemburger Wort für Wahrheit und Recht »)
  Published by: saint-paul Luxembourg s.a.
  Newspaper frequency: daily (except on Sundays)
  Established: 23 March 1848
  Orientation/political leaning: Catholic, conservative, close to the Christian Social Party
  Average circulation in 2005: 81.461
- La Voix (French newspaper)
  Published by: saint-paul Luxembourg s.a.
  Newspaper frequency: daily (except on Sundays)
  Established: 2nd October 2001
  Orientation/political leaning: Conservative, next to the Christian Social Party, subsidiary of the « d'Wort «
  Average circulation (estimated) in 2005: 8.578
- Tageblatt
  Published by: Editpress Luxembourg s.a.
  Newspaper frequency: daily (except on Sundays)
  Established: 1913
  Orientation/political leaning: Socialist, close to the LSAP Luxembourg Socialist Workers' Party
  Average circulation in 2005: 25.243
- Le Quotidien (French newspaper)
  Published by: Lumedia S.A.
  Newspaper frequency: daily (except on Sundays)
  Established: 14 November 2001
  Orientation/political leaning: Independent; NB: Publisher is a subsidiary company of Editpress, the publisher of Tageblatt
  Average circulation in 2005: 25.243
- Lëtzebuerger Journal :
  Published by: Editions Lëtzebuerger Journal S.A. Luxembourg
  Newspaper frequency: Tuesday to Saturday
  Established: 1948
  Orientation/political leaning: Liberal, close to the Democratic Party
  Average circulation (estimated) in 2005 : 5000
- Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek
  Published by: Zeitung S.A.
  Newspaper frequency: Tuesday to Saturday
  Established: 1946
  Orientation/Political leaning: Communist, close to The Communist Party of Luxembourg (KPL), former organ of KPL
  Average circulation (estimated) in 2005: 7500

1. Analysis of parameters and scope of the articles

The placement of the article and its size determine the importance given to the topic within the newspapers in Luxembourg.

Title	Position + / -	Size big/small	Scope Inter/Nat/NatInt/Loc
Luxemburger Wort	6 / 2	3 / 5	2 / 3 / 3 / 0
La Voix	3 / 0	3 / 0	0 / 2 / 1 / 0
Tageblatt	1 / 1	1 / 1	0 / 1 / 0 / 1
Le Quotidien	3 / 1	3 / 1	1 / 2 / 1 / 0
Lëtzebuerger Journal	0 / 0	0 / 0	0 / 0 / 0 / 0
Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek	2 / 2	3 / 1	0 / 2 / 2 / 0
Total	15 / 6	13 / 8	3 / 10 / 7 / 1

Table 1 : Comparative table: position, size and scope

This analysis shows that 13 out of the 21 articles had a significant size. This allows to infer that the level of visibility of the articles was satisfactory. Nevertheless, the topicality of the issue – i.e. the 8 March International Women's day – plays a significant role in ensuring its prominence in the press. Indeed, the celebration of International Women's day allowed the topic to feature alongside other breaking news.

The geographic range of the issues examined has also been studied and one can observe that the scope of the articles is mainly national or national/international. Only one article appearing in the Tageblatt views the subject from a local viewpoint. Consequently, this study emphasises that, the question of gender equality and, more specifically, that of the role of men in the promotion of gender equality is raised, in general terms, on a national level. The discussion of the issue from a local perspective underscores the fact that action can be undertaken at every level, even on a local basis. Moreover, discussing an issue from a national viewpoint may potentially obscure the impression that it may be of personal relevance for the reader.

2. Context of the articles

Subject/Title	Lux Wort	La Voix	Tageblatt	Le Quotidien	Lëtzebuerger Journal	Zeitung vum Lëtzebuerger Vollék	Total
Arts				1			1
Evolution H/F						1	1
Movements prom. equal rights	3		1	1			5
National politics	3	2	1	1		1	8
Social matters	1						1
Statistics		1					1
Work, employment				1		2	3
Violence	1						1
Total	8	3	2	4	0	4	21

Table 2 : Analysis of articles according to their context

This analysis shows that the issue of the male role in the promotion of gender equality is considered primarily in the context of national politics (eight articles).

Five articles situate the discussion in the context of movements in favour of women and/or gender equality. Thus, the question is addressed from the perspective of those directly concerned by the topic. This issue is considered from an overly political angle, causing the reader not to feel personally implicated.

Only three articles place the discussion in the context of labour and employment.

The five remaining articles treat another subject, notably arts, the evolution of men/women, social matters, statistics and violence.

3. Analysis of the topic and geographic range of the articles

a. Analysis of the three articles on the main topic

1. Luxemburger Wort

„Rote Karte für Frauenhändler" (Red card for traffickers in women)
In this article, the role of men is analysed in the context of forced prostitution and trafficking in women. In the run up to the German World Cup, a high increase in sex commerce is anticipated. It is in this context that the capital city of Germany has launched a campaign against forced prostitution. The principal targets of this campaign are men, who are encouraged through the use of posters, post cards and advertisements in newspapers to denounce forced prostitution. The campaign is heavily supported by the soccer legend, Siggi Held.

2. Tageblatt

„Im Kopf noch nicht so weit wie auf dem Papier" (Not yet as far in the minds as on paper.)
According to the Prime Minister Jean-Claude Juncker, International Women's day is a matter that also concerns men. Unfortunately, gender equality is more established in theory than in practice. International Women's day is an important opportunity to integrate the principle of gender equality into daily practices.

3. Zeitung vum Lëtzebuerger Vollek

„Den Weg zur Gleichstellung der Frau gemeinsam beschreiten" (Walking the path towards gender equality together)
This article describes the situation of women in the employment market. Today, almost 5.000 women are unemployed in Luxembourg. The situation is the worst for women aged between 40 and 50 years. With the increase of the costs of childcare, the number of women giving up their jobs in order to look after their children is set to increase dramatically. According to the figures published by the European Commission, 32% of women are employed on a part-time basis compared to 7% of men. Moreover, 15% of women obtain a lower salary than men.

Only a change in mentality will lead to gender equality on the employment market. It is important that everyone, both men and women, work together in order to create a more equal society.

b. Geographic range of the articles

Subject	International	National and international	National	Local	Total
Arts	1				1
Evolution H/F		1			1
Movements prom. equal rights		4	1		5
National politics			7	1	8
Social matters	1				1
Statistics		1			1
Work, Employment		1	2		3
Violence	1				1
Total	3	7	10	1	21

Table 3: Distribution of the articles by subject and geographic scope

The statistics show that:

- The articles on movements promoting gender equality appear both on a national and international level. This is indicative of a degree of dynamism in Luxembourg regarding the promotion of gender equality.
- The articles considering the field of labour and employment appear on a national and international level, confirming the topicality of the issue nationally as well as internationally.
- Only one article considers the issue of violence and this in an international context. Thus, no article published in the press in which the role of men in the promotion of gender equality is considered, handles this subject either from a national or a local perspective. Although men are implicated in the majority of cases involving this problem, we note that the topic has not been further developed in order to raise the awareness of the reader. No article deals with the subject on a local or nation al basis, notwithstanding that the problem is also a reality in Luxembourg.

4. Profiles of the authors selected

	Young	Middle-aged	Old	Age?	Total
Journalist M		4		6	10
Journalist F	2	1		2	5
Journalist?				6	6
Total	2	5	0	14	21

Table 4: Profile of the authors selected

According to the results in the table, it is possible to conclude that the topic of the survey has, in the majority of cases, been taken up by male journalists. Out of a total number of 21 articles, ten articles were written by men and only five by women.
In general terms, it is difficult to use the age of the journalist as a criterion of analysis as the framework of this survey does not provide sufficient information. Nevertheless, it would be interesting to take into account the age of the journalists handling the subject and to compare it with the average age of other journalists with a view to evaluating the relationship between the journalist's age and their awareness to the topic.

5. The people quoted by the journalists

	Person M	Person F	Person M + F	Person ?	Total
Journalist M	1	4	2	3	10
Journalist F	1	2	1	1	5
Journalist ?	3	2		1	6
Total	5	8	3	5	21

Table 5 : Analysis of the people quoted in relation to the gender of the journalist

The male journalists introduced individual protagonists identifiable by their gender seven times and the female journalists four times. It is not possible to draw a conclusion from this observation, as it is apparent that the male journalists wrote ten articles and the female journalists five articles.
The male journalist describes a female individual in his article more often than the female journalist. In general, male protagonists are less prominent than female protagonists. Female individuals are quoted more often. This does not strengthen, or even less, emphasise the role of men in the development of the promotion of gender equality.

The female protagonist remains the principal advocate of gender equality. A woman plays the principal role in eight articles whereas a man plays the principle role in five articles.

6. The role of the person quoted

	DirFam	Offic	ProMédi	TravRel	PCNI	PCnég	Total
Journalist M	1	4	1		1	3	10
Journalist F		4				1	5
Journalist ?		4		1		1	6
Total	1	12	1	1	1	5	21

Table 6 : The role of the person quoted

We can observe that 12 of the 16 quoted individuals hold an official post. This fact allows us to note that the discussion around the promotion of gender equality is essentially conducted through official public protagonists. We return thus to the idea of this being a political topic and the link to everyday life is subsequently not always made. Moreover, it is generally more difficult to identify ourselves with official persons than with people from ordinary walks of life. And, consequently, it is more difficult to understand the role of each man in the promotion of gender equality.

Nevertheless, messages delivered by officials draw the public's attention to the importance of the role of men in the promotion of gender equality and thereby reinforce public awareness. The officials lead by example.

7. Analysis of the content of the articles

	Place M +/-	**Place F +/-**	**Reinforces stereotype F + / -**	**Puts into question stereotype F +/-**	**Reinforces stereotype M + / -**	**Puts into question stereotype M +/-**	**Promotion equal rights + /-**	**Total**
Journalist M	6 / 4	9 / 1	4 / 6	9 / 1	5 / 5	7 / 3	9 / 1	
Journalist F	4 / 1	5 / 0	2 / 3	5 / 0	3 / 2	1 / 4	3 / 2	
Journalist ?	5 / 1	5 / 1	4 / 2	4 / 2	3 / 3	3 / 3	5 / 1	
Total	**15 / 6**	**19 / 2**	**10 / 11**	**18 / 3**	**11 / 10**	**11 / 10**	**17 / 4**	**21**

Table 7: Analysis of the content of the articles

In light of this study, it is possible to make the following observations:

- When a woman is quoted in an article by a female journalist, she is always positioned centrally. In nine out of the ten articles in which a male journalist quotes a woman, he positions her centrally. Thistendency is not observed when a man is quoted in an article, as both the male and the female journalist are prepared to limit themselves to a simple reference. It is possible to infer from this that men are not as conspicuous in the articles as women.
- The majority of articles making reference to male and female stereotypes reinforce them. Neverthe less, in the majority of cases, the articles call female stereotypes into question. This trend is not applicable to male stereotypes. A detailed analysis of the articles indicates that the male journalists call into question male stereotypes in seven out of ten articles evoking these stereotypes. The female journalists only raise doubts about male stereotypes one in five times. On the basis of the analysis of the articles used for the purposes of this study, it is possible to conclude that male journalists are more likely to query male stereotypes than female journalists.

It is, therefore, interesting to note that male stereotypes are contested less than female ones, and this is particularly the case when the author is a woman. One possible explanation could be that female stereotypes have become more visible and public opinion recognises that they have to be changed. In contrast, male stereotypes are not currently challenged.

Out of the ten articles in which a male journalist quotes a man, nine emphasise the active role he plays in the promotion of gender equality. For the female writer, the situation is less clear-cut. The role of the man quoted in the promotion of gender equality is only highlighted in three out of five articles. The role of a given male advocate of gender equality is, therefore, more evident in the articles written by men.

Conclusion

At the close of this study, it is possible to make the following observations and recommendations:

- The visibility of the articles is satisfactory, but this impression has to be nuanced due to the topicality of the subject, namely, « the promotion of equal gender equality », in the context of the 8th March.
- Female individuals are quoted more frequently than male individuals. Consequently, the campaign for equal rights between men and women is portrayed largely by female protagonists.
- Stereotypes of women in a family or domestic context appear frequently in the articles. As a result, the image of women is strongly associated with the stereotype of the woman executing exclusively domestic tasks and/or organisational duties relating to bringing up children. Thus, even when called into question by journalists, the female-stereotype retained by the reader is that of a woman perfor ming traditional duties. When these stereotypes are challenged, reference is made to the role of men, but only in marginal terms. Consequently, after having read the articles, one does not neces sarily make the link with the role of men in the promotion of gender equality.

By way of conclusion, the fact that the role of men is only considered in three articles, reflects the idea that the Luxembourg press has only a small degree of interest in the topic.

From a global perspective, one can note that the question of the relative status of men and women is considered through the use of stereotypes, or through statistical observations presented by certain male officials. Fundamental debate concerning the role of men is only treated in terms of the evolution of roles, thus only indirectly.

Little in depth discussion regarding male action in the promotion of equal rights between men and women is apparent. This observation reflects the informative and objective role of the journalist.

Should this lead us to conclude that these articles reflect reality in Luxembourg and that there is no deeper discussion concerning the role of men as advocates of gender equality?

Analysis of press articles in Ireland

THE ROLE OF MEN IN THE PROMOTION OF GENDER EQUALITY

With the support of the European Community : Programme relating to the Community Framework Strategy on Gender Equality (2001-2006)

Analysis method for Press Articles

When coding information from this analysis into an Excel format, the abbreviations that were used for the national daily newspapers were as follows:

The Irish Independent	IND
The Irish Times	ITMS
The Irish Examiner	EXMR
The Evening Herald	EHLD
The Irish Daily Star	STR

Overall, the number of articles that met the criteria, as laid out by the Ministry for Equal Opportunities' (Luxembourg) guidelines, was small. There were no articles dealing directly with:

- the issue of the role(s) men can take in the promotion of gender equality
- men actively and directly working to promote gender equality
- female journalists representing men's role in the promotion of gender equality

The number of articles that warranted inclusion in the Excel spreadsheet then was minimal. This in itself is an indication of the lack of importance given by the national daily newspapers to the issue.

Finally, an analysis of these newspapers reveals that the importance of men's role in the promotion of gender equality is not reinforced. This is not because of their choice of journalists, nor because of these journalists' philosophical orientations, but because gender equality is not dealt with in any significant way as being a concern of **both** men and women. Where gender equality is discussed it is generally done so by female journalists, which further moves the emphasis away from the role(s) that men can play in its promotion.

Dr. Maryann Valiulis
Ms. Aoife O' Driscoll
Research Unit
Centre for Gender and Women's Studies
Trinity College
Dublin

Méthode d'analyse des articles de presse

Dans l'encodage des informations de cette analyse au format Excel, les abréviations suivantes ont été employées pour les quotidiens nationaux :

- The Irish Independent IND
- The Irish Times ITMS
- The Irish Examiner EXMR
- The Evening Herald EHLD
- The Irish Daily Star STR

Au final, un faible nombre d'articles (14 au total) remplissaient les critères définis dans les lignes directrices du Ministère de l'Égalité des chances (Luxembourg) et aucun ne portait directement sur :

- le(s) rôle(s) que les hommes peuvent jouer dans la promotion de l'égalité entre les sexes ;
- les hommes agissant activement et directement pour la promotion de l'égalité entre les sexes ;
- les femmes journalistes décrivant le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les sexes.

Le nombre d'articles méritant de figurer dans le tableau Excel était donc minime, ce qui indique en soi la légèreté de l'importance accordée à la question par les quotidiens nationaux.

Enfin, l'analyse de ces journaux révèle que l'importance du rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les sexes n'est pas accentuée. Ce manquement n'est pas dû au choix des journalistes ou à l'orientation philosophique de ces journalistes, mais bien à ce que l'égalité entre les sexes n'est pas traitée de façon substantielle comme préoccupation commune à la fois aux hommes et aux femmes. Lorsque l'égalité entre les sexes est abordée, elle l'est en général par des femmes journalistes, ce qui contribue davantage encore à éloigner le regard du (des) rôle(s) que les hommes peuvent jouer dans ce cadre.

Final assessment of every newspaper

Introduction

Under the terms of the original tender we were advised by the Department of Education and Science (Ireland) to analyse five major national daily papers covering the period 1-15 March 2006. These specific dates were chosen based on two major events occurring during this period:

- International Women's Day on March 8th
- The EU Spring Council with discussions on the report on equality between women and men, presented by the Commission

It was made clear to us from the outset that the main objective of this newspaper analysis would be "to analyse the way men's action in the promotion of gender equality is described in the main daily newspapers and how gender equality is discussed and debated". Under this framework, two primary aspects were to be analysed:

a) How do male journalists deal with the gender issue? Do they promote men's issues or gender issues?
b) How is 8th March reflected in the newspapers by male journalists or female journalists; as a national event or as an international, global event?

In conjunction with this, we received instructions from the Ministry for Equal Opportunities of the Grand Duchy of Luxembourg to adhere to an analysis method based upon the "Monitoring Guide for newspapers" developed in the framework of the "World project for monitoring newspapers 2005". Under this method we began using a coding system to record data about relevant articles and their positioning, theme, impact, scope etc. This data was then recorded into an Excel format.

With these issues in mind, the five national daily newspapers chosen for examination for the Irish study were:

- The Irish Independent (IND)
- The Irish Times (ITMS)
- The Irish Examiner (EXMR)
- The Evening Herald (EHLD)
- The Irish Daily Star (STR)

Assessment: daily The Irish Independent (IND)

The Irish Independent is Ireland's best selling daily newspaper with a circulation of 162,582 (ABC Jan-June 2006), approximately 16.9% of the Irish adult readership (Media Live Review).

Although traditionally a broadsheet paper, the Irish Independent launched a "compact edition" in February 2004. The compact edition is identical in content to the broadsheet, but is shaped and sized to the tabloid model to appeal to "commuters and to a younger audience" (Independent Print Media Kit). Despite this, only 13.43% of the paper's readers are under 24 years old. The largest age group amongst readers (35.34%) is between 35 and 54 years old (JNRS report).

In its 2005/06 report, the Joint National Readership Survey of Ireland calculated that approximately 50.88% of these readers are men, and 49.12% are women.

During the period of review, only one minor article published in the Irish Independent matched the project criteria. This article examined the "Buying Sex is Not a Sport" campaign, and urged men not to visit prostitutes whilst visiting Germany for the World Cup, but was not well placed and had very little impact.

Assessment: daily The Irish Times (ITMS)

The Irish Times claims "an international reputation as Ireland's quality daily newspaper" (ireland.com). It boasts the second largest national distribution, at 117,797 (ABC Jan-June 2006), approximately 10.2% of the adult Irish readership (Media Live Review). Founded in 1841, it is the longest standing national Irish newspaper.

Along with its international prestige, the Irish Times broadsheet newspaper presents itself as: "comprising an exceptionally high ratio of business and professional reader" (ireland.com). The largest age group amongst its readers (21.7%) is between 45 and 54 years old (JNRS report).

According to the JNRS report 51.03% of Irish Times readers are male, and 48.97% are female.

The Irish Times had the highest number of articles matching the project criteria during the period of review, with a total of 5 articles. Of these, 3 articles had major significance, and 2 were rated as being of minor significance.

One major and one minor article tackled the issue of gender based violence specifically in the context of International Women's Day. The other articles discussed work-life balance (minor), EU statistics on gender, employment and education (major), and the reactions facing a man who chose to be a "stay at home Dad" (major). Only the article about the man who took on the role of a full-time parent directly tackled the need to question societal rather than biological roles.

Assessment: daily The Irish Examiner (EXMR)

The Irish Examiner is the oldest surviving Irish newspaper, founded in 1841 as The Cork Examiner. The title changed to The Examiner in 1996, and to the Irish Examiner in 2000 to reflect its expansion into the national marketplace. Having only recently extended its distribution network, The Irish Examiner has a smaller broadsheet circulation than The Irish Independent and The Irish Times, at 57,217 (ABC Jan-June 2006), approximately 7.7% of the adult Irish readership (Media Live Review).

Of this readership, the largest age group (20.46%) is between 35 and 44 years old (JNRS report).

According to the JNRS report, 53.28% of The Irish Examiner readers are male, and 46.72% are female.

During the period under review, 4 articles printed in The Irish Examiner matched the project criteria. Of these there was one article of major significance; an analysis of the gender inequality written in the run up to International Women's Day. The 3 minor articles discussed low prison sentences given to men accused of violence towards women, a report that the unemployment rate for women in Ireland is the lowest in the EU, and an examination of how "macho culture" can lead young men to depression and suicide.
None of these articles specifically examined a proactive approach to the issues that they raised.

Assessment: daily The Evening Herald (EHLD)

The Evening Herald is the only evening newspaper in Dublin, although nationally it is in competition with local evening press. There are 3 separate editions of the paper; the City Edition, the City Final Edition (both local to Dublin) and the National Edition.

This tabloid paper is owned by Independent Newspapers Marketing Ltd., who also produce The Irish Independent.
The estimated circulation for The Evening Herald is 87, 645 (ABC Jan-June 2006), approximately 8.8% of the adult Irish readership (Media Live Review).

This paper claims a much larger percentage of younger readers, with 41.22% of readers aged 34 or under.

Men constitute 43.6% of The Evening Herald's readership, and women constitute 56.4%.

During the review period, 3 articles published in The Evening Herald matched the criteria for the project. All 3 articles held major significance.

The first of these articles explores the Michael Neary case, and makes an explicit connection between these and other brutal crimes against women, thus recognizing the gender based aspect of this violence.
The second article looks at the results of the UN report on gender equality published for International Women's Day.
The third article is another look at the issues surrounding prostitution in the lead up to the world cup. This is the only one of these three articles that makes any suggestion about a role men can play in gender equality, in that it encourages men to say no to the sex trade.

Assessment: daily The Irish Daily Star (STR)

The Irish Daily Star is a tabloid paper with an estimated circulation of 104,054 (ABC Jan-June 2006), approximately 12.3% of the adult Irish readership (Media Live Review).

This paper boasts more readers under the age of 35 than any other daily paper at 206,000 people; 50.12% of its readers (JNRS report).

58.4% of The Irish Daily Star's readers are men, and 41.6% are women (JNRS report).

Only 1 article published in The Irish Daily Star during the review period matched the project criteria. This was a minor article that referred to results of a Mintel report on work-life balance. The article made no significant reference to the gender issues raised by this report, but was the only article found within the paper that acknowledged gender equality/inequality in any way.

Literature:

Audit Bureau of Circulations, The Island of Ireland Report 2006, ABC Ltd., Hertfordshire, 2006

Media Live Readership Review at http://www.medialive.ie/Press/National/comparison.html

JNRS Average Issue Reader Profiles 2005/2006, at http://www.jnrs.ie/topline20052006.htm

Independent Print Media Kit at
http://www.unison.ie/classifieds/printmediakit/index.php3?section=classifieds_indo_history

Irish Times "About Us" at http://www.ireland.com/about/p_history.htm

Évaluation finale de la presse

Introduction

Aux termes de l'appel d'offres initial, nous avons reçu la mission du Département de l'éducation et des sciences (Irlande) d'examiner les éditions du 1er au 15 mars 2006 de cinq journaux nationaux quotidiens importants. Ces dates ont été choisies sur la base de deux événements majeurs situés pendant cette période :

- la Journée internationale de la femme le 8 mars ;
- le Conseil de printemps de l'UE, au cours duquel a été discuté le rapport sur l'égalité entre les femmes et les hommes présenté par la Commission.

Il nous a été précisé d'emblée que l'objectif essentiel de cette étude de presse consisterait à « analyser la manière dont la contribution des hommes à la promotion de l'égalité entre les sexes est décrite dans les principaux quotidiens et dont l'égalité entre les sexes est traitée et débattue ». Dans ce cadre, il convenait de se pencher sur deux aspects fondamentaux :

a) Comment les journalistes masculins abordent-ils l'égalité entre les sexes ? Favorisent-ils les sujets relatifs aux hommes ou au genre ?
b) Comment les journalistes masculins et féminins présentent-ils la Journée du 8 mars dans la presse: comme un événement national ou un événement international, mondial ?

En parallèle, le Ministère de l'Égalité des chances du Grand-Duché de Luxembourg nous a demandé d'appliquer une méthode d'analyse fondée sur le « Guide de surveillance de la presse » élaboré dans le cadre du « Projet mondial de surveillance de la presse en 2005 ». Conformément à cette méthode, nous avons utilisé un système de codage afin de consigner des données sur les articles pertinents, leur positionnement, leur thème, leur impact, leur portée, etc. Ces données ont ensuite été enregistrées dans un fichier Excel.

Eu égard à ces facteurs, les cinq quotidiens nationaux soumis à l'examen dans l'étude irlandaise étaient :

- The Irish Independent (IND) ;
- The Irish Times (ITMS) ;
- The Irish Examiner (EXMR) ;
- The Evening Herald (EHLD) ;
- The Irish Daily Star (STR).

Évaluation : The Irish Independent (IND)

The Irish Independent est le journal quotidien le plus vendu en Irlande, avec une diffusion de 162 582 exemplaires (ABC janvier/juin 2006) couvrant quelque 16,9 % du lectorat adulte national (Media Live Review).

Imprimé traditionnellement dans un format de grande dimension, The Irish Independent a néanmoins lancé en février 2004 une « édition compacte ». D'un contenu identique au format original, cette édition copie dans sa forme et sa taille le modèle des tabloïdes afin de séduire « les passagers des transports en commun et un public plus jeune » (Independent Print Media Kit). Seuls 13,43 % des lecteurs de ce journal ont toutefois moins de 24 ans et la tranche d'âge la plus représentée dans le lectorat, à 35,34 %, se situe de 35 à 54 ans (rapport JNRS).

Dans son rapport 2005/2006, l'Étude nationale conjointe sur le lectorat (JNRS) en Irlande a calculé que ces lecteurs se composent à quelque 50,88 % d'hommes et 49,12 % de femmes.

Au cours de la période d'observation, seul un article de faible importance publié dans The Irish Independent a satisfait aux critères du projet. Il portait sur la campagne « Acheter du sexe n'est pas un sport » et appelait les hommes à ne pas fréquenter les prostituées pendant leur séjour en Allemagne à l'occasion de la Coupe du monde, mais il n'était pas bien placé et a produit un effet extrêmement limité.

Évaluation : The Irish Times (ITMS)

The Irish Times se prévaut d'une « renommée internationale en tant que quotidien de qualité de l'Irlande » (ireland.com). Il enregistre la deuxième diffusion nationale, à 117 797 exemplaires (ABC janvier/juin 2006), soit environ 10,2 % du lectorat irlandais adulte (Media Live Review). Créé en 1841, il constitue le journal irlandais d'envergure nationale ayant la plus longue durée de vie.

En marge de son prestige international, le journal de grand format The Irish Times se définit comme « attirant un taux exceptionnellement élevé de lecteurs professionnels et spécialisés » (ireland.com). La principale tranche d'âge de son lectorat (21,7 %) est comprise entre 45 et 54 ans (rapport JNRS).

D'après le rapport JNRS, 51,03 % des lecteurs de l'Irish Times sont des hommes et 48,97 % des femmes.

The Irish Times a publié le plus grand nombre d'articles correspondant aux critères du projet au cours de la période concernée, avec un total de 5 articles, dont 3 présentaient une importance majeure et 2 ont été qualifiés d'importance mineure.

Deux articles, l'un important et l'autre secondaire, abordaient spécialement le problème de la violence relative au sexe dans le cadre de la Journée internationale de la femme. Les autres portaient sur l'équilibre entre la vie professionnelle et familiale (secondaire), les statistiques de l'UE sur les sexes, l'emploi et l'éducation (important) et les réactions rencontrées par un homme qui a choisi d'être « père au foyer » (important). Seul l'article sur l'homme qui avait endossé le rôle de parent à temps plein mentionnait expressément la nécessité de s'interroger sur les rôles sociétaux plutôt que biologiques.

Évaluation : The Irish Examiner (EXMR)

The Irish Examiner est le plus ancien journal irlandais encore en activité. Créé en 1941 sous le nom de Cork Examiner, il a été rebaptisé The Examiner en 1996, puis The Irish Examiner en 2000 afin de refléter son expansion sur le marché national. N'ayant étendu que récemment son réseau de distribution, The Irish Examiner a une diffusion inférieure à The Irish Independent et The Irish Times, à 57 217 exemplaires (ABC janvier/juin 2006), soit approximativement 7,7 % du lectorat irlandais adulte (Media Live Review).

Au sein de ce lectorat, la tranche d'âge la plus nombreuse (20,46 %) s'étend de 35 à 44 ans (rapport JNRS).

D'après le rapport JNRS, 53,28 % des lecteurs de l'Irish Examiner sont des hommes et 46,72 % des femmes.

Au cours de la période d'observation, 4 articles parus dans The Irish Examiner ont répondu aux critères du projet. L'un d'entre eux présentait une grande importance : une analyse de l'inégalité entre les sexes rédigée en préparation à la Journée internationale de la femme. Les 3 articles secondaires portaient sur les faibles peines de prison infligées aux hommes accusés de violence envers les femmes, un rapport établissant que le taux de chômage des femmes en Irlande est le plus faible de l'UE, et une étude décrivant comment la « culture machiste » peut conduire les jeunes hommes à la dépression et au suicide.

Aucun de ces articles n'examinait spécialement une approche proactive face aux questions soulevées.

Évaluation : The Evening Herald (EHLD)

The Evening Herald est l'unique journal du soir à Dublin, bien qu'il soit en concurrence à travers le pays avec la presse du soir locale. Il est publié dans 3 éditions distinctes, à savoir la City Edition, la City Final Edition (toutes deux propres à Dublin) et la National Edition.

Ce tabloïde appartient à Independent Newspapers Marketing Ltd., qui produit également The Irish Independent.

La diffusion de l'Evening Herald est estimée à 87 645 exemplaires (ABC janvier/juin 2006), soit environ 8,8 % du lectorat irlandais adulte (Media Live Review).

Ce journal se targue d'un pourcentage sensiblement plus élevé de jeunes dans son lectorat, avec 41,22 % de lecteurs âgés au maximum de 34 ans.

Les hommes forment 43,6 % du lectorat de l'Evening Herald et les femmes 56,4 %.

Au cours de la période d'observation, 3 articles publiés dans The Evening Herald étaient conformes aux critères du projet et attestaient d'une importance majeure.
Le premier était consacré à l'affaire Michael Neary et établissait un lien explicite entre elle et d'autres actes criminels contre des femmes, reconnaissant ainsi la dimension liée au sexe de cette violence.
Le deuxième exposait les conclusions du rapport des Nations Unies sur l'égalité entre les sexes publié à l'occasion de la Journée internationale de la femme.
Le troisième mettait à nouveau sur la table les questions relatives à la prostitution à la veille de la Coupe du monde. C'est le seul de ces trois articles qui émet une quelconque suggestion sur le rôle que peuvent jouer les hommes dans l'égalité entre les sexes en les encourageant à refuser le commerce du sexe.

Évaluation : The Irish Daily Star (STR)

The Irish Daily Star est un tabloïde atteignant une diffusion estimée à 104 054 exemplaires (ABC janvier/juin 2006), soit quelque 12,3 % du lectorat adulte irlandais (Media Live Review).

Ce journal réunit davantage de lecteurs de moins de 35 ans que n'importe quel autre quotidien, soit 206 000 personnes, ce qui représente 50,12 % de son lectorat (rapport JNRS).

58,4 % des lecteurs de l'Irish Daily Star sont des hommes et 41,6 % des femmes (rapport JNRS).

Un seul article publié dans l'Irish Daily Star au cours de la période d'observation a rempli les critères du projet. Il s'agissait d'un article secondaire qui faisait référence aux résultats d'un rapport Mintel sur l'équilibre entre le travail et la vie privée. Il ne mettait pas expressément en évidence les questions liées au sexe qu'impliquait ce rapport, mais il a été le seul article identifié dans ce journal qui faisait état de l'égalité/ l'inégalité entre les sexes.

Littérature

Audit Bureau of Circulations, The Island of Ireland Report 2006, ABC Ltd., Hertfordshire, 2006

Media Live Readership Review, à l'adresse http://www.medialive.ie/Press/National/comparison.html

JNRS Average Issue Reader Profiles 2005/2006, à l'adresse http://www.jnrs.ie/topline20052006.htm

Independent Print Media Kit, à l'adresse:
http://www.unison.ie/classifieds/printmediakit/index.php3?section=classifieds_indo_history

Irish Times « About Us », à l'adresse http://www.ireland.com/about/p_history.htm

Summary of Newspaper Analysis

Main Observations:

- There are no direct articles dealing with the role(s) that men can play in the promotion of gender equality.
- Articles relating to gender inequalities are disproportionately reported by female journalists.
- When articles deal with statistics that highlight gender inequalities both nationally and internatio nally, there is very little discussion of what can be done to promote gender equality, either by men or women.

Overall, this study has highlighted the lack of attention that is given to a discussion of what role(s) men might take in the promotion of gender equality. The two notable exceptions to this were; 1) those articles that dealt with the actions men could take to counter discrimination/violence against women by saying no to prostitution in the lead up to the World Cup in Germany; and 2) Adam Brophy's article for the Irish Times, which talks about his decision to become a stay at home dad and which questions our societal rather than our biological roles with regard to gender. Outside of these, there was very little discussion of the actions men might take to promote gender equality, or of the reasons why men should be concerned with gender issues.

During this study it also became apparent that female journalists disproportionately reported on gender inequalities. This may have the effect of conflating gender issues with women's issues, and gender with women. This may then account for the lack of analysis and attention paid by male journalists to the issues.

A further problem that became obvious during this study was the tendency to devote a large amount of space to dealing with the statistics that highlight gender inequalities, and very little space dealing with what can be done to actively promote equality. The result of this trend was that, although issues of gender inequality were highlighted, there was little emphasis on what roles men and women might assume to create gender equality in the future.

With regards to March 8th, International Women's Day, a number of factors must be noted. On International Women's Day issues of gender equality and inequality were discussed in terms of national, international and global contexts. However, these articles were reported predominantly by women, with little attention or concern shown by male journalists to the occasion. Also, there was a huge discrepancy among the national newspapers regarding the attention that they paid to International Women's Day, or their concern to highlight the importance of gender equality for both men and women on this occasion.

Synthèse de la presse

Observations principales :

- Aucun article ne traite directement et expressément du (des) rôle(s) que les hommes peuvent jouer dans la promotion de l'égalité entre les sexes.

- Les articles relatifs aux inégalités entre les sexes sont rédigés en nombre disproportionné par des femmes.

Les articles sur les statistiques mettant en lumière des inégalités entre les sexes à l'échelle nationale et internationale décrivent très peu les mesures qui peuvent être prises pour promouvoir l'égalité entre les sexes, que ce soit par les hommes ou les femmes.

Dans l'ensemble, cette étude a mis en évidence le manque d'attention accordée à l'examen du (des) rôle(s) que les hommes pourraient jouer dans la promotion de l'égalité entre les sexes. Deux exceptions significatives ont néanmoins été décelées : 1) les articles abordant les mesures que les hommes peuvent prendre pour combattre la discrimination/la violence contre les femmes en refusant la prostitution dans la perspective de la Coupe du monde en Allemagne ; et 2) l'article d'Adam Brophy dans l'Irish Times sur sa décision d'être père au foyer, qui s'interroge sur les rôles sociétaux, par opposition aux rôles biologiques, liés aux sexes. Les autres articles examinent rarement les mesures que les hommes peuvent prendre pour favoriser l'égalité entre les sexes ou les raisons pour lesquelles les hommes doivent se préoccuper de ces questions.

Il est également apparu dans le cadre de l'étude que les femmes journalistes traitaient à une fréquence disproportionnée des inégalités entre les sexes. Parmi les 14 articles isolés dans le projet, 8 ont ainsi été rédigés par des femmes et 5 par des hommes, l'auteur du dernier n'étant pas identifié. Cette tendance pourrait avoir pour effet de résumer les questions de genre à des questions de femmes, et le genre aux femmes, ce qui pourrait ensuite expliquer la pauvreté de l'analyse et de l'attention portée à ce domaine par les journalistes masculins. Il a en outre été constaté que ni les hommes, ni les femmes journalistes n'accordent une grande place au rôle que les hommes pourraient jouer dans la promotion de l'égalité entre les sexes.

Un autre problème épinglé dans cette étude a trait à la tendance consistant à réserver un grand espace à la présentation de statistiques sur les inégalités entre les sexes, mais un espace extrêmement exigu à ce qui peut être fait afin de promouvoir activement l'égalité. Il en résulte que, même si le sujet de l'inégalité entre les sexes est étudié à la loupe, l'on parle peu des rôles que les hommes et les femmes peuvent endosser afin d'aboutir dans le futur à une égalité entre les sexes. En effet, bien que les problèmes d'inégalités entre les sexes soient au cœur de ces statistiques, aucune approche proactive n'est proposée pour juguler l'inégalité au niveau local, national ou international.

À propos du 8 mars, la Journée internationale de la femme, une série de facteurs doivent être passés en revue. À la date de la Journée internationale de la femme, trois articles seulement ont satisfait aux critères du projet pour l'intégration dans le fichier Excel. Dans les jours précédents et consécutifs au 8 mars, les questions d'égalité et d'inégalité entre les sexes ont toutefois reçu un large écho dans un contexte national, international et mondial en référence à la Journée internationale de la femme. Ces articles étaient néanmoins en majorité l'œuvre de femmes, tandis que les journalistes masculins témoignaient d'une attention ou d'une préoccupation limitée pour cet événement. Une profonde disparité sépare en outre les journaux nationaux quant à l'attention prêtée à la Journée internationale de la femme ou leur souci de mettre en exergue l'importance de l'égalité entre les hommes et les femmes à cette occasion.

Analysis of press articles in the Slovak Republic

THE ROLE OF MEN IN THE PROMOTION OF GENDER EQUALITY

With the support of the European Community : Programme relating to the Community Framework Strategy on Gender Equality (2001-2006)

Authors: Daniel Gerbery
Barbora Holubvá
Sylvia Porubänová

Cooperation: Kvetoslava Repková

Ministry of Labour, Social Affairs and Family, Slovak Republic
Institute for Labour and Family Research

Final assessment of every newspaper

Assessment: daily Pravda (PR)

In the long-term, the most widely read opinion-shaping daily of Slovakia - (annual average readership of roughly 9 % of the SR population; according to the results of a representative survey of March 2006 –15. 3% of the population). It is steadily the number two daily (after the tabloid Nový čas) also in terms of average printed and sold circulation of the newspaper.

After 1990, the former official print medium of the Communist Party of Slovakia has changed hands several times. It is currently owned by a domestic joint-stock company Perex a.s., (one of the major privatisation funds, with a non-transparent ownership and personal background). Politically, Pravda can be characterised as having a leftist orientation (which after all follows out of its traditional disposition), in its choice and presentation of analysed and commented topics, there is a high measure of criticism, both declared and apparent.

In the period under review, 9 articles have met the project criteria (and the policy of gender equality in a broader context). They highlight (5 cases, in the code table, articles numbered: 13, 15,16,17,18) the agenda in the EU area (for example, by the rate of spending), they cite the European policy actors. In a critical way, they refer to the existing obstacles (unequal pay for work of equal value, unequal representation in senior positions, unbalanced participation in politics...), with persisting accentuation of women's disadvantaged position, their "lagging behind". We need to note that, unlike other dailies monitored, there has been a visible (3 cases, in the code table articles numbered: 14,16,19) progressive effort to introduce gender equality in its aspired complementary form, emphasising the active role and situation of men ("new" men, "new" fathers). There has been a perceivable critical and ironic attitude (4 cases, in the code table articles numbered: 14, 19, 20, 21) to traditionally conservative notions of male and female roles.

The recognised significance of the International Women's Day is evidenced in the fact that six out of nine sample articles devoted to the women's issues, gender equality, and equal opportunities, were published in the daily Pravda on the very date of 8 March (in the code table articles numbered 13 to 18).

Assessment: daily SME (SM)

The daily SME is the second most widely read opinion-shaping daily in Slovakia. With daily Pravda they form a competitive tandem. SME has a monthly circulation of circa 96, 000 copies, attracting a readership of roughly 12.5 % of the population. It must be underlined that almost 40% of the Slovak population does not read any daily.

At present, the daily's publisher is the joint stock company PETIT PRESS, a.s. composed equally of Slovak and foreign capital (German Verlag-gruppe Passau). In the light of the its being in 1996 – 1998 a markedly opposition daily, facing existential problems, only a foreign owner could ensure its long-term sustainability. Politically, SME is oriented more to centrist-right, its readers' profile corresponding to medium- and higher-income layers, under 39-year old people, with higher education (tertiary).

A total of 8 articles has been analysed, published in the period between 1 – 15 March 2006, of which one article was eliminated from the final assessment owing to its rather more informative nature. The remaining 7 articles display diversity in, both, the contexts and contents. In two articles, the authors relate gender equality to the inequality in pay for the work of equal value (articles 5 and 9). In the former, however, the male author quotes the report of the European Commission and the statements of the women experts on the subject (article 5). In the latter (article 9), the woman author points out, in an original way, to a boarder context of the worse economic position of women, revealing the bearings with the family structure, distribution of parental responsibilities, domestic duties, etc.

The context of the next three analysed articles (6,7, 8) is political rather than economic. The International Women's Day and gender equality here are more related to the general human rights, such as the equal representation of women in the power structures, the right to employment and the suffrage. The woman author of the first two articles (6 and 7) lays emphasis on the women's "disadvantage" in these rights citing exclusively women's activists. The third article (8), historically maps the access of women to the suffrage around the world. Its male author interprets this evolution as a relative progress, while the only male mentioned (President of a Muslim country) is projected as a " prejudice breaker".

The remaining two articles (10 and 11), despite having been published in the weekend supplement of the daily SME, are worthy of mention. In article 10 the International Women's Day and gender equality are linked in a lightly fashion to the desires of women from the perspective of both sexes. The male protagonists prevailingly positively describe the women's needs, but they do not explicitly promote gender equality. Article. 11 is an interview of a male psychologist and a female journalist dealing also with the equality of women and men. The male protagonist supports gender equality through his positive attitude to feminism.

Of the six journalists (articles 6 and 7 have the same female author) only two are males and of all the protagonists mentioned, 15 are women and 8 are men. Of all the eight analysed articles only in two cases (8 and 11) male protagonists promote gender equality, but the policy of "advancing equality" of women with the advantages and rights of men is always involved.

On the whole, it may be stated that in the daily SME, in the period under review, in the analysed articles, gender equality or gender issues has been largely treated by women journalists. Where the issues were covered by male journalists, (two) they linked the gender issues to women 's catching up with men. In four out of seven articles March 8 was reflected in an international context, in three articles emphasis was laid on domestic – Slovak circumstances.

Assessment: daily Hospodárske noviny (HN)

Hospodárske noviny is a specialised daily on economy and politics. It is a member of the Dow Jones - Handelsblatt world group of economic and financial press. The daily is distributed nationally, covering economic and political events both in Slovakia and around the world. It does not have the ambition to address the broadest public, which is best reflected in the fact that its average daily circulation is only around 22,000 copies, comprising only about one-fifth to one-tenth of the circulation of the other dailies. Equally its readership is at the level of less than 4% of the respondents polled.
In Hospodárske noviny only 3 articles have been published during the period under review (between 1 and 15 March 2006) (articles 2 - 4 of the code table) explicitly dealing with gender issues. If we are to rely on the overall philosophy of the daily (what substantive issues it focuses on, what kind of readers it intends to address), we cannot think it accidental that all three of them discuss the women's discrimination in the labour market and in the economic sphere. This is reflected in the significantly lower average wages of women as compared with men and the discrepancy between women's higher average education achieved and their lower participation in management positions. All three articles initially compare the situation in different countries of Europe and the world, pointing out to the markedly less favourable situation in Slovakia. Low variability of the subject matter of the relevant articles is augmented by the fact that the authors often draw on the same citations of experts.
To a large extent, the articles restrict themselves to making observations. The gender issues are presented in a traditional one-way fashion as equalisation of disadvantages that women face in the economic area (gender equality seen as a "women's issue"). This is corroborated by the fact that young women are the authors of two of the three articles. It is not possible to track down from the articles any effort of their authors or the male protagonists themselves to present the role of men in the support of virtual gender equality in all areas of life.

Assessment: daily Nový čas (NC)

Nový čas is the most widely read and sold gutter press daily in Slovakia with the national distribution. It was begun in 1991 as continuation of a minority party newspaper titled L'ud. It was subsequently bought by two Austrian entrepreneurs and launched on the market as a pulp title. Foreign ownership and the strong foreign media investors have assisted significantly in that it soon became the most successful daily in Slovakia. Since January 2004, the Swiss media company Ringier, which publishes several other very successful weekly titles in Slovakia (such as, Eurotelevízia, Nový čas pre ženy, or Život), has acquired a 100 percent stake in the daily.
The publisher does not have any major ambition to influence the political opinion of the public through this daily. Hence, politically the daily moves more "in the centre," accentuating the view of the independent journalist. Its ambition is to carry, on a daily basis, fresh news from showbiz, the hottest causes and easy reading. The daily Nový čas is not a format to feature "great topics" but rather a format to introduce individual human fates, and to do it in such a way as to attract attention of the widest public. Around one million readers read this daily each day (the readership of almost 30 %), partly playing the role of a "good morning" companion.

In the light of the daily's basic concept (a daily of human interest stories, rather than themes) we were not surprised to find in the period under review only one article (article 1 in the code table) that was related to the gender issues. In it, the male author treats in a way attractive to the reader, the new initiative of the Mexican government combating sexual abuse of women at home and in the workplace. The purpose of the campaign is to point out to the problem of "machism" that is depreciating the position of women to a sexual object. One may anticipate that the way in which the issue of sexual violence against women is presented (including its visualisation) and how it is related to their economic discrimination, may in a section of the population lead to a contradictory effect. It can hardly be expected that it will have the effect in favour of promotion of gender equality.

Assessment: weekly Trend (TR)

The weekly TREND is a national press medium of significance on economy and enterprise. In terms of circulation and readership it does not hold a significant position among Slovak weeklies (with 21,000 copies per month, and only 0.5 % of population reading every issue) but it has been selected for the sample of the analysed titles for reasons of keeping a balance with more sensational weeklies Plus 7 dní and Nový čas pre ženy.

TREND has been published since 1991, growing progressively from 16 pages to a full colour weekly of 100 pages. Its sovereignly Slovak capital-financed publisher, TREND Holding, s.r.o. strives to build credibility of the weekly through steadily expanding TREND trademark (specialist conferences, book publishing).

Two issues of the weekly have been printed in the analysed period. From both issues only one article related to the International Women's Day, published on 16 March 2006. In the article its male author refers to the Annual Report of the European Commission on gender equality and despite giving the data for Slovakia the article tends to highlight the European context. Given the main focus of the weekly, logically the author gives more attention to the economic disadvantage of women relative to men (lower earnings, representation in management positions, employment chances in the labour market). The only protagonist in the article is a man, who, quoted directly, emphasises the benefits of gender equality in the global economic competition.

In the economic weekly TREND, gender equality has been discussed in a single article, written by a male journalist who treats this subject only from a female perspective. Since he cites a male protagonist, pointing out to the benefits of "equalisation" of women with men, we may note that the male protagonist in the article promotes gender equality.

Assessment: weekly Plus 7 dní (PS)

The second most widely sold and read weekly on the Slovak market has exclusively Slovak owners (Company 7 Plus, Ltd.) and its readership constitutes around 20 % of the population.
Plus 7 dní is a voluminous magazine (146 pages), with the declared popular and news orientation and a large share in print advertising. Its popularity and reach stem also from its selection and treatment of sensational topics and the visual attraction, with emphasis on the reporting photo, including reader-attractive headlines. A hot social cause, reports on "celebrities" from the world of finance, politics, or showbiz, an exotic traveller's report, a moving account of a particularly unfortunate social situation of an individual are always part of the issue. The mosaic is regularly supplemented with a cocktail of tv programme, articles on fashion, cosmetics, intimate life, tests, horoscopes, crossword puzzles, and articles of social columns...
It will have followed from the above that this type of print medium does not carry specialist or popularising articles explicitly dealing with the issues of gender equality and equal opportunities of men and women.
Three issues of the weekly Plus 7 dní were printed during the analysed period (10/2006,11/2006, 12/2006). Even with applying more moderate criteria, only two articles could be included under the referred agenda and the project's goal. The former (article 24 in the code table) deals with the phenomenon and the benefits of Internet and chatting as modern means of making acquaintance, or making love or sexual contacts by men and women. The latter (article 25 in the code table) treats in a historical context and within the framework of contemporary fashion dictate the cult of extreme thinness of women. Other articles (not included in the monitoring) devote to the position, situation and relations of men and women in a sensational and scandalous form referred to above, (e.g. sexually transmitted diseases, accusations of lesbianism, artificial insemination behind the prison walls, star marriages, suspicions of sexual abuse, armed assault ... etc.)

Assessment: Nový čas pre ženy (NZ)

The publisher Ringier promotes the weekly Nový čas pre ženy as a reading offering a wide range of topics: the fashion that is accessible to a broad target audience, diets, cooking, style, health, housing, topics on family, children, partnership relations, holidays, timely information, for example from the world of prominent people. Its position among the weeklies is similar to that of Nový čas among the dailies. The weekly circulation reaches more than 300,000, with more than 240, 000 copies sold. The surveys show that more than one-fifth of its readers read it on a regular basis.
Similar to Nový čas or the weekly Plus 7 dní it brings primarily "lighter" sensational topics, amply illustrated with individual stories attractive for the readers. Two issues of this weekly were printed in the period under review (10/2006, 11/2006). We have identified only one article for the needs of the project that explicitly dealt with the gender issues in the light of a new image for celebrations of the International Women's Day (article 23 of the code table). Although the author attempted to base her article on the experts' arguments of economic discrimination of women, the original mission of the International Women's Day linked to the fight for the women's rights, the reminiscences of the selected women protagonists of the former shape of celebration of this day, as compared with the contemporary experience, have come through as dominant.

Literature:

1. Hospodárske noviny, In: www.hnonline.sk
2. Nový čas, In: http://www.ringier.sk/?page_id=15&parent=8
3. Commercial register of the SR, In: http://www.orsr.sk
4. Department of the media research SRo,In:http://www.slovakradio.sk/inetportal/index.php
5. PETIT PRESS, http://www.petitpress.sk/cm.asp?cm_id=37
6. Pravda, In: www.pravda.sk
7. Slovak Audit of Bureau of Circulation, In:http://www.abcsr.sk/index.php?menu
8. SME, In:http://www.petitpress.sk/cm.asp?cm_id=37
9. Šípoš, G.: Media ownership and its impact on independence and plurality of the media (Vlastníctvo médií a jeho dosah na nezávislost' a pluralitu médií), INEK0, 2004
10. TREND, In: http://www.etrend.sk

Évaluation finale de la presse

Évaluation : Pravda (PR)

La Pravda est à long terme le quotidien influant sur l'opinion le plus lu en Slovaquie (lectorat annuel moyen de quelque 9 % de la population nationale ; 15,3 % de la population d'après les résultats d'un sondage représentatif mené en mars 2006). Elle occupe également en permanence la deuxième place des quotidiens (après le tabloïde Nový čas) pour la moyenne du tirage et de la diffusion payante du journal.
Après 1990, l'ancien support de communication officiel du parti communiste de Slovaquie a changé de mains à plusieurs reprises. Il appartient aujourd'hui à une société par actions nationale, Perex a.s., l'un des principaux fonds de privatisation, dont la propriété et l'historique personnel ne sont pas transparents. En termes politiques, l'on peut affirmer que la Pravda atteste d'une orientation de gauche (dans le sillage de son inclination traditionnelle) dans le choix et la présentation des sujets analysés et commentés. Elle exerce en outre une critique intense, à la fois de façon déclarée et apparente.
Au cours de la période examinée, 9 articles ont satisfait aux critères du projet (et abordé la politique de l'égalité entre les sexes dans un contexte plus large). Dans 5 cas (articles numérotés 13, 15, 16, 17 et 18 dans le tableau de codes), ils mettent en lumière l'actualité de l'UE (par rapport aux dépenses, par exemple) et citent les acteurs politiques européens. Ils font référence de façon critique aux difficultés existantes (différences de salaire pour un travail de même valeur, inégalité de la représentation dans les hautes fonctions, déséquilibre dans la participation à la politique...) en insistant sensiblement sur la position défavorisée des femmes, leur « retard ». Il convient de souligner qu'à la différence des autres quotidiens observés, la Pravda a déployé dans 3 cas (articles numérotés 14, 16 et 19 dans le tableau de codes) un effort progressiste manifeste pour présenter l'égalité entre les sexes dans sa forme complémentaire recherchée, mettant en exergue le rôle actif et la situation des hommes (« nouveaux » hommes, « nouveaux » pères). Une attitude critique et ironique perceptible s'est manifestée dans 4 cas (articles numérotés 14, 19, 20 et 21 dans le tableau de codes) à l'égard des conceptions conservatrices traditionnelles des rôles masculins et féminins.

L'importance reconnue de la Journée internationale de la femme s'illustre en ce que six des neuf articles échantillonnés consacrés aux questions féminines, à l'égalité entre les sexes et à l'égalité des chances ont été publiés dans la Pravda le 8 mars même (articles numérotés 13 à 18 dans le tableau de codes).

Évaluation : SME (SM)

Le SME est le deuxième quotidien influant sur l'opinion le plus lu en Slovaquie, entretenant une rivalité constante avec la Pravda. Le SME a une diffusion mensuelle de quelque 96 000 exemplaires et attire un lectorat représentant 12,5 % environ de la population. Il convient de souligner que près de 40 % de la population slovaque ne lit aucun quotidien.

À ce jour, l'éditeur du quotidien est la société par actions PETIT PRESS, a.s., constituée de capitaux slovaques et étrangers à parts égales (le groupe allemand Verlagsgruppe Passau). Dès lors qu'il s'inscrivait résolument dans l'opposition de 1996 à 1998 et rencontrait des problèmes existentiels, seul un propriétaire étranger pouvait assurer sa pérennité à longue échéance. Au niveau politique, le SME affiche une orientation de centre-droit et le profil de ses lecteurs correspond aux couches moyennes à élevées, de moins de 39 ans et ayant reçu une éducation supérieure (troisième degré).

8 articles publiés entre le 1er et le 15 mars 2006 ont été analysés au total. L'un d'entre eux a été exclu de l'évaluation finale en raison de son caractère plus informatif. Les 7 articles subsistants sont hétérogènes tant dans leurs contextes que dans leurs contenus. Dans deux articles, les auteurs associent l'égalité entre les sexes à l'inégalité de rémunération pour un travail d'une même valeur (articles 5 et 9). Dans le premier, l'auteur masculin cite toutefois le rapport de la Commission européenne et les déclarations de femmes spécialisées dans ce domaine (article 5), tandis que dans le second, la rédactrice brosse de façon originale un

tableau plus large de la situation économique moins favorable des femmes, en mettant en lumière les liens avec la structure familiale, la répartition des responsabilités parentales, les tâches ménagères, etc.
Le contexte des trois prochains articles analysés (6, 7 et 8) se situe plutôt sur un terrain politique qu'économique. La Journée internationale de la femme et l'égalité entre les sexes sont davantage mises en parallèle avec les droits humains généraux, tels que la représentation paritaire des femmes dans les structures de pouvoir, le droit au travail et le droit de vote. La rédactrice des deux premiers articles (6 et 7) met l'accent sur le « handicap » des femmes dans ces droits en mentionnant exclusivement des militantes des droits des femmes. Le troisième article (8) retrace l'historique de l'accès des femmes au droit de vote à travers le monde. Son auteur masculin qualifie cette évolution de progrès relatif, tandis que l'unique homme évoqué (le président d'un pays musulman) est représenté en « combattant des préjugés ».

Bien qu'ils aient été publiés dans le supplément du week-end du quotidien SME, les deux derniers articles (10 et 11) méritent d'être observés. Dans l'article 10, la Journée internationale de la femme et l'égalité entre les sexes sont rattachées, sur un ton léger et de la perspective des deux sexes, aux souhaits des femmes. Les protagonistes masculins décrivent pour la plupart de manière positive les exigences des femmes, mais ils n'encouragent pas explicitement l'égalité entre les sexes. L'article 11 est l'interview d'un psychologue et d'une journaliste traitant également de l'égalité entre les hommes et les femmes. L'homme plaide pour l'égalité entre les sexes à travers son attitude positive envers le féminisme.

Parmi les six journalistes recensés (les articles 6 et 7 ont été écrits par la même femme), seuls deux sont des hommes et, parmi l'ensemble des acteurs cités, 15 sont des femmes et 8 des hommes. Dans les huit articles analysés, des acteurs masculins n'encouragent l'égalité entre les sexes que dans deux cas (8 et 11), mais la politique de la « progression de l'égalité » des femmes au regard des avantages et des droits des hommes est toujours évoquée.

L'on peut affirmer, dans l'ensemble, qu'au cours de la période d'observation, l'égalité entre les sexes et les questions de genre ont été largement couvertes par des femmes journalistes dans les articles examinés du quotidien SME. Lorsque le sujet était traité par des journalistes masculins (deux), ceux-ci reliaient les questions de genre au parcours de rattrapage des femmes vis-à-vis des hommes. Dans quatre articles sur sept, le 8 mars s'inscrivait dans un contexte international, et dans les trois autres, l'accent était mis sur la conjoncture nationale slovaque.

Évaluation : Hospodárske noviny (HN)

L'Hospodárske noviny est un quotidien spécialisé dans l'économie et la politique. Il appartient au groupe mondial de presse économique et financière Dow Jones - Handelsblatt. Il est distribué à l'échelle nationale et couvre l'actualité économique et politique à la fois en Slovaquie et dans le reste du monde. Il n'a pas l'ambition d'atteindre le public le plus large, tel qu'en atteste en particulier son tirage quotidien moyen de quelque 22 000 exemplaires seulement, soit approximativement entre un cinquième et un dixième de la diffusion des autres quotidiens. De même, son lectorat réunit moins de 4 % des personnes interrogées.

Au cours de la période d'observation (du 1er au 15 mars 2006), seuls 3 articles abordant explicitement les questions de genre ont été publiés dans l'Hospodárkse noviny (articles 2 à 4 du tableau de codes). Eu égard à la philosophie d'ensemble du quotidien (les sujets de fond qu'il met en lumière et les profils de lecteurs auxquels il entend s'adresser), il n'est certainement pas fortuit que les trois articles concernés traitent de la discrimination des femmes sur le marché du travail et dans le domaine économique. Cette tendance s'illustre dans les salaires sensiblement inférieurs des femmes par rapport aux hommes et dans la discordance entre le niveau d'éducation en moyenne supérieur des femmes et leur participation moindre à des postes de direction. Les trois articles comparent dans un premier temps la situation dans différents pays d'Europe et du monde, et soulignent ensuite la situation sensiblement moins favorable en Slovaquie. La faible diversité dans le contenu des articles pertinents est exacerbée par le fait que les auteurs recourent fréquemment aux mêmes citations d'experts.

Dans une large mesure, les articles se limitent à la formulation d'observations. Les questions de genre sont présentées de manière traditionnelle et à sens unique parallèlement aux désavantages que les femmes rencontrent sur le plan économique (l'égalité entre les sexes est considérée comme une « affaire de femmes »). Ce constat est renforcé en ce que les auteurs de deux des trois articles sont de jeunes femmes. On ne peut déceler dans les articles le moindre effort de leurs auteurs ou des acteurs masculins eux-mêmes pour exposer le rôle des hommes à l'appui d'une certaine égalité entre les sexes dans tous les aspects de l'existence.

Évaluation : Nový čas (NC)

Le Nový čas est le quotidien le plus largement diffusé et lu de la presse populaire nationale en Slovaquie. Il a été créé en 1991 en tant que successeur du journal d'un parti minoritaire appelé L'ud, puis a été racheté par deux chefs d'entreprise autrichiens et lancé sur le marché au rayon de la presse à sensation. Les propriétaires étrangers et les puissants investisseurs étrangers dans les médias ont largement contribué à ce qu'il devienne rapidement le quotidien le plus prospère de Slovaquie. En janvier 2004, la société de médias suisse Ringier, qui publie plusieurs autres titres hebdomadaires florissants en Slovaquie (tels que Eurotelevízia, Nový čas pre ženy ou Život), a acquis une part de 100 % dans ce quotidien.

L'éditeur n'entretient aucune ambition sérieuse d'influencer l'opinion politique du grand public à travers ce quotidien. Sur le plan politique, le journal navigue donc plutôt « au centre » en laissant la part belle aux convictions de ses journalistes indépendants. Il a pour objectif de présenter chaque jour l'actualité la plus récente des célébrités et les dossiers les plus brûlants, le tout dans un style facile d'accès. Le Nový čas n'a pas la prétention d'analyser de grands thèmes de société et s'attache plutôt à présenter des destins humains personnels et à les mettre en scène de manière à attirer l'attention d'un public aussi large que possible. Environ un million de lecteurs lisent chaque jour ce quotidien (soit un lectorat de près de 30 %), jouant en quelque sorte le rôle d'un « compagnon du petit déjeuner ».

À la lumière du concept de base du quotidien (un recueil d'histoires à dimension humaine et non de thèmes), nous n'avons pas été surpris de ne trouver qu'un seul article (article 1 dans le tableau de codes) se rapportant aux questions de genre au cours de la période examinée. Dans cet article, l'auteur masculin traite, sur un ton attrayant pour le lecteur, de la nouvelle initiative du gouvernement mexicain pour lutter contre les abus sexuels des femmes dans leur foyer et sur leur lieu de travail. Cette campagne poursuit l'objectif de mettre en exergue le problème du « machisme », qui rabaisse les femmes au rang d'objets sexuels. L'on peut supposer que la manière dont le problème des violences sexuelles envers les femmes est présenté (ainsi que compris son illustration) et dont il est relié à leur discrimination économique peut aboutir à un effet contradictoire dans une frange de la population. Il n'est en revanche guère à escompter qu'il soit utile à la promotion de l'égalité entre les sexes.

Évaluation : Trend (TR)

L'hebdomadaire Trend est un organe de presse national important pour l'économie et les entreprises. En termes de diffusion et de lectorat, il n'occupe pas une position prééminente parmi les hebdomadaires slovaques (21 000 exemplaires par mois et 0,5 % de la population seulement lisant tous les numéros), mais il a été inclus dans l'échantillon des titres analysés dans le souci de maintenir l'équilibre par rapport aux hebdomadaires plus sensationnalistes Plus 7 dní et Nový čas pre ženy.

Publié depuis 1991, le Trend s'est étendu progressivement de 16 pages pour devenir un hebdomadaire de 100 pages tout en couleurs. Son éditeur, financé exclusivement par des capitaux slovaques, TREND Holding, s.r.o., s'efforce de consolider la crédibilité de l'hebdomadaire en étoffant en permanence la marque déposée Trend (conférences spécialisées, édition de livres).

Deux numéros de l'hebdomadaire sont parus au cours de la période analysée. Un seul article de ces deux éditions, publié le 16 mars 2006, se rapportait à la Journée internationale de la femme. Son auteur masculin y fait référence au rapport annuel de la Commission européenne sur l'égalité entre les sexes et, même si les données relatives à la Slovaquie sont mentionnées, l'article tend à insister sur le contexte européen. Eu égard à l'orientation principale de l'hebdomadaire, l'auteur accorde logiquement une plus grande attention aux désavantages économiques des femmes par rapport aux hommes (niveau inférieur de rémunération, de représentation à des postes de direction et d'opportunités d'emploi sur le marché du travail). L'unique protagoniste de l'article est un homme qui, dans ses propos cités directement, souligne les avantages de l'égalité entre les sexes dans la concurrence économique mondiale.

Dans l'hebdomadaire économique Trend, l'égalité entre les sexes a fait l'objet d'un seul article, rédigé par un journaliste masculin, qui examine uniquement le sujet sous un angle féminin. Dès lors qu'il parle d'un acteur masculin désignant les bénéfices de la « mise à égalité » des femmes par rapport aux hommes, l'on peut admettre que le protagoniste masculin de l'article encourage l'égalité entre les sexes.

Évaluation : Plus 7 dní (PS)

Le deuxième hebdomadaire le plus diffusé et le plus lu sur le marché slovaque appartient exclusivement à des propriétaires slovaques (Company 7 Plus, Ltd.) et son lectorat représente quelque 20 % de la population.
Le Plus 7 dní est un magazine de grand volume (146 pages) s'inscrivant dans une orientation affichée de presse populaire et d'actualité, dont une proportion substantielle est accaparée par la publicité. Sa popularité et sa portée reposent en outre sur la sélection et le traitement de sujets à sensation et l'attrait visuel, l'accent étant placé sur le photoreportage, ainsi que sur le choix de gros titres accrocheurs. Un dossier social brûlant, une série d'articles sur des « célébrités » du monde de la finance, de la politique ou du spectacle, un récit de voyage exotique et un compte rendu dynamique de la situation sociale particulièrement malheureuse d'un quidam sont les ingrédients de base du magazine. Cette mosaïque est régulièrement complétée par un assortiment de programmes télévisés, d'articles sur la mode, l'esthétique et l'intimité, de tests, d'horoscopes, de mots croisés et de rubriques personnelles, notamment.

À la lumière de la description ci-dessus, il est flagrant qu'une publication de ce type ne contient pas d'articles spécialisés ou de popularisation traitant expressément des questions d'égalité entre les sexes et d'égalité des chances entre les hommes et les femmes.

Trois numéros de l'hebdomadaire Plus 7 dní sont parus au cours de la période analysée (10/2006, 11/2006 et 12/2006). Même en assouplissant les critères, deux articles seulement correspondant à l'objectif du projet ont pu être retenus. Le premier (article 24 dans le tableau de codes) a trait au phénomène et aux avantages de l'internet et du chat en tant que moyens modernes de faire connaissance ou de nouer des liens amoureux ou sexuels pour les hommes et les femmes. Le second (article 25 dans le tableau de codes) étudie le culte de la minceur extrême des femmes dans un contexte historique et dans le cadre des dictats contemporains de la mode. D'autres articles (non inclus dans l'observation) sont consacrés au statut, à la situation et aux relations des hommes et des femmes dans le registre sensationnaliste et friand de scandales suggéré plus haut (maladies sexuellement transmissibles, femmes accusées d'homosexualité, insémination artificielle derrière les murs d'une prison, mariages de stars, soupçons d'abus sexuels, agression à main armée, etc., par exemple).

Évaluation : Nový čas pre ženy (NZ)

L'éditeur Ringier défend l'hebdomadaire Nový čas pre ženy en tant que lecture offrant un éventail diversifié de sujets : la mode qui est accessible à un large public cible, les régimes, la cuisine, le style, la santé, le logement, des sujets sur la famille, les enfants et les relations de couple, les vacances, ou encore des informations d'actualité, par exemple sur le monde des personnalités célèbres. Ce titre est aux hebdomadaires ce que le Nový čas est aux quotidiens. La diffusion hebdomadaire atteint plus de 300 000 exemplaires, dont plus de 240 000 exemplaires vendus. Les études révèlent que plus d'un cinquième du lectorat se compose de lecteurs réguliers.

D'une manière similaire au Nový čas ou à l'hebdomadaire Plus 7 dní, il couvre principalement des sujets à sensation « plus légers », abondamment illustrés par des histoires personnelles attrayantes pour les lecteurs. Deux numéros de cet hebdomadaire sont sortis de presse au cours de la période d'observation (10/2006 et 11/2006). Nous n'avons identifié qu'un seul article conforme aux exigences du projet, qui abordait expressément les questions de genre à la lumière d'une nouvelle image pour les festivités de la Journée internationale de la femme (article 23 dans le tableau de codes). Bien que la rédactrice se soit efforcée d'articuler son article autour d'analyses d'experts sur la discrimination économique des femmes, il s'avère que la mission originale de la Journée internationale de la femme, associée à la lutte pour les droits des femmes, et les souvenirs des protagonistes féminines choisies ayant participé aux festivités passées de même cette Journée, au regard de l'expérience contemporaine, prédominent.

Littérature

1. Hospodárske noviny, à l'adresse www.hnonline.sk
2. Nový čas, à l'adresse http://www.ringier.sk/?page_id=15&parent=8
3. Registre du commerce de la République slovaque, à l'adresse http://www.orsr.sk
4. Département de recherche sur les médias de Slovaquie, à l'adresse: http://www.slovakradio.sk/inetportal/index.php
5. PETIT PRESS, http://www.petitpress.sk/cm.asp?cm_id=37
6. Pravda, à l'adresse www.pravda.sk
7. Audit slovaque du Bureau de la diffusion, à l'adresse http://www.abcsr.sk/index.php?menu
8. SME, à l'adresse http://www.petitpress.sk/cm.asp?cm_id=37
9. Šípoš, G. : La propriété des médias et son influence sur l'indépendance et la pluralité des médias (Vlastníctvo médií a jeho dosah na nezávislost' a pluralitu médií), INEK0, 2004
10. Trend, à l'adresse http://www.etrend.sk

The final report

1. The up-to-date characteristics of the Slovak Republic from the aspect of gender equality

The Slovak Republic has been the member country of the European Union since May 2004. This fact (in the accession period) and still now has had an accelerating effect also on the situation and approach to gender equality issues. In accordance with the policies of the European structures, the agenda at hand of gender equality and equal opportunities between men and women should have a comprehensive and integrated character. Despite sustained activities and the pressure of the experts and nongovernmental stakeholders, in particular, the following key problems persist:

- *Absence of authentic and comprehensive strategy of equal opportunities of men and women.* The two official Government documents: the National Action Plan for Women (1999) and the Concept of Equal Opportunities of Men and Women (2001) have been formulated in very general and bureaucratic terms. Moreover, in the new European context, they have become obsolete.
- *Lack of cohesiveness in methodological procedures (data collection and gathering), absence of relevant data and statistics broken down by gender*. As a result, there is shortage of quantitative data, reference documents for the formulation and adoption of the relevant effective measures.
- *Poor institutional capacity, fragmented responsibility of stakeholders* - the Slovak Republic as one of the few EU countries that does not have, for example, a competent Government or Parliamentary body charged with the competencies in the issue of gender equality.

The current challenges for the gender equality agenda

- *Setting up of a supra-sectoral (executive) body* with adequate competencies and accountability
- *Constituting a special independent control body* (to monitor compliance with the principle of equal treatment)
- *Implementation of gender equality* in the in the processes and policymaking at *regional level*
- *Restructuring of the existing bodies and institutions* - for example, creating of the „focal points" for gender equality in particular ministries
- *Declaring gender equality as a Government priority*
- *Training, information of responsible actors*, starting from the top management structures
- *Strengthening of the role and impact of the training institutions and the media* in changing attitudes of the public.

2. Justification for the selection of titles to be monitored and the work methodology

Following the change of the regime in 1989, the media market in Slovakia has also undergone a number of essential changes (including the situation, number and significance of particular print media). At present only four national daily newspapers are published - Pravda, Sme, Nový čas, Hospodárske noviny. On the other hand, there is a relatively diversified and varied network of regional and local press thriving in Slovakia, including dailies of that type and contents orientation.

The first two dailies monitored (Pravda and Sme) represent, on long-term and stably, the major opinion-shaping press media for the SR population. The daily Nový čas is the most widely sold and read yellow journalism daily, while on the other hand, Hospodárske noviny is a specialised daily on economy and politics (for more detailed characteristics of particular media analysed, see the FINAL ASSESSMENT OF EVERY NEWSPAPER).

After consultation and acceptance of the proposed solution by the Luxembourgian committing official (namely Ms. Simone Gruhlke-Geimer) we have included in the monitored sample, "in compensation" for the non-existent fifth national daily, three weeklies: Nový čas pre ženy, Plus 7 dní and Trend, which have been analysed and assessed using the same methodology of the code table, in the same time interval (between 1 and 15 March 2006). In selecting them, similar criteria of the readership, selling rate, opinion shaping quality, general and specific impact on the target groups have been respected as in the case of dailies. Nový čas pre ženy is the most widely sold and read weekly that (equally as its counterpart daily Nový čas) offers primarily

"lighter," sensational topics, amply illustrated with individual stories attractive for the readers. The second most widely sold and read weekly on the Slovak market, Plus 7 dní, displays popular and news orientation, its popularity and impact however stemming also from the timely and sensational selection and treatment of the topics. Trend is a national medium of significance, featuring economy and enterprise, but it does not hold this significant position with regard to readership and selling rates, fulfilling here the function of counterbalancing against the more sensational weeklies, Nový čas pre ženy and Plus 7 dní (again, for more detailed characteristics of particular media analysed, see the FINAL ASSESSMENT OF EVERY NEWSPAPER).
For the sake of comprehensiveness, and after agreement by the Luxembourgian partner, the following parameters have been added in the code table:

- PlacePap- denotes placement of the article in the relevant third of the newspapers. For example, 3/50 means that the article is placed in the 3rd third of the newspapers that have a total of 50 pages. The column is located among the original parameters, Page and Context.
- Gender PM- denotes the Gender of the Person Mentioned. The column is located among the original parameters, PersMent and Role.
  In addition the original acronym SL has been replaced by the acronym SK, which is the official international acronym for the Slovak Republic.

There were three participating assessors who individually assessed and coded the articles (every assessor has analysed and assessed every article). Subsequently the individual assessments were confronted. In the case of differences of opinion the choice of the relevant variant was discussed and substantiated. The definite variants given in the code table thus present the outcome of a consensus of opinion.

3. Results of the content analysis with an emphasis on the prescribed aspects for all titles analysed

The following analysis focuses on some relevant aspects that should indicate how the role of males was reflected in the support for gender equality in the period under review and in the selected titles. We have surveyed:

- in which title monitored there was greatest number of articles carrying the given themes with regard to the total number of issues.
- how significant they were given their positioning and length
- what was the geographical scope of reflection of the International Women's Day and the topic of gender equality
- what was the representation of authors of articles by gender and age in individual titles
- in which title there were most articles published in which men promoted gender equality
- how was the topic of gender equality reflected by male authors with regard to the geographical scope of their articles, highlighting men's issues or gender issues, reinforcing or challenging the gender stereotypes.

Title	Number of issues	Number of articles analysed	Number of articles included in the Final Report
Nový čas (NC)	10	1	1
Hospodárske noviny (HN)	10	3	3
SME (SM)	12	8	7
Pravda (PR)	12	9	9
TREND (TR)	2	1	1
Nový čas pre ženy (NZ)	3	2	1
PLUS 7 dní (PS)	3	2	2
TOTAL	52	26	24

Table 1: Number of articles for relevant titles

A total of 26 articles have been selected and analysed. After coding and assessing them, we have deleted 2 articles from the Final Report. They failed to meet the basic criteria regarding their content's subject matter. **The largest number of articles was unequivocally found in the daily Pravda (9), the smallest number with regard to the number of issues was found in the sensational daily Nový čas.**

	Number of articles
Order of the third to the total number of pages (1st: 2nd: 3rd)	12 : 9 : 3
Placement of the article on a page (plac+ : plac-)	20 : 4
Length of article (major : small)	14 : 10

Table 2: The article's placement and length

We were also interested in the placement of articles in relation to the total number of pages of particular titles. An exact half of all the articles (12) was placed in the first third of the titles, 3 articles were placed only in the last third. Most titles placed the analysed articles on such a place within the page as to make them sufficiently visual and eye-catching. As to the length of articles, 14 were major articles and 10 were small. **We may note that both the placement and the length of articles dealing with gender equality were sufficient**.

Scope	Number of articles
Important for your country (NAT)	10
Important for other countries or in the world in general (INTER)	7
Important for your country and other countries (NATINT)	7

Table 3: Scope of the analysed articles

In 10 analysed articles the International Women's Day and the gender equality were featured as a national event with importance for the whole of Slovakia. National data and events were chiefly stressed there, which related to gender equality. Seven articles presented 8 March in the context of international relations or international relations as well, using comparative data, particularly for the EU and the world. **None of the articles had a local or regional character; the topic of gender equality was thus perceived as a general phenomenon.**

Title	Gender of author (M : F)	Age of author (young:midage:old:age)	Emphasis on gender equality (EGAL+ : EGAL-)
Nový čas (NC)	1 : 0	1 : 0 :0 : 0	0 : 1
Hospodárske noviny (HN)	1 : 2	2 : 1 : 0 : 0	1 : 2
SME (SM)	2 : 5	3 : 0 : 0 : 4	6 : 1
Pravda (PR)	2 : 7	4 : 5 : 0 : 0	9 : 0
TREND (TR)	1 : 0	0 : 1 : 0 : 0	1 :0
Nový čas pre ženy (NZ)	0 : 2	0 : 1 : 0 : 1	2 : 0
PLUS 7 dní (PS)	0 : 1	0 : 0 : 0 : 1	0 : 1
TOTAL for all articles	7 : 17	10 : 8 : 0 : 6	19 : 5

Table 4: Titles by gender and age of authors

The prevailing authors of the articles were women. Of the total number of all authors, only 7 were men (circa 30%) while as many as 17 were women journalists (circa 70%). In the majority of cases journalists were under 40 years old, eight were in the 40-60 age group. None of them was older than 60 years. For six of them, however, age could not be found. Of the seven male journalists, four were middle-aged and two were up to 40 years old. **Most articles laid stress on gender equality, the daily Pravda even did so in all of its articles analysed.** There were as many as 6 articles in which gender equality was emphasised and their authors were male journalists. Only one author wrote an article in which gender equality was not accented.

Title	Number of persons mentioned	Gender of persons mentioned (M : F)	Promotion of gender equality by men (PROMG+ : PROMGF-)
Nový čas (NC)	1	1 : 0	0 : 1
Hospodárske noviny (HN)	5	4 : 1	0 : 3
SME (SM)	24	9 : 15	2 : 5
Pravda (PR)	20	5 : 15	4 : 5
TREND (TR)	1	1 : 0	1 : 0
Nový čas pre ženy (NZ)	8	0 : 8	1 : 1
PLUS 7 dní (PS)	15	7 : 8	1 : 1
TOTAL for all articles	74	27 : 47	9 : 15

Table 5:Titles by number of persons mentioned, their gender and promotion of gender equality

There was a total of 74 persons cited or referred to in all of the articles of which the majority were women and only 27 were men. Of the 27 men, however, only 9 promoted gender equality. It must be reminded that the selection of male protagonists as well as the choice of their quotations is fully the responsibility of the male or female authors of articles.
Most men having been mentioned or referred to by statement of their words, also with regard to the number of articles, were found in the daily SME, but only two male protagonists promoted gender equality in the articles. In the daily Pravda, fewer men were mentioned or cited (5) but in as many as four articles the male protagonists promoted gender equality.

Reflection of gender equality	Gender of author	
	M	F
Promotion of men issues (MAN+)	0	5
Emphasis on gender equality (EGAL+ : EGAL -)	6 : 1	13 : 4
Reinforcement of stereotypes (FM+ : FF+ : FM- : FF -)	0 : 0 : 2 : 5	1 : 5 : 1 : 8
Questioning stereotypes (TM+ : TF+ : TM-: TF-)	1 : 4 : 1 : 1	2 : 5 : 4 : 6
Men are promoting gender equality (PROMG + : PROMG -)	3 : 4	5 : 12
Scope (NAT:INTER:NATINT)	2 : 3 : 2	8 : 4 : 5

Table 6: Gender of authors by the manner of reflection of gender equality

We were interested to see how male authors treated the topic of gender equality. Whether they perceive gender equality as relating also to men or whether they perceived it rather as women or gender issue. In none of the male authors men mentioned in the articles would take the central position. Male authors have perceived gender equality as exclusively a women's issue. In contrast, female authors have perceived gender equality as "equalisation" of also men with women in 5 articles. **Hence we may note that female authors reflect both sexes as actors of gender equality more often and more sensitively than do the male authors.**

Equally, it may however be noted that the male authors stress gender equality more often in their articles than do the female authors. This may be due to the fact that women authors perceive gender equality as their own matter and emphasise, more than the men authors, particularly the affirmative aspect of gender equality.

Not in a single case did the male authors reinforce gender stereotypes in their articles. Rather, in two articles, they did not reinforce men related stereotypes and in five articles women related stereotypes. Female authors, in one case, reinforced men related stereotypes, and in as many as five cases they reinforced women related stereotypes. But there were more female authors however who did not reinforce women related stereotypes (8), but only one, the stereotypes related to men. **It may be noted that male authors, more often than female authors, did not reinforce women related stereotypes**.

In five articles male authors questioned gender stereotypes (women-related more often), while female authors did so in seven articles (also women-related more often). But considering the number of male and female authors, the final result shows male authors questioning gender stereotypes more in their articles.
An important finding is that there were 8 articles in all in which male protagonists promoted gender equality, of which 3 were written by male authors and 5 by female authors. With regard to the total number of male and female authors, male authors wrote more articles in which men promoted gender equality. **We may note that male, more often than female authors, cite or refer to male protagonists that promote gender equality.** The geographic scope is the last feature in which the authors portray the International Women's Day. **Male authors reflect 8 March and gender equality in international or global scope more often than female authors. Female authors to a greater extent reflect this event in national – domestic scope.**

Summary:

- A total of 24 articles from 4 dailies and 3 weeklies have been included in the final analysis. The largest number of articles unequivocally were from the daily Pravda (9), the fewest in the light of number of issues were from the tabloid daily Nový čas.
- Placement of the majority of articles within individual titles, on the page, as well as the length of articles were found to be satisfactory. Adequate attention has been paid to the topics of gender equality and the International Women's Day within relevant titles and issues.
- Not a single article had local or regional character; the topic of gender equality was reflected as a national or international - global matter.
- Most articles emphasised gender equality; the daily Pravda did so even in all of its articles analysed.
- Most articles in which male protagonists promoted gender equality were in the daily Pravda.
- None of the male authors reflects gender equality from the men's issue perspective but exclusively as gender issue or women's issue; female authors reflect both sexes as gender equality actors more often than and more sensitively than male authors.
- What are interesting, male authors tend to reinforce less or even question more often women related stereotypes in their articles than female authors.
- Male authors, more often than female, cite male protagonists promoting gender equality.
- Male authors write about the topic of gender equality in international or global scope more often than female authors, who to a larger extent reflect the event in the national – domestic scope.

4. The role of men in promotion of gender equality – social and research challenges

The socio-political and human rights related concept of gender equality has its limitations and rules determined by the actual socio-economic situation, persisting tradition, effective legislation and, last but not least, the activity and willingness of the stakeholders. Equal opportunities of men and women, of course, are not really thinkable, feasible, attainable, or applicable if we are not concerned with the situation, the rights of men as well.

The topical theme for research and publication, the "issue of the day", so to say, is thus construction of new masculinity, search for "self-reflection of the new man", relativisation of the traditional masculinity. The deficit in the constructs or schemes of new masculinity, the falling behind the self-expression of feminine identities, is apparent. The notion of equal opportunities of men and women was (owing particularly to general and long lasting reasons of marked disparities) more significant or more important for women, which evoked impression of a constant situation. At the same time, it is common knowledge (though socially and individually, a tabuised fact) that there are segments of inequalities to which a generally worse situation or position of men applies (we can mention, for example, that the rights of fathers, particularly in pre-divorce or post-divorce contact, are many times not conferred, or the relevant measures are in reality not enforceable, or executable, or that men had for a long time been placed at a disadvantage in the area of pension security).
The often quoted or referred to de jure/ de facto conflict can thus in certain social periods and phases of the individual's life "overturn on the side" or in disfavour of men, which should prompt (in the interest of future balancing or elimination of inequalities) the need for relevant research mobilisation. The question and the challenge thus - in the current conditions of the Slovak Republic as well – remains to be the need of special accentuation (including attention of research) of the role of men in promoting gender equality.

Analyse des articles de presse en République Slovaque
Traduction

Rapport final

1. Caractéristiques actuelles de la République slovaque au niveau de l'égalité entre les sexes

La République slovaque est membre de l'Union européenne depuis mai 2004. Son adhésion, aussi bien au cours de la période préparatoire qu'à l'heure actuelle, a également exercé un effet d'accélération sur la situation et l'attitude à l'égard des questions d'égalité entre les sexes. Dans le droit fil des politiques européennes, les préoccupations en matière d'égalité entre les sexes et d'égalité des chances pour les hommes et les femmes devraient être omniprésentes et intégrées dans toutes les actions. En dépit d'activités continues et de pressions d'experts et d'acteurs extérieurs au gouvernement, en particulier, les problèmes essentiels suivants subsistent:

- *Absence de stratégie concrète et globale pour l'égalité des chances entre les hommes et les femmes.* Les deux documents gouvernementaux officiels, à savoir le Plan d'action national pour les femmes (1999) et le Concept de l'égalité des chances pour les hommes et les femmes (2001), sont rédigés dans des termes extrêmement généraux et bureaucratiques. Ils sont en outre devenus obsolètes dans le nouveau contexte d'appartenance à l'Union européenne.
- *Manque de cohérence des procédés méthodologiques* (collecte et compilation de données) et absence de données et de statistiques pertinentes réparties par sexe. En conséquence, les données quantitatives et les documents de référence nécessaires font défaut pour la formulation et l'adoption de mesures efficaces pertinentes.
- *Déficience des capacités institutionnelles et éparpillement des responsabilités.* La République slovaque est par exemple l'un des rares États membres de l'UE qui ne possèdent pas de service gouvernemental ou parlementaire spécifique en charge des compétences relatives à l'égalité entre les sexes.

Les défis actuels de la politique pour l'égalité entre les sexes

- *Création d'une instance (exécutive) suprasectorielle dotée de compétences et d'une obligation de responsabilité appropriées*
  Constitution d'une instance de surveillance indépendante spécifique (pour contrôler le respect du principe de l'égalité de traitement)
- *Mise en œuvre de l'égalité entre les sexes* dans les mécanismes et la définition des politiques *à l'échelle régionale*
- *Restructuration des instances et institutions existantes,* par exemple, mise en place de « points focaux » pour l'égalité entre les sexes dans certains ministères
- *Hisser l'égalité entre les sexe au rang de priorité gouvernementale*
- *Formation et information des acteurs responsables*, à partir des structures suprêmes de direction
- *Renforcement du rôle et de l'influence des établissements de formation et des médias* dans la transformation des attitudes du grand public

2. Explication de la sélection de périodiques soumis à l'observation et de la méthode de travail

Après le renversement du régime en 1989, le marché des médias en Slovaquie a également subi une série de métamorphoses (notamment dans la situation, le nombre et l'importance de publications spécifiques). À l'heure actuelle, il existe seulement quatre journaux quotidiens nationaux : Pravda, Sme, Nový čas et Hospodárske noviny. D'autre part, un réseau relativement diversifié de publications régionales et locales prospère en Slovaquie. Il comprend des quotidiens de ce type et de cette orientation de contenu.

Les deux premiers quotidiens examinés (Pravda et Sme) constituent, de façon stable et à longue échéance, les principaux organes de presse influant sur l'opinion de la population slovaque. Le quotidien Novýčas est le quotidien le plus vendu et le plus lu de la presse à sensation, tandis que l'Hospodárske noviny est au contraire un quotidien spécialisé dans l'économie et la politique (cf. « Évaluation finale de la presse » pour plus de caractéristiques détaillées sur les médias analysés).

Après la consultation du mandataire luxembourgeois (Mme Simone Gruhlke-Geimer) et l'acceptation par celle-ci de la solution proposée, nous avons inclus dans l'échantillon observé, à titre de compensation pour le cinquième quotidien national inexistant, trois hebdomadaires : Nový čas pre ženy, Plus 7 dní et Trend, qui ont été examinés et évalués sur la base de la même méthodologie du tableau de codes au cours du même intervalle de temps (du 1er au 15 mars 2006). Leur sélection a été régie par des critères similaires à ceux utilisés pour les quotidiens en ce qui concerne le lectorat, la diffusion, l'influence de la qualité sur l'opinion, et l'impact général et spécifique sur les groupes cibles. Le Nový čas pre ženy est l'hebdomadaire le plus largement diffusé et lu qui, à l'instar de son homologue quotidien Nový čas, propose principalement des sujets « plus légers », sensationnalistes, abondamment illustrés par des histoires personnelles attrayantes pour les lecteurs. Le deuxième hebdomadaire le plus largement diffusé et lu sur le marché slovaque, Plus 7 dní, affiche une orientation de presse populaire et d'actualité, mais il doit également sa popularité et son influence au choix et au traitement des sujets de façon opportune et propice au sensationnalisme. Le Trend est une publication nationale importante eu égard à la place accordée à l'économie et aux entreprises, mais il ne maintient pas ce rang important en termes de lectorat et de diffusion. En l'occurrence, il fait plutôt fonction de contrepoids aux hebdomadaires à scandale Nový čas pre ženy et Plus 7 dní (cf. à nouveau « Évaluation finale de la presse » pour plus de caractéristiques détaillées sur les médias analysés).

Dans un souci d'exhaustivité, et après l'approbation du partenaire luxembourgeois, les paramètres suivants ont été ajoutés dans le tableau de codes :

- Place article indique l'emplacement de l'article dans le tiers pertinent des publications. Par exemple, 3/50 signifie que l'article figure dans le 3e tiers des publications qui comptent au total 50 pages. La colonne est mentionnée parmi les paramètres originaux Page et Contexte.
- Sexe PM désigne le sexe de la personne mentionnée. La colonne est indiquée parmi les paramètres originaux PersMent et Rôle.

De plus, l'acronyme original SL a été remplacé par SK, qui est le code international officiel de la République slovaque.

Trois analystes ont participé au projet et ont examiné et codé individuellement les articles (chaque analyste a examiné et évalué chaque article). Les observations individuelles ont ensuite été comparées. Dans le cas de divergences d'opinions, le choix de l'alternative applicable a été discuté et motivé. Les alternatives précises indiquées dans le tableau de codes sont donc le fruit d'un consensus.

3. Résultats de l'analyse des contenus et étude particulière des aspects prescrits pour tous les titres analysés

L'analyse ci-après met l'accent sur certains aspects pertinents qui indiquent comment le rôle des hommes dans le soutien à l'égalité entre les sexes a été représenté au cours de la période d'observation et dans les titres sélectionnés. Nous avons étudié les points suivants :

- le titre parmi ceux observés qui a compté le plus grand nombre d'articles contenant les thèmes imposés par rapport au nombre total d'éditions ;
- l'importance des articles identifiés sur la base de leur positionnement et de leur longueur ;
- la dimension géographique accordée à la Journée internationale de la femme et au sujet de l'égalité entre les sexes ;
- l'identité des auteurs d'articles retenus, par sexe et par âge, dans les différents titres ;
- le titre qui a publié le plus d'articles dans lesquels des hommes encourageaient l'égalité entre les sexes ;
- le traitement du sujet de l'égalité entre les sexes par les auteurs masculins par rapport à la portée géographique de leurs articles, la mise en exergue des questions relatives aux hommes ou au genre, et le renforcement ou la remise en question des stéréotypes liés aux sexes.

Titre	Nombre d'éditions	Nombre d'articles analysés	Nombre d'articles inclus dans le rapport final
Nový čas (NC)	10	1	1
Hospodárske noviny (HN)	10	3	3
SME (SM)	12	8	7
Pravda (PR)	12	9	9
TREND (TR)	2	1	1
Nový čas pre ženy (NZ)	3	2	1
PLUS 7 dní (PS)	3	2	2
TOTAL	52	26	24

Tableau 1 : nombre d'articles dans les titres retenus

Au total, 26 articles ont été isolés et analysés. Après leur codage et leur évaluation, nous avons supprimé 2 articles du rapport final ces derniers ne respectant pas les critères élémentaires relatifs au sujet sous-jacent à leur contenu. **Le plus grand nombre d'articles a sans conteste été récolté dans le quotidien Pravda (9), et le plus petit nombre au regard du nombre d'éditions dans le quotidien à sensation Nový čas**.

	Nombre d'articles
Ordre du tiers dans le nombre total de pages (1er : 2e : 3e)	12 : 9 : 3
Emplacement de l'article sur une page (plac+ : plac-)	20 : 4
Longueur de l'article (long : court)	14 : 10

Tableau 2 : emplacement et longueur des articles

Nous nous sommes également intéressés à l'emplacement des articles au regard du nombre total de pages des titres spécifiques. Précisément la moitié des articles (12) étaient positionnés dans le premier tiers des titres et 3 seulement dans le dernier tiers. La plupart des titres situaient les articles analysés à un endroit de la page qui leur assurait une visibilité et une qualité d'attraction suffisantes. À propos de la longueur des articles, 14 étaient longs et 10 étaient courts. **L'on peut conclure que tant la position que la longueur des articles traitant de l'égalité entre les sexes étaient suffisantes.**

Portée	Nombres d'articles
Important pour le pays de publication (NAT)	10
Important pour d'autres pays ou dans le monde en général (INTER)	7
Important pour le pays de publication et d'autres pays (NATINT)	7

Tableau 3 : portée des articles analysés

Dans 10 articles analysés, la Journée internationale de la femme et l'égalité entre les sexes étaient décrites comme un événement national revêtant une importance pour l'ensemble de la Slovaquie. Ils soulignaient principalement des données et des manifestations nationales sur le thème de l'égalité entre les sexes. Sept articles présentaient la journée du 8 mars dans le cadre des relations internationales, ou dans un contexte à la fois national et international, à l'aide de données comparatives, en particulier pour l'UE et le reste du monde. **Aucun article ne témoignait d'une dimension locale ou régionale et le thème de l'égalité entre les sexes était donc perçu comme un phénomène général.**

Titre	Sexe des auteurs (M : F)	Âge des auteurs (jeune : âge moyen : âgé : inconnu)	Insistance sur l'égalité entre les sexes (EGAL+ : EGAL-)
Nový čas (NC)	1 : 0	1 : 0 :0 : 0	0 : 1
Hospodárske noviny (HN)	1 : 2	2 : 1 : 0 : 0	1 : 2
SME (SM)	2 : 5	3 : 0 : 0 : 4	6 : 1
Pravda (PR)	2 : 7	4 : 5 : 0 : 0	9 : 0
TREND (TR)	1 : 0	0 : 1 : 0 : 0	1 :0
Nový čas pre ženy (NZ)	0 : 2	0 : 1 : 0 : 1	2 : 0
PLUS 7 dní (PS)	0 : 1	0 : 0 : 0 : 1	0 : 1
TOTAL pour tous les art.	7 : 17	10 : 8 : 0 : 6	19 : 5

Tableau 4 : titres par sexe et âge des auteurs

Les auteurs des articles sélectionnés sont en majorité des femmes. Parmi l'ensemble de ces auteurs, 7 seulement sont des hommes (environ 30 %), tandis que pas moins de 17 sont des femmes (environ 70 %). Dans la plupart des cas, les journalistes étaient âgés de moins de 40 ans et huit se situaient dans une tranche d'âge de 40 à 60 ans. Aucun n'avait dépassé 60 ans. Pour six d'entre eux, l'âge n'a toutefois pu être déterminé. Sur les sept journalistes masculins, quatre appartenaient à la tranche d'âge moyenne et deux étaient âgés de moins de 40 ans. **La plupart des articles insistaient sur l'égalité entre les sexes, et cette insistance se retrouvait même dans la totalité des articles analysés du quotidien Pravda.** L'on a recensé pas moins de 6 articles dans lesquels l'égalité entre les sexes était mise en exergue et dont les auteurs étaient des hommes. Un seul auteur a écrit un article dans lequel l'égalité entre les sexes n'occupait pas le premier plan.

Titre	Nombre de personnes mentionnées	Sexe des personnes mentionnées (M : F)	Promotion de l'égalité entre les sexes par les hommes (PROMG+ : PROMGF-)
Nový čas (NC)	1	1 : 0	0 : 1
Hospodárske noviny (HN)	5	4 : 1	0 : 3
SME (SM)	24	9 : 15	2 : 5
Pravda (PR)	20	5 : 15	4 : 5
TREND (TR)	1	1 : 0	1 : 0
Nový čas pre ženy (NZ)	8	0 : 8	1 : 1
PLUS 7 dní (PS)	15	7 : 8	1 : 1
TOTAL pour tous les art.	74	27 : 47	9 : 15

Tableau 5 : titres par nombre et sexe des personnes mentionnées ainsi que promotion de l'égalité entre les sexes

Au total, 74 personnes ont été citées ou mentionnées dans l'ensemble des articles, parmi lesquelles une majorité étaient des femmes et seulement 27 étaient des hommes. Sur ces 27 hommes, seuls 9 encourageaient toutefois l'égalité entre les sexes. Il convient de rappeler que le choix de protagonistes masculins, ainsi que la sélection de leurs citations, appartiennent entièrement à la responsabilité des auteurs des articles, hommes ou femmes.

La plupart des hommes qui ont été mentionnés ou dont les déclarations ont été reproduites, y compris par rapport au nombre d'articles, sont enregistrés dans le quotidien SME, mais deux protagonistes masculins seulement plaidaient dans ces articles pour l'égalité entre les sexes. Dans le quotidien Pravda, moins d'hommes étaient mentionnés ou cités (5), mais, dans pas moins de 4 articles, les protagonistes masculins se montraient favorables à l'égalité entre les sexes.

Présentation de l'égalité entre les sexes	Sexe des auteurs	
	M	F
Promotion des questions relatives aux hommes (MAN+)	0	5
Insistance sur l'égalité entre les sexes (ÉGAL+ : ÉGAL-)	6 : 1	13 : 4
Renforcement des stéréotypes (FM+ : FF+ : FM- : FF-)	0 : 0 : 2 : 5	1 : 5 : 1 : 8
Remise en question des stéréotypes (TM+ : TF+ : TM- : TF-)	1 : 4 : 1 : 1	2 : 5 : 4 : 6
Les hommes encouragent l'égalité entre les sexes (PROMG+ : PROMG-)	3 : 4	5 : 12
Portée (NAT : INTER : NATINT)	2 : 3 : 2	8 : 4 : 5

Tableau 6 : sexe des auteurs par mode de présentation de l'égalité entre les sexes

Nous avons souhaité déterminer comment les auteurs masculins traitaient le sujet de l'égalité entre les sexes, et notamment s'ils considéraient que l'égalité entre les sexes se rapporte également aux hommes ou s'ils l'assimilaient plutôt à une affaire de femmes ou de genre. Dans aucun des articles d'auteurs masculins, les hommes mentionnés n'occupaient la position centrale. Les auteurs masculins ont exclusivement décrit l'égalité entre les sexes comme une affaire de femmes. À l'inverse, les femmes journalistes ont perçu l'égalité entre les sexes comme « mise à égalité » entre les hommes et les femmes dans 5 articles. **L'on peut par conséquent remarquer que les femmes journalistes confient aux deux sexes un rôle d'acteurs de l'égalité entre les sexes de façon plus fréquente et plus judicieuse que les auteurs masculins.**

De même, il est toutefois notable que les auteurs masculins soulignent plus souvent l'égalité entre les sexes dans leurs articles que leurs consœurs. Cela s'explique peut-être en ce que les femmes s'approprient davantage l'égalité entre les sexes et s'attachent particulièrement, dans une plus grande mesure que les hommes, à l'aspect affirmatif de l'égalité entre les sexes. Les auteurs masculins n'ont à aucun moment renforcé dans leurs articles les stéréotypes liés aux sexes. Plus exactement, ils n'ont pas consolidé, dans deux articles, les stéréotypes liés aux hommes et, dans cinq articles, les stéréotypes liés aux femmes. Dans un cas, les femmes journalistes ont renforcé les stéréotypes associés aux hommes et, dans pas moins de cinq cas, elles ont renforcé les stéréotypes associés aux femmes. L'on dénombre toutefois davantage de femmes à ne pas avoir renforcé les stéréotypes liés aux femmes (8), mais une seule pour les stéréotypes liés aux hommes. **L'on peut remarquer que, plus souvent que leurs homologues féminines, les auteurs masculins n'ont pas renforcé les stéréotypes liés aux femmes.**

Dans cinq articles, les auteurs masculins ont remis en question les stéréotypes fondés sur les sexes (le plus souvent, liés aux femmes), tandis que les femmes l'ont fait dans sept articles (également le plus souvent, liés aux femmes). Eu égard au nombre d'hommes et de femmes parmi les journalistes, l'on constate en définitive que les auteurs masculins s'interrogent davantage dans leurs articles sur les stéréotypes fondés sur les sexes.

Une remarque importante a trait à ce que des protagonistes masculins encourageaient l'égalité entre les sexes dans 8 articles au total, dont 3 étaient écrits par des hommes et 5 par des femmes. Considérant le nombre total de journalistes hommes et femmes, les auteurs masculins ont rédigé davantage d'articles dans lesquels des hommes favorisaient l'égalité entre les sexes. **Il peut être souligné que, plus souvent que les femmes, les auteurs masculins se réfèrent à des acteurs masculins qui promeuvent l'égalité entre les sexes ou citent leurs propos.**

La portée géographique est la dernière caractéristique selon laquelle les auteurs dépeignent la Journée internationale de la femme. **Les auteurs masculins inscrivent plus souvent que les femmes la journée du 8 mars et l'égalité entre les sexes dans un contexte international ou mondial, tandis que les femmes intègrent plus généralement cet événement dans un cadre national.**

Synthèse

- Au total, 24 articles issus de 4 quotidiens et 3 hebdomadaires ont été soumis à l'analyse finale. Le plus grand nombre d'articles émane sans conteste du quotidien Pravda (9), et le plus petit nombre au regard du nombre d'éditions du quotidien tabloïde Nový čas.
- La position de la majorité des articles dans les titres spécifiques et sur leur page, ainsi que la longueur des articles, ont été jugés satisfaisantes. Une attention appropriée a été accordée aux sujets portant sur l'égalité entre les sexes et la Journée internationale de la femme dans les publications et les éditions pertinentes.
- Aucun article ne présentait un caractère local ou régional, mais le thème de l'égalité entre les sexes était décrit en tant que sujet national ou international/mondial.
- La plupart des articles insistaient sur l'égalité entre les sexes, et cette insistance se retrouvait même dans tous les articles analysés du quotidien Pravda.
- La majorité des articles dans lesquels des acteurs masculins encourageaient l'égalité entre les sexes ont été publiés dans le quotidien Pravda.
- Aucun auteur masculin n'a décrit l'égalité entre les sexes sous l'angle d'une affaire d'hommes, mais exclusivement au rang d'une affaire de genre ou de femmes, tandis que les rédactrices attribuent un rôle aux deux sexes dans la réalisation de l'égalité entre les hommes et les femmes plus souvent et avec davantage de sensibilité que les hommes.
- De façon intéressante, les auteurs masculins tendent à moins renforcer ou même à remettre davantage en question dans leurs articles les stéréotypes liés aux femmes que les femmes journalistes.

- Les auteurs masculins citent plus fréquemment que les femmes des acteurs masculins encourageant l'égalité entre les sexes.
- Les auteurs masculins traitent du sujet de l'égalité entre les sexes dans un contexte international ou mondial dans une plus grande mesure que leurs consœurs, qui situent plus couramment le dossier sur un terrain national/intérieur.

4. Le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les sexes : enjeux pour la société et la recherche

Le concept sociopolitique de l'égalité entre les sexes, lié aux droits de l'homme, est confronté à des limites et à des principes dictés par la conjoncture socioéconomique prévalente, les traditions persistantes, la législation applicable, et enfin, les activités et l'état d'esprit des acteurs concernés. De toute évidence, l'égalité des chances pour les hommes et les femmes ne peut réellement être imaginée, concrétisée, atteinte ou applicable si l'on ne se préoccupe pas également de la situation et des droits des hommes.
Le sujet de recherche et de publication à l'ordre du jour se rapporte dès lors à la construction d'une nouvelle identité masculine, à la recherche d'un « autoportrait de l'homme nouveau », à la relativisation de l'identité masculine traditionnelle. Les carences dans la construction mentale ou le schéma d'une nouvelle identité masculine, le positionnement secondaire au regard de l'expression autonome de l'identité féminine sautent aux yeux. La notion de l'égalité des chances pour les hommes et les femmes (dans le droit fil notamment de motifs généraux et anciens de disparités aiguës) s'est avérée plus significative ou plus importante pour les femmes, suscitant l'impression d'un immobilisme dans les faits. En parallèle, il est de notoriété publique (bien que le fait soit tabou sur le plan social et personnel) que, dans certains types d'inégalités, les hommes déplorent en général une situation plus défavorable (l'on peut par exemple remarquer que dans de nombreux cas, en particulier dans les relations préalables ou postérieures à une séparation, les droits des pères ne sont pas reconnus ou les mesures pertinentes ne peuvent être appliquées ou exécutées dans la pratique, ou que les hommes ont longtemps souffert d'un désavantage au niveau de la sécurité des pensions).

Dans certaines périodes sociales ou certaines phases de l'existence d'une personne, l'opposition récurrente de jure/de facto peut donc basculer ou se retourner au détriment des hommes, ce qui devrait indiquer (dans l'intérêt de l'atteinte d'un équilibre ou de l'élimination des inégalités dans le futur) la nécessité d'une mobilisation pertinente dans la recherche. La question et le défi restent donc, y compris dans les circonstances actuelles de la République slovaque, l'impératif d'une insistance particulière (notamment l'attention de la recherche) sur le rôle des hommes dans la promotion de l'égalité entre les sexes.

ISBN 2-919876-78-3