

Les femmes font l'info :
une brèche
dans le “plafond de verre” ?



RAPPORT SUR L'INITIATIVE DU 8 MARS 2000



LES FEMMES FONT L'INFO :

UNE BRÈCHE DANS LE

« PLAFOND DE VERRE » ?

Rapport sur l'initiative du 8 mars 2000

Theodora Ziamou

1



Remerciements

La parution de ce rapport a été rendue possible grâce à la collaboration de plusieurs centaines de femmes journalistes et professionnelles de la communication à travers le monde, qui ont bien voulu nous faire partager leurs expériences personnelles et leurs histoires. Qu'elles trouvent ici l'expression de nos plus profonds remerciements.

Nous adressons également notre profonde reconnaissance à toutes celles et ceux dont les commentaires pertinents et le soutien efficace ont contribué à valoriser cette initiative ; sans oublier toutes les personnes de bonne volonté qui ont participé à la traduction des articles ainsi qu'à des travaux de recherche, pour la réflexion et le temps qu'elles y ont consacré.

Ce rapport est le fruit d'une œuvre collective associant l'ensemble des bureaux de représentation de l'UNESCO et des conseillers régionaux pour la communication qui ont assuré la viabilité de l'initiative dans des délais très limités.

Nous exprimons également notre gratitude à tous les collègues et associés qui ont participé à la préparation de ce rapport : Claude Ondobo, Stella Hugues, Breda Pavlic, Gervasio Kaliwo, Bernard Nicolas, ne Mboma et Patricia Esoh.

2



Nous adressons des remerciements particuliers à Axel Platbe et Richard Cadieu qui n'ont ménagé ni leur temps ni leur peine pour créer et assurer la mise à jour régulière du projet sur notre site Internet afin de garantir une meilleure diffusion du rapport à travers le monde.

Les idées et opinions exprimées dans cet ouvrage sont celles de l'auteur et ne représentent pas nécessairement le point de vue de l'UNESCO.



TABLE DES MATIÈRES

<i>L'appel du Directeur général de l'UNESCO, M. Koïchiro Matsuura aux médias du monde entier, à l'occasion de la journée internationale des femmes (lancé le 31 janvier 2000)</i>	5
PRÉFACE	7
OBJECTIF DU RAPPORT	8
INTRODUCTION	9
Pourquoi une initiative sur l'égalité des chances dans les médias ?	9
Le soutien officiel	11
La participation des différentes régions	12
Le cas de la Bolivie	13
RÉACTIONS À L'INITIATIVE DU 8 MARS 2000	15
Les réactions positives	15
Les réactions négatives	17
THÈMES MIS EN EXERGUE À L'OCCASION DE L'INITIATIVE DU 8 MARS 2000	20
Les images des femmes dans les médias	20
Les femmes comme " exemples à suivre "	21
La répartition entre hommes et femmes dans les médias	21
LA "SPÉCIFICITÉ FÉMININE"	23
La distinction des sujets en " masculins " et " féminins "	23
L' " approche féminine "	23
Les femmes peuvent-elles faire la différence dans les rédactions ?	26
FEMMES DANS LES MÉDIAS : QUELS FREINS À L'EXERCICE DE LEUR MÉTIER ?	28
La structure de l'industrie médiatique	28
La structure sociale	30
La hiérarchisation des sujets traités	31
La " ghettoïsation " des femmes journalistes	32



SUGGESTIONS DES SPECIALISTES DES MÉDIAS	
QUI ONT PARTICIPE A L'OPÉRATION	34
Suggestions concernant l'amélioration du statut des femmes dans les médias	36
Suggestions concernant la diminution des représentations sexistes dans les médias	37
ÉPILOGUE	38
Appréciation générale des résultats de l'initiative	38
La volonté d'une prolongation de l'initiative	40
ANNEXE I	41
Présentation du rapport	41
Méthodologie	41
Questions de recherche.....	42
Limites du rapport	43
ANNEXE II	44
Liste des médias enregistrés qui ont participé à l'opération (par régions)	44
Presse écrite.....	44
Radio	46
Télévision	47
Périodiques	48
Sites Internet	49
Agences de presse.....	49
Divers	50
ANNEXE III	51
La proportion hommes-femmes dans les métiers médiatiques :	
Agence de presse	51
Audiovisuel	52
Presse écrite	52



**L'appel du Directeur général de l'UNESCO,
M. Koïchiro Matsuura aux médias du monde entier,
à l'occasion de la journée internationale des femmes
(lancé le 31 janvier 2000)**

“ Je lance un appel aux médias afin que des femmes journalistes exercent les fonctions de rédacteur en chef de l'information dans le monde entier le 8 mars 2000, Journée internationale des femmes. Si les journalistes, les médias et les organisations qui les représentent s'unissent pour assurer le succès de cette initiative, alors, pour la première fois dans l'histoire, une journée d'information, dans la presse écrite ou audiovisuelle, aura été produite partout dans le monde sous la responsabilité éditoriale de femmes.

En mettant l'accent sur la barrière invisible qui limite encore l'accès des femmes aux positions éditoriales clés dans les médias, l'UNESCO marque une fois de plus son engagement, pris à la quatrième conférence mondiale sur les femmes à Beijing en 1995, de défendre l'égalité de traitement professionnel des femmes. Je suis fermement convaincu que cette question doit rester parmi les priorités à l'ordre du jour de chaque société - et de la communauté internationale - jusqu'à ce que la parité soit atteinte à tous les niveaux de la hiérarchie professionnelle.

5

Par cet accent mis sur l'égalité des chances dans les médias, l'UNESCO veut également attirer l'attention sur le fait que la libre circulation d'une information pluraliste et indépendante sera mieux garantie si tous les journalistes de talent ont une chance égale de devenir rédacteurs en chef et dirigeants des médias. Cette position doit être exclusivement justifiée par la capacité professionnelle, sans considération de sexe, d'origine ethnique ou religieuse, ni de tout autre facteur non pertinent.

La Journée internationale des femmes est une occasion de manifester son engagement aux côtés des femmes et de chercher des réponses aux obstacles qu'elles rencontrent. Faisons du 8 mars 2000 une journée mémorable où les femmes auront fait l'info. ”





PRÉFACE

La plate-forme d'action des Nations Unies adoptée par la Quatrième conférence mondiale des femmes à Beijing en 1995 et la plate-forme d'action de Toronto mettent toutes les deux l'accent sur l'importance de l'accès des professionnelles des médias non seulement pour s'y exprimer dans les médias mais également à des postes de prise de décision dans le secteur médiatique. Ces plates-formes mettent en exergue le fait que de très nombreuses entreprises médiatiques ne sont guère attentives à l'inégalité des sexes dans le traitement de l'information et continuent à utiliser les stéréotypes basés sur le sexe dans le contenu de l'information et dans la représentation des femmes. Aussi invitent-elles l'UNESCO, non seulement à renforcer son programme d'activités dans ce domaine, mais aussi à inscrire celui-ci au premier plan de son calendrier international.

Dans sa recherche de solutions, effectuée dans le cadre plus général de la promotion de la liberté d'expression et de la libre circulation de l'information, l'engagement de l'UNESCO en faveur des femmes dans les médias se reflète dans diverses publications de la collection "Etudes et documents sur la communication : *Image, rôle et condition sociale de la femme dans les médias* (1979); *Les femmes et les technologies de la communication* (1993); *L'emploi des femmes dans les médias: une histoire inachevée* (1997). Des chapitres sur les femmes et les médias figurent également dans les *Rapports sur la communication dans le monde* édités par l'UNESCO en 1989 et 1997.

L'initiative de l'UNESCO intitulée "Les femmes font l'info", prise dans le cadre de la Journée internationale de la femme - le 8 mars 2000 - fait partie intégrante des efforts de l'Organisation pour renforcer son programme en faveur des femmes dans les médias, dont l'objectif fondamental consiste à donner aux femmes leur juste place dans les entreprises des médias.

Ce jour-là plus d'un millier de médias : radios, télévisions, journaux, magazines et Internet, ainsi que des organisations de médias de quelques cent pays, ont pris part à cette initiative.

Le présent rapport analyse les données recueillies dans le cadre de cette initiative. Il éclaire la manière dont la Journée a été célébrée dans le monde. Un examen de la situation réelle des professionnelles de la communication dans les pays participants à l'initiative est esquissé et l'accent est mis sur les pesanteurs culturelles et structurelles.

L'analyse des données recueillies ce jour là et de la manière dont la Journée s'est déroulée souligne la sous-représentation des femmes en tant que sources d'information et de décision dans les médias. Le message général qui s'en dégage est que les professionnelles ne peuvent se satisfaire de leur situation dans les médias. Il reste encore beaucoup à faire. Le chemin vers la parité dans nos sociétés est encore long.

La leçon la plus frappante de cette expérience d'un jour est la prise de conscience de l'existence d'un "plafond de verre" dans les entreprises médiatiques, de l'existence de barrières, invisibles et subtiles, dressées parfois de manière systématique, qui entravent au cours de leur carrière l'avancement des professionnelles des médias. La bonne nouvelle ? Il y a un nombre de plus en plus croissant de femmes qui brisent ces barrières, qui ont réussi à faire une brèche dans ce "plafond de verre".

Alain Modoux
Sous-Directeur général
pour la communication et l'information



OBJECTIF DU RAPPORT

L'objectif de ce rapport est de présenter et d'analyser la façon dont l'appel du 8 mars 2000 a été perçu et évalué par différents médias dans le monde entier. Nous allons révéler et commenter les réactions, les dispositifs mis en place pour y répondre, les actions entreprises, les suggestions pour le futur. Cette analyse a pour but non seulement d'évaluer les réactions des médias à cette initiative, mais aussi de se pencher sur les résolutions à adopter ultérieurement pour y donner suite.

Nous pensons que les résultats de ce rapport enrichiront notre connaissance de la situation de la femme journaliste dans plusieurs pays et fourniront des éléments précieux quant à l'équité sur le lieu de travail. Ils constitueront le fondement de projets futurs concernant le statut des femmes journalistes, mais également la diminution des images sexistes dans les médias.



INTRODUCTION

Pourquoi une initiative sur l'égalité des chances dans les médias ?

“L'exigence d'égalité - dans les médias comme ailleurs - ne constitue pas une revendication féministe radicale. C'est une question de droits de l'homme, qui s'inscrit dans la lutte pour l'avènement d'une véritable démocratie dans toutes les sociétés et dans les institutions médiatiques en particulier. Tant que les hommes et les femmes n'auront pas la possibilité de travailler ensemble sur un pied d'égalité, en partageant les mêmes droits et les mêmes responsabilités, nos sociétés souffriront d'un déficit de démocratie. Tant que les emplois liés à l'information ne seront pas répartis d'une façon plus équitable entre les sexes, il sera impossible de prétendre que les médias ou les messages qu'ils diffusent sont vraiment la voie de la démocratie”.

(Margaret Gallagher, *“L'emploi des femmes dans les médias: une histoire inachevée”*, UNESCO, 1997)

Les débats sur la communication de masse et sur la manière dont les femmes sont employées par la presse écrite, audiovisuelle et électronique, a pris un nouvel essor ces dernières années, notamment depuis la 4ème conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes, organisée à Beijing en 1995, ainsi que le Symposium international sur les femmes et les médias, tenu à Toronto la même année. A ces conférences, la place des femmes dans l'univers des médias a été longuement discutée et des engagements ont été pris afin de promouvoir le travail des femmes journalistes et d'encourager leur accès à des postes de prise de décision. L'initiative du 8 mars s'inscrit dans la continuité des ces conférences.

Ces préoccupations quant au statut des femmes travaillant dans les médias ont fortement motivé l'appel lancé aux médias du monde entier par le Directeur général de l'UNESCO à l'occasion de la journée internationale de la femme. L'appel du 8 mars 2000 avait pour but de promouvoir une égalité des chances dans l'univers des médias et de souligner le nombre relativement faible de femmes journalistes occupant des postes de décision. Il s'agit d'une initiative novatrice et la première à donner à des milliers de femmes professionnelles des médias l'occasion - certes symbolique - de prouver leurs compétences dans les hautes sphères des métiers journalistiques. Son lancement a contribué à “ éveiller les consciences ” concernant le statut actuel de la femme journaliste partout dans le monde, les obstacles que cette dernière rencontre, ainsi que des suggestions pour y remédier.

Conformément à cet appel, de nombreuses femmes ont pris les commandes d'un grand nombre d'entreprises de presse. Le Directeur général de l'UNESCO, a invité les médias à “ s'assurer que les femmes journalistes aient la charge éditoriale des informations pour cette première journée de la femme du millénaire. ” Dans son message du 8 mars 2000, celui-ci a affirmé que “ la journée internationale de la femme 2000 peut devenir le point de départ d'une nouvelle ère des droits de la femme ”. Il a ajouté que “ Le XXème siècle a vu pour la première



fois l'irruption en masse des femmes dans la vie publique en tant qu'électrices, travailleuses, étudiantes, élues, cadres... En cette première année du vingtième siècle, un défi s'impose à nous : faire de la période qui vient celle de la pleine participation des femmes aux mécanismes de direction et à la prise de décisions. Il y a longtemps que les femmes ont prouvé leur capacité à parvenir à l'excellence dans les métiers qu'elles ont choisis, mais leur aptitude à accéder au sommet de la hiérarchie demeure beaucoup plus problématique. [...] Dans tous les domaines de la vie et dans les conseils d'administration, comités, commissions où se décident les grandes orientations, les femmes se heurtent à une "barrière invisible" qui les empêche d'atteindre le niveau où s'exercent l'influence et l'autorité. "

Il est vrai que de plus en plus de femmes pénètrent le monde journalistique, y compris à des niveaux où leur présence était jusqu'ici négligeable et même parfois inexistante. Mais il faut savoir que l'importante présence des femmes journalistes dans les grands journaux et magazines ne se retrouve pas partout et que l'impressionnante carrière de certaines femmes célèbres dans ce milieu ne reflète pas nécessairement la réalité quotidienne de la majorité. Par exemple, l'accroissement du nombre de femmes dans les grands groupes médiatiques en tant qu'écrivains et rédactrices pourrait laisser croire qu'il n'y a plus d'obstacles pour atteindre le sommet de la pyramide éditoriale. Or, beaucoup de femmes journalistes connaissent encore des progrès lents et limités dans leur carrière si ce n'est une totale stagnation. C'est pourquoi, même aujourd'hui, l'existence d'une "barrière invisible" qui empêche les femmes d'occuper les postes les plus élevés de la hiérarchie est une évidence.

L'initiative de l'UNESCO avait donc pour but d'attirer l'attention sur cette "barrière invisible" qui limite encore le nombre de femmes journalistes qui atteignent des positions éditoriales clés dans le domaine des médias. En se concentrant sur cette égalité au niveau des médias et sur le débat à propos de la place des femmes dans les pôles de décisions journalistiques, l'UNESCO a souligné un autre point important : la liberté d'expression et d'échange, l'indépendance et le pluralisme des informations sont mieux garantis si tous les journalistes de talent ont une chance égale de devenir rédacteurs et cadres dans des organes de presse, au regard de leurs aptitudes professionnelles et non de leur sexe, profession, origine ethnique, religion ou de tout autre critère discriminant. L'opération du 8 mars a fait en même temps office de baromètre pour mesurer les engagements pris par les gouvernements de différents pays relatifs à la section J du programme d'action de Pékin.

L'UNESCO a étroitement collaboré, dans le cadre de cette initiative, avec une multitude de partenaires; ses bureaux régionaux dans les pays membres, l'*Unité pour la promotion du statut de la femme et l'égalité de sexes*, ainsi qu'avec l'*Office de l'information du public*. De nombreux collaborateurs extérieurs ont pris part au déroulement de l'initiative : des organisations non-gouvernementales et intergouvernementales, des organisations professionnelles des médias, ainsi qu'un grand nombre d'associations féminines. Ces dernières ont joué un rôle important à la diffusion de l'appel, qui a été largement répandu, avec l'aide des nouvelles technologies de la communication et de l'information.

Le rôle de l'Internet au développement de l'initiative a été crucial. En effet, de nombreuses associations et autres organisations médiatiques ont appris et diffusé la nouvelle du lancement de l'initiative par la voie électronique. Un site Internet a été dédié à l'initiative. On peut y trouver les noms des médias qui se sont inscrits en tant que participants à l'initiative, ainsi

qu'une brève description de l'action qu'ils ont décidé de mener, l'appel et le message du Directeur général de l'UNESCO relatifs à l'initiative, la réaction de professionnel(le)s de médias, les messages des personnalités qui ont officiellement soutenu l'initiative, ainsi que des liens vers des sites Internet des nombreuses organisations féminines.

Le soutien officiel

Le secrétaire général de l'ONU, M. Kofi Annan, a déclaré : *“Je ne puis imaginer une seule question d'actualité qui n'intéressent pas les femmes. Les femmes sont aussi concernées que n'importe quel homme par la paix et la sécurité, par les droits de l'homme et par le développement. C'est pourquoi il est juste et même nécessaire que les femmes soient présentes pour couvrir ces problèmes, avec la même énergie et en aussi grand nombre que les hommes”.*

Mary Robinson, commissaire des Nations Unies pour les droits de l'homme et secrétaire générale de la conférence mondiale contre le racisme, a appuyé l'action de l'UNESCO en ces termes: *“Les médias ont un rôle vital à jouer en garantissant que les femmes soient entendues. Pour trop de femmes dans le monde, la violence et la discrimination restent la norme. Ces abus peuvent être révélés et combattus par l'accès à l'égalité et la pleine représentation des femmes. Je crois profondément que l'implication des femmes dans les médias pourrait favoriser la participation effective des femmes aux décisions et cela serait bénéfique pour la société entière.”*

La *Fédération internationale des journalistes*, qui représente plus de 450 000 femmes et hommes travaillant dans les médias de par le monde, a également exprimé son soutien à l'initiative de l'UNESCO du 8 mars pour marquer la première journée de la femme du millénaire : la fédération a affirmé que c'était un bon moyen pour souligner l'importance de la contribution des femmes journalistes à la défense de la liberté de la presse et des droits des journalistes. La fédération a créé un groupe de travail sur la condition féminine qui est en train de mettre en place un réseau de représentants des femmes et de responsables de l'égalité dans ses 140 organisations membres.

Anna Diamantopoulou, commissaire européenne pour les affaires sociales et pour l'emploi a souligné que *“cette barrière invisible continue d'exclure un nombre considérable de femmes des médias que ce soit pour faire l'information ou pour en faire l'objet. Puisque les médias influencent nos vies quotidiennes, il est normal que les hommes et les femmes y contribuent à parts égales.”*

Carole Simpson, co-présidente de l' *International Women's Media Foundation* et présentatrice vedette de *ABC News* a qualifié l'initiative de l'UNESCO *“d'appel à l'action dont on avait grand besoin”*. Elle affirme que l'on doit rappeler aux médias l'énorme contribution que les femmes apportent à la construction de l'image que nous avons du monde. Du fait qu'il y a eu peu de femmes en position de pouvoir, elles n'ont pas eu l'occasion de combattre avec succès les stéréotypes misogynes véhiculés par les médias ; elles n'ont pas pu non plus changer les points de vue et les priorités des médias.

Le Secrétaire général de la Francophonie Boutros Boutros-Ghali a salué l'initiative du 8 mars 2000 avec le message suivant : *“Un long chemin reste encore à parcourir pour que,*



partout et dans tous les domaines, l'égalité en droit entre les femmes et les hommes devienne une égalité de fait. Pour que les femmes puissent pleinement exercer leurs facultés, leurs aptitudes, leurs talents. C'est la raison pour laquelle sont retrouvées, à Luxembourg, les 4 et 5 février derniers, lors de la première conférence des femmes de la Francophonie. C'est la raison pour laquelle, aussi, je suis particulièrement heureux de m'associer, en mon nom personnel et au nom de l'OIF à cette initiative originale et fortement symbolique de l'UNESCO."

Le président de l'Association internationale des femmes dans la radio et la télévision (IAWRT), a également exprimé le soutien de son association à l'initiative : *"L'IAWRT exprime son soutien inconditionnel à l'initiative de l'UNESCO. Nous les ferons connaître par tous les canaux qui nous sont ouverts. Les femmes dans les radios et télévisions peuvent soutenir l'initiative de trois manières: en faisant pression dans leurs propres médias pour que le contrôle éditorial soit assuré par des femmes ce jour-là ainsi que d'autres jours; en couvrant l'initiative en tant qu'évènement intéressant et en assurant un suivi pour déterminer si cela a apporté une différence. Bien que les femmes soient de plus en plus présentes dans l'audiovisuel, le manque d'égalité aux niveaux de direction et des décisions reste un obstacle important, empêchant une relation juste sur des questions de discrimination sexuelle et de parité."*

La participation des différentes régions

Le site web www.unesco.org/march8 a pu enregistrer **1016** médias ayant participé à l'initiative de **56** pays à travers le monde. Cette liste est loin d'être exhaustive. L'immense majorité de médias enregistrés a nommé pour le jour du 8 mars plusieurs femmes journalistes plutôt qu'une seule. La participation des médias varie de région en région. Certaines régions du monde comme l'Amérique latine, l'Afrique et notamment les pays arabes, ont pleinement participé à l'initiative du 8 mars 2000. Pour certains pays, comme l'Albanie, l'Algérie, ou encore la Bolivie et l'Argentine (où la totalité de médias de Rio Tercero ont participé à l'initiative), la participation massive de médias a constitué un phénomène sans précédent. L'Asie a, dans l'ensemble, faiblement participé à l'initiative. Cependant, la présidente de *China Capital Women Journalists Association* a envoyé un message intéressant : *" C'est une idée très originale. Si les médias y participent, ça pourrait non seulement offrir à l'audience quelque chose de nouveau, mais ce sera le commencement d'un changement profond dans l'univers médiatique. Nous pensons que cette action sera d'une grande utilité et fera réellement la différence. "*

La participation des principaux médias occidentaux, européens et nord-américains, a été particulièrement limitée. Est-ce que les dirigeants de médias de ces régions du monde ont estimé qu'une telle initiative était inutile ? Ou l'ont-ils tout simplement ignoré comme ils ignorent, souvent, l'actualité susceptible d'intéresser les femmes ? Parmi les médias occidentaux qui se sont mobilisés, figurent des organes de presse en Espagne, en Belgique, ou encore, la en Finlande. Le Royaume Uni et la France comptent quelques participations. Pour la majorité de pays occidentaux, c'est la presse régionale et les journaux et radios communautaires qui ont répondu à l'appel du Directeur général de l'UNESCO, plutôt que les grands quotidiens de référence. Pour d'autres, l'initiative de l'UNESCO a été " imposée " implicitement : il incomberait aux médias de promouvoir, ou pas, des femmes à des postes de décision, selon des critères qui leur seraient propres.

Le cas de la Bolivie

L'initiative " *Les femmes font l'info* ", a connu un succès spectaculaire en Bolivie. L'ensemble des médias - 30 organes de presse écrite, 600 radios, 80 chaînes de télévision ainsi que tous les médias électroniques - y ont participé. *Le Réseau National de la Radio et de la Télévision* du groupe des médias chrétiens de Bolivie a largement participé à l'opération, avec ses chaînes de télévision (*Enlace XTO TV*) et ses stations de radio (*El sonido de la vida*) dans plusieurs villes (Pando, La Paz, Beni, Cochabamba, Oruro, Sucre, Potosi, Tarija, Santa Cruz).

El Mundo a écrit : " *Nous nous associons à cette initiative parce que c'est, pour les dirigeants des médias, l'occasion de montrer la confiance qu'ils font aux femmes qui travaillent pour les médias.* "

Le journal *Correo del Sur* (Sucre, Bolivie) souligne que la presse bolivienne, en donnant largement la responsabilité aux femmes durant la journée du 8 mars 2000, a donné l'exemple à d'autres secteurs d'entreprises du pays.

Un article paru dans *Correo del Sur*, intitulé " *L'UNESCO félicite les médias de Bolivie* ", se réfère aux " valeurs féminines ", qui sont acquises tout au long de la vie des femmes et qui semblent être d'une grande efficacité lorsqu'il s'agit du fonctionnement des entreprises. Le même article souligne que l'objectif de l'initiative du 8 mars consistait non pas à inciter les femmes à devancer leurs collègues hommes, mais à créer des identités complémentaires et plus équilibrées sur le lieu de travail. Selon le même article, les deux sexes ont beaucoup à apprendre l'un de l'autre, au cours d'une cohabitation productive.

L'Université catholique de Bolivie a entrepris, en collaboration avec l'Université Nur, de Santa Cruz, une étude détaillée concernant la participation des médias boliviens à l'initiative. Les principaux objectifs de cette étude peuvent se résumer comme suit :

- Observer le fonctionnement et la dynamique interne des médias qui ont participé à l'opération, la répartition des rôles au sein de chaque média, les réactions des journalistes, ainsi que la façon dont les journalistes femmes ont rapporté l'actualité durant la journée du 8 mars ;
- Cerner la façon dont le public bolivien a perçu les informations fournies par des journalistes femmes durant cette journée particulière (en comparaison avec les informations émises quotidiennement) ;
- Évaluer, enfin, les émissions qui ont créé le climat particulier de l'information de cette journée.

De nombreuses journalistes boliviennes ont commenté l'opération lancée par l'UNESCO. Nous livrons, ci-dessous, quelques témoignages :

► Julieta Vidza Tovar Ibieta [Journaliste à l'agence ANF (Agencia de Noticias Fides) depuis 5 ans]

" *Je pense que l'égalité entre les hommes et les femmes progresse, mais pour atteindre cet objectif, il*



faut travailler encore et avant tout au cœur même de la société : la famille. Car c'est là que les femmes et les hommes apprendront à vivre dans l'harmonie, malgré leurs différences biologiques. Je ne pense pas que le fait d'avoir la responsabilité d'un média durant un seul jour, ou quelques heures, puisse changer quelque chose. Néanmoins, il s'agit là d'un pas en avant vers l'égalité. Je suis convaincue que nous n'atteindrons l'égalité que lorsque tous les êtres humains prendront conscience de ce que leurs droits sont identiques. ”

▮ Patricia Vasquez (Directrice de l'agence EFE en Bolivie)

▮ Isabel Fernandez (Journaliste à ATB, Canal 9)

“ Contrairement à d'autres domaines, la femme s'est toujours distinguée dans le journalisme. Il est, cependant, très difficile pour une femme d'accéder à un poste de direction. Si elle réussit, c'est qu'elle aura fait preuve de finesse, d'honnêteté, de sacrifice et avant toute chose de compétence et de moralité. Il s'agit de donner l'opportunité à une femme journaliste, de démontrer qu'elle est capable de faire un travail égal (voire même supérieur) à celui d'un homme. ”

▮ Silvia Alejandra (Chef de production à *Enlace XTO TV*, la plus importante des chaînes chrétiennes de Bolivie)

“ ...[La femme] peut apporter une touche d'originalité à la société et c'est là le complément dont le monde a besoin. ”

▮ Gloria Eyzaguirre (Prix international de littérature à Buenos Aires en Argentine ; Éditrice du journal catholique *Presencia*, éditrice politique du journal *La Razon*; éditrice de l'hebdo *Pulso*)

“ Cette initiative de l'Unesco est très importante car elle a permis aux journalistes femmes de prendre la direction d'un média en particulier. Une telle expérience permet de s'assurer du contrôle d'un média et d'être responsable de ce média vis à vis du public. ”

14

▮ Gladys Alejo Laura (Journaliste à la radio *Pachamama*)

■ *“ Je trouve la proposition du 8 mars intéressante, mais il est bien dommage qu'elle soit temporaire. Cette initiative du Directeur général de l'UNESCO, M. Matsuura, permettra aux directeurs d'entreprises de communication de réfléchir à la participation des femmes à tous les niveaux de responsabilité. Cependant, je pense que cela ne doit pas rester une simple réflexion. Les femmes, les hommes, ceux qui ont de l'influence sur la société doivent chercher ensemble des solutions pour l'amélioration de la condition féminine. On parle beaucoup de compétences des femmes, mais en réalité l'avancement ne se fait que lentement. ”*

▮ Roselynn M. Ledezma Quiroz [Journaliste à ERBOL (*Educacion radiofonica de Bolivia*) ; elle fut également responsable de la culture à Canal 11 et à la télévision catholique -N°1 en Bolivie-, ainsi que du *Canal 18*]

“ Je pense que l'initiative de l'UNESCO, selon laquelle les femmes qui travaillent dans les médias seront responsables de la programmation et globalement de la rédaction de ces médias, est très intéressante et importante. En effet, elle permet aux femmes de montrer l'actualité d'un point de vue différent, c'est à dire, comme elle la voient et comme elles pensent qu'elle doit être vue, car la sensibilité féminine va au-delà des faits. ”



RÉACTIONS À L'INITIATIVE DU 8 MARS 2000

Les réactions positives

Beaucoup ont vu dans cette initiative l'occasion de mettre en avant les compétences reconnues des journalistes femmes, en leur offrant un plus large champ d'initiative. Certains ont tiré parti de l'appel pour évaluer les avancées enregistrées dans l'exécution du programme d'action de Pékin. Quelques journaux ont reconnu que la représentation du monde exposée dans leurs pages reflète inévitablement les préoccupations de ceux dont le travail est de sélectionner quotidiennement les affaires qui sont publiées. La plupart d'entre eux sont des hommes.

Les médias participants ont répondu de façons différentes à l'appel de l'UNESCO. Certains ont confié leur direction éditoriale à des femmes, d'autres ont aussi publié des articles de fond sur le sujet, ou bien ont opté pour des éditions spéciales sur les femmes, ou ont créé des forums de discussion. Dans certains cas, le nombre de participants a été remarquable, comme le montre l'exemple de la Bolivie où plus de 800 médias ont pris part au projet. Certains médias ont élargi le champ d'action en mettant des femmes aux postes de contrôle technique, voir au contrôle des émetteurs (Radio nationale de Tanzanie).

Les médias qui ont accueilli l'initiative positivement ont essentiellement mis l'accent sur sa force symbolique, ce qui compense sa courte durée. Tout en reconnaissant que l'initiative ne pourrait déboucher sur des résultats immédiats, étant donné sa durée limitée, ils ont souligné l'importance d'une telle opération, dans le but *d'éveiller les consciences* sur le statut de la femme journaliste, de nos jours, partout dans le monde. " *Ce n'est que justice qu'Eve exerce les pleins pouvoirs dans une rédaction, ne serait-ce que pour un jour* ", affirme Lofti Ben Sassi, chroniqueur du journal tunisien pro-gouvernemental La Presse.

Dans son article " *Un jour rien que pour les femmes* " paru dans le journal australien *The Age*, Pamela Bone a écrit que " *l'initiative des Nations Unies défie le monde de l'information dominé par les hommes pour permettre à leurs collègues femmes de prendre les décisions pour un jour.* " Elle poursuit en ces termes : " *Un tel changement devrait être la preuve des engagements des médias pour défendre l'égalité des opportunités professionnelles, en accord avec les recommandations de la conférence mondiale sur les femmes qui a eu lieu à Pékin en 1995.* " D'après elle, malgré le nombre grandissant des femmes journalistes, les femmes rédactrices en chef sont rares et les cadres de sexe féminin sont presque inconnus dans son pays. Un jour tel que celui-ci, au cours duquel un effort a été fait pour modifier l'équilibre entre les hommes et les femmes et pour faire face à une panoplie de préjugés, a prouvé que toute la société pouvait tirer des bénéfices du bousculement des idées reçues.

Comme le souligne Shailaja Bajpai, une critique de médias en Inde, " *Célébrer, pour un jour, les journalistes femmes signifie qu'il y a matière à réflexion* ". Une autre journaliste sou-



ligne l'importance d'une telle initiative : elle a donné aux femmes l'occasion de s'exprimer, ne serait-ce que pour une journée, à leur façon, et d'interpréter l'actualité d'une manière différente de celles de leurs collègues hommes. *“ Il s'agit probablement de la première fois où les femmes ont pu présenter l'actualité comme elles la perçoivent, - son côté humain -, et non selon la façon dont les hommes la discernent. ”*

L'initiative a réussi à attirer l'attention sur le fait que les journalistes femmes ont rarement des responsabilités éditoriales et qu'il faudrait donc œuvrer dans cette direction. C'est ce que souligne Sidharth Bhatia, du *Pioneer* (Inde) : *“ il a été constaté que des journées particulières ont éveillé les consciences en ce qui concerne des problèmes sociaux importants... ceci constitue un geste unique qui nous incite à réfléchir sur le rôle, la visibilité et le statut des femmes dans les médias, plus spécialement dans des postes de décision ”.*

Les journalistes de *Worldwoman* (magazine électronique) ont accueilli le lancement de l'initiative avec enthousiasme : *“ ... le nouveau millénaire commence avec des femmes à des postes où on les attendait le moins. L'univers incisif et machiste, qui engendre l'opinion : l'univers journalistique. ”*

Dans un élan enthousiaste, l'ensemble des médias de la ville de Rio Tercero, en Argentine, ses cinq radios, un hebdomadaire et une chaîne de télévision ont participé à l'initiative du 8 mars. Ils ont confié à des femmes la complète responsabilité de la sélection et de la présentation des informations. Andrea Veronica Diaz (26 ans), journaliste et présentatrice à *Radio LV26*, était l'une des privilégiées à vivre cette expérience. Elle s'était fixé un but pour cette journée : éviter les clichés tout en étant consciente que tout ce qu'elle pourrait faire ne serait que symbolique. Ceci rendait sa tâche d'autant plus difficile. Le comportement de ses collègues masculins qui parlaient de prendre un jour de congé pour organiser un barbecue lui inspirait le sentiment d'être une mendicante. Elle a choisi de faire les choses différemment sans se laisser abattre par l'attitude de ses collègues. Personne n'est dupe de la signification de la phrase bien connue *“ nous avons besoin d'un ton différent ”*. On permet aux femmes de s'occuper des rubriques de loisir mais jamais de celles de politique : cette constante est due à cette société d'hommes et de femmes qui crée des stéréotypes véhiculant l'idée que les femmes doivent occuper des postes d'assistantes dans le domaine des médias. A. V. Diaz a éprouvé le désir de parler de ces centaines de femmes cubaines au chômage, de l'avortement, qui est une des principales causes de décès des femmes chiliennes, des violences domestiques, des abus sexuels, des lois de discrimination contre les femmes, des droits de propriété, du mariage et du divorce. Elle a décidé de faire ça à sa façon et elle s'est tournée vers Internet.

Carroll Wilson, rédacteur en chef à *Times Records News* (Wichita Falls/États-Unis), se montre positif vis-à-vis d'une telle initiative. Son journal a pleinement participé à l'opération en cédant les commandes à sept femmes journalistes, qui ont eu la responsabilité des différentes parties du journal. L'initiative lancée par l'UNESCO a été, selon lui, l'opportunité de (re)découvrir les compétences des journalistes femmes. *“ Nous avons décidé de participer à ce projet car il semble être un bon moyen pour que nous apprenions quelque chose - sur nous-mêmes, mais aussi sur le travail que nous devons accomplir ”*, affirme-t-il. Les chefs de service hommes, sont redevenus reporters pour un jour.

L'opération a été caractérisée comme parmi *“ les plus intéressantes ”* par le journal

The Guardian (Royaume Uni). Le journal a souligné qu'il devient autrement plus important que les intérêts des femmes journalistes soient défendus par les médias aussi bien que ceux de leurs collègues hommes.

De nombreux journalistes admettent que l'initiative du 8 mars a donné aux femmes l'opportunité de prouver pleinement leurs capacités et leurs compétences professionnelles et, surtout, leur aptitude à assurer les plus hautes responsabilités rédactionnelles. Ceci ne signifie pas qu'elles ont fait preuve de talent durant ce seul jour. Elles ont, cependant, eu l'occasion de montrer à leurs collègues hommes que ce talent existe bel et bien et qu'elles le mettent quotidiennement au service de leur entreprise. Elles ont également montré qu'elles étaient capables d'assumer de responsabilités propres aux postes de décision, majoritairement occupés par des hommes. Pour Nikhat Kazmi, rédactrice en chef adjointe au *Times of India* (le quotidien le plus important et le plus prestigieux de l'Inde, avec 1,6 millions d'exemplaires vendus quotidiennement), durant la journée du 8 mars, le travail des femmes journalistes promues rédactrices en chef d'un jour, n'était pas très différent de celui accompli quotidiennement. Le lancement de cette initiative a donné à la journaliste l'occasion de s'exprimer sur sa façon de concevoir la nature des relations entre journalistes hommes et femmes. Elle souligne également que la préoccupation réelle de journalistes femmes du journal n'était pas, durant la journée du 8 mars, différente de celle de tous les autres jours : faire de leur mieux afin de pouvoir offrir un journal de qualité supérieure. “ *Nous n'avions pas à prouver que l'oestrogène est supérieur à la testostérone. Il s'agissait pour nous d'un jour supplémentaire où il fallait démontrer ses capacités et faire preuve de l'esprit incisif qui a fait de 'Times of India' le journal no 1*”.

Les réactions négatives

L'initiative a inévitablement suscité quelques commentaires négatifs.

Il y a, tout d'abord, le rejet d'une action symbolique (*tokenism*), considérée comme vide de sens, voir un non-sens par rapport à l'importance des inégalités. D'autres réactions négatives évoquent la durée très limitée de l'initiative. Un seul jour a été jugé largement insuffisant pour qu'un changement réel advienne, concernant le statut des femmes journalistes. Les défenseurs de cette opinion affirment que de telles pratiques n'ont quasiment aucun effet, du fait de leur durée très limitée. Selon eux, si l'initiative ne peut franchir le stade expérimental, il ne peut s'agir que d'une action symbolique de pure forme.

Ensuite vient le discours relatif à la formation. Ce type de discours que l'on pourrait caractériser d'“ objectif ”, révèle les insuffisances concernant la formation des femmes journalistes. Ce manque de formation constitue souvent un obstacle majeur et relègue les femmes journalistes au second rang.

Certains disent que l'“ incapacité ” des femmes d'assumer des responsabilités professionnelles est essentiellement due à leur impuissance de concilier vie professionnelle et vie privée. Les femmes sont toujours perçues en train de “ jongler ” entre travail et famille, affirme Sidharth



Bhatia du *Pioneer* (Inde). Selon leurs confrères, elles parviennent rarement à gérer leurs deux vies avec succès. C'est pour cette raison que plusieurs d'entre elles n'arrivent plus à suivre le fil des évolutions sur leur lieu de travail. Les responsabilités familiales - souvent unilatérales - les obligent à leur accorder la priorité. Leur vie professionnelle se trouve ainsi reléguée au second plan.

Il existe enfin l'approche " machiste " qui, nie la compétence au féminin. Elle confine la femme à l'environnement domestique, ou, au mieux, la relègue au second rang, quand il s'agit des activités professionnelles. Les adeptes de cette croyance, persuadés de l'infériorité féminine pour de raisons biologiques, soutiennent que la vie professionnelle ne pourrait se conjuguer au féminin. Le rédacteur en chef d'*Akher Saa* (Egypte), exprimant sa " terreur " concernant l'initiative de l'UNESCO, a écrit dans son éditorial : " *les femmes écrivent avec leur rouge à lèvres. Elles l'utilisent beaucoup mieux que le stylo.* " Il s'agit là, affirment Ahmed Loutfi et D. Khalifa, journalistes à *Al-Ahram Hebdo* (Egypte), d'une attitude sexiste, largement partagée parmi les journalistes hommes de nombreux journaux arabes.

Certains journalistes hommes, bien que leur journal ait participé à l'initiative de l'UNESCO, ont " officieusement " marqué leur opposition et leur désaccord au changement des rôles qui a eu lieu au sein des rédactions. D'autres ont tout simplement refusé de s'associer aux efforts de leurs consœurs. Non contents de ne pas épauler ces dernières, ils se sont absentés des rédactions, anticipant leur mécontentement : pour certains, recevoir des ordres d'une femme, ne serait-ce qu'un seul jour, s'est avéré une situation particulièrement délicate et inhabituelle. " *Nous savions d'avance qu'ils n'allaient pas l'accepter facilement, mais ils sont allés assez loin : ils ont trouvé n'importe quelle excuse pour ne pas venir au bureau.* " note Najwa Maroun, rédactrice en chef au journal libanais *Ad-Diyar*, pour la journée du 8 mars. La situation a été identique au *Al-Ahram Hebdo* (Egypte). Un grand nombre d'hommes journalistes ont décidé de s'absenter et de ne pas participer aux réunions de rédactions tenues par leurs consœurs. Ceci n'a pas empêché les femmes du journal d'organiser et de mettre en exécution leur plan de travail pour la journée, explique Nabila Massrafi, chef de rubriques " Loisirs ", " Au Quotidien " et " Mode de Vie " au *Al-Ahram Hebdo*.

18

Les femmes seraient-elles moins attirées par le pouvoir que les hommes ? Les dirigeants de certains médias ont estimé que l'absence des femmes des sphères de prise de décision avait comme origine les femmes elles-mêmes. Magdi Hussein, rédacteur en chef au *Al-Clurab* (Egypte), évoque le manque d'ambition de femmes journalistes ; il estime qu'il s'agit d'un facteur décisif quant à l'ascension des femmes aux postes de prise de décision. Selon ce dernier, aucune structure, aussi traditionnelle soit-elle, n'entrave davantage la progression des femmes journalistes, que leur propre manque d'ambition et de volonté de s'imposer. Pour Magdi Hussein, les femmes ne seraient donc pas " persécutées " par les structures patriarcales, ni sujettes à des traitements racistes, mais victimes de leur propre manque d'ambition concernant leur vie professionnelle. " *20% de nos effectifs sont féminins* ", affirme-t-il. " *Une femme qui aurait assez d'ambition peut très bien s'imposer en tant que rédactrice en chef, sans qu'on ait besoin de telles interventions de la part de l'UNESCO.* "

Le directeur marketing du journal *As-Safir* (Beyrouth), (cf. note de bas de page n° 9), estime que l'opération a été, dans son ensemble, bénéfique pour les femmes, même si sa courte durée n'a pas réellement laissé le temps à ces dernières ni de prouver l'étendue de leur talent ni de



profiter pleinement des nouveaux défis de la rédaction. Il a également rajouté que la prise de responsabilités par les femmes a suscité, dans certaines rédactions, des commentaires négatifs, voire ironiques de la part de leurs confrères, qui ont eu du mal à accepter l'inversion des rôles. Faten Qobeissi (Liban), rédactrice en chef pour le 8 mars, affirme que ses confrères se sont montrés particulièrement inflexibles et que leurs réactions étaient plus hostiles qu'elle ne s'y attendait. *“ C'était comme si nous leur enlevions leur autorité... Un rédacteur a refusé de faire ce qui lui a été demandé et il a même boycotté les réunions de la rédaction ”*, affirme-t-elle.

Parmi les journalistes qui ont négativement accueilli l'initiative figurent quelques femmes. Pour ces dernières la durée particulièrement limitée de l'opération a transformé leurs espoirs en frustration : que pourraient-elles bien pouvoir prouver en un seul jour ? Plusieurs d'entre elles étaient persuadées qu'il faudrait bien plus qu'un jour pour que l'initiative soit considérée comme une réelle opportunité, comme le début d'un changement. Certaines ont refusé d'assumer la responsabilité éditoriale pour un jour, d'autres ont fini par accepter, même si elles étaient loin d'être persuadées de l'utilité de l'opération. Assumer les responsabilités d'un poste de décision durant un seul jour, pour retourner ensuite à leurs occupations journalistiques habituelles, paraissait pour le moins vain. De nombreuses femmes journalistes ont souligné que même si l'initiative a révélé leur talent et leurs compétences, elle leur a laissées goûter au pouvoir, pour le leur retirer aussitôt. Car la confirmation de leur talent ne saurait être suffisante : il faudrait établir un partage de pouvoir, même partiel, qui impliquerait une “ utilisation ” constante du talent des femmes journalistes, afin qu'un changement réel advienne.

Certains médias ont considéré qu'ils n'étaient pas directement concernés par des mesures relatives à l'égalité des chances. Estimant que les hommes et les femmes jouissent d'une parfaite égalité au lieu du travail, ils ont affirmé n'avoir nul besoin de participer à ce type d'initiative. Certains ont jugé l'initiative obsolète, comme Surya Prakesh, rédactrice en chef au Pioneer (Inde) : *“ Les journaux indiens n'ont pas besoin d'une politique de pure forme comme celle-ci, nous avons dépassé ce stade ”*, a-t-elle affirmé et elle a rajouté que *“ cette initiative pouvait avoir un sens vingt ans auparavant mais plus aujourd'hui ”*. Ces propos pourraient être révélateurs d'un certain malaise concernant l'égalité des chances sur le lieu de travail et du refus de reconnaître et d'accepter l'existence des distinctions dues au sexe.

19



Certains journalistes hommes, trop conscients de la suprématie numérique masculine dans les postes de direction, ont considéré que cette initiative a constitué pour les femmes l'occasion rêvée pour prendre leur “ revanche ”. Malgré sa durée limitée, cette “ revanche ” était appréhendée. *“ La plupart de nos collègues hommes ont pensé que nous allions nous venger. Cela nous a pris beaucoup de temps de les persuader qu'il ne s'agissait pas d'une revanche mais d'une auto-découverte au féminin ”*, affirme Vidya Subrahmaniam, journaliste au *Times of India*, qui a assuré la rédaction en chef de son journal le 8 mars.



THÈMES MIS EN EXERGUE

PAR L'INITIATIVE DU 8 MARS 2000

Les images des femmes dans les médias

La représentation de la femme dans les médias constitue un des thèmes qui re-émergent constamment, lorsqu'il est question du statut et de la place des femmes dans les médias. Des images sexistes semblent fleurir un peu partout dans la presse mondiale sous prétexte que ce type de représentation " fait vendre ". Représenter les femmes de façon traditionnelle constitue une autre pratique courante de la part des médias.

" Le corps des femmes est constamment utilisé par les médias dans le but de vendre ou en tant qu'objet décoratif. Qu'elles soient représentées en tant qu'épouses, mères, ou femmes fatales, leur physique constitue l'élément le plus important ", s'insurge l'auteur d'un article paru dans *Media and Gender Monitor*, en se référant aux femmes des pays arabes.

Plusieurs journalistes admettent d'emblée que ce type de représentation nuit gravement à l'image de la femme et mine les efforts tendant vers une représentation moins sexiste. Ces mêmes journalistes se voient cependant obligés de céder aux impératifs du marché. Ils admettent que les images sexistes garantissent souvent le maintien, voire l'augmentation des ventes.

Selon Rosnah Majid, une journaliste qui a travaillé pendant vingt ans pour le journal malais *Utasan Malaysia*, le journaliste professionnel doit, en premier lieu, faire preuve d'esprit pratique. *" Si on met à côté d'une voiture un homme au lieu d'une femme, pensez-vous que ça aidera à la vente de la voiture en question ? Les gens aiment regarder les jolies femmes "*. Cet esprit pratique constituerait une preuve de professionnalisme (l'aspect commercial ayant la priorité absolue) et devrait, selon Rosnah Majid, être le propre de tout journaliste consciencieux, indépendamment de son sexe. Si nous acceptons cet argument, nous admettons implicitement que les médias s'adressent essentiellement à une audience masculine auprès de laquelle ce type de représentation fonctionnerait comme levier de consommation.

Leung Thong Ping, ancien directeur du supplément de *New Straits Times* " Timeswoman " (Malaisie), bien qu'il admette que les femmes sont trop souvent représentées par les médias en tant qu'objets sexuels, explique que le sexe constitue dans la presse un sujet qui fait indéniablement augmenter les ventes et que l'on ne saurait négliger. Selon ce dernier, *" il faudrait s'appliquer sérieusement à représenter les femmes dans des rôles qui pourraient servir comme exemples. Ceci serait l'idéal, cependant en réalité le sexe améliore les ventes, y compris celles des journaux "*.

Les images des femmes, cependant, sont d'un tout autre registre lorsqu'il s'agit de représenter des femmes africaines. Ces dernières ne sont pas " exhibées " ou " utilisées " par les

médias à des fins commerciales, car les impératifs de la majeure partie du continent se situent dans des sphères entièrement différentes. *“ Au sujet de la femme africaine on se borne à exhiber la misère et la désolation, que les conflits armés ne cessent d’infliger aux populations. Les “unes” des journaux qui s’intéressent à l’Afrique traitent de la famine, des guerres, et de l’analphabétisme des femmes ”*, affirme Eugène Lakpomé, journaliste à *Fraternité Matin* (Abidjan). Il souligne également que les médias occidentaux omettent régulièrement de montrer les efforts des femmes africaines pour faire progresser la société à laquelle elles appartiennent. Le journaliste soutient que, quel que soit le type de société au sein de laquelle les femmes évoluent, les représentations médiatiques de ces dernières sont souvent négatives ou erronées, déformant la réalité.

Les femmes comme “ exemples à suivre ”

De nombreux professionnels des médias ressentent le besoin d’une représentation moins sexiste des femmes dans le média, en dépit de l’*“ obligation ”* de se plier aux exigences et aux impératifs du marché : *“ Nous devons représenter les femmes de manière équilibrée, montrer celles qui sont porteuses de valeurs et pas uniquement celles qui n’exhibent que leur beauté physique ”*, affirme Millicent Danker (source : *New Straits Times*, Malaisie), ancienne journaliste et actuellement directrice de management d’une société de communication. Elle rajoute que si elle avait la responsabilité du choix de sujets dans la presse, elle remplacerait les images de ce qu’elle appelle *“ beauté commerciale ”* par d’autres, mettant en valeur des femmes qui constituent des exemples à suivre. Des images de celles qui contribuent quotidiennement à l’amélioration des conditions et de la qualité de vie un peu partout sur la planète. Ainsi, *“ nous devrions montrer des femmes qui excellent dans des domaines variés tels que l’entreprise, la politique, les relations internationales, l’éducation, la santé, le soin des enfants, la justice - même celles qui sont des femmes au foyer accomplies ”*.

Une plus grande présence des femmes qui pourraient servir d’*exemples à suivre*, est aussi le souhait de *West African Media Network* (WAMNET), qui a lancé un appel aux médias, le 8 mars 2000, pour reconnaître tout ce que les femmes, connues ou anonymes, ont accompli et accomplissent quotidiennement. Cet appel a mis l’accent sur le fait qu’il faudrait reconnaître non seulement ce qui a été réalisé par des femmes connues, occupant des postes de responsabilité, mais également ce qui a été fait par des femmes ordinaires.

21

La répartition entre hommes et femmes dans les médias

En ce qui concerne le **contenu** des articles, certains médias font des efforts conscients, pour qu’il y ait une répartition *“ équilibrée ”*, tant qualitative que quantitative, entre hommes et femmes. Datuk Ng Poh Tip, rédacteur en chef du groupe de presse indien *The Star*, affirme : *“ Nous essayons d’assurer une représentation équitable en ce qui concerne les femmes interrogées pour les besoins de nos articles. Je veillerai personnellement à ce que nos reporters s’intéressent à l’avis des femmes. ”*



Shamina Ali, coordinatrice du *Fiji Women's Crisis Centre*, se référant à la présence des femmes dans les articles de la presse écrite, souligne que mis à part des sujets qui traitent de la violence faites contre les femmes, tous les autres sujets les concernant sont relégués aux “ pages féminines ”. “ *Nous sommes reléguées aux pages féminines, à moins que nous faisons partie des articles faisant dans le sensationnel et mettant en avant des histoires personnelles : des femmes violées, assassinées, battues, prostituées ou mendiante.* ”



LA "SPÉCIFICITÉ FÉMININE"

La distinction des sujets en " masculins " et " féminins "

Concernant les thèmes traités par les médias, plusieurs articles mettent l'accent sur la distinction qui s'opère entre thèmes " masculins " et thèmes " féminins ". Les premiers incluent des sujets tels que la politique, l'économie, l'actualité étrangère ou le sport. Les seconds, souvent rebaptisés conventionnellement "sujets de société", concernent davantage les femmes : l'entretien du foyer, l'éducation des enfants, la gestion de la vie quotidienne, mais également la beauté, le bien-être, et, quelquefois, des sujets ayant trait à la vie professionnelle. Cette distinction est-elle un résultat du fait que les deux sexes ne pensent pas de la même façon ? Les résultats des recherches sur ce sujet montrent que les femmes sont davantage concernées par le processus - les gens, les interactions, les interprétations, tandis que les hommes se focalisent sur l'acte - dates, événements, actions. Carla Bennett, professeur en communication de masse à *Midwestern State University* (Wichita Falls, États-Unis), a procédé, suite à l'initiative de l'UNESCO, à une comparaison entre deux numéros du journal *Times Records News* : un numéro produit de la manière habituelle et celui du 9 mars 2000, préparé sous la responsabilité des femmes journalistes. Son but était de déceler les différences éventuelles entre les hommes et les femmes journalistes, concernant le choix des sujets. Dans le numéro préparé par les hommes, les titres des thèmes principaux comprenaient les mots : " motocycliste ", " pouvoir ", " robotique ", et celui préparé par les femmes, les termes : " mixité ", " sujet féminin " ou encore " rêves insaisissables ".

Malgré les " preuves " pratiques de l'existence d'une telle distinction, un certain nombre de journalistes, essentiellement des journalistes femmes, insiste sur son illégitimité. Selon eux, il n'y aurait pas des sujets "masculins" ou "féminins" : chaque sujet serait, à l'origine, "neutre", destiné indifféremment à des lecteurs de deux sexes. "*Nous devons nous rappeler qu'aucun sujet n'est particulièrement destiné à l'un ou l'autre sexe, même ceux qui sont caractérisés comme des 'sujets féminins' ; ils nous concernent tous*", souligne Rosie Ismail, rédactrice associée aux *New Straits Times* (Malaisie). Pamela Bone, journaliste au journal australien *The Age*, renchérit : "*Tous les sujets peuvent être considérés comme des sujets féminins. Les femmes s'intéressent à la politique, au football, à la bourse, aux droits de l'homme, à l'environnement, nous sommes persuadés que de nombreuses femmes s'intéressent aux mêmes sujets que les hommes.*"

23



L'approche " féminine "

Chaque thème traité, bien qu'"asexué" au départ, quant à son contenu, pourrait " devenir sexué ", en fonction du genre de son auteur. Nous assistons ainsi à l'émergence de ce que nous appellerons " l'approche féminine " comme opposée/complémentaire à l'"approche



masculine”. Les femmes perçoivent-elles l’actualité d’une manière différente des hommes ? De nombreux journalistes répondent par l’affirmative.

Selon les résultats de cette étude, l’ “ approche féminine ” de l’actualité se présente essentiellement sous deux formes distinctes :

- Elle peut consister en un **choix différent des sujets** : ainsi les journalistes femmes traiteraient en priorité des sujets autres que ceux choisis et traités par leurs collègues hommes ;
- Elle peut également prendre la forme d’une **interprétation différente** de l’actualité. Tout en traitant le même sujet, les femmes journalistes insistent sur des éléments différents ; elles soulignent souvent l’importance des faits considérés par leurs collègues hommes comme insignifiants ; elles mettent en valeur le côté humain de l’actualité plutôt que les exigences de la société de consommation.

Rapporter l’actualité d’une façon qui sort du commun, mettant en valeur des thèmes et des éléments habituellement “ omis ” ou considérés comme secondaires, ne constitue pas, pour certains, une caractéristique exclusivement féminine. Rapporter l’actualité “ différemment ” serait symptomatique d’une sensibilité particulière, de ceux qui sont réceptifs aux sujets inhabituels, à l’affût d’une actualité dont ils pourraient exploiter les multiples facettes. C’est ce qu’affirme Libby Brookes, dans un article publié dans *The Guardian* (Royaume Uni), le 8 mars 2000 : “ ...les hommes et les femmes ne sont pas si différents qu’ils choisissent des programmes entièrement contradictoires - souvent il est plus question de sensibilité que de genre, plus d’un choix différent des thèmes à souligner que d’un remplacement complet de sujet. ”

Dans un discours prononcé à l’occasion de la Journée internationale de la femme, Monika Meta, l’épouse du Premier ministre albanais, a applaudi l’initiative du 8 mars. Elle a souligné qu’un plus grand nombre de femmes journalistes ne pourraient qu’améliorer la qualité des journaux albanais. Ces derniers, selon un article de *BBC News*, ont été souvent accusés de sensationnalisme et de manque d’intégrité. Les Albanais semblent partager cet avis ; répondant à des entrevues effectuées par la télévision publique TVSH, dans la rue, à l’occasion de la célébration de la Journée internationale de la femme, ils ont estimé qu’un plus grand nombre de femmes journalistes aux postes de décision pourraient contribuer à “ *une diminution du langage de haine et de violence qui marque aujourd’hui la presse* ”.

Manuela Salvi, rapporte les discussions auxquelles elle a participé avec ses collègues de la *Radio Suisse Romande*, à l’occasion du lancement de l’initiative du 8 mars. Cette dernière a provoqué des vifs débats au sein du journal. Certaines femmes journalistes de la station se sont distancées de la façon dont leurs collègues hommes rapportent l’actualité. “ *C’est vrai que lorsque je lis les articles économiques, parfois je me dis que j’aurais été plus concrète, plus didactique* ” a affirmé une journaliste de cette Radio. Une autre a ajouté que quand elle propose en réunion tel ou tel sujet qui lui semble important (par exemple des problèmes liés aux crèches ou au chevauchement des congés scolaires), on lui accorde souvent, en souriant, un emplacement de seconde zone. Comme l’affirme Manuela Salvi : “ *Ce que nous, les femmes, pouvons apporter au traitement de l’actualité ce sont d’autres priorités, d’autres valeurs, bref, d’autres choix.* ”. Cette dernière, se référant à son expérience de rédactrice en chef pour la *Radio Suisse Romande* pour le 8 mars, affirme : “ *Toute cette aventure a révélé mon ambivalence et celle de beaucoup*

de femmes, je crois, face au pouvoir. On veut faire autrement mais on ne sait pas si on doit être en opposition ou conquérir ce pouvoir. Une chose est sûre, c'est à nous, hommes ou femmes, de tout faire pour que ce débat-là se poursuive. ”

Le thème de l'approche “ féminine ” ou “ masculine ” laisse certains journalistes sceptiques. Tel est le cas d'une journaliste au journal indien *News Time*, qui s'interroge sur la *légitimité* d'une approche due au genre. Elle affirme que souvent, quand il s'agit de rapporter l'actualité, la différence entre la façon d'écrire d'une journaliste femme et d'un journaliste homme est quasi inexistante, car les journalistes de deux sexes ont évolué au sein d'un ensemble d'institutions largement dominé par des hommes. La structure patriarcale de ces dernières dicte et homogénéise en même temps la façon de rapporter l'actualité.

Rosnah Majid, qui a travaillé pendant vingt ans comme journaliste au *Utusan Malaysia* (Malaisie), partage ce sentiment. Elle affirme que le plus important lorsqu'on exerce le métier de journaliste est de faire preuve de *professionnalisme*, indépendamment du genre. “ *Du temps où je travaillais en tant que journaliste ”*, raconte-t-elle, “ *je n'ai jamais donné de l'importance au fait que j'étais une femme. J'étais une journaliste, un point c'est tout. C'était aussi pourquoi les hommes ne se plaignaient pas quand ils travaillaient avec moi ”* .

Ce point de vue révèle une autre facette du problème : faudrait-il laisser le genre influencer la façon de rapporter l'actualité ? Les journalistes femmes doivent-elles s'aligner sur les façons de rapporter établies et utilisées par leurs collègues hommes ? Étant donné que ce sont les hommes qui occupent la majorité des postes de prise de décision, est-ce qu'il faudrait adopter leur façon de faire ? Faudrait-il imiter leur façon de faire, adopter leurs pratiques, apprendre à choisir et à traiter les sujets qui *leur* semblent importants ? Ou faudrait-il, au contraire, donner libre cours à la “ sensibilité féminine ” lorsqu'il s'agit de traiter l'actualité et exiger le droit de s'exprimer différemment ?

La lecture des articles consacrés à l'initiative du 8 mars 2000 laisse apparaître l'existence de deux approches possibles. La première est celle qui privilégie un reportage “ neutre ”, “ objectif ”, où le genre de l'auteur ne rentre pas en jeu et n'influence donc pas sa façon de rapporter l'actualité. La seconde approche privilégie un reportage caractérisé du point de vue du genre, influencé par la “ sensibilité due au genre ” de son auteur. La deuxième approche privilégie ouvertement les journalistes femmes. Elle leur octroie le droit de choisir les sujets qui *leur* semblent intéressants et de s'exprimer d'une manière différente de celle de leurs collègues hommes. Elles évoluent ainsi parallèlement à ces derniers, sans refuser la collaboration, mais sans adopter pour autant la définition masculine de l'actualité.

C. Anyanwu, journaliste nigérienne travaillant au Cameroun, soulève la question du “ pouvoir de l'écriture ”, qui dans les mains de femmes devient “ *un instrument, un cri de révolte* ”. Elle met l'accent sur l'exclusion des filles camerounaises de pôles scientifiques et intellectuels, lors de leurs années scolaires, ce qui les prive de l'utilisation de l'écriture, dans un contexte journalistique, en tant que moyen de revendication. Selon Anyanwu, les journalistes hommes utilisent l'écriture à des fins différentes des journalistes femmes. Pour les premiers, l'écriture constitue un outil pour construire l'opinion, ou bien l'influencer. Pour les secondes, l'écriture devient un moyen d'expression, de revendication, mais “ *elle n'est pas élément de pouvoir ni de prétention à sa conquête* ”.



Si un sujet traité par les médias suscite un intérêt particulier auprès des femmes, cela signifie que son auteur possède une certaine “ sensibilité féminine ”, indépendamment de son sexe.

Les femmes peuvent-elles faire la différence dans les rédactions ?

Nous avons déjà évoqué le thème de la “ perception féminine ”, due à une sensibilité dite “ féminine ”, qui aurait tendance à privilégier le côté humain de l’actualité. Nombreux sont les journalistes qui sont persuadés de l’utilité de la “ spécificité féminine ” lorsqu’il s’agit de rapporter l’actualité.

Quels seraient les résultats concrets d’une plus grande participation des femmes dans les rédactions ? Dans un article paru le 8 mars 2000 dans *Le Messenger* (Cameroun), prenant en compte le nombre très réduit de journalistes camerounaises ayant des responsabilités éditoriales, C. Anyanwu exprime son pessimisme quant à la présence des femmes dans les hautes sphères des milieux journalistiques. *“Du strict point de vue de la liberté d’expression, si on la résumait à l’existence ou à la présence des femmes dans la presse écrite, le progrès aura été loin d’être significatif”*, affirme-t-elle.

Quels changements peut-on attendre d’une répartition plus équitable du pouvoir dans l’industrie médiatique ? En premier lieu certains sujets peu ou pas traités par des journalistes hommes pourraient se voir accorder une attention toute nouvelle. *“ Je suis sûre que s’il y avait davantage de femmes aux commandes, il n’y aurait pas d’images mettant en avant la sexualité, ni de sujets désobligeants envers les femmes”*, affirme Rosie Ismail du *New Straits Times* (Malaisie) qui ajoute que souvent, certains sujets sont abordés dans les rédactions parce que ce sont les *rédactrices* qui les font émerger en leur accordant une attention particulière.

26



Une présence plus importante des femmes dans les rédactions implique, selon les résultats de cette étude, des changements dans deux domaines importants :

-Premièrement, quand il s’agit de traiter l’actualité, plusieurs journalistes soutiennent que le point de vue féminin serait, dans certains cas, différent du point de vue masculin. Les femmes accordent davantage d’importance à certains thèmes “omis” ou traités rapidement par leurs collègues hommes.

-Deuxièmement, étant plus sensibles aux problèmes relatifs au genre, les femmes peuvent plus facilement déceler et donc rectifier, -si elles en ont le pouvoir -, les sous-entendus et les images sexistes concernant le sexe féminin, aperçus dans les articles ou les programmes télévisés. La presse écrite et audiovisuelle pourrait ainsi être le vecteur d’un nombre plus restreint d’images sexistes. *“ Avoir une femme aux commandes fera une différence car les femmes sont conscientes de tout ce qui est négatif les concernant et de ce fait elles feront le nécessaire pour assurer une représentation plus équitable. Nous aimerions voir davantage de femmes compétentes à des postes de décision et ce, dans toutes les sections du journal”*, affirme Datuk Ng Poh Tip, rédacteur en chef du groupe de presse indien *The Star*.



Ces résultats confirment ce qui a été évoqué précédemment concernant l'approche féminine. Certains professionnels des médias, bien qu'ils considèrent la pleine participation des femmes dans les rédactions et à des postes de décision, comme un impératif, se montrent cependant sceptiques, quant aux chances de réalisation d'une telle aspiration. Ils considèrent que son succès éventuel est sujet à des conditions. Tel est l'avis de Rosie Ismail, rédactrice associée au *New Straits Times* (Malaisie) : *“Ce serait une bonne idée d'avoir des femmes dans les rédactions, mais je ne pense pas que ça ferait une différence. Ce serait différent si nous étions tous, hommes et femmes, sensibilisés en ce qui concerne les problèmes dus au genre. Malheureusement, la plupart d'entre nous ne le sommes pas”*. Selon la journaliste, l'entière acceptation des femmes dans les postes de décision dépend pour beaucoup du niveau de sensibilisation des professionnels des médias aux problèmes du genre.



FEMMES DANS LES MÉDIAS : QUELS FREINS À L'EXERCICE DE LEUR MÉTIER ?

La structure de l'industrie médiatique

L'un des principaux obstacles à l'accès des femmes à des postes de décision est la hiérarchie de la majorité des sociétés de presse, ainsi que leur structure basée sur le modèle patriarcal. Les hommes occupant la quasi-totalité des postes de décision, les femmes réussissent à percer très difficilement. Shailaja Bajpai, critique des médias en Inde, soulève la question de la barrière de la structure patriarcale, qui entrave l'accès des journalistes femmes aux hautes sphères de la hiérarchie : *“ il n'y a aucune femme rédactrice en chef et très peu à des postes de prises de décision, non pas parce qu'elles ne sont pas capables d'accéder à de tels postes, mais parce que la structure de l'industrie médiatique rend leur accès impossible. ”*

Busakorn Suriyasarn, une journaliste thaïlandaise, se réfère à la barrière invisible à laquelle se heurtent les femmes qui travaillent à la télévision thaïlandaise : " Les hommes obtiennent des promotions beaucoup plus facilement que les femmes, malgré les qualifications et la longue expérience de ces dernières ". Selon la journaliste, pour accéder aux postes de décision les femmes doivent faire preuve de compétences et d'endurance exceptionnelles. Ammu Joseph, une journaliste indienne, affirme que l'entrée spectaculaire des femmes dans l'univers médiatique indien a créé la fausse impression d'un accès plus important des femmes journalistes aux postes de décision. Cependant, selon la journaliste, la majorité des femmes qui travaillent dans les médias occupent des positions subalternes et n'ont pratiquement aucun pouvoir de décision.

28



Non seulement l'inflexibilité de la structure patriarcale entrave l'accès des femmes aux hautes sphères de l'univers médiatique, mais elle constitue, souvent, une difficulté majeure pour celles qui exercent comme simples journalistes.

Fiona Araba Gibson, journaliste au *Ghana News Agency*, admet qu'exercer le métier de journaliste, dans un milieu dominé par des hommes, devient parfois particulièrement rude quand on est femme et mère. *“ On est censées travailler trois fois plus dur que nos collègues hommes pour que le rédacteur s'en aperçoive et qu'il nous récompense, ce qui n'est pas facile. ”* affirme-t-elle.

Nana Rosine Ngangoue, dans un article d'*Inter Press Service* (Afrique), souligne l'importance de l'androcratie dans l'univers médiatique des pays africains, ce qui entrave gravement l'accès des femmes au métier journalistique. *“ Le fait que plusieurs médias, notamment des journaux, sont dominés par des hommes qui n'ont aucune intention de céder le pouvoir aux femmes, reste un réel handicap pour les femmes journalistes. ”* Voici ce que déclare Titus Folly, rédacteur en chef du quotidien *L'Aurore*, au Bénin : *“ Je suis à la recherche, depuis plusieurs années, de*



femmes qui pourraient rejoindre notre équipe éditoriale mais je n'en trouve pas. De toute manière, même si je trouvais, je ne leur permettrais pas de prendre ma place: les femmes ne sont pas préparées pour jouer ce rôle. ” Les propos de Vincent Metonnou, directeur du quotidien béninois *La Cloche*, confirment ce qui a été dit précédemment : *“ Je ne suis pas prêt à laisser une femme assumer la responsabilité éditoriale, car aucune n'est capable de diriger une réunion de rédaction. ”* Peter Kumwenda, éditeur du journal *Champion*, au Malawi, renchérit, en affirmant que les difficultés que les femmes rencontrent dans le métier de journaliste au Malawi sont essentiellement dues à leur manque de compétences. Nana Rosine Ngangoue, considère ce type de raisonnement comme une “ excuse ” pour entraver l'entrée des femmes dans le milieu journalistique et souligne que ce type d'arguments sont partagés par la majorité des journalistes hommes interviewés dans des pays africains.

Les propos de Ropafadzo Mapimhidze, journaliste au plus grand quotidien de Zimbabwe, *The Herald*, illustrent bien la “ lutte ” quotidienne des femmes journalistes quand il s'agit d'affronter un environnement de travail majoritairement masculin et quelquefois hostile : *“ Il s'agit de se battre encore et toujours avec un homme, ou avec un autre. Mais nous gagnerons cette bataille. Il faudrait que l'on arrive à un point où nous pourrions coexister en tant que collègues. ”*

Selon le journal *Pioneer* (Inde), bien que des femmes journalistes fussent présentes auparavant dans les rédactions, leur entrée massive dans le métier s'effectue à partir des années soixante-dix. Leurs fonctions étaient jusque là limitées à quelques articles dans des magazines ou les suppléments culturels. Dans les années soixante, même les articles des principaux magazines féminins étaient rédigés par des hommes. A partir des années soixante-dix, les femmes exerçant le métier de journaliste sont de plus en plus nombreuses, cependant rares sont celles qui occupent des postes de direction.

Dans de nombreux cas, des femmes journalistes luttent pour avoir tout simplement le droit d'exercer leur métier au même titre que leurs confrères hommes. Quelques fois elles réussissent: seules leurs compétences professionnelles sont prises en compte et non pas leur genre. Dans un article du *Daily Nation* (Kenya), le journaliste Tom Maliti affirme que le statut des femmes journalistes s'est considérablement amélioré les dernières années. Bien que la structure des nombreuses entreprises reste patriarcale, plusieurs femmes ont réussi à percer et à s'imposer en tant que journalistes à part entière. *“ Il y a juste un secteur où les femmes ont bien réussi au Kenya : celui des médias. Les Kenyanes ont tracé leur chemin dans la publicité, les relations publiques, le marketing, ou la réalisation de films. En effet, de nombreuses femmes dans ces domaines sont considérées comme 'employées' et non comme 'employées femmes'. ”*

Cependant, comme l'affirme Akhila Shivdas, membre d'un grand groupe médiatique de l'Inde, l'initiative de l'UNESCO pourrait s'avérer bénéfique pour les sociétés médiatiques émergentes, faisant preuve d'une hiérarchie plus souple, souvent plate. Dans ce type de sociétés, il y aurait une plus grande visibilité des femmes journalistes et de ce qu'on appelle “ l'approche féminine ” de l'actualité.



La structure sociale

“ La structure sociale était jusqu’ici fondée sur la fausse supposition selon laquelle les femmes étaient moins capables et donc pas qualifiées pour participer à la prise des décisions au sein de la société ”, affirme Pamela Bone du journal australien *The Age*. Dans un article au *Daily Graphic* (Ghana), Hannah Hesse note que malgré tout l’intérêt et le challenge que le métier du journaliste peut offrir à une femme, il est souvent synonyme de problèmes. Parce que de nombreuses sociétés “ protègent ” les femmes des situations de conflit, ou de confrontation, qui pourraient leur être “ nuisibles ”. “ Le 8 mars signifie que tout compte fait, on est une minorité, peut-être une espèce en voie de disparition que la communauté internationale s’empresse soudain de protéger dans un élan de solidarité planétaire ”, affirme Narjis Rerhaye, du journal marocain *El Bayane*.

Ammou Joseph, une journaliste indienne, fait part de la disparité entre le nombre d’étudiantes en journalisme, en Inde, et celui des femmes qui s’orientent, après leurs études de communication, vers un emploi dans l’univers médiatique. Elle affirme Que., Ben Que. less étudiants en communication soient, pour moitié, des étudiantes, ces dernières lorsqu’elles sont à la recherche d’un emploi, décident souvent de s’orienter vers un autre secteur, notamment à cause des préjugés sociaux vis-à-vis des femmes qui exercent ce type de métiers.

La présidente de la *Ghana Journalists Association*, Gifty Affenyi-Dadzie, a lancé un appel aux journalistes masculins de son pays pour mettre fin à une “ protection ” exagérée à l’égard de leurs consœurs. Elle a également incité les responsables à assigner à ces dernières des tâches de la même nature que celles confiées aux hommes.

Alice Mouko, journaliste camerounaise, soulève le problème de la barrière imposée aux femmes journalistes par les sociétés traditionnelles africaines. Habituellement, le mot “ journaliste ” ne se conjugue pas au féminin. Ainsi toutes brillantes qu’elles aient été tout au long de leurs études, une fois sur le terrain, la désillusion les guette, désillusion souvent due au fonctionnement et aux croyances de la société traditionnelle au sein de laquelle elles évoluent. “ D’une manière générale, le Camerounais considère que ce n’est pas un métier pour une femme sérieuse, car une femme journaliste est exposée à toutes les tentations. De plus, elle est trop indépendante ”, souligne-t-elle.

Selon C. Anyanwu, journaliste nigérienne, des intérêts politiques entrent en jeu lorsqu’il s’agit de favoriser l’accès des femmes à des postes de décision au sein de la société camerounaise. Elle souligne que des mesures qui faciliteraient l’accès des femmes et la progression des femmes dans l’univers journalistique ne figurent pas parmi les priorités des principaux partis politiques : “ ...aucun volontarisme politique ne viendra corriger ce déterminisme socio-économique et rien ne sera fait pour encourager les femmes à entrer dans l’espace médiatique ”.

Il paraît donc difficile de persuader les sociétés à structures patriarcales de l’utilité d’une telle initiative. Leur mode de fonctionnement figé constitue un obstacle majeur à l’accès des femmes journalistes aux hautes sphères de l’industrie médiatique.

Le non-partage des tâches domestiques constitue un obstacle évoqué par de nombreuses journalistes. Vivre et gérer plusieurs vies à la fois semble être une réalité partagée par la majorité des femmes, dans différentes régions du monde. Accomplir la multitude des tâches qu'une telle réalité implique, constitue un travail laborieux, souvent subi de façon unilatérale. La charge familiale constitue non seulement une charge commune à la majorité des femmes, mais également un obstacle commun, quand il s'agit de s'investir et de s'imposer dans la sphère professionnelle. La conciliation de la vie privée et professionnelle s'avère souvent être une tâche ardue. Cette difficulté n'est pas due nécessairement à l'incapacité de femmes à gérer leurs deux vies avec succès. Plusieurs femmes actives avouent ne pas être suffisamment aidées et épaulées par les hommes, conjoints ou collègues.

Subir la charge familiale de manière unilatérale peut conduire à une impasse pour nombreuses femmes, qui peinent à concilier vie privée et vie professionnelle. Tel est le cas en Inde, où certaines études montrent que des femmes qui occupent des postes de décision dans l'univers médiatique se trouvent souvent obligées de renoncer à leurs ambitions professionnelles, quand la gestion de " plusieurs vies " devient un fardeau. Certaines ont réussi à trouver une solution intermédiaire pour réduire la pression : celle de journaliste free-lance, où l'absence des horaires imposées leur permet de mieux s'organiser.

La hiérarchisation des sujets traités

Un autre obstacle auquel plusieurs articles font référence est celui de l'opposition entre valeurs humaines et impératifs économiques. Cette opposition a des incidences non seulement sur l'accès des femmes journalistes à des postes de prise de décision, mais également sur la façon dont les femmes sont représentées dans les médias.

Dans le premier cas, les sujets plébiscités par les femmes journalistes/lectrices sont perçus, par leurs collègues hommes, comme des sujets présentant un intérêt pour une partie particulière du lectorat, en l'occurrence les femmes et les jeunes. Vandana Ramnani de *News Time* (Inde), souligne que souvent ce que les femmes perçoivent comme de l'actualité, est considéré, par les journalistes hommes, comme un " caprice ", manquant de sérieux.

L' " approche féminine " peut ainsi constituer un obstacle et contrecarrer les projets professionnels et l'accès des femmes journalistes aux postes de décision, dans la mesure où le fonctionnement de nombreuses entreprises médiatiques se fonde sur la façon masculine de rapporter et d'interpréter l'actualité. Pour certains, " rapporter comme un homme " pourrait être la devise des femmes journalistes qui voudraient avoir des chances de percer au sein de nombreuses structures journalistiques. Elles devraient, pour ce faire, mettre de côté toute préoccupation " féminine ", qui serait susceptible de nuire à la vie et la réussite professionnelle. " *Il y a des contraintes lorsqu'il s'agit du travail des femmes comme le fait de ne pas pouvoir rester très tard le soir ou de travailler à des heures indues. Nous devons également savoir que les journalistes femmes qui veulent réussir doivent sacrifier beaucoup de choses, comme la famille et leur temps libre. Je l'ai fait.* " (Rosnah Majid, *Utusan Malaysia*, Malaisie).



Le numéro de mars 1999 de *Marie-Claire* (France) déclare que le lectorat féminin se fait de plus en plus rare : si l'on croit les chiffres fournis par le magazine, 9% de femmes déclarent lire régulièrement les quotidiens contre 17% d'hommes. Ce que confirment certaines études récentes sur le lectorat féminin (Sylvie Debras, 2000) . Nicole Burette, dans un article à la *Libre Belgique*, s'interroge sur l'origine de cette pénurie concernant les lectrices de la presse écrite. Le manque de temps libre serait une des raisons principales qui éloigne les femmes de la lecture des journaux. “ *Quand on assume une double journée, on ne s'installe pas nécessairement dans le fauteuil pour lire 'Le Monde', en rentrant du bureau* ”, affirme Jean-François Kahn de l'hebdomadaire français *Marianne* (“ *Presse : les dames aux commandes* ”, *La Libre Belgique*, mars 2000). Selon Nicole Burette, des lectrices et des journalistes femmes interrogées sur la rareté du lectorat féminin évoquent aussi d'autres raisons : “ *La presse d'information générale serait encore trop marquée du sceau des sujets 'mâles' tant dans le choix des thèmes que dans la manière de les traiter. Les dames aspireraient parfois à plus de concret, davantage d'humour été une approche plus didactique.* ”

Une des journalistes femmes du journal *The Australian* (Australie), qui ont participé à l'opération, avoue avoir retrouvé, avec le numéro du 8 mars, le plaisir de la lecture. Ce numéro était, selon la même journaliste, de qualité supérieure et plus stimulant, au moins en ce qui concerne les sujets destinés aux femmes. “ *J'ai trouvé le journal intéressant et en phase avec ma vie quotidienne, pour la première fois les six derniers mois. J'ai pris du plaisir en le lisant* ”. Une autre a rajouté qu'il était considérablement meilleur comparé aux numéros habituels.

Pour quelle raison les “ sujets mâles ” seraient-ils privilégiés dans la presse ? Certains journalistes soutiennent que les sujets qui sont exclusivement destinés à un lectorat féminin sont susceptibles de provoquer une baisse des ventes. En reléguant au second rang les sujets dits “ féminins ”, on omet volontairement de s'adresser à une partie du lectorat. Or, ce même lectorat féminin semble être indispensable pour relancer les ventes. “ *Les ventes des journaux ont baissé considérablement ; une des façons de reconquérir le lectorat est de pouvoir recompter sur les femmes* ”, affirme Linda Christmas, ancienne correspondante du *Guardian* et du *Times*.

Le *Times Records News* (Wichita Falls, États-Unis), soulève également le problème de la ségrégation du lectorat, en ce qu'elle est, elle-même, le résultat d'une différenciation “ consciente ” des sujets traités. Il affirme que traiter des sujets “ féminins ” non seulement n'enlève rien à la qualité du journal, mais rend, au contraire, le contenu du journal plus attrayant. “ *Traditionnellement, les femmes ne sont pas des lectrices assidues des journaux. Ces derniers s'adressent aux hommes, tandis que dans les rédactions on se bat pour trouver un moyen de reconquérir et d'accroître le lectorat féminin - ce qui rend les journaux actuels beaucoup plus intéressants* ”.

La «ghettoisation» des femmes journalistes

Un autre obstacle dont les articles étudiés font part concerne non pas l'accès des journalistes femmes dans les hautes sphères du métier, mais leur “ ghettoisation ” par rapport aux



sujets traités. Les femmes seraient plus proches des genres journalistiques “soft”, laissant le traitement des sujets plus sérieux à leurs collègues hommes. “*Est-ce que cela signifie que les femmes se sentent plus compétentes quand il s’agit de traiter des sujets ‘soft’ que des ‘vrais sujets’ ?*”, s’interroge Sidharth Bhatia (*Pioneer*, Inde). La situation ne semble pas être très différente au Cameroun : “*Les femmes seront plus ‘présentatrices’ de l’information que journalistes de télévision, elles deviendront plus vite animatrices de radio que chroniqueuses de quotidien*” note la journaliste C. Anyanwu.

Quelle est l’origine de cette “ghettoïsation” ? Les femmes se sentent-elles réellement plus compétentes quand elles abordent de sujets “de société”, ou elles sont reléguées dans ce type de reportage par leurs confrères ? Nous nous sommes interrogés sur l’origine et les raisons de cette “ghettoïsation” - serait-ce les hommes ou les femmes elles-mêmes qui provoqueraient ce phénomène ? Certains journalistes, tant hommes que femmes, pensent que dans certains cas, ce sont les femmes elles-mêmes qui génèrent - consciemment ou inconsciemment - ce phénomène. Dans un article du *Messenger* (Cameroun) à l’occasion de la célébration du 8 mars, Alice Mouko écrit : “*Quand les femmes peuvent avoir accès à certaines fonctions, force est de reconnaître qu’elles se contentent très souvent des reportages en milieu urbain. Quand il s’agit de faire des analyses, de rédiger des papiers de fond, elles abandonnent les micros et les plateaux aux hommes*”. La journaliste a effectué une étude sur l’absence des femmes de certains types de postes, notamment de postes de prise de décision, dans les médias africains. Les conclusions de cette étude nous donnent un bref aperçu des difficultés que les femmes journalistes peuvent rencontrer dans leur lieu de travail et qui les relèguent souvent au second rang. Les obstacles les plus importants, selon cette étude, sont :

- Le manque de confiance de femmes quant à leurs compétences professionnelles
- La charge familiale -le plus souvent subie de façon unilatérale-, qui empêche les femmes de se consacrer pleinement à leur activité professionnelle et accepter ses contraintes.

Selon l’auteur de cette étude, ces difficultés majeures accompagnées de bien d’autres, découragent plusieurs femmes journalistes, qui n’entretiennent plus d’illusion quant à leur progression. “*Sorties de l’école, elles n’éprouvent plus le besoin d’apprendre, ne prennent aucune initiative et se comportent en employées exécutant les tâches que leur attribue la grille des programmes*”. Ce découragement contribue à ce que le domaine journalistique reste un bastion masculin par excellence, où les femmes se voient souvent attribuer le traitement des sujets “soft”.

Malgré tous les obstacles évoqués plus haut, les femmes journalistes se battent quotidiennement pour pouvoir s’exprimer à leur façon et se frayer un chemin vers les sphères du métier que leur sont jusqu’ici interdites. “*Il faut remarquer*”, conclut la rédactrice d’un jour du *Progrès* du Bénin, “*qu’il y en a parmi nous qui, chaque jour qui passe, ne se lassent de faire leurs preuves. Et mon souhait est que ces exemples se multiplient ; ce sera, à mon avis, le meilleur moyen de donner de la voix à la voix de la femme*”.



SUGGESTIONS DES SPECIALISTES DES MÉDIAS QUI ONT PARTICIPE A L'OPÉRATION

Nous livrons ci-dessous certaines propositions faites par des journalistes qui ont participé à l'initiative, qui visent :

- l'amélioration du statut professionnel de la femme qui travaille dans les médias
- la diminution des représentations sexistes des femmes dans les médias.

Suggestions concernant l'amélioration du statut des femmes dans les médias

Nous avons évoqué les difficultés que les journalistes femmes rencontrent pour accéder aux hautes sphères de la hiérarchie dans les entreprises médiatiques. Plusieurs articles montrent que ces difficultés sont particulièrement dues au manque de souplesse des structures patriarcales de ces entreprises. Nous avons également fait allusion aux structures plus récentes qui, souvent pourvues d'une hiérarchie plate, facilitent l'accès des femmes aux postes de prise de décision.

Dans cette dernière catégorie un "nouveau" type de médias vient s'insérer. Il s'agit des **médias électroniques**, qui annoncent une ère nouvelle concernant l'accès des femmes à des postes de responsabilité. " *L'Internet fournit des opportunités qui n'existaient pas jusque là. World Women News est un journal électronique qui, même s'il est dirigé par et ayant comme cible de femmes, compte également des journalistes hommes. Plusieurs autres magazines et journaux électroniques dirigés par des femmes vont bientôt émerger, au fur et à mesure que l'Internet devient de plus en plus populaire* " affirme une journaliste du *Pioneer* (Inde). Reste aux femmes d'exploiter au maximum toutes les possibilités qu'offre ce nouveau type de média, afin de se libérer des pressions et des obstacles générés par la hiérarchie médiatique traditionnelle.

L'intérêt que présente pour les femmes journalistes le développement des médias électroniques est reconnu par l'Organisation internationale du travail (OIT), agence spécialisée des Nations Unies. Dans un rapport de cette Organisation préparé pour une conférence sur les nouvelles technologies à Genève, l'accent est mis sur les nouveaux horizons que ces dernières ouvrent aux femmes professionnelles des médias. L'Internet offre, en effet, de nombreuses possibilités d'emploi aux femmes journalistes, leur permettant de se faire connaître dans les milieux médiatiques, grâce notamment à des nombreuses opportunités de travail " free lance ", travail davantage plébiscité par les femmes que par les hommes. Les nouvelles technologies permettraient ainsi aux femmes de devenir plus visibles dans l'univers médiatique. " *La révolution Internet diminue l'écart entre hommes et femmes*



journalistes mais elle pourrait élargir celui entre pays riches et pays pauvres ”, souligne le rapport. Selon ce même rapport, “ les nouvelles technologies ouvrent des portes à un nombre croissant de femmes, mais uniquement dans les pays industrialisés. ”

Des **programmes de formations** semblent être indispensables pour l'amélioration de la place des femmes au sein de l'univers médiatique. Le besoin de mettre ses connaissances professionnelles à jour est reconnu par de nombreux journalistes, hommes et femmes qui considèrent qu'il s'agit là de l'unique moyen de lutter contre la discrimination vis-à-vis des femmes, en milieu professionnel. Le manque de programmes de formation destinés aux femmes a pour résultat l'absence de ces dernières de postes de prise de décision. C'est justement là où les femmes pourraient faire que leur voix soit entendue et que la diversité des rôles féminins soit fidèlement représentée par les médias.

Patrick Nussbaum (*Radio Suisse Romande*), admet qu'il y a un besoin urgent de formation des femmes journalistes et déclare avoir déjà pris les mesures nécessaires pour l'organisation des formations dans son journal. “ *Pour aider à concrétiser cela {une femme rédactrice en chef du journal}, depuis deux ans et en collaboration avec le département des ressources humaines, nous avons mis sur pied un cours de sensibilisation pour les femmes, afin de leur faciliter l'accès à certaines formations, notamment en gestion ”*, affirme-t-il.

De nombreux professionnels des médias ont également souligné, lors des conférences internationales sur le statut de la femme journaliste dans différentes régions du monde, la nécessité et l'utilité de **programmes de formation** pour les femmes journalistes. Ils ont particulièrement insisté sur le besoin de former les jeunes journalistes aux nouvelles technologies de la communication et de l'information, afin qu'elles puissent mieux s'adapter aux nouveautés et aux changements imposés par le développement accéléré des nouvelles technologies). L'importance des programmes de formation pour les femmes journalistes est également mis en évidence par le *West African Media Network* (WAMNET), qui insiste sur la nécessité de proposer aux femmes des formations relatives à la gestion des entreprises médiatiques, ainsi que de les familiariser aux responsabilités inhérentes aux postes de décision.

35

La notion de **formation à la prise de conscience des questions du genre** (“ gender sensitive training ”), fait souvent surface au cours des réunions des professionnels des médias consacrées aux mesures à prendre en vue d'une plus grande visibilité des femmes dans les médias. Offrir ce type de formation aux différents personnels de l'univers médiatique paraît actuellement comme une nécessité absolue. Bénéficier de ce type de formation pourrait contribuer à une meilleure reconnaissance et acceptation de l'“ approche féminine ”, ainsi qu'à une plus grande “ tolérance ”, de la part des journalistes hommes, des sujets “féminins ”. Ce type de formation s'imposerait également aux formateurs. Carla Bennett, professeur en communication de masse (Texas, États-Unis) souligne l'importance de l'initiation des formateurs à l'approche spécifique par genre. Elle affirme que puisque ce sont des hommes qui forment la majorité des femmes, ces dernières ont appris à penser comme eux. Il ne s'agit pourtant pas d'une façon de penser qui leur est propre.

La volonté d'une plus grande sensibilisation et d'une prise de conscience concernant les problèmes dus au genre semble être largement partagée. Il s'agirait même d'une priorité absolue, si l'on vise à atteindre une équité réelle dans les rédactions. “ *Nous devons sensibiliser nos*



reporters, rédacteurs et rédacteurs adjoints, hommes et femmes, aux problèmes relatifs au genre, dans le but d'avoir une représentation plus équitable de la femme (dans les médias). ” (Datuk Ng Poh Tip, rédacteur en chef du groupe de presse indien *The Star*).

La revue *Media and Gender Monitor* incite les écoles, les associations féminines, ou encore les ONG, à lancer des initiatives et à prendre les mesures nécessaires pour rendre les récepteurs des messages médiatiques, hommes et femmes, plus critiques vis-à-vis de la production médiatique, notamment des représentations stéréotypées des sexes.

Pour rendre les femmes plus visibles dans les médias, la réalisation et la diffusion des nombreuses études statistiques les concernant semblent être nécessaires, afin de mieux s'informer sur le statut des femmes journalistes dans différentes régions du monde. La **création des réseaux internationaux** constitue également un élément essentiel pour promouvoir l'échange entre professionnel(le)s des médias. Il serait un moyen d'initier les rencontres, ainsi que le partage des idées, des expériences et des suggestions sur leur métier.

Certaines femmes journalistes estiment qu'il incombe aux femmes elles-mêmes de fournir des efforts supplémentaires pour avancer et s'imposer dans les milieux médiatiques, en surmontant les obstacles sociaux et familiaux. Tout en reconnaissant les divergences d'idées et de façons de faire qui apparaissent sur le lieu de travail, elles devraient faire en sorte que le " point de vue féminin " devienne légitime et pleinement accepté. Les propos de Lucy Brown, directrice de *GTV* (Ghana), vont dans cette direction : " *A mon avis le fait que les hommes ont déjà trouvé leur place dans la profession constitue un défi [pour les femmes]. Il nous incombe à nous, les femmes, de continuer à nous battre contre les inégalités, l'autocensure et l'apitoiement sur nous-mêmes et de pousser de l'avant pour faire avancer les femmes.* ”

Une journaliste au *Matin* (Maroc), affirme que devenir rédactrice en chef pour un jour devrait constituer, pour les femmes journalistes qui ont participé, une motivation supplémentaire, dans leurs efforts pour briser la barrière invisible sur le lieu de travail. Une journée " aux commandes " ne saurait suffire, car même si elles ont eu l'opportunité de prouver leur talent, l'arrêt définitif de l'opération réduirait considérablement les résultats positifs. Il faudrait dépasser le stade expérimental pour que les femmes soient acceptées au sein des rédactions en tant qu'égales, sans être en permanence scrutées et supervisées par leurs confrères. " *Il revient aux femmes, en cette journée qui leur est dédiée, de faire du contexte un prétexte pour faire en sorte que cette journée du 8 mars ne soit pas seulement une journée anniversaire où tout est permis pour la journaliste sous l'œil indulgent et " amusé " de ses confrères, mais un véritable point de départ pour une nouvelle conception du rôle de la femme dans la production de l'information.* ”

L'Agence de Presse Tunisienne (TAP) qui a confié, le 8 mars, l'entière responsabilité de la rédaction à une femme, a précisé qu'elle applique, de façon permanente, un " job-sharing " : quatre personnes se partagent les tâches de la rédaction, dont une femme. Ceci pourrait constituer un exemple pour d'autres entreprises médiatiques, qui hésiteraient à nommer une femme, de façon permanente, à des postes de décision. Le partage des tâches, avec des collègues hommes, pourrait constituer un premier pas vers les postes de décision. Il pourrait également servir de " garde-fou ", pour ceux qui ne sont pas encore convaincus des compétences des certaines femmes journalistes. Ces dernières feraient ainsi preuve de leurs capacités, tout en se formant aux méthodes et aux façons de faire dans les rédactions.



Fatima Boutarkha, dans un article de l'Agence de Presse Marocaine (MAP), estime qu'il incombe à l'Etat d'épauler les femmes journalistes, dans leur effort de s'imposer au sein de l'univers médiatique. Elle souligne qu'une telle aide, notamment des **facilités financières** pour que les femmes puissent créer leurs propres publications, serait un élément particulièrement encourageant. En effet, même si de nombreuses journalistes se sentent motivées pour entreprendre une telle tâche et créer leur propre entreprise médiatique, les difficultés financières, souvent prohibitives, entravent leurs ambitions.

Alison Ofotalu du *Fiji Times* écrit : *“ L'avenir des femmes ne se limite pas à écrire des livres, à installer des ordinateurs et à manifester dans la capitale. Les femmes des campagnes ne tireront aucun parti de ce genre d'activité. Les femmes commenceront à acquérir de nouveaux pouvoirs uniquement lorsqu'on se concentrera sur la façon dont elles peuvent améliorer leur vie par elles-mêmes. Les programmes doivent permettre aux femmes d'obtenir de petits crédits pour qu'elles fassent leurs propres affaires, qu'elles approfondissent leurs connaissances et qu'elles exploitent leur créativité. Les femmes méritent le respect, un niveau de vie décent et des opportunités égales à celles des hommes ”.*

Suggestions concernant la diminution des représentations sexistes dans les médias

Peu nombreuses sont les suggestions des journalistes concernant une représentation non sexiste des femmes (et des hommes) dans les médias. Ceux et celles qui ont fait allusion à ce sujet estiment qu'un plus grand nombre de femmes journalistes dans des postes de décision pourrait avoir pour résultat une diminution sensible des stéréotypes sexistes dans les médias.

Comme nous l'avons évoqué plus haut, de nombreux spécialistes des médias établissent une relation directe entre le nombre de dirigeantes dans l'univers médiatique, et celui du nombre d'images sexistes des femmes. Les femmes qui travaillent dans les médias sont, selon Tina Aforo Yeboah, journaliste au *Ghanaian Times*, en grande partie responsables du futur des représentations des femmes dans les médias. C'est à elles de fournir un effort pour garantir des images des femmes plus positives, plus proches de la réalité et nettement moins sexistes.



EPILOGUE

Appréciation générale des résultats de l'initiative

L'initiative du 8 mars a donné l'occasion à nombreuses femmes journalistes de prouver ce dont elles étaient capables dans les rédactions. L'initiative leur a également donné l'occasion de s'initier à des responsabilités autres que celles qu'elles assument quotidiennement ; elle leur a permis de mieux apprécier le travail du rédacteur en chef et de renforcer leurs motivations quant à l'évolution de leur carrière. Ce qui est déterminant concernant cette expérience, est le fait qu'elle a constitué un événement déclencheur qui a conduit à une **démystification** et même à une **démythification** de la rédaction en chef. Les femmes qui ont pris les commandes, le temps d'une journée, ont " découvert " qu'elles étaient suffisamment compétentes pour assumer la charge éditoriale. Leurs connaissances des responsabilités de la rédaction en chef, se sont, grâce à l'initiative, précisées. L'opacité quant aux responsabilités et aux qualités requises pour ce poste, - opacité savamment entretenue par leurs confrères - s'est dissipée. Elles se sont ainsi aperçu que " c'était possible ".

De nombreuses journalistes ont exprimé leur satisfaction quant à leurs " responsabilités d'un jour " en assurant qu'il s'agissait, pour elles, d'un réel défi qu'elles ont pu relever. Tel est l'avis de Hawa Ba, journaliste au *Sud Quotidien* (Afrique), qui caractérise son expérience de rédactrice en chef d'un jour comme exaltante et rassure ses collègues femmes quant aux capacités féminines lorsqu'il s'agit d'assumer la rédaction en chef et autres postes de responsabilités : *" En passant je peux dire ceci à mes consœurs : refusez la mystification savamment entretenue autour du management d'une rédaction. Ce qui est possible pour l'homme, l'est également pour la femme. Allez donc à la conquête des responsabilités dans vos organes respectifs. "*

38



Cette expérience a eu, dans certains cas, un caractère formateur pour les journalistes plus jeunes. Tel a été le cas de l'hebdomadaire canadien *Le Rimouskois*. Marie-Hélène Gauvin, rédactrice en chef pour la journée du 8 mars, a eu l'occasion de se former sur la façon de faire et les méthodes à employer pour assurer la rédaction en chef de son journal. Cette formation, aussi exceptionnelle qu'originale, a duré une semaine et lui a permis de se familiariser avec toutes les étapes de la conception d'un journal et d'apprécier les responsabilités de ce poste. *" Les gens qui y œuvrent apprennent tellement des choses, chaque jour et vite. Le travail de rédaction est passionnant, mais aussi frustrant, surtout quand la nouvelle ne passe pas. C'est un travail exigeant, qui demande du temps et qui comporte bien des tourments, mais aussi des grandes satisfactions. J'ai beaucoup apprécié. "*

Au Ghana, les résultats de l'opération du 8 mars ont été caractérisés comme un " franc succès ". En prenant les commandes pour un jour, les journalistes femmes ont démontré que " c'était possible ". *" Il est clair que le 8 mars va rester dans notre mémoire comme un point important dans le domaine du genre, au Ghana. Pour une fois, les journalistes ghanéennes ont soutenu la Journée internationale de la femme avec la détermination des vainqueurs "*.



Malgré le nombre croissant des journalistes femmes partout dans le monde, leur accès aux postes de responsabilités et de décision reste encore largement entravé. L'initiative du 8 mars a révélé deux éléments essentiels :

- Le *talent* ainsi que les *capacités* des femmes journalistes, quand il s'agit d'assumer des responsabilités inhérentes aux postes de décision (ce qui a été confirmé lors de la prise de commandes par les femmes, le 8 mars 2000)
- Le *déséquilibre* qui règne dans les milieux médiatiques, en termes de dirigeants. Ce déséquilibre se manifeste à deux niveaux : entre femmes " simples journalistes " et femmes dirigeantes des entreprises médiatiques, mais également entre hommes et femmes journalistes à des postes de prise de décision. Malgré le nombre croissant de femmes dans les métiers journalistiques, les postes de prises de décision restent, dans leur majorité, réservés au sexe masculin.

La participation massive des journalistes femmes aux fonctions éditoriales, bien qu'elle soit couronnée de succès, a mis en exergue l'existence d'une barrière invisible dans l'univers médiatique. " *Il y a très peu de femmes rédactrices en chef dans le monde, même s'il y en a des milliers qui rendent compte de l'actualité difficile comme la guerre et autres conflits, pour les journaux et notamment pour la télévision* ", s'insurge Sidharth Bhatia du *Pioneer* (Inde).

Tel est également l'avis d'une journaliste au *Progrès* (Bénin), qui a assuré la rédaction en chef du journal, pour la journée du 8 mars. Elle confirme que la présence des femmes aux postes de direction de journaux est rare et elle s'interroge sur les origines éventuelles de ce déséquilibre. " *D'aucuns vous diront parce que le travail y est ardu. D'autres vous diront plutôt que les femmes journalistes préfèrent les médias audiovisuels qui offrent le plus de visibilité* ". Elle attribue ce déséquilibre à des " *causes historiques et lointaines* ", mais elle reconnaît que les barrières ont quelquefois pour origine les femmes elles-mêmes. " *[il y a] une certaine fuite de responsabilité chez certaines collègues lorsqu'il arrive qu'on leur propose des responsabilités, malgré toutes les compétences théoriques dont elles sont nanties* ". ■

Nikhat Kazmi, rédactrice en chef adjointe au *Times of India*, pour le 8 mars, soutient avec ferveur l'égalité entre hommes et femmes quand il s'agit d'occuper des postes de décision. Selon la journaliste, l'initiative de l'UNESCO a donné l'occasion de prouver à ceux qui sont sceptiques lorsqu'on parle d'égalité, que les postes de décision ne sont pas synonymes de "masculin". " *Une initiative qui a fait taire tous ceux qui croient que les hommes viennent de Mars et les femmes de Vénus. Car lorsqu'il s'agit de travail, l'anatomie ne constitue pas un facteur décisif.* " Selon la journaliste, l'unique chose qui compte lorsqu'il s'agit de travail, ce sont les capacités intellectuelles du journaliste et non pas son genre " *...le patron c'est l'IDÉE, l'origine de tout ce qui est grand et beau.* "

Certains journalistes ont exprimé leur espoir et leurs attentes quant à l'initiative elle-même, mais également quant à son prolongement. Lynn Dickerson, de *Times Records News* (Wichita Falls, États-Unis), estime que l'opération pourrait être l'occasion de renouer avec le lectorat féminin qui semble désertier les quotidiens dans plusieurs pays : " *J'espère que [l'initiative] contribuera à un meilleur journal, davantage à l'écoute des nos lectrices*". Selon le



même journal, la “ prise du pouvoir ” par des femmes journalistes, le 8 mars, s’inscrit dans le droit-fil de l’ascension d’autres femmes à des postes de responsabilités à Wichita Falls : une femme maire, une autre général des armées, ou encore une directrice d’école. L’initiative étant considérée comme un succès, le journal incite les entreprises, autres que médiatiques, à considérer leur adhésion éventuelle à celle-ci.

La volonté d’une prolongation de l’initiative

Nombreux sont les médias qui ont fait part de leur souhait concernant le prolongement de l’initiative. Les journalistes de *The Australian*, ravies du résultat de l’opération au sein de leur journal, ont affirmé qu’un prolongement de l’initiative serait parfaitement justifiée. “ *Le rédacteur en chef Michael Gawenda pourrait instaurer l’initiative de façon permanente* ”, notent-elles.

Bien que les résultats de l’opération puissent être considérés comme positifs, des professionnels des médias admettent qu’une opération plus durable permettrait de mieux apprécier les effets dans les rédactions. “ *La question que l’on se pose est : est-ce que nous avons appris quelque chose ?* ” s’interroge Lynn Dickerson, éditeur du *Times Records News* (Wichita Falls, États-Unis), qui a persuadé ses collègues de participer à l’initiative.

Gisele Glede, membre de l’équipe rédactionnelle du *Point au Quotidien* (Bénin), a expliqué qu’elle prendrait son travail de rédactrice en chef plus au sérieux si elle avait la responsabilité éditoriale de manière permanente. Elle a exprimé son souhait d’une poursuite de l’initiative, pour une durée plus longue. “ *C’est un début et j’apprécie cela. Mais nous devrions aller au-delà d’une unique journée, sinon c’est comme si on jouait un rôle dans une pièce*”, ajoute-t-elle.

40



Dressant le bilan de la “ journée femme ” dans les rédactions, Patrick Nussbaum, directeur de l’information de la *Radio Suisse Romande*, affirme à son tour : “ *Il faut poursuivre le débat pour que tout cela ne retombe pas comme un soufflé.* ”

Les journalistes de *The Times of India*, affirme Latika Padgaonkar (Unesco), réfléchissent sur la possibilité de réitérer l’initiative en mars prochain, en confiant la rédaction en chef à une femme, non pas pour un jour mais pour une semaine.



ANNEXE I

Présentation du rapport

Méthodologie

Nous avons examiné, dans le cadre de notre analyse, des données communicationnelles variées - articles parus dans la presse et sur des sites Internet, d'autres publiés dans des périodiques spécialisés, les rapports des bureaux régionaux de l'UNESCO, ainsi que des correspondances diverses provenant de différentes parties du monde (lettres, courriers électroniques, etc.) Seuls ont été retenus les articles qui commentaient l'initiative de l'UNESCO, fournissant des informations sur le déroulement de l'opération, ou faisant part des sentiments que cette dernière a suscités. Les articles qui faisaient, tout simplement, allusion à l'appel du Directeur général de l'UNESCO, n'ont pas été pris en considération, ni d'ailleurs ceux qui se référaient uniquement à la célébration de la journée internationale de la femme.

La présentation des réactions des médias a été étayée par des informations sur le statut des femmes travaillant dans les médias, que nous avons puisé dans des travaux de chercheurs qui se sont penchés sur ce sujet.

Pour calculer le nombre des médias qui ont participé à l'opération, nous nous sommes fondés sur la *liste des médias enregistrés* au site Internet dédié à l'initiative (cf. annexes). Cette liste a été enrichie de noms de ceux qui, sans être enregistrés, nous ont fait parvenir des articles, des commentaires et des rapports relatifs à l'initiative. Comme nous l'avons indiqué plus haut, selon les informations que nous possédons, nous estimons que le nombre de médias qui ont participé à l'initiative s'élève à **1016**, provenant de **56 pays** différents.

Certains médias ne se sont pas contentés de laisser la rédaction en chef à une seule journaliste : ils ont confié de responsabilités éditoriales à plusieurs femmes. Tel est notamment le cas de nombreux quotidiens, où plusieurs femmes ont assuré la direction de différentes sections de leur journal (cf. *The Age*, Australie). Dans ce dernier cas, ils nous ont communiqué la liste des femmes qui ont "changé de poste" le temps d'une journée. Bien que certains médias ont confié la responsabilité éditoriale à une seule femme, pour d'autres, le nombre de femmes aux commandes pour la journée a été de 11. Nous pouvons considérer que dans chaque média participant et en moyenne, le nombre de femmes qui ont eu des responsabilités éditoriales, s'élève à cinq environ.

Pour procéder à l'analyse des articles recueillis, nous nous proposons d'utiliser la méthode **d'analyse de contenu qualitative** ou "évaluation du contenu". C'est une méthode habituellement utilisée quand il s'agit d'observation documentaire -notamment de données communicationnelles - et qui permet leur évaluation globale. En ce qui concerne ce type

d'analyse “ *son souci est de rechercher la signification du document, aussi bien la signification évidente que la signification implicite.* ” (Loubet del Bayle 1989). Ceci consiste à déceler les lignes directrices du document, les idées principales, ainsi que leur articulation. On distinguera les idées principales des idées secondaires en étudiant la structure du texte. On créera enfin des catégories des thèmes traités.

Nous allons déceler les thèmes principaux concernant le statut et l'image de femmes dans les médias, en répondant aux questions de recherche citées ci-dessous.

Questions de recherche

Pour répondre aux objectifs de l'étude nous nous proposons de répondre aux questions suivantes :

- Quels sont les dispositifs, qui ont été mis en place dans l'univers médiatique, le 8 mars 2000, dans le but de répondre à l'initiative lancée par le Directeur général (réunions, décisions particulières, programmation spéciale dans les médias etc.) ;
- Quelles informations les différents médias nous fournissent-ils concernant la place des femmes dans l'industrie médiatique de leur pays (obstacles, améliorations, volontés politiques, contexte social et familial, etc.) Y-a-t-il des cas où les femmes détiennent des postes de décision dans l'univers des médias ? Les énumérer, donner des exemples ;
- Quel est le sentiment des professionnels de médias sur la place que les femmes occupent actuellement dans ce secteur ?
- Quelles sont les suggestions faites dans le but d'améliorer le statut des femmes journalistes ?
- Y-a-t-il des suggestions concrètes, de la part des médias, concernant l'avenir de cette initiative ? Lesquelles ?
- - Quels sont les médias qui ont répondu à l'appel du Directeur général (presse, télévision, Internet, etc.) Y-a-t-il absence totale ou significative de certains types de médias ? De certaines régions ? Pourquoi ?

42

Nous allons ensuite organiser les informations recueillies en unités thématiques, dont la structure se dessinerait comme suit :

- Pourquoi une initiative sur l'égalité des chances dans les médias ?
- Les réactions (positives et négatives) des médias au lancement de l'initiative ;
- Les thèmes mis en exergue à l'occasion de l'initiative du 8 mars 2000
- La “ spécificité féminine ”
- Les obstacles rencontrés par les femmes journalistes sur le lieu de travail
- Suggestions des professionnel(le)s des médias
- Appréciation générale de résultats de l'initiative



Limites du rapport

L'initiative de l'UNESCO a suscité un grand nombre de réponses de la part des différents types de médias, partout dans le monde. Nous avons étudié la totalité des informations qui nous sont parvenues, dans le but de déceler les principales réactions et idées que cette initiative a suscitées. Le présent rapport constitue une première étape qui fait partie du travail d'analyse approfondie entreprise par l'UNESCO, dans le but d'exploiter toute la richesse des informations parvenues concernant le statut des femmes journalistes. Le présent rapport constitue un panorama des réponses et des réactions que nous avons recueillies, dans le but de donner au lecteur un aperçu sur la façon dont cette initiative a été accueillie dans l'univers médiatique. Nous ne prétendons pas à une réflexion approfondie sur le statut de la femme journaliste dans différentes régions du monde: nous nous sommes donnés comme objectif, pour cette première phase de l'analyse, de procéder uniquement à une présentation des réactions consécutives à l'initiative du 8 mars. Par conséquent, nous ne procédons pas à une comparaison entre différents pays ou régions concernant le statut des femmes qui travaillent dans les médias. Notre but est de fournir un premier rapport qui réunit des réponses, des réactions, mais également des témoignages des journalistes femmes qui ont tenu, le temps d'une journée, le rôle de rédactrice en chef dans leur organisation.

Nous présentons des faits ainsi que des réactions, des suggestions et des idées, qui ont été le résultat du lancement de cette initiative et qui proviennent de journalistes, hommes et femmes. Il s'agit des observations, qui informent sur les obstacles ou les réussites des femmes journalistes dans l'industrie médiatique contemporaine. Elles nous renseignent également sur les relations que ces dernières entretiennent avec leurs collègues hommes sur le lieu de travail et sur la perception des hommes journalistes concernant le statut de leurs collègues féminines.



ANNEXE II

Liste des médias enregistrés qui ont participé à l'opération (par régions)

Presse écrite	Région	Pays
Les Échos du Jour	Afrique	Bénin
Quotidien le Progrès	Afrique	Bénin
La Nouvelle Expression	Afrique	Cameroun
Le Messenger	Afrique	Cameroun
Daily Graphic	Afrique	Ghana
The Ghanaian Times	Afrique	Ghana
The Daily Nation	Afrique	Kenya
L'Essor	Afrique	Mali
The Namibian	Afrique	Namibie
Le Soleil de Dakar	Afrique	Sénégal
Erraye El Am	Afrique	Soudan
Monitor	Afrique	Ouganda
Cités Nouvelles	Amérique du Nord	Canada
Hebdo Charlevoisien	Amérique du Nord	Canada
L'Avant-Poste	Amérique du Nord	Canada
L'Écho Abiticien	Amérique du Nord	Canada
L'Écho de la Lièvre	Amérique du Nord	Canada
L'Étoile du Lac	Amérique du Nord	Canada
La Gazette	Amérique du Nord	Canada
La Nouvelle de Sherbrooke	Amérique du Nord	Canada
La Revue de Terrebonne	Amérique du Nord	Canada
Le Bulletin	Amérique du Nord	Canada
Le Courrier de Ste-Hyacinthe	Amérique du Nord	Canada
Le Journal de Chambly	Amérique du Nord	Canada
Le Lac St-Jean	Amérique du Nord	Canada
Le Mirabel	Amérique du Nord	Canada
Objectif Plein-Jour	Amérique du Nord	Canada
Progrès Écho Dimanche	Amérique du Nord	Canada
Wichita Falls Times Record News	Amérique du Nord	États-Unis
Mujer Emprendedora	Amérique Latine	Argentine
El Deber	Amérique Latine	Bolivie
El Diario	Amérique Latine	Bolivie
El Mundo	Amérique Latine	Bolivie
El Nuevo Día	Amérique Latine	Bolivie



La Estrella del Oriente	Amérique Latine	Bolivie
La Prensa	Amérique Latine	Bolivie
La Razón	Amérique Latine	Bolivie
Presencia	Amérique Latine	Bolivie
Ultima Hora	Amérique Latine	Bolivie
Correio Braziliene	Amérique Latine	Brésil
Trinidad Guardian	Amérique Latine	Trinidad
La Republica	Amérique Latine	Uruguay
Semanario La Voz De Young	Amérique Latine	Uruguay
El Universal	Amérique Latine	Venezuela
Khalg gazeti	Asie	Azerbaïdjan
China Women's News	Asie	Chine
Fiji's Daily Post	Asie	Iles Fidji
Central Chronicle	Asie	Inde
Magic Pot	Asie	Inde
Malayala Manorama Daily	Asie	Inde
Mangalam	Asie	Inde
Navabharat	Asie	Inde
The Pioneer	Asie	Inde
The Times of India	Asie	Inde
Chuiskie izvestiya	Asie	Kirghistan
Erkin Too	Asie	Kirghistan
RIF	Asie	Kirghistan
The Times Central Asia	Asie	Kirghistan
Utro Bishkeka	Asie	Kirghistan
Vecherniy Bishkek	Asie	Kirghistan
The Age	Australie	Australie
The Australian	Australie	Australie
55	Europe	Albanie
Albania	Europe	Albanie
Gazeta Shqiptare	Europe	Albanie
Shekulli	Europe	Albanie
Sporti	Europe	Albanie
Zeri i Popullit	Europe	Albanie
Le Soir	Europe	Belgique
The Malta Independent	Europe	Malte
Vårt Land	Europe	Norvège
Ouralsky Rabotchy	Europe	Russie
Rossiyskaya Gazeta	Europe	Russie
Vetcherniy Ekaterinbourg	Europe	Russie
Iluita obrera	Europe	Espagne
Luz y Taquígrafos	Europe	Espagne
Assaoura	Pays arabes	Irak
Ad-Dustour	Pays arabes	Jordanie



Al Ra'i	Pays arabes	Jordanie
El Arab El Yaoum / Al Arab Al-Yawm	Pays arabes	Jordanie
El Biled	Pays arabes	Jordanie
El Hadeth	Pays arabes	Jordanie
Jordan Times	Pays arabes	Jordanie
Al-Oula	Pays arabes	Koweït
Aisha	Pays arabes	Qatar
Achourouk / Echourouk	Pays arabes	Tunisie
Agence Tunis Afrique Presse	Pays arabes	Tunisie
Akhbar Echabeb	Pays arabes	Tunisie
Assabah	Pays arabes	Tunisie
Assahafa	Pays arabes	Tunisie
EL Hourria	Pays arabes	Tunisie
Essahafa	Pays arabes	Tunisie
La Presse	Pays arabes	Tunisie
Le Renouveau	Pays arabes	Tunisie
Le Temps	Pays arabes	Tunisie
El Watan	Pays Arabes	Algérie
Le Soir d'Algérie	Pays Arabes	Algérie
Al-Ahram Hebdo	Pays Arabes	Égypte
Elkhammeis	Pays Arabes	Égypte
Al Ahdath al Maghribia	Pays Arabes	Maroc

46



Radio	Région	Pays
Intercom (educational)	Afrique	Afrique du Sud
SABC (educational)	Afrique	Afrique du Sud
RTS	Afrique	Sénégal
Sud FM	Afrique	Sénégal
Radio Tanzania Dar es salaam	Afrique	Tanzanie
Radio Nouveauté	Amérique du Nord	États-Unis
KCSB-FM	Amérique du Nord	États-Unis
KO.OP 91.7 fm	Amérique du Nord	États-Unis
FM Sol	Amérique Latine	Argentine
LV26 Radio, FM Libra, FM Toro	Amérique Latine	Argentine
Master FM	Amérique Latine	Argentine
Laser FM	Amérique Latine	Argentine
Radios Cristal y Cumbre	Amérique Latine	Bolivie
Panamericana	Amérique Latine	Bolivie
Fides	Amérique Latine	Bolivie
Radio Illimani	Amérique Latine	Bolivie
FM Cultura de Porto Alegre	Amérique Latine	Brésil



Radio USP	Amérique Latine	Brésil
Radio Nikoya	Asie	Indonésie
Radio +2	Europe	Albanie
Radio Publike	Europe	Albanie
Radio Kontakt	Europe	Albanie
Radio Campus-Quartier D'En Face	Europe	Belgique
Radio Arverne	Europe	France
Radio Orient	Europe	France
Cork Campus Radio	Europe	Irlande
Connemara Community Radio	Europe	Irlande
NRK Norwegian Broadcasting Corporation	Europe	Norvège
107 The Bridge	Europe	Royaume Uni
Radio Suisse Romande	Europe	Suisse
Radio LoRa	Europe	Suisse
Jordan Radio	Pays arabes	Jordanie
Light FM	Pays arabes	Liban
Radio Voice of Lebanon	Pays arabes	Liban
Radio Régionale de Sfax	Pays arabes	Tunisie
Radio Régionale de Monastir	Pays arabes	Tunisie
Radio Régionale de Gafsa	Pays arabes	Tunisie
Revue de presse-Tunisie	Pays arabes	Tunisie
Radio Régionale	Pays arabes	Tunisie
Radio Régionale de Kef	Pays arabes	Tunisie
Radio Tunis Chaîne internationale	Pays arabes	Tunisie
ERTT	Pays arabes	Tunisie
Radio Régionale de Tataouine	Pays arabes	Tunisie
Radio Jeunes	Pays arabes	Tunisie
Radio Algérienne	Pays Arabes	Algérie

Télévision	Région	Pays
SABC News	Afrique	Afrique du Sud
Ghana Broadcasting Corp	Afrique	Ghana
CBS News	Amérique du Nord	États-Unis
Austin Channel 10	Amérique du Nord	États-Unis
Canal 2 TV	Amérique Latine	Argentine
Canal 2 Unitel	Amérique Latine	Bolivie
Canal 5 Bolivision	Amérique Latine	Bolivie
Canal 13 Television Universitaria	Amérique Latine	Bolivie
Canal 21 Sitel	Amérique Latine	Bolivie
Canal 7 Television Nacional	Amérique Latine	Bolivie
Canal 18	Amérique Latine	Bolivie
Canal 27	Amérique Latine	Bolivie



Canal 24	Amérique Latine	Bolivie
Canal 11 Red Uno	Amérique Latine	Bolivie
Canal 39 PAT	Amérique Latine	Bolivie
Canal 9 Red ATB	Amérique Latine	Bolivie
Canal 4 Sistema RTP	Amérique Latine	Bolivie
Canal 36 Digital	Amérique Latine	Bolivie
Koort	Asie	Kirghistan
NBT	Asie	Kirghistan
TRC Piramida	Asie	Kirghistan
TV Klan	Europe	Albanie
Shijak	Europe	Albanie
TVSH	Europe	Albanie
TV ATN	Europe	Albanie
TV Arberia	Europe	Albanie
Canal+ (Horizons)	Europe	France
I Television	Europe	France
Star Channel	Europe	Grèce
NRK Norwegian Broadcasting Corporation	Europe	Norvège
Jordan Radio and Television Corporation	Pays arabes	Jordanie
Jordan Satellite TV Channel	Pays arabes	Jordanie
Almanar TV	Pays arabes	Liban
Canal 21 (Jeunes)	Pays arabes	Tunisie
Radio Télévision Tunisienne	Pays arabes	Tunisie
Canal Tunis 7	Pays arabes	Tunisie
ENTV	Pays Arabes	Algérie
Egyptian Radio and Television	Pays Arabes	Égypte

48



Périodiques	Région	Pays
Tiempo Regional	Amérique Latine	Argentine
Mano a mano	Amérique Latine	Argentine
Tribuna semanal	Amérique Latine	Argentine
Correo del Sur	Amérique Latine	Bolivie
Catherine	Amérique Latine	Brésil
Vanitha	Asie	Inde
The Week	Asie	Inde
Vanitha Hindi	Asie	Inde
Malayala Manorama Year Books	Asie	Inde
Malayala Manorama Weekly	Asie	Inde
Magic Pot	Asie	Inde
Balarama	Asie	Inde
Kalikkudukka	Asie	Inde
Big Women's Issue Australia	Australie	Australie



Islands Business International	Australie	Fidji
A Tribuna Portuguesa	Europe	Allemagne
Generomujer	Europe	Espagne
Gaceta Sindical	Europe	Espagne
Treballadora	Europe	Espagne
Trabajadora	Europe	Espagne
F1 Racing	Europe	Italie
Spun Ea	Europe	Roumanie
The Big Women's Issue	Europe	Royaume Uni
Nature	Europe	Royaume Uni
Through Women's Eyes	Europe	Ukraine
Cawtariyat	Pays arabes	Tunisie
L'observateur	Pays arabes	Tunisie

Sites Internet

	Région	Pays
africanews.org / Africa News Online	Afrique	Afrique
Amabilia.com	Amérique du Nord	Canada
About.com (English Culture)	Amérique du Nord	Etats-Unis
Women's Day Community Media Festival	Amérique du Nord	Etats-Unis
eStart	Amérique du Nord	Etats-Unis
Santa Barbara live	Amérique du Nord	Etats-Unis
UN news	Amérique du Nord	ONU
UNESCO WebWorld	Amérique du Nord	ONU
Apple Daily online	Asie	Chine
Manorama.com	Asie	Inde
Malayamanorama.com	Asie	Inde
TheWeek.com	Asie	Inde
PINA	Australie	Fidji
NeTTies	Europe	Belgique
RadioVisie	Europe	Belgique
Inicia	Europe	Espagne
vivrefemme.com	Europe	France
SociologyOnline	Europe	Royaume Uni
Worldwoman	Europe	Royaume Uni

Agences de presse

	Région	Pays
inter Press Service	Afrique	Bénin
Ethiopian Press Agency	Afrique	Ethiopie
WAMNET - West Africa Media Network	Afrique	Ghana



Ghana News Agency	Afrique	Ghana
The Graphic Communications Group Ltd	Afrique	Ghana
AWCIN	Afrique	Kenya
PANA	Afrique	Sénégal
inter Press Service	Afrique	Zimbabwe
Agence PressCom	Amérique du Nord	États-Unis
WINGS	Amérique du Nord	États-Unis
ERBOL	Amérique Latine	Bolivie
Jatha	Amérique Latine	Bolivie
A. N. F. Agencia Nacional Fides	Amérique Latine	Bolivie
ABI	Amérique Latine	Bolivie
Snark News Agency	Asie	Arménie
ATA	Europe	Albanie
Cyprus News Agency	Europe	Chypre
Ouran	Europe	Russie
Agence de presse Jordanienne	Pays arabes	Jordanie
Kuwait News Agency	Pays arabes	Koweït
Tunis Afrique Presse	Pays arabes	Tunisie
APS	Pays Arabes	Algérie

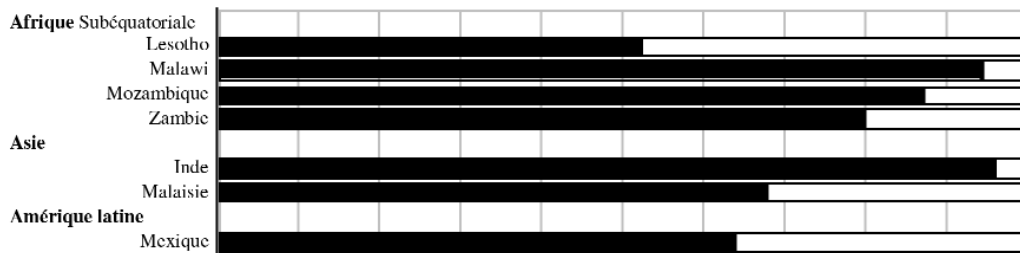
Divers	Région	Pays
Jordan Press Association	Pays arabes	Jordanie
Yarmouk University - Faculty of Journalism	Pays arabes	Jordanie



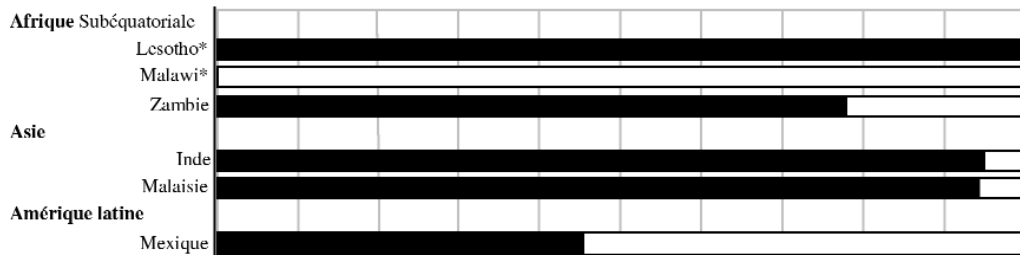
ANNEXE III

La proportion hommes-femmes dans les métiers médiatiques : Agences de presse

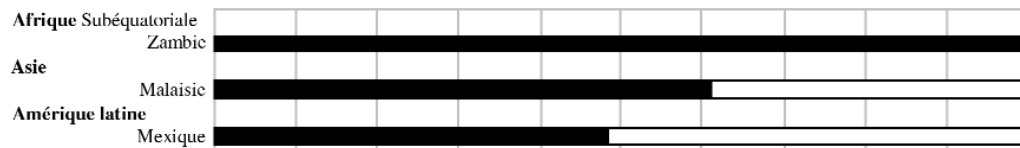
Reporters



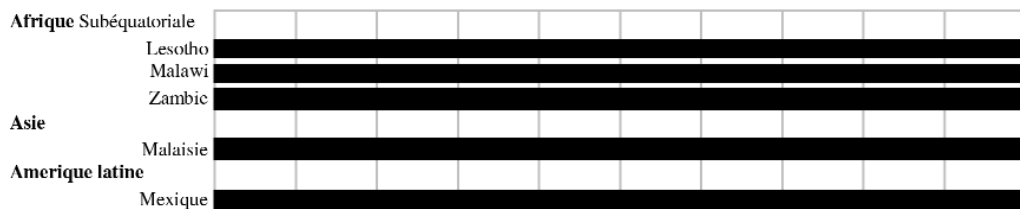
Rédacteurs



Rédacteurs adjoints



Rédacteurs/cadres



(Source : Margaret Gallagher, *An Unfinished Story : Gender patterns in Media Employment*, Paris, UNESCO, 1995)

* Une personne seulement

■ Hommes

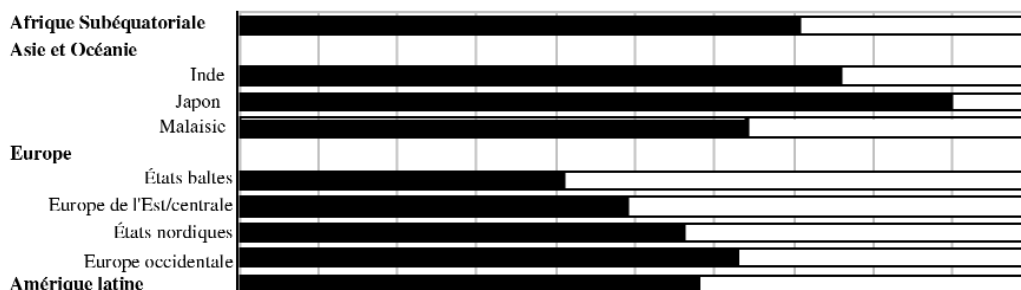
□ Femmes



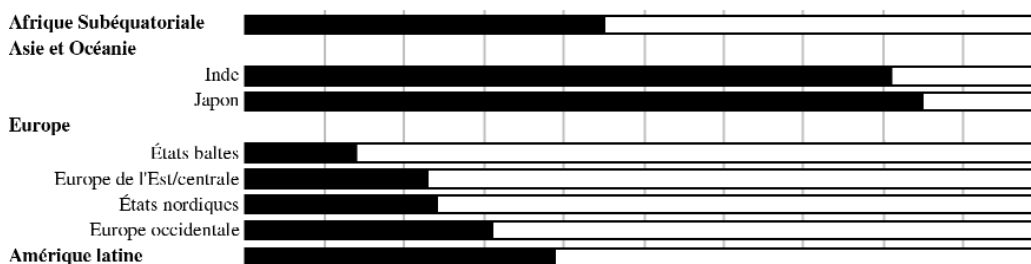
Audiovisuel

(139 entreprises dans 38 pays, 1993 - 95)

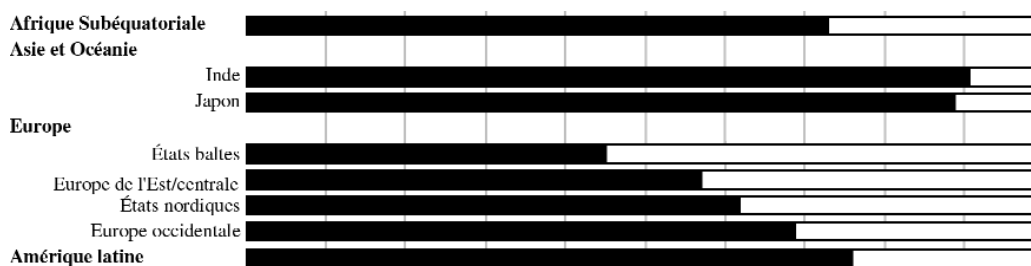
Production



Administration



Main d'œuvre



Technique



52



■ Hommes
□ Femmes

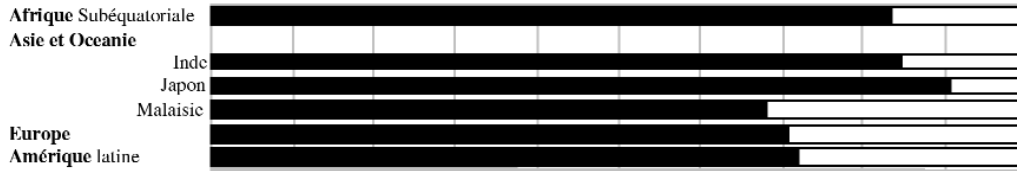
(Source : Margaret Gallagher, *An Unfinished Story : Gender patterns in Media Employment*, Paris, UNESCO, 1995)



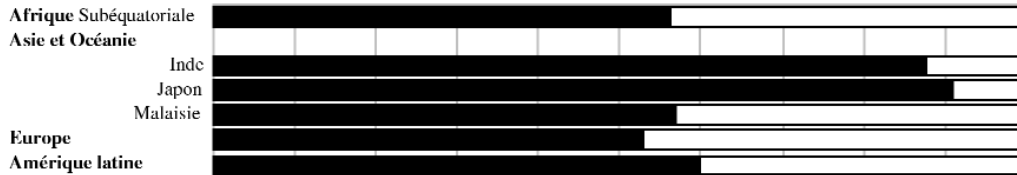
Presse écrite

(74 entreprises dans 27 pays, 1993-95)

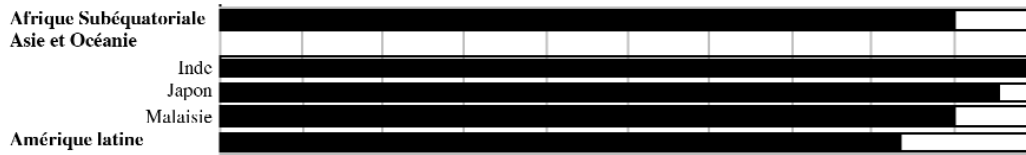
Journalistes/rédacteurs



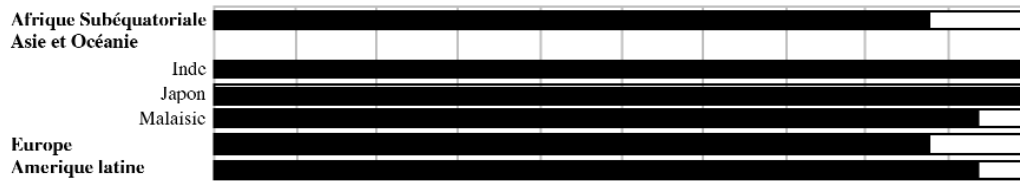
Administration



Créatifs



Technique



Hommes
 Femmes

(Source : Margaret Gallagher, *An Unfinished Story : Gender patterns in Media Employment*, Paris, UNESCO, 1995)

Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit.

**Article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme
adopté par l'Assemblée générale de l'ONU, le 10 décembre, 1948**

Les femmes sont maintenant plus nombreuses à faire carrière dans le secteur de communications, mais rares sont celles qui occupent des postes au niveau de la prise de décisions, ou qui font partie de conseils d'administration ou d'organes influant sur la politique de médias pourraient participer beaucoup plus activement à la promotion de la femme.

Objectif stratégique J.1

Accroître la participation des femmes et leur permettre de s'exprimer et d'accéder à la prise des décisions dans le cadre des médias et des nouvelles techniques de communication

Mesures à prendre

Les médias nationaux et internationaux devraient :

Mettre en place, dans le respect de la liberté d'expression, des mécanismes régulateurs, notamment de type volontaire, qui permettent de promouvoir une image nuancée et diversifiée des femmes par les médias et les systèmes de communication internationaux et d'encourager la participation accrue des femmes et des hommes à la production et à la prise des décisions.

Les gouvernements devraient :

- Promouvoir la participation des femmes, sur un pied d'égalité, aux médias, y compris la gestion, la programmation, l'éducation, la formation et la recherche;
- S'efforcer de nommer autant de femmes que d'hommes dans tous les organismes consultatifs, administratifs, régulateurs et de surveillance, notamment ceux qui sont liés aux médias privés et aux médias publics ou de l'État
- Appuyer la recherche sur tous les aspects relatifs aux femmes et aux médias afin de définir les domaines sur lesquels il conviendrait de se pencher et qui appellent des mesures, et passer en revue les politiques en vigueur concernant les médias afin d'y incorporer le souci de l'équité entre les sexes

Objectif stratégique J.2

Promouvoir la diffusion d'une image nuancée et non stéréotypée des femmes dans les médias

Mesure à prendre :

Les médias et les organismes s'occupant de publicité devraient :

- Promouvoir l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie d'information, de sensibilisation et de communication visant à diffuser une image nuancée des femmes et de leurs rôles multiples;
- Promouvoir l'idée que les stéréotypes sexistes véhiculés par les médias sont discriminatoires, dégradants et offensants

**Programme d'action adopté par la Quatrième conférence mondiale sur les femmes
Beijing, septembre 1995**



1, rue Miollis 75732 Paris Cedex 15

Pour plus d'informations (further information) : Tel. : (33.1).45.68.40.25 • Fax : (33.1).45.68.55.85
e-mail : i.panevska@unesco.org