



Panos Institute West Africa  
Institut Panos Afrique de l'Ouest



## LE TRAITEMENT DE L'INFORMATION RELATIVE AU CORONAVIRUS ET AUX FEMMES PAR LA PRESSE SENEGALAISE

### DES CONTENUS QUI MARGINALISENT TOUJOURS LES FEMMES

Rapport du Mediawatch.  
Juillet 2020

Projet « Femmes : Occupez les médias ! »

Avec l'appui du Ministère des Affaires Étrangères des Pays-Bas



Ministry of Foreign Affairs of the  
Netherlands

COLLECTION ETUDES

Institut Panos Afrique de l'Ouest

# SOMMAIRE

<b>I. INTRODUCTION</b>	<b>1</b>
1.1. Contexte général Mediawatch	
1.2. Contexte médiatique	
1.3. Justification d'un mediawatch	
1.4. Méthodologie utilisée	
<b>2. LES RESULTATS DU MEDIAWATCH</b>	<b>5</b>
2.1. Les autres sujets abordés par la presse sénégalaise ?	
2.2. La place du Covid-19 dans la couverture médiatique.	
2.3. Les angles de traitement	
2.4. Qui parle dans les médias ?	
2.5. Les sources utilisées par les journalistes.	
Les rubriques dans lesquelles les informations sur le Covid-19 sont traitées.	
2.7. Les genres journalistiques utilisés.	
2.8. La vérification des faits et des informations véhiculées	
2.9. Le registre du vocabulaire utilisé.	
<b>3. LA PLACE DES FEMMES DANS LE TRAITEMENT MEDIATIQUE DU COVID-19</b>	<b>12</b>
<b>4. SYNTHESE DES RESULTATS</b>	<b>13</b>
<b>5. CONCLUSION</b>	<b>16</b>

# 1. INTRODUCTION

## 1.1 Contexte général du Mediawatch<sup>1</sup>

Apparue à Wuhan dans la province de Hubei en Chine centrale en décembre 2019, le Covid-19 a successivement passé toutes les échelles de graduation des urgences de l'OMS. Ainsi, en février 2020, l'état d'urgence sanitaire de portée mondiale a été décrété suivi par la déclaration d'une pandémie mondiale. À la date du 30 mai 2020, 5 823 498 de personnes étaient atteintes au niveau mondial, parmi lesquelles 368 501 décès ont été enregistrés.

Le premier cas a été déclaré au Sénégal le 2 mars 2020 et au 1er juin 2020, les chiffres officiels indiquaient 3739 personnes infectées, 1858 personnes sont déclarées guéries tandis que 42 décès ont été enregistrés, soit un taux de létalité de 1,12%. Face à la vitesse de propagation de cette pandémie, des mesures ont été prises par le Président de la République : l'instauration du couvre-feu et l'état d'urgence sur tout l'étendue du territoire national, la fermeture des frontières terrestres, maritimes et aériennes, fermeture des écoles, la fermeture des lieux de cultures, l'interdiction de tout rassemblement public ou privé.

Malgré le nombre croissant de cas de coronavirus au Sénégal, une enquête menée par le bureau de bureau de prospective économique révèle qu'une frange de la population sénégalaise (4%) dans les régions de Dakar, Diourbel, Louga, Saint-Louis, Thiès, Ziguinchor, estime que le coronavirus n'est pas grave. Selon cette même étude, 51% des personnes interrogées pensent que le Covid-19 n'est que l'émanation de la volonté divine. 41,9% pensent qu'il est venu de l'extérieur, donc importe. Une faible proportion des personnes interrogées (6,3%), estime que l'apparition du Covid-19 découle du comportement des individus.

En somme, avec la circulation des fausses informations et une méfiance des populations sénégalaise à l'égard du gouvernement, une grande partie de la population pense que la pandémie est un canular. Et les médias y jouent un rôle très important. De nombreuses informations circulent dans (et en dehors) des médias et il est parfois difficile d'en extraire le vrai du faux.

## 1.2 Contexte médiatique

La place prise dans le traitement du Covid-19 présente des risques de dérive dans le traitement de l'information relative à cette pandémie.

D'une part, des journalistes, avides de sensationnalisme, pourraient toujours ne pas traiter de façon professionnelle les sujets sur le Covid-19 : un traitement superficiel et non documenté qui se limiterait à des comptes rendus d'activités gouvernementales ou de la société civile ; ou encore un traitement partisan et manipulé qui pourrait ne pas contribuer à lutter contre la pandémie, mais plus au contraire à en favoriser l'expansion.

D'autre part, la pléthore d'informations s'avère être un facteur de prolifération de fakenews, qui circulent tant dans les médias traditionnels que numériques. Cette infodémie – qui est la prolifération d'informations fausses ou douteuses autour de la pandémie – favorise la circulation et l'amplification des fausses idées dans les médias : sur l'existence même du Covid-19, ses origines (créée en laboratoire par les chinois), les modes de transmission du Covid-19 (si on est asymptomatique, ou n'est pas malade, on ne transmet pas le virus) ; et de prévention (les masques ne servent à rien ; on peut les porter une semaine ; les porter en cravate décorative), l'immunité naturelle des africains face au virus, etc.

Ces idées fausses contribuent à entretenir l'ignorance des citoyens. Mais ceux-ci, submergés de toutes sortes d'informations, doivent garder à l'esprit des questions de fond sur la source de l'information et sa fiabilité.

<sup>1</sup> Du français « Observation des médias »

Le rôle du journaliste professionnel ici est donc d'éduquer, informer et documenter l'opinion en se documentant lui-même à partir des sources fiables et objectives. Il ne doit pas complaire à l'obscurantisme nationaliste (telle plante locale guérit le Covid-19) et religieux (chef (religieux) assure une protection contre le Covid-19) et se départir de l'indépendance et de l'esprit critique que lui confère sa profession.

Le Conseil National de la Régulation, dans son rapport 2019 mettait déjà en garde tous les médias contre la stigmatisation des zones et personnes directement touchées par le virus.

### 1.3 Justification d'un mediawatch

La pandémie du coronavirus elle-même ainsi que sa couverture par les médias constituent un véritable enjeu pour la réalisation des droits de l'homme, notamment des droits des femmes qui sont particulièrement les plus exposées ou à risque. En même temps, en raison de l'abondance d'informations, il existe un gros risque de dérapage dans la couverture médiatique de l'information relative au coronavirus : de la circulation massive de fausses informations à la propagation de la xénophobie, du racisme, et du discours de la haine, la menace de « infodémie » est bien réelle. On se demande bien si, et à quel point, les médias contribuent à l'infodémie relative aux Covid-19. Quels sont les aspects de couverture médiatiques susceptibles de contenir des biais, déséquilibres et stéréotypes.

D'où le nécessité de réaliser un mediawatch – une analyse des contenus produits par les médias – sur le traitement de la pandémie par les médias sénégalais. En effet, le Mediawatch est une observation ou une analyse des contenus médiatiques produits par un échantillon représentatif du paysage médiatique, et sur une période bien déterminée. Il peut être réalisé sur un vaste échantillon de média, ou sur tous les médias de la mediascape, et porter sur les contenus produits sur une seule journée. Il peut également être réalisé sur un échantillon plus réduit et porter sur des contenus produits pendant plusieurs jours. Généralement, le mediawatch est réalisé à partir d'une grille dont les indicateurs et critères sont formulés, suivant l'objectif et le résultat recherché.

Ce mediawatch a permis en effet de déterminer où sont les risques de voir l'information relative au coronavirus mal traitée par les médias, et d'analyser également la manière dont les médias sénégalais ont traité et traitent l'information relative au coronavirus.

### 1.4 Méthodologie utilisée

La réalisation de ce mediawatch a été faite sur la base d'hypothèses relatives à la couverture médiatique du coronavirus :

- Les insuffisances culturelles des journalistes : le coronavirus est un sujet d'information technique négligé, mal compris et mal traduit ;
- L'information sur le coronavirus est déterminée par les préjugés et les partis-pris (politique) qui façonnent les journalistes ;
- L'information sur le Covid-19 est délibérément manipulée au profit de certains groupes de pouvoir ou d'intérêt ;
- Dans tous les cas, des « fake news » sur la pandémie se répand rapidement dans les médias sociaux comme dans les médias traditionnels ;

## 1.4.1 La constitution de l'échantillon.

### a) Choix des médias de l'échantillon.

Le mediawatch a porté sur un échantillon représentatif du paysage médiatique sénégalais. Il prend en compte aussi bien les médias privés que les médias publics. Le choix des différents médias a été commandé par les critères suivants : - Importance du type de média dans un pays, - Influence du type de médias sur les opinions, - L'accessibilité par les populations (production dans les langues accessibles aux population) - Pluralité des types de médias.

Toutefois, tous les types de médias (TV, Radio, Presse Écrite, Presse en Ligne) pouvant répondre à ces critères, n'ont pas été analysés.

Compte tenu des contraintes d'ordre méthodologiques et logistique, un échantillon très modeste de la Presse écrite a été analysé.

Le choix des médias de l'échantillon s'est fait sur la base de deux critères : (i) le nombre de tirage quotidien du média, et (ii) l'influence du média dans le champ médiatique sénégalais. Suivant ces critères donc, cinq quotidiens publics et privés ont été retenus : Sud Quotidien, Walf, Le Soleil, Le Quotidien, L'Observateur.

### b) Période d'analyse

L'analyse a porté sur les productions parus pendant 7 jours : la période du 08 au 13 juin 2020. Faire une analyse sur une période hebdomadaire s'est justifier pour nous par la volonté de rentrer dans la routine hebdomadaire des lignes éditoriales des médias. Cette démarche peut en effet comporter des biais.

### c) Corpus d'analyse.

Dans les quotidiens sélectionnés, tous les articles de toutes les rubriques, à l'exception des publications dans les pages Divertissement et Annonce, ont été analysés. Ainsi, 30 journaux, dont 800 articles produits au cours de cette période ont été analysés

## 1.4.2 Les indicateurs d'analyse.

L'analyse a été fait sur la base d'une grille spécifique conçue par IPAO, pour documenter la production médiatique sur e Covid-19. Cette grille a mis en avant plusieurs critères et indicateurs, qui au final permettait d'avoir une appréciation objective sur la manière dont la presse sénégalaise a traité, ou traite l'information relative à la crise sanitaire actuelle. Ces critères et indicateurs sont en effet :

- **La place de l'information relative au Covid-19 par rapport aux autres sujets d'information.** Il s'est agi ici de voir quel est le volume de l'information que les médias de l'échantillon ont réservé au Covid-19. Autrement dit, Quelle est la place ou le volume accordé au Covid-19, par rapport l'ensemble de l'information produite ? Quels sont les autres sujets couverts par les médias, et quel est le volume de ces sujets-là ?

- **Les angles de traitements du Covid-19 :** il s'agissait ici de voir quels sont les sujets sur lesquels les journalistes ont mis le plus d'accent. Les aspects médicaux et sanitaires, l'impact social, les conséquences économiques, la gestion politique de la crise et la femme de manière spécifique.

- **Les sujets de l'information :** il s'agissait ici de voir de qui ou de quoi les médias ont parlé. - les malades et leurs familles, - le personnel soignant, - les initiatives politiques, - les personnes affectées.

- **Les auteurs des discours médiatiques sur la pandémie** : il s'agissait ici de voir qui sont les personnes à qui la parole a été régulièrement donnée. S'agissait-il des leaders de la société civile, des autorités politiques et administratives, les autorités médicales, les experts et chercheurs, le personnel soignant, les femmes, ou bien le citoyen lambda. L'analyse des auteurs des discours médiatiques permettait de voir si les médias ont pratiqué un journalisme équilibré, indépendant ou un journalisme partisan lors du traitement de l'information sur le Covid-19.

- **Les sources utilisées par les journalistes pour documenter leurs contenus** : les sources ici doivent être entendus comme la provenance de l'information. Ces sources sont des personnes représentées dans les différentes catégories socio-professionnelles (autorités politiques, sanitaires, chercheurs, personnes affectées et/ou infectées, leaders d'opinions etc.). Ces sources ont également tout document produit par des institutions – scientifiques ou politiques – de renom, et qui contiennent des informations scientifiques et/ou statistiques fiables.

- **Les rubriques utilisées** : il s'agit dans cet indicateur d'apprécier les rubriques dans lesquelles les informations sur la pandémie ont été les plus traitées, et aussi de voir si le contexte de la pandémie a amené les médias de l'échantillon à créer des rubriques spéciales consacrées à la pandémie. L'analyse des rubriques a permis d'apprécier le type de journalisme pratiqué par les médias de l'échantillon. Les rubriques classiques ont donc été analysées : Politique, Économie, Société, Culture, Sport et International.

- **Les genres journalistiques utilisés** : dans quels genres journalistique les médias de l'échantillon ont le plus traité l'information sur le Covid-19 ? L'analyse des genres journalistiques permettait de voir jusqu'à quel point les médias ont pratiqué ou non un journalisme désincarné, et orienté vers des solutions.

- **La vérification des opinions** : l'analyse de cet indicateur a également permis d'apprécier degré de professionnalisme des médias. Est-ce que ceux-ci ont pratiqué régulièrement un journalisme d'opinion, avec le risque de véhiculer ou amplifier les fakenews, ou bien ils ont vérifié les opinions d'acteurs médiatiques avec données scientifiques ou statistiques fiable ?

- **Le registre du vocabulaire utilisé** : l'analyse du vocabulaire utilisé par les médias de l'échantillon permet d'apprécier leur responsabilité sociale dans le traitement de l'information relative à la pandémie. Le vocabulaire et les images utilisés contribuent-ils à la stigmatisation et la discrimination d'une certaine catégorie de personnes ? Quelles sont les catégories des personnes vis à vis desquelles des propos et images discriminant et stigmatisant sont utilisés (les femmes, le personnel du corps médical, les migrants et étrangers, les malades et leurs familles, etc.) ?

### 14.3 Équipe d'analyse.

L'analyse a été faite par une équipe de 3 personnes dont 1 superviseur. Tous étaient des journalistes, avec une expérience en encadrement d'équipe, et en analyse de contenus médiatiques.

## 2. LES RESULTATS DU MEDIAWATCH

### 2.1. Les autres sujets abordés par la presse sénégalaise ?

Au-delà du coronavirus qui tend à cristalliser les médias, quels sont donc les autres sujets traités en cette période de pandémie, et quelle est leur place dans l'information générale ?



L'analyse de l'ensemble des médias de l'échantillon montre que le Covid-19 n'a pas totalement dominé l'actualité au cours de cette période. Si les sujets tels que la Politique, la Société, ou l'Économie ont été bien présent dans l'actualité médiatique, l'on constate tout de même une forte concentration de la presse sur le Sport. Ceci pourrait se justifier par les différends nés entre les responsables de la Fédération Sénégalaise de Basketball autour de la préparation de Championnat 2021. La réouverture du procès de l'ancien président de la fédération internationale d'athlétisme, Lamine Diack a également suscité l'engouement des médias.

En revanche, il est curieux, et inquiétant de voir que dans un tel contexte où les droits fondamentaux sont mis à l'épreuve, les médias de l'échantillon n'aient pu accorder que 2% de leur espace à ce sujet. Pourtant, avec les mesures gouvernementales, les organisations de défense des droits humains ont manifesté leurs craintes quant à multiplication des cas violences, notamment les violences des agents de maintien de l'ordre, ou encore les violences conjugales.

### 2.2. La place du Covid-19 dans la couverture médiatique.

Au cours la période d'analyse, l'ensemble des 30 journaux de l'échantillon ont produit un nombre total de 871 articles, répartis entre le Covid-19 et les autres sujets d'information. La répartition des contenus sur la Covid-19 est présenté dans le tableau suivant :

	Le Quotidien	L'Observateur	Sud Quotidien	Walf Quotidien	Le Soleil	Nombre total d'articles
Total d'articles par médias	151	163	129	127	301	871
Total d'articles Covid-19	67	64	56	64	138	389
Volume d'articles sur le Covid-19	44,37%	39,27%	43,42%	46,72%	45,85%	44,66%

Le nombre d'articles produits sur une période aussi courte atteste de la rapidité de la disponibilité de l'information. L'impact social positif est indéniable en ce sens qu'il est recommandé qu'en cas de pandémie que l'information soit portée rapidement à l'attention de la population pour renforcer sa confiance, même si une telle information reste incomplète. L'on craint toutefois que l'infodémie ne crée une certaine anxiété au niveau des populations.

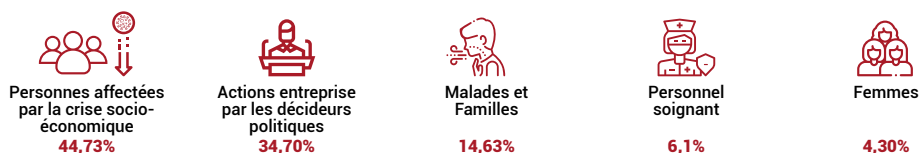
En effet, cette crainte d'une infodémie reste très plausible, car pour tous les médias analysés, le Covid-19 a occupé en moyenne 45% du volume d'informations produites. Ceci démontre l'importance que tous les médias de l'échantillon accordent à cette question.

On aurait pu dire que le quotidien gouvernemental a le plus couvert la pandémie (138/301). Mais compte tenu du volume d'information traité par cette presse, la tendance reste relativement la même.

Mais la répartition des contenus sur le Covid-19 dans les différents médias montre que les médias privés de l'échantillon (Sud Quotidien, Walf, Le Quotidien, L'Observateur) 14 à 17% du volume d'information sur le Covid-19, alors alors que la presse gouvernementale pour sa part à produit 35,47% de l'information sur le Covid-19.

### 2.3. Les angles de traitement

De quoi ont parlé les médias de l'échantillon ?



Quelles sont les orientations éditoriales que les médias de l'échantillon ont préféré pour évoquer la crise sanitaire ? De quoi en effet les médias ont parlé au cours de la période d'analyse ? - Des personnes affectés par la crise ? - Des initiatives des décideurs politiques, et de la gestion politique de la crise ? - Des malades et de leur famille ? - Du personnel soignant ? Ou bien - des femmes de manière spécifique ?

Au cours de cette période, les médias de l'échantillon ont focalisé une attention particulière sur les personnes affectées par la crise, avec 44,73% de contenu produits sur le sujet. Ceci pourrait s'expliquer par le fait cette pandémie a eu des conséquences socio-économiques sur toutes les catégories et couches socio-professionnelles, allant de la mise en chômage technique des employés à la fermeture des écoles, des lieux de commerce, de spectacle et de culte.

Toutefois, l'on note également une forte orientation des contenus sur les actions entreprises par les décideurs politiques. Mais ceci n'est pas le fait de tous les médias de l'échantillon. En effet, sur les 34,70% de contenus sur les actions des décideurs politiques, plus de 50% sont produits par le quotidien gouvernemental.

Si les malades et leur famille bénéficient cependant d'un espace modeste, le personnel soignant et les femmes (les deux catégories les plus à risque dans ce contexte pandémique) sont très marginalement traité. Est-ce que c'est parce que les médias n'arrivent pas mettre en valeur le travail de front que font les membres du corps médical, avec tous les risques du métier ?

Pour ce qui est des femmes, 4,30% de l'espace accordé aux contenus sur les femmes corroborent tout simplement les résultats des études précédentes menées par l'IPAQ, et qui montrent qu'en général, moins 7% du volume de contenus produits par les médias mainstreams sont centrés sur les femmes.



La presse écrite semble donc ne pas encore avoir intégré la dimension sensible et inclusive du genre dans leur démarche journalistique.

## 2.4. Qui parle dans les médias ?

Profil des personnes évoqués dans les médias



Femmes

3,63%



Personnel soignant

2,42%



Experts et chercheurs

3,87%



Autorités médicales

17,43%



Autorités Politiques et adm

29,78%



Leaders économiques

11,38%



Leaders d'OSC

9,92%



Leaders Religieux

6,29%



Syndicalistes

15,25%

Ce critère permettait de documenter les personnes qui ont régulièrement occupé l'espace médiatique pour parler de la pandémie. En effet, l'analyse a montré qu'au cours de cette période, les médias de l'échantillon donnèrent la parole à 413 personnes, réparties suivant les profils ci-après :

Le graphique ci-dessus révèle que 29,78% des personnes intervenant dans les médias étaient des autorités politiques et administratives. Pas surprenant pour plusieurs raisons : (i) environ 36% de l'information sur le Covid-19 est produite par le quotidien gouvernemental au cours de la période ; et (ii) environ 35% du volume de l'information sur le Covid-19 était axé sur les initiatives des décideurs politiques.

Cependant, les autorités médicales (médecins, virologues, infectiologues etc.) qui assurent la gestion technique de crise sont moins présents sur la scène médiatique. Ils représentent 17,43% des personnes évoqués dans les médias. Parce que ceux-ci s'effacent de scène médiatique... ? Ou parce que les médias n'estiment pas pertinent de recueillir leurs avis.

En revanche, le personnel soignant – à toutes les échelles de la prise en charge des patients – est très marginalisé, (avec une représentation de 2,42%) au même titre que les experts (3,87%) dans la presse sénégalaise.

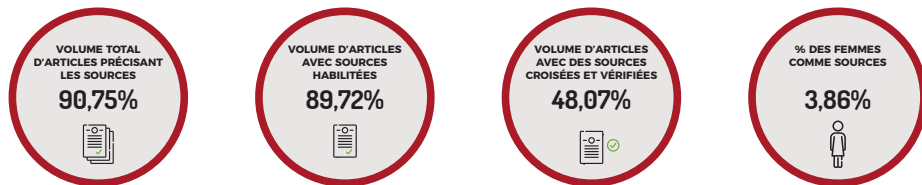
Les femmes : il n'est pas surprenant que seulement 3,63% de celle-ci se soient exprimés lorsqu'à peine 3% du volume de contenus sur le Covid-19 étaient axés sur les femmes.

En effet, la production d'enquêtes approfondies sur les différents aspects de la crise, sa gestion et ses impacts aurait certainement été l'occasion de faire parler suffisamment les différentes catégories professionnelles, et plus particulièrement les femmes, les chercheurs, et le personnel soignant, afin de que ceux-ci exposent la diversité de leurs points de vue sur l'évolution de la pandémie et ses impacts au Sénégal.

En conclusion :

- Les journalistes accordent plus de crédit et d'importance aux autorités politiques qu'aux autorités médicales.
- Ils s'en réfèrent à l'autorité politique plutôt qu'aux acteurs de terrain et aux victimes : un « journalisme de révérence » ?
- Les femmes : la place dérisoire qui leur est accordée souligne l'insensibilité des journalistes. Le Covid 19 ne fait-il que souligner cette constante, ou l'a-t-il encore amplifié ? Amplifié ! Si l'on compare à d'autres Mediawatch précédents.

## 2.5 Les sources utilisées par les journalistes.



L'analyse de ce critère a permis d'apprécier la façon dont les médias de l'échantillon ont utilisé les sources pour documents leurs contenus, et surtout les types de sources utilisés. Ces sources sont à la fois des individus ou bien des références scientifiques.

Le graphique suivant détaille le volume d'article paru sur le Covid-19 qui sont documentés avec des sources. Environ 90% des articles produits sur le Covid-19 indiquent les sources qu'ils ont utilisées. La question est plutôt celle de savoir si l'utilisation de ces sources a été faite de façon professionnelle ?

En effet, ces sources n'ont pas toujours été croisées avec d'autres sources ni vérifiées. Les sources ne sont pas diversifiées dans près de la moitié de l'information sur le Covid-19. Donc, l'autre moitié d'articles sur le Covid-19 ne sont pas documentés avec des données scientifiques fiables.

Les femmes sont aussi et toujours moins présentes dans les informations : seulement 3,86% des individus intervenant comme des sources d'information sont des femmes. Cette marginalisation continuelle des femmes dans le traitement de l'information ne biaise-t-elle pas la qualité de l'information produite ? L'insensibilité au genre de la presse sénégalaise reste donc un défi majeur à l'aune des ODD

Toutefois, vu le caractère très dynamique de la pandémie, avec des données et des avis scientifiques qui évoluent au fil de la pandémie, une information produite sur la base d'une seule source pourrait se révéler caduque, et contribuer plutôt à la désinformation des populations.

## 2.6 Les rubriques dans lesquelles les informations sur le Covid-19 sont traitées.

Place de l'information sur le Covid-19 dans les « Une » des journaux



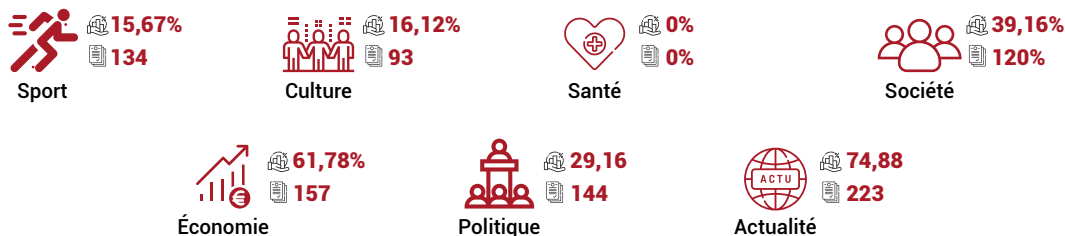
Une analyse des « Une » des journaux de l'échantillon révèle que 58,68% des productions sur le Coronavirus ont fait l'objet de la Une, ou d'un appel à la Une.

Les médias sont conscients que le Covid-19 est au cœur de l'intérêt public ; et que le sujet est vendable. On aurait pu attendre des journalistes qu'ils se livrent à une qualité de couverture au moins à la hauteur des attentes et de

l'intérêt du public. Et même qu'ils jouent de cet intérêt pour être à la pointe des besoins en information fiable et critique, et non à la remorque de la demande du public

### Analyse des différentes rubriques des journaux.

Volumes d'articles sur le Covid-19 dans les différentes rubriques



### Conclusions.

- La couverture médiatique de la pandémie est essentiellement factuelle (75% des sujets sont dans la rubrique « Actualités »).
- Cette question est traitée malgré tout dans l'ensemble des rubriques. Ce qui montre que les journalistes ont conscience du caractère multiforme et multidimensionnel de la crise du Covid-19 (sports, culture).
- Une conscience précoce et aigüe de la dimension économique de la crise (62% du volume de l'information traité la rubrique « Économie » est consacré à pandémie).
- Les impacts politiques de la crise semblent un peu occultés ou bien sous-estimés ? Seulement 29% des contenus dans la rubrique « Politique » y est consacré.
- La disparition pure et simple des questions de santé (aucun article), et leur « cannibalisation » par le Covid-19, traité dans d'autres rubriques.

## 2.7. Les genres journalistiques utilisés.

Au total, les journaux ont recours à une large gamme de genres journalistiques pour traiter de le Covid-19. Ce choix peut être expliqué par une volonté d'objectivité des journalistes. Il peut également être justifié par la technicité de la maladie et le manque de journalistes spécialistes des questions médicales.

Le risque associé aux compte-rendu réside dans l'absence d'analyse ou de regard critique sur l'information collectée. Ce faisant le lecteur n'est pas à l'abri de fausses informations.

*" Le porte-parole du Ministère de la santé s'est une fois trompé sur le nombre des cas positifs. Cette erreur a été relayée instantanément par les journaux avant d'être corrigée."*



**Analyse**  
**44,66%**



**Enquête**  
**2,06%**



**Portrait**  
**1,03%**



**Interview**  
**12,07%**



**Commentaires**  
**8,95%**



**Reportage**  
**0,57%**



**Brèves**  
**8,95%**



**Comptes rendus**  
**0,57%**

Genres journalistiques utilisés

### Conclusion :

- Les journalistes semblent en majorité s'être satisfaits d'un rôle de « scribes », sinon de « chargés de communication » (la moitié des articles sont des compte-rendu).

- Ils semblent aussi avoir privilégié les genres les plus simples, les plus faciles et les moins élaborés (21% des articles étaient des brèves).

- On peut être extrêmement surpris de la place dérisoire occupée par les genres les plus « nobles » (seulement 11% de reportages et... 0,26% d'enquêtes). Mais sans doute en petite partie explicable par les mesures sanitaires et les difficultés, notamment les interdictions de déplacement.

- Étonnante également la quasi-absence d'interactivité avec le public (0,26% de portrait ; 5,40% d'interviews). Inexplicable, car ces genres peuvent être pratiqués à distance.

- Enfin, il faut constater la modestie des commentaires (4%) et des analyses (4%) pour des médias qui en raffolent en période ordinaire. Pudeur ? Manque de maîtrise de ces questions nouvelles ?

## 2.8. La vérification des faits et des informations véhiculées

Dans seulement 21% des articles sur le Covid-19, les journalistes ont pris le soin de vérifier des assertions relatives au C19, en les confrontant à d'autres sources.

79% d'articles ont sinon contribué à propager des informations fausses et des opinions erronées, cette observation ne permet en aucune manière de conclure que les médias ont contribué à les dénoncer et à les contrer.

En effet, cette tendance des médias à véhiculer des informations infondées pourrait davantage trouver sa justification dans le genre journalistique utilisé.

## 2.9. Le registre du vocabulaire utilisé.

Dans la presse sénégalaise, et plus particulièrement les journaux de l'échantillon, quelle vocation se sont assignés les journalistes ? Informer, éduquer, ou inciter à la peur et la stigmatisation ?

Récurrance des termes utilisé par les journalistes

**12**

Des termes suscitant de l'espoir ou de l'empathie

**37**

Des termes suscitant la peur chez les populations.

**6**

Des termes stigmatisant particulièrement les femmes

**12**

Des termes incitants à la stigmatisation d'une certaine catégorie de populations

### Conclusion.

#### • Les émotions suscitées.

- On note plus de termes susceptibles de nourrir la peur ou encore la panique auprès des populations. Les termes et expression comme « Relâchement des Sénégalais », « Mortelle insouciance », « Journées noires », « propagation rapide du virus », « explosion de cas », sont utilisés de manière récurrente (au total 37 fois) dans tous les quotidiens de l'échantillon.

- La connotation du discours tenu sur le Covid-19 dans les médias, incite à la peur, plus qu'à l'espoir. Sans que l'on puisse en conclure, quelles attitudes du public ces sentiments et émotions que les médias ont tenté d'inspirer : le respect des précautions sanitaires, la solidarité avec les groupes sociaux affectés ou avec les combattants de la ligne de fond.

#### • Un discours « inflammatoire ».

- Le vocabulaire utilisé a parfois reflété un discours ouvertement ou insidieusement discriminatoire, voire un discours haineux à l'égard de certains groupes sociaux, et en particulier des femmes. Le discours, du moins dans ses formes explicites, est malgré tout resté contenu.

- Une analyse de la récurrance des termes stigmatisant montre que dans les 389 articles, 12 mots, groupe de mots et adjectifs ont été utilisés, incitant à la discrimination d'une certaine catégorie de la population. Par exemple les termes comme « les enseignants infectés », ou encore les « communautés sénégalaises vivants à l'étranger » utilisés de façon récurrente par les journalistes serait de nature à inciter la stigmatisation de ces catégories de population.

### **3. LA PLACE DES FEMMES DANS LE TRAITEMENT MEDIATIQUE DU COVID-19**

Au total, les statistiques précédents montrent que les femmes sont très marginalisées dans le traitement de l'information en général, et l'information relative au Covid-19 en particulier.

- A peine 3% seulement de contenus sont centrés sur les femmes.

En effet, la place de femmes comme sujet de l'information et le volume d'information ne reflète pas du tout leur poids démographique, plus encore leur rôle en tant que victimes principales des différents aspects de la crise. Plus encore, leur rôle en tant qu'actrice centrale de la riposte n'est pas suffisamment mis en lumière.

- Moins de 4% de femmes sont évoqués comme des sources de l'information :

Les journalistes semblent une fois de plus avoir manqué l'occasion de solliciter l'expertise féminine dans les différents secteurs (expertise médicale, sociologique, économique des femmes).

## 4. SYNTHÈSE DE RESULTATS

### • LA PLACE DE L'INFORMATION RELATIVE AU COVID-19 PAR RAPPORT AUX AUTRES SUJETS D'INFORMATION.

Nombre total d'articles analysés	Nbre total d'articles sur le Covid-19	Volume total d'articles sur le Covid-19
871	389	44,66%

### • LES ANGLES DE TRAITEMENTS DU COVID-19.

Indicateurs	Nbre total d'articles sur le Covid-9 portant sur...	Volume total d'articles sur le Covid-9 portant sur...
Les aspects médicaux et sanitaires de la crise	79	20,30%
Les impacts sociaux de la crise	132	33,93%
Les conséquences économiques de la crise	95	24,42%
La gestion politique de la crise	66	16,96%
Les femmes de manière spécifique	17	4,30%
<b>Total d'articles analysés</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

### • LES SUJETS DE L'INFORMATION.

Indicateurs	Nombre total d'articles sur ...	Volume total d'articles sur ...
Les malades et leurs familles	57	14,65%
Le personnel soignant	24	6,16%
Les décideurs politiques et leurs initiatives	135	34,70%
Les personnes affectées par la crise	174	44,73%
<b>Total</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

## • LES AUTEURS DES DISCOURS MÉDIATIQUES SUR LA PANDÉMIE.

Indicateurs (profil des personnes vues, entendus, évoquées)		Nbre de personnes vues, entendus, évoquées	% des personnes vues, entendus, évoquées
Les leaders de la société civile (Religieux, chefs traditionnels, syndicalistes, associations locales, OSC, ONG, leaders économiques, etc.		177	42,85%
Les décideurs politiques et administratifs		123	29,78%
Les autorités médicales		72	17,43%
Les experts/chercheurs		16	3,87%
Le personnel soignant		10	2,42%
Les femmes	Leaders et militantes Professionnels Porte-paroles Victimes/affectedées	15	3,63%
<b>Total</b>		<b>413</b>	<b>100%</b>

## • LES SOURCES UTILISÉES PAR LES JOURNALISTES POUR DOCUMENTER LEURS CONTENUS.

Indicateurs		Nombre	Volume
Nombre total d'articles précisant les sources		353	90,74%
Nombre d'articles avec des sources habilitées à donner les infos		349	89,71%
Nombre d'articles avec citant plusieurs (2 à 3) sources pour croiser les infos		187	48,07%
Nombre de femmes parmi les personnes ressources citée	Leaders Professionnels Porte-paroles Victimes	15	3,63%

## • LES RUBRIQUES UTILISÉES.

Indicateurs		Total d'articles dans la rubrique	Nombre d'articles sur le Covid-19	Volume d'articles dans les différentes rubriques
Nombre d'articles faisant l'Objet des Une, ou des titres du journal ?		162	95	58,64%
Rubriques dans lesquelles les articles sur le Coronavirus sont traités	Actualité	167	223	74,88%
	Politique	42	144	29,16%
	Économie	97	157	61,78%
	Société	47	120	39,16%
	Santé	-	-	-
	Culture	15	93	16,12%
	Sport	21	134	15,67%



## • LES GENRES JOURNALISTIQUES UTILISÉS.

Indicateurs	Les genres journalistiques les plus utilisés pour traiter du Covid-19	Total d'articles dans le genre	Nombre d'articles sur le Covid-19	Volume d'articles dans les genres
	Brèves	189	82	43,38%
	Reportage	51	43	84,31%
	Compte rendu	492	208	42,27%
	Analyse	25	17	68%
	Enquêtes	1	1	100%
	Portrait	8	1	12,5%
	Interview	45	21	46,66%
	Commentaires (édito, chronique, billet, critique)	60	16	26,66%

## • LA VÉRIFICATION DES OPINIONS.

	Nombre total d'articles	Volume d'articles
Les articles reprenant des opinions des certains acteurs, sans aucune vérification préalable	349	89,71%
Les articles dans lesquels les opinions exprimées sont vérifiées sur le fondement des données scientifiques et/ou des faits avérés eux-mêmes.	40	10,28%

## • LE REGISTRE DU VOCABULAIRE UTILISÉ.

Indicateurs	Nombre total de qualificatifs
Récurrence des termes incitants à la stigmatisation d'une certaine catégorie de populations	12
Récurrence des termes stigmatisant particulièrement les femmes	6
Récurrence des termes suscitant la peur chez les populations.	37
Récurrence des termes suscitant de l'espoir ou de l'empathie	12

## 5. Conclusion

La pandémie du Coronavirus continue de défrayer la chronique dans les médias. Environ 50% des contenus produits au cours de cette période ont porté sur la pandémie. Mais dans le volume impressionnant de contenus sur la pandémie, les femmes ont été très marginalisées tant en ce qui concerne le volume de contenus centrés sur elles, qu'en ce qui concerne le nombre de femmes ayant intervenus comme sources d'information.

Dans le cadre de ce mediawatch, la dominance des comptes rendus, des brèves, des reportages, et aussi des commentaires, comme genres les plus utilisés est révélateur de l'absence de tout esprit critique de la part des journalistes. Un gros risque qui pourrait entraîner, ou tout au moins renforcer la stigmatisation d'une catégorie des personnes.

Le journalisme sensible au genre est un critère d'équilibre et d'impartialité dans le traitement de l'information. Le Journalisme sensible au genre est également un critère de professionnalisme des journalistes et des médias. Appliqué à la couverture médiatique du Covid-19, il en est aussi un critère éminent de qualité.





Panos Institute West Africa  
Institut Panos Afrique de l'Ouest

**IPAO - 6, Rue Calmette Dakar BP 21132 Dakar-Ponty**  
**Tél : (221) 33 849 16 66 - Fax : (221) 33 822 17 61**

**[www.panos-ao.org](http://www.panos-ao.org)**