

**Discours de Mme Ann Thérèse Ndong Jatta  
Directrice du bureau régional de l'UNESCO  
à l'occasion de la Journée Mondiale de la  
Radio.**

Dakar, le 13 Février 2014

M. Le Représentant du Ministre de la communication, des télécommunications et de l'économie numérique,

M. le Représentant du Ministère de la femme,

Mr. Le Représentant du Directeur Général de la Radiodiffusion Télévision du Sénégal,

Mme la Représentante du Secrétaire Exécutif de l'Union Africaine de Radiodiffusion,

Madame Hélène Harley, pionnière de la Radiodiffusion du Sénégal et famille.

Mesdames et Messieurs étudiants en journalisme,

Mesdames et Messieurs les invités,

Mesdames et Messieurs,

Bienvenus à l'UNESCO, votre maison.

Je suis heureuse de vous accueillir toutes et tous à l'occasion de la Journée Mondiale de la Radio.

La radio, ce moyen d'information le plus populaire des technologies de l'information et de la communication ; parce qu'aujourd'hui, plus de 2 milliards d'hommes et de femmes dans le monde n'ont jamais eu accès à la télévision et à l'ordinateur mais ils connaissent la radio.

La célébration de la Journée mondiale de la radio 2014 est placée sous le signe de l'égalité des genres et de l'autonomisation de la femme.

C'est pourquoi je suis également et particulièrement contente que nous rendions hommage à Mme Elisabeth Hélène Harley, une des pionnières de la radio au Sénégal, une des celles qui ont fait leurs armes à l'Office de la radio télévision du Sénégal, l'ORTS.

L'UNESCO s'attache à promouvoir l'autonomisation des femmes et l'égalité entre les sexes depuis de nombreuses décennies, même si l'orientation et les modalités de cet engagement ont évolué au fil du temps.

S'agissant de l'intégration de la question des femmes, la Stratégie notait en outre ceci: « En ce qui concerne les femmes, la problématique qui leur est propre sera intégrée dans la planification des politiques, la programmation, l'exécution et l'évaluation, à travers tous les domaines de compétence de l'UNESCO, afin de promouvoir leur autonomisation et d'atteindre l'objectif de l'égalité entre les sexes ».

À travers cette attention particulière portée à la prise en compte des besoins des femmes, l'UNESCO a mis au point et testé des instruments essentiels de son approche de l'intégration des questions d'égalité entre les sexes, ainsi que plusieurs éléments de son architecture.

Parmi les instruments essentiels de son approche de l'intégration des questions d'égalité entre les sexes, figurent les indicateurs d'égalité des genres pour les médias ; ces indicateurs ont pour objet de favoriser l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes dans et par toutes les formes de médias, indépendamment des technologies utilisées.

Je vais maintenant vous donner quelques statistiques pour mieux situer l'importance de la question :

***S'agissant des organisations de médias, "Dans sept régions, les hommes occupent la grande majorité des sièges d'administrateur (74,1%) et des postes de direction (72,7%)" ; ces chiffres sont tirés du rapport mondial sur le statut des femmes dans les médias, 2011***

***"Au niveau mondial, 76% des personnes que l'on voit ou dont on parle dans les actualités sont des hommes. Le monde tel qu'il est perçu dans les médias d'information reste majoritairement un monde d'hommes." ; ces chiffres sont issus de l'ouvrage intitulé– Ceux qui font l'info, Projet mondial de monitoring des médias, 2010-***

***Dans l'échantillon des médias analysés en Europe de l'Est, au Moyen Orient et en Afrique du Nord et en Afrique subsaharienne, seuls 16%, 27% et 69% respectivement se sont dotés de politiques internes sur l'égalité des genres – Rapport mondial sur le statut des femmes dans les médias, 2011.***

Mesdames et Messieurs,

Les médias (presse écrite, radio, télévision) et les nouvelles technologies font partie de la culture et de la société.

On s'accorde généralement à voir dans les médias les courroies de transmission des cultures et le moteur de la mondialisation de ces cultures.

Dans les pays à forte densité médiatique, rares sont les aspects sociétaux sur lesquels les médias n'exercent pas, à des degrés divers, un certain impact.

Les médias peuvent également être intrinsèquement considérés comme des acteurs sociaux capables d'entraîner le développement social.

Tout comme l'histoire des femmes, celle des médias a été très progressive, depuis le journal au XIX siècle, la radio au début du XXe siècle, la télévision dans les années 1940- et jusqu'à l'explosion des nouvelles technologies dans les années 1990, qui a donné aux médias la forme que nous leur connaissons aujourd'hui.

L'autonomisation des femmes et le développement des médias suivent clairement des trajectoires croisées.

La multiplication des médias, l'explosion des nouvelles technologies et la naissance des médias sociaux dans de nombreuses régions du monde ont ouvert l'accès à d'innombrables sources d'informations et de connaissances relatives au genre.

Quelles que soient les technologies utilisées, les médias d'information demeurent, pour la plupart des habitants de la planète, l'une des principales sources d'informations, d'idées et d'opinions.

Les inégalités et les stéréotypes sexistes subsistent certes dans les structures sociales et dans l'esprit de bien des gens, mais les médias ont le pouvoir soit de les propager et de les perpétuer, soit de contribuer à y remédier.

En outre, les préjugés que beaucoup de professionnels des médias, hommes et femmes, expriment, de façon consciente ou non, à l'égard des points de vue « masculinistes », biaisés et réducteurs, est dû en partie à une capacité insuffisante d'informer sur les femmes et les hommes de façon plus large.

S'agissant du développement des médias, il est absolument essentiel de reconnaître que pour libérer tout leur potentiel démocratique, les médias doivent refléter la diversité de la société ;

cette diversité sociale recouvre une multiplicité de caractéristiques très complexes propres aux êtres humains – la langue, la culture, la religion, la race, l'origine ethnique et le genre.

Pour que les médias soient le miroir fidèle de nos sociétés, pour qu'ils couvrent des sujets de manière approfondie et respectueuse de la diversité, il est capital que les informations donnent une image du monde qui rompe avec des représentations essentiellement masculines et stéréotypées.

Tous les journalistes peuvent, dans les médias et grâce aux médias, contribuer à approfondir la réflexion sur l'égalité des genres et les stéréotypes sexistes.

La vision de l'UNESCO sur les Indicateurs d'égalité des genres pour les médias (IGRM) tente d'analyser les liens entre l'autonomisation des femmes et le développement des médias ; cette vision est donc

Essentiellement consacrée à l'égalité et aux éléments d'égalité des genres de la diversité sociale dans les médias.

Dépourvus de tout caractère normatif, les IGRM sont un ensemble d'indicateurs conçus spécialement pour les médias.

Le but recherché est d'encourager les organisations de médias à rendre les questions d'égalités des sexes transparentes et compréhensibles pour le public tout en analysant leur propres politiques et pratiques internes afin d'adopter les mesures nécessaires au changement.

Fondamentalement, le but de ces indicateurs d'égalité des genres sera de permettre à toutes les organisations de médias libres et indépendantes d'évaluer efficacement l'importance qu'elles donnent à l'égalité des genres.

Je ne saurais terminer sans féliciter l'Union Africaine de Radiodiffusion (UAR) et la RTS qui ont lancé avec l'UNESCO une étude sur les indicateurs des médias au sein de la RTS.

Je vous remercie et que la fête soit belle et bruyante comme est le canal de la radiodiffusion sonore.