

Parmi ces recommandations, on peut citer :

- Venir à bout de la perpétuelle diffusion d'images négatives et dégradantes des femmes dans la programmation.
- Accroître les compétences, le savoir et l'accès aux technologies de l'information des femmes afin de les aider à combattre la représentation négative des femmes.
- Intégrer la question du genre à la programmation et aux politiques des médias.

Des progrès lents [Une étude portée sur le monitoring des médias](#) dans 12 pays d'Afrique australe a révélé que les stéréotypes foisonnent et sont activement véhiculés par les médias. D'après les auteurs, « bien qu'ils pourraient jouer un rôle prépondérant dans la « libération de l'esprit », les médias ont plus souvent fait partie du problème que de sa solution. » L'image que l'on donne des femmes dans la presse est souvent celle d'objets sexuels, de tentatrices, de mères ou d'épouses. Lorsqu'ils ont besoin d'un expert sur un sujet, les journaux, radios ou chaînes de télévision sont moins susceptibles de faire appel à une femme. L'étude a par ailleurs démontré que les femmes politiques, qui représentaient 18 % des membres des parlements de la région, étaient rarement citées dans les actualités : seulement 8 % des sources sont des femmes.

Bien que les gouvernements aient signé le BPFA, les médias étatiques ne font guère mieux que leurs homologues privés. En effet, selon l'étude, la situation y est souvent bien plus grave. L'égalité des sexes n'est pas vue comme un sujet digne d'être signalé dans les actualités, et on parle très rarement des droits des femmes et des instruments qui garantissent ces droits. Un dessin humoristique, publié dans un journal tanzanien, a été reproduit dans le rapport sur le monitoring en l'Afrique australe. L'image promeut des stéréotypes négatifs sur les militant-e-s des droits des femmes qui ont assisté à la Conférence de Beijing, qui s'avère être, ironie du sort, le premier forum mondial à étudier intégralement la question du genre et de la représentation dans les médias.

Les femmes n'ont pas bénéficié des nouvelles libertés qui ont vu le jour dans le domaine de l'information et de la communication au cours de la dernière décennie. Les auteurs du rapport sur le monitoring des médias d'Afrique australe déplorent : « dans tous les pays de la région et du monde, les professionnels des médias — hommes et femmes — sont soumis à une forme d'auto censure, dont ils sont peut-être inconscients car elle s'enracine profondément dans la façon dont nous sommes élevés. »

L'égalité des sexes est encore considérée une « affaire de femmes ». Elle est rarement mentionnée dans les médias, et les rares fois où ce sujet est couvert, il est fort probable que le journaliste soit une femme, à l'exception des médias asiatiques d'après

[le Projet mondial de monitoring des médias](#)

(

[GMMP](#))

. Les médias latino-américains et caribéens affichent de bien meilleurs résultats dans la couverture médiatique des questions liées à l'égalité des sexes. Le GMMP fait état d'avancées considérables en Amérique latine, où l'on est passé de 4 % de sujets abordés en 2005 à 47 % en 2010, et dans les Caraïbes, où l'on est passé de 5 % en 2005 à 28 % en 2010, ce qui est très encourageant. Le rapport préliminaire suggère que « les avancées enregistrées ces cinq dernières années en Amérique latine ont eu des répercussions positives sur la participation des femmes aux hautes sphères de la politique, ce qui expliquerait en partie l'augmentation spectaculaire de la couverture médiatique des questions relatives à l'(in)égalité des sexes. » Les médias renforcent les stéréotypes dans le monde entier, cependant c'est au Moyen Orient que la situation est la plus dramatique : 98 % des reportages véhiculent des stéréotypes de genre. Dans le Pacifique, seul 4 % des reportages remettent les stéréotypes de genre en question. Les médias latino-américains restent en tête de liste dans la remise en question des stéréotypes de genre, 14 % des reportages le font activement alors que 24 % d'entre eux, ce qui reste relativement élevé, renforcent ces stéréotypes.

La plupart des employés des médias, tous niveaux confondus, restent des hommes, qu'ils soient journalistes ou décideurs. La présentation d'émissions est le seul type de poste où la parité hommes-femmes est atteinte, mais en l'occurrence, les femmes ont une date de péremption, puisqu'elles sont en général âgées de moins de 34 ans. D'après les résultats de l'Étude de base sur le genre et les médias d'Afrique australe et du projet GMMP, les femmes de plus de 35 ans ne sont plus visibles. Ce phénomène renforce les stéréotypes sur les jeunes femmes comme étant désirables et les femmes âgées ne l'étant plus, ce qui ne touche pas les présentateurs masculins de la même manière.

La voix et la visibilité des femmes journalistes se sont quelque peu améliorées depuis le Programme d'action de Beijing. Toutefois, elles se voient plus souvent assigner des sujets plus légers comme l'art, les divertissements ou le mode de vie, alors que les informations « dures », comme celles qui concernent la politique, l'économie

Source AWID