



Studies in Higher Education

41:5, 927-931

DOI: 10.1080/03075079.2016.1147726

L'égalité des genres dans les médias et leurs contenus : articulation entre études académiques et politiques – une présentation

Mirta Edith Lourenço

Chef, Développement des médias et société, Secteur de la Communication et de l'information, UNESCO, Paris

Dans cet article, Mirta Lourenço explique les perspectives d'avenir liées à l'interaction entre les études supérieures et l'UNESCO en faveur d'un changement de politique. L'articulation entre établissements éducatifs d'un côté, et organisations de médias, professionnels des médias, décideurs et groupes de la société civile de l'autre, est essentielle pour atteindre l'égalité des genres dans et à travers les médias.

Mots clés : recherche – égalité des genres ; médias ; sensibilité au genre ; indicateurs ; GAMAG ; alliance ; institutions de formation

Introduction

« *Grace and Frankie* », créée par M. Kauffman et H. Morris, et « *Borgen* », créée par A. Price, sont des séries télévisées qui remettent en question les stéréotypes de genre. Bien que ces deux séries ne soient en aucun cas représentatives du statut des femmes dans les médias, elles sont emblématiques de l'attention croissante accordée aux questions de genre. À la télévision, des représentations réalistes de femmes et d'hommes commencent à se manifester. Comparé à il y a vingt ans, le pourcentage d'articles et de reportages mettant en évidence des questions d'égalité ou d'inégalité des genres a également légèrement augmenté dans les médias (Projet mondial de monitoring des médias, 2015). Le nombre de femmes occupant des postes de gouvernance ou de cadres supérieurs dans l'industrie des médias d'information a également connu une très légère amélioration (Fondation internationale des femmes dans les médias, 2011), ce qui « explique la compréhension limitée du pluralisme qui a prévalu jusqu'à maintenant » (UNESCO, 2014).

Malheureusement, les avancées sont trop minimes pour provoquer un quelconque changement dans les valeurs, les attitudes et les comportements liés au genre dans la société. Les progrès réalisés peuvent même être considérés comme relatifs puisqu'ils varient en fonction de la région du monde concernée.

La formation des journalistes, des propriétaires ou des dirigeants de médias est une étape

nécessaire mais insuffisante pour atteindre l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes dans les médias. Des politiques internes ou d'autorégulation des médias qui encouragent des changements durables, ainsi que des politiques publiques/nationales de soutien à l'égalité des genres dans les médias doivent également être mises en place.

Dans ce contexte, la recherche constitue un aspect crucial de l'élaboration de politiques fondées sur les faits. En fournissant un cadre analytique englobant toutes les facettes du genre et des médias, la recherche peut aider à combler les lacunes des politiques de genre. Cela pose les questions suivantes : les résultats de la recherche influencent-ils les politiques existantes et l'élaboration de nouvelles politiques relatives au genre et aux médias ? Ces politiques conduisent-elles, à leur tour, à des actions concrètes en faveur de l'égalité des genres dans les médias et leurs contenus ?

Le milieu de la recherche pourrait également contribuer à identifier les thèmes majeurs nécessitant des études supplémentaires pour traiter la question de l'égalité des genres dans les médias. De plus, sur le plan politique, il existe un besoin constant de données empiriques sur l'impulsion donnée, ou non, par les partenariats nationaux, régionaux et internationaux à l'égalité des genres dans les médias. Il est même nécessaire de savoir quel type de dialogue existe, et avec quel succès, entre les chercheurs, les décideurs, et les secteurs des médias et des technologies de l'information et de la communication (TIC) en ce qui concerne les médias et le genre.

UNESCO¹

L'un des facteurs essentiels au développement dans les domaines de compétence de l'UNESCO a toujours été les échanges d'expériences et de connaissances entre les universités et les autres établissements d'enseignement supérieur. Les travaux conjoints menés par des enseignants universitaires, des chercheurs et des administrateurs de différentes régions du monde procurent des avantages importants à l'ensemble de la communauté universitaire. L'UNESCO promeut la coopération interuniversitaire, notamment à travers le Programme UNITWIN/Chaires UNESCO, qui stimule la mobilité académique et le transfert rapide de connaissances à travers le jumelage, la mise en réseau et d'autres mécanismes.

En ce qui concerne l'égalité des genres dans les médias, l'UNESCO a signé en décembre 2015 un accord avec le Réseau international sur le genre, les médias et les TIC pour la mise en place d'un programme de coopération UNITWIN. Les principaux objectifs de ce programme de coopération sont les suivants :

- promouvoir un système intégré d'activités de recherche, de formation, d'information et de documentation sur le genre, les médias et les TIC ;
- développer un plan d'action mondial conforme au Comité de recherche de l'Alliance mondiale genre et médias (*Global Alliance on Media and Gender – GAMAG*²), dont une série d'activités visant à promouvoir la mise en réseau des universités ;
- promouvoir des actions mondiales en matière de genre, de médias et de TIC (y compris à travers des publications, des congrès, des séminaires, des ressources pédagogiques et des échanges d'étudiants et de professeurs) qui pourraient contribuer à stimuler le dialogue et défendre les politiques et les progrès en faveur de la réalisation de l'égalité des genres dans toutes les régions du monde ;
- renforcer la recherche interculturelle et collaborative autour des questions de genre, des médias et des TIC ;
- produire et publier des éléments et des données fiables sur le genre, les médias et les TIC, en particulier des données exhaustives sur le genre dans la prise de décision, la gouvernance, l'élaboration de programmes, les structures de propriété et les politiques organisationnelles

- des entreprises de médias et de technologie, ainsi que la liberté d'expression, tout en soulignant les tendances connexes relatives au genre, aux médias et aux TIC ; et
- faciliter la collaboration entre les chercheurs de haut niveau internationalement reconnus et le personnel enseignant des institutions membres du Réseau, ainsi que des institutions extérieures au Réseau dans d'autres régions du monde.

Dans le cadre de GAMAG, une proposition pour un cours massif en ligne et ouvert sur le genre, les médias et les TIC est actuellement en cours d'élaboration par des membres de l'Équipe spéciale de l'Association internationale des études et recherches sur l'information (AIERI), également active dans le Réseau universitaire sur le genre, les médias et les TIC, pour promouvoir l'égalité des genres et le droit à la communication des femmes. Ce projet vise à développer des ressources éducatives scientifiques et basées sur la connaissance, librement accessibles, en particulier pour les individus et les institutions des pays en développement où l'importance de l'égalité des genres dans les médias n'a pas encore été reconnue. L'objectif est d'améliorer la compréhension par les étudiants en journalisme et en médias des problèmes d'(in)égalité des genres dans les contenus, les structures et l'environnement de travail, dans un contexte de convergence des médias. Ainsi, la prochaine génération de professionnels des médias sera mieux préparée pour s'insérer sur le marché du travail réel. Les partisans de ce cours sont l'Université de Padoue (Italie), l'Université de Northumbria (Royaume-Uni) avec le concours scientifique du groupe de travail de l'AIERI, et l'Université de Göteborg (Suède). Les partenaires sont des entités non universitaires telles que la Fédération internationale des journalistes et l'Institut Geena Davis sur le genre dans les médias.

En 2014, l'UNESCO a publié « [Médias et genre : Un agenda académique pour l'Alliance mondiale genre et médias](#) » (uniquement en anglais).

Dans cet ouvrage, l'UNESCO met en évidence l'importance de l'interaction entre les établissements de formation aux médias et au journalisme d'un côté, et les entités non universitaires de l'autre, telles que les organisations de médias, les professionnels des médias, les décideurs et les groupes de la société civile. Cette articulation est nécessaire pour atteindre l'égalité des genres dans et à travers les médias. La publication présente d'importantes contributions universitaires dans les domaines du genre et des médias, et propose également un programme de recherche pragmatique pour GAMAG. Elle est le fruit d'une collaboration fructueuse entre l'UNESCO et l'Association internationale des études et recherches sur l'information et la communication. Les auteurs des articles proviennent de régions géographiques diverses et sont généralement à la fois chercheurs et défenseurs de l'égalité des genres.

« Un agenda académique pour l'Alliance mondiale genre et médias » est divisée en quatre sections principales :

- (1) Violence de genre, médias et information (quatre articles)
- (2) L'accès des femmes aux médias (cinq articles)
- (3) Politiques et stratégies en matière de genre (trois articles)
- (4) Genre, éducation, et éducation aux médias et à l'information (trois articles)

Une alliance stratégique entre les mondes universitaire et non universitaire constitue incontestablement un point positif pour conduire à un changement dans le domaine du genre et des médias. Les Indicateurs d'égalité des genres dans les médias illustrent bien la façon dont un organe intergouvernemental tel que l'UNESCO peut jeter un pont entre la recherche et la politique, puis entre la politique et l'action.

GSIM: Exemple d'interaction fructueuse

Les [Indicateurs d'égalité des genres dans les médias](#) (*Gender-Sensitive Indicators for Media – GSIM*) de l'UNESCO ont été publiés en 2012 dans le but de renforcer l'égalité des genres et l'autonomisation des femmes dans les médias. Ils ont été élaborés par Ammu Joseph, une journaliste d'Inde, Rosa María Alfaro, une chercheuse du Pérou, Pamela Morinière de la Fédération internationale des journalistes, et Leanda B. Lech du Lobby européen des femmes. Plusieurs experts ont examiné les indicateurs et apporté des contributions utiles.

Il existe deux catégories d'indicateurs – l'égalité des genres au sein des organisations de médias et la représentation des genres dans les contenus médiatiques :

CATÉGORIE A : Mesures visant à favoriser l'égalité des genres au sein des organisations de médias

- A1 Équilibre entre les genres au niveau décisionnaire
- A2 Égalité des genres dans le domaine de l'emploi et des conditions de travail
- A3 Égalité des genres dans les syndicats, associations, clubs et organisations de journalistes, dans les organisations de professionnels des médias et dans les instances d'autorégulation des médias
- A4 Les organisations de médias encouragent les codes éthiques et les politiques éditoriales propices à l'égalité des genres dans le contenu des médias
- A5 Équilibre entre les genres dans l'éducation et la formation

CATÉGORIE B : Contenu des médias et représentation des genres

- B1 Informations et actualités
- B2 Publicité

Les indicateurs sont destinés aux organismes de radiodiffusion et de presse afin de les aider à évaluer les lacunes dans leurs politiques et leurs pratiques en matière d'égalité des genres. Une fois ces lacunes identifiées, il est plus facile de formuler des politiques nationales d'égalité des genres qui servent de base au contenu éditorial et au recrutement. Les indicateurs peuvent également servir à mener des audits d'égalité des genres au sein des institutions de radiodiffusion et de presse afin de maintenir l'engagement des médias envers l'égalité des genres, et de mettre en évidence les moyens les plus efficaces d'intégrer la question de genre à leurs actions. Cela vaut également pour les journalistes et les syndicats et associations de professionnels des médias, et particulièrement les institutions de formation au journalisme et aux médias.

En outre, les GSIM peuvent s'avérer un outil précieux pour identifier les domaines ou départements où le renforcement de la formation interne et de l'accompagnement du personnel pourraient faire la différence. La société civile ou les gouvernements peuvent également utiliser les indicateurs pour évaluer la sensibilité au genre de certains médias et examiner l'institutionnalisation – ou non – de l'égalité. Les indicateurs existent en albanais, anglais, espagnol, français, italien, mongol et vietnamien, et sont en cours de traduction vers l'arabe. Nous accueillons toute initiative d'institutions qui souhaiteraient les traduire dans d'autres langues.

Sans un plan et une méthodologie de recherche approfondis, il aurait été difficile de produire un ensemble d'indicateurs performants. Et sans les fonctions de l'UNESCO en tant que laboratoire mondial d'idées et organisme normatif international, il aurait été difficile de faire appliquer les indicateurs par les médias.

Pour les années 2013 et 2014, voici certains des résultats :

- En partenariat avec l'Association de radiodiffusion de l'Afrique australe, des institutions de formation au journalisme et aux médias de huit pays de la Communauté de développement d'Afrique australe ont été formées à l'intégration de la question de genre dans les médias : l'Institut de journalisme du Malawi, la Société de radiodiffusion du Malawi, l'École polytechnique de Namibie, l'École polytechnique d'Harare (Zimbabwe), la Société de radiodiffusion de Tanzanie, le Service national de radiodiffusion du Lesotho, les Services de radiodiffusion et d'information du Swaziland, le Forum des éditeurs du Swaziland, le ministère des Technologies de l'information et de la communication de Namibie, et la Société de radiodiffusion de Maurice. Quatre institutions médiatiques et cinq écoles de journalisme ont appliqué les GSIM : l'Association des journalistes djiboutiens, l'Association des journalistes mongols, la Radiodiffusion Télévision Congolaise, les Organes de presse du Gabon, l'École polytechnique de Namibie, l'École polytechnique d'Harare, l'Institut de journalisme du Malawi, l'Institut de communication de masse de Zambie, et l'Université de Chine.
- En partenariat avec l'Union de radiodiffusion des Caraïbes (CBU), douze membres issus de huit pays de la région se sont engagés à prendre des mesures en vue d'introduire des politiques sensibles au genre au sein de leurs organisations respectives, et de donner suite aux recommandations formulées lors d'ateliers GSIM. L'ensemble des douze membres de la CBU a nommé un point focal pour l'égalité des genres : la Société de radiodiffusion des Bahamas, la Société de radiodiffusion des Caraïbes à la Barbade, la *Caribbean Media Corporation* (niveau régional), le Réseau Starcom de la Barbade, le Réseau de radiodiffusion de la Grenade, le *National Communications Network* de la Guyana, le groupe RJR Communications de la Jamaïque, la Radio Sainte-Lucie, la Société nationale de radiodiffusion de Saint-Vincent-et-les-Grenadines, *Algemene Televisie Verzorging Telesur* du Suriname, Gem Radio 5 de Trinité-et-Tobago, et le *Caribbean Communications Network* de Trinité-et-Tobago.
- En partenariat avec le Réseau d'échange d'informations en Europe du Sud-Est d'Eurovision News, dix points focaux pour l'égalité des genres issus de neuf pays ont été formés à l'application des GSIM pour élaborer des politiques de contenu et relatives au lieu de travail dans leurs organisations respectives : Albanie, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Croatie, Kosovo, Macédoine, Roumanie, Serbie et Slovaquie. Huit d'entre eux ont formulé des plans de travail individuels.

Conclusion

Dans le domaine de l'égalité des genres dans les médias, la participation d'universitaires à l'élaboration ou à la mise en œuvre de politiques apporte une valeur ajoutée qui peut aller au-delà de la simple veille médiatique. La question suivante se pose alors : dans quels domaines spécifiques cette articulation entre mondes universitaire et non universitaire est-elle nécessaire ? Et plus précisément : quels sont les types de recherches et de données actuellement indispensables à l'élaboration de politiques en matière de genre et de médias ? Afin d'identifier ces domaines, l'UNESCO est ouverte à toute collaboration avec des établissements d'enseignement supérieur autour de la situation actuelle du genre dans les médias et ses enjeux.

Les désignations employées dans cette publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'UNESCO aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites. Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles de l'auteur ; elles ne reflètent pas nécessairement les points de vue de l'UNESCO et n'engagent en aucune façon l'Organisation.

Notes

1. Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
2. L'Alliance mondiale genre et médias (GAMAG) est un mouvement mondial initié par l'UNESCO pour promouvoir l'égalité des genres dans et par les médias, et pour lequel elle a établi un cadre et un plan d'action. GAMAG fait suite à la Déclaration de Beijing et au travail de la Commission de la condition de la femme des Nations Unies et d'ONU Femmes. L'Alliance réunit plus de 400 organisations de la société civile, des médias, et d'organisations universitaires, gouvernementales et de formation au sein d'un même réseau. L'actuel Comité directeur est composé de *Gender Links*, de l'Union de radiodiffusion pour l'Asie et le Pacifique, de la Fédération internationale des journalistes, de l'Union de radiodiffusion des Caraïbes, de la Fondation internationale des femmes dans les médias, de l'Union Africaine de radiodiffusion, de l'Union de radiodiffusion des États arabes, de la Conférence Permanente de l'Audiovisuel Méditerranéen, de l'Association mondiale des journaux et des éditeurs de médias d'information, de la *World Association for Christian Communication*, et bien d'autres encore. <http://www.unesco.org/new/fr/gamag>

Références bibliographiques

- Projet mondial de monitoring des médias. *World Association for Christian Communication (WACC), Who makes the news?*, 2015. www.whomakesthenews.org.
- Fondation internationale des femmes dans les médias. *Global Report on the Status of Women in the News Media*, Washington, 2011, Chercheur principal : Dr Carolyn M. Byerly.
- UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture), *Constitution de l'UNESCO*, Paris, 1945.
http://portal.unesco.org/fr/ev.phpURL_ID=15244&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html