

Les femmes dans les médias: Il faut équilibrer le déséquilibre!

Aujourd'hui, à l'occasion de la Journée internationale des femmes, nous invitons tous les responsables des médias et les journalistes du monde entier à prendre des mesures contre le déséquilibre biaisé et la représentation inégale des genres dans les médias – tant par rapport aux nombres que par rapport à la représentation. Une présence équilibrée des femmes et des hommes dans les nouvelles et les actualités refléterait mieux la composition de la société et la variété des expériences humaines, des opinions et des préoccupations. Cependant, les statistiques montrent que les médias sont loin d'être équilibrés:

- La majorité du contenu médiatique montre les femmes dans des rôles stéréotypés tels que celui-ci de femme au foyer, modèle ou victime.
- Les femmes sont plus fréquemment que les hommes décrites par leurs qualités superficielles comme l'apparence, l'âge, les vêtements et l'état matrimonial. Les hommes de leur côté sont plus fréquemment présentés comme des figures publiques puissantes, les médias se concentrant sur leur profession, compétences et opinions. Cela tend à perpétuer une perception limitée et inégale des genres.
- Seulement 4 % de tous les reportages des journaux, radios et télévisions au niveau mondial mettent en question les stéréotypes des genres.
- Seulement 24 % des sujets des nouvelles – les gens interviewés ou ceux dont traitent les nouvelles – sont des femmes.
- Les femmes sont utilisées comme des expertes dans seulement 19 % des cas
- 16 % seulement des nouvelles liées à la politique et au gouvernement comptent des femmes comme sujet de l'histoire

Les chiffres ne sont pas seulement révélateurs des défis que présente l'inégalité dans la présence des sexes dans le secteur médiatique mais constituent aussi un obstacle sérieux au développement des médias et de la démocratie. Pas de démocratie réelle sans égalité des sexes. Les médias doivent faire plus d'efforts pour contribuer à ce but.

Les médias ont le pouvoir et la responsabilité de remettre en question les stéréotypes dans la production du contenu. Ensemble nous devons donner l'exemple pour les générations présentes et futures. C'est pourquoi nous vous demandons aujourd'hui comme partie prenante d'une organisation médiatique de:

- Vous engager dans le suivi de la présentation des genres dans les médias pour documenter qui est présenté dans votre contenu et à quel titre
- Créer une base de donnée de femmes expertes de différents sujets – ou avoir recours à des bases de donnée qui existent déjà
- Réviser votre charte éditoriale pour vous assurer qu'une perspective du genre y est incluse
- Réaliser un audit des sexes de votre équipe de travail pour vous assurer que vous avez une équipe diversifiée et identifier les déséquilibres dans la présence des sexes dans votre organisation – une équipe diversifiée est plus à même de produire un contenu pluraliste
- Vous assurer que vous avez des connaissances mises à jour de thèmes liés aux genres et à la diversité – consultez en cas de besoin des organisations expertes!

Les organisations soussignées se déclarent prêtes à réaliser de tels efforts:

