



Etude sur l'égalité des genres dans les médias en Mauritanie

RAPPORT FINAL, DECEMBRE 2010

Réalisé par RAKY SY, Coordinatrice pour la campagne genre dans les médias en Mauritanie de la Fédération Internationale des Journalistes, membre du bureau exécutif du Syndicat des journalistes de Mauritanie,

Avec l'appui du Syndicat des journalistes de Mauritanie

En collaboration avec Salwa Cherif, journaliste, membre du Syndicat des journalistes de Mauritanie

Avec le soutien financier de LO.TCO

Sommaire

I- Introduction	3
II- Méthodologie.....	3
III- Constat préliminaire	4
1. Analyse des résultats de l'enquête.....	3
2. Médias ciblés.....	5
3. Réponses reçues par secteur	6
4. Années d'expérience	7
5. Type de qualification :.....	8
IV- Activité syndicale et associative	9
1. Activité syndicale.....²	9
2. Membres d'un groupe ou d'une association de femmes ..	10
V- Accès des femmes aux postes de décision.....	10
1. Etat des lieux	10
2. Postes de responsabilité occupés par des femmes au niveau des médias.....	11
VI- Législation	12
1. Lois en vigueur.....	12
2. Le cas du congé maternité	13
3. Le statut des collaborateurs externes, ou pigistes.....	14
VII- Harcèlement sexuel et moral.....	14
VIII- Image des femmes dans les médias.....	15
IX- CONCLUSION.....	16
Annexe : questionnaire	18

I- Introduction

La Fédération Internationale des Journalistes (FIJ), en collaboration avec le Syndicat des journalistes Mauritanien, a lancé une campagne sur le genre dans les médias en République Islamique de Mauritanie.

Cette campagne a été entamée suite aux deux ateliers organisés par la FIJ à Nouakchott en juin 2010 sous les thèmes « genre dans les médias mauritaniens » et « négociation syndicale ».

La clôture de l'atelier a été le point d'orgue du lancement de cette campagne genre dans les médias en Mauritanie et d'une étude sur la situation des femmes dans les médias en Mauritanie.

II- Méthodologie

Ce qui suit est le résultat de l'enquête menée par le Syndicat des journalistes mauritaniens depuis cette date, et a pour objectif une meilleure compréhension de l'implication des femmes dans la profession en Mauritanie.

L'étude s'est principalement basée sur un questionnaire standard envoyé par la Fédération Internationale des Journalistes.

Ce questionnaire, remis en français, a dû être traduit en arabe et dans les trois autres langues nationales, à savoir le pular (5%), le wolof (1%) et le soninké (3,2%), afin de le rendre accessible à toutes les femmes journalistes officiant dans ces langues.

La majorité des femmes journalistes mauritaniennes, soit 68,7 % utilisent la langue arabe comme langue de travail.

Les femmes journalistes francophones constituent quant à elles 22,1% de l'élément féminin de la profession.

Une traduction des résultats s'est donc imposée pour pouvoir finaliser la rédaction de l'étude en français.

Mais, il est intéressant de souligner que, de façon plus large, la plus part des journalistes sont capables d'utiliser au moins deux langues sur les cinq langues nationales que compte le pays.

III- Constat préliminaire

Cette étude est centrée sur le paysage médiatique nouakchottois (de la capitale Nouakchott), où se concentre presque l'ensemble des organes de presse à l'exception de l'Agence mauritanienne d'information, qui est l'agence de presse officielle ainsi que quelques journaux indépendants. En effet, celles-ci ont des représentations locales au niveau des capitales régionales dans lesquelles l'absence de l'élément féminin est criante.

1. Analyse des résultats de l'enquête :

Le questionnaire a été distribué à un échantillon de 80 femmes, représentatives de l'ensemble de la sphère médiatique mauritanienne.

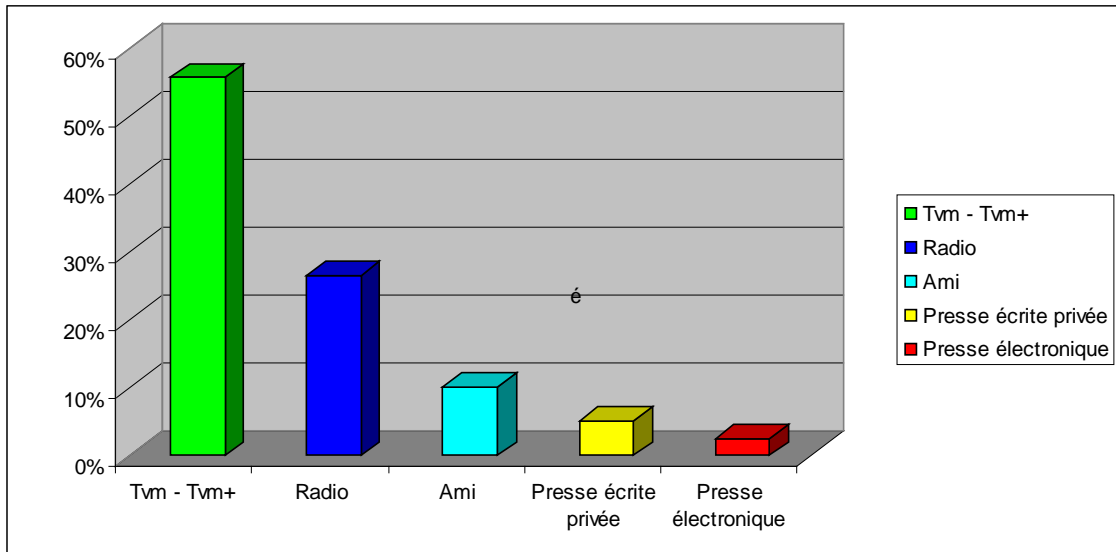
Parmi celles-ci, 70 ont répondu aux différentes questions posées.

Sur les 10 femmes restantes, 3 n'ont pas donné suite et les 7 restantes étaient indisponibles, du fait de la coïncidence du déroulement de l'enquête avec la période estivale et le ramadan.

Les questionnaires qui ont été remis à ces dernières ont dû être occultés pour éviter tout retard qui pourrait entraver la réalisation de l'étude.

Sur les 80 femmes interrogées, 44 sont employées par la Télévision de Mauritanie, officielles et pigistes confondues.

Il est à noter qu'au niveau de la sphère médiatique mauritanienne, 30% des femmes journalistes ont un statut de contractuelles, tandis que les 70% sont des collaboratrices externes (pigistes).



Réponses reçues par media au questionnaire distribué dans le cadre de l'enquête

2. Médias ciblés

Comme mentionné plus haut, les médias ciblés sont :

- La Télévision :

Les deux chaînes nationales (Télévision de Mauritanie et «TVM Plus », la seconde dépendant de la première, qui est la « chaîne mère »), sont les seules chaînes existant dans le pays. Elles se trouvent au sein du même bâtiment, et les femmes officiant au niveau de ces structures ont été interrogées simultanément.

- Radio Mauritanie :

Le questionnaire a été adressé aux femmes officiant à la station nationale de Nouakchott et la station régionale de Nouadhibou.

- Agence Mauritanienne d'information (AMI) :

Cette agence possède des représentations dans toutes les capitales régionales du pays.

Remarque : malgré le fait que l'agence soit représentée dans toutes les régions du pays, on note une totale absence de femmes travaillant dans ces structures régionales. Toutes les employées femmes de l'agence officient au niveau de la capitale, Nouakchott.

Autre particularité au niveau de cette structure (officielle): les employées femmes de l'agence utilisent toutes la langue arabe comme langue de travail, à l'exception de la responsable du site web (web master).

- **Presse écrite :**

Il existe trois femmes ayant le statut de directrice de publication au niveau de la presse écrite.

Les journaux dirigés par les femmes sont : « Points chauds ».

Toutefois, en dehors de ces trois femmes, aucune autre n'écrit de façon continue dans les journaux mauritaniens.

Les directrices de publication déclarent faire face à un manque cruel de moyens matériels et humains (manque de subventions, de publicité, faible tirage, peu d'employés : des problèmes rencontrés par l'ensemble des directeurs de publication mauritaniens, sans distinction de sexe) dans l'exercice de leur fonction, ce qui constitue une menace réelle pour la poursuite de leur activité.

- **Presse électronique :**

En Mauritanie, deux sites d'informations sont dirigés par des femmes. Il s'agit des sites « Bidaya » et de « RIM Today ».

Ces femmes rencontrent les mêmes problèmes que celles officiant dans la presse écrite.

3. Réponses reçues par secteur

44 femmes sur les 80 interrogées travaillent à la Télévision de Mauritanie et à la deuxième chaîne dénommée « TVM Plus ».

21 travaillent à la Radio Mauritanie.

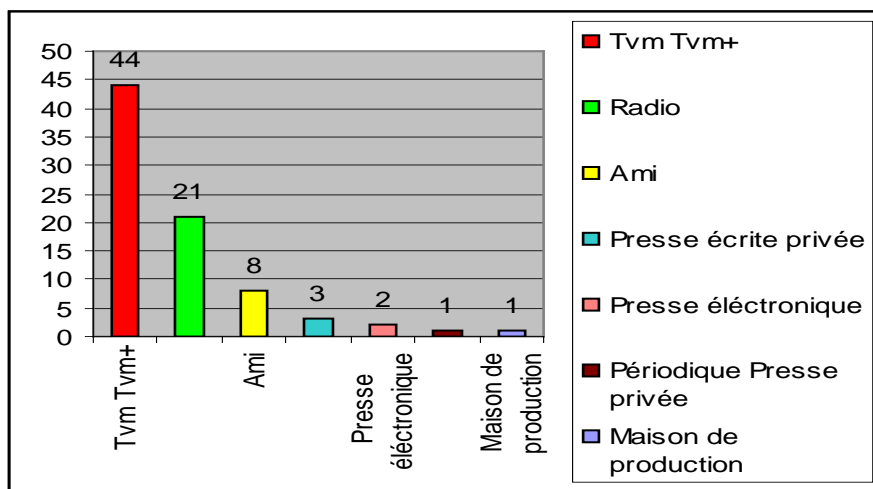
8 travaillent à l'Agence mauritanienne d'information.

3 travaillent dans la presse écrite privée de manière permanente.

1 écrit de manière périodique dans les journaux privés.

2 travaillent dans la presse électronique.

Il est directrice d'une maison de production réalisant entre autres des reportages sur l'actualité.



Réponses reçues par Média

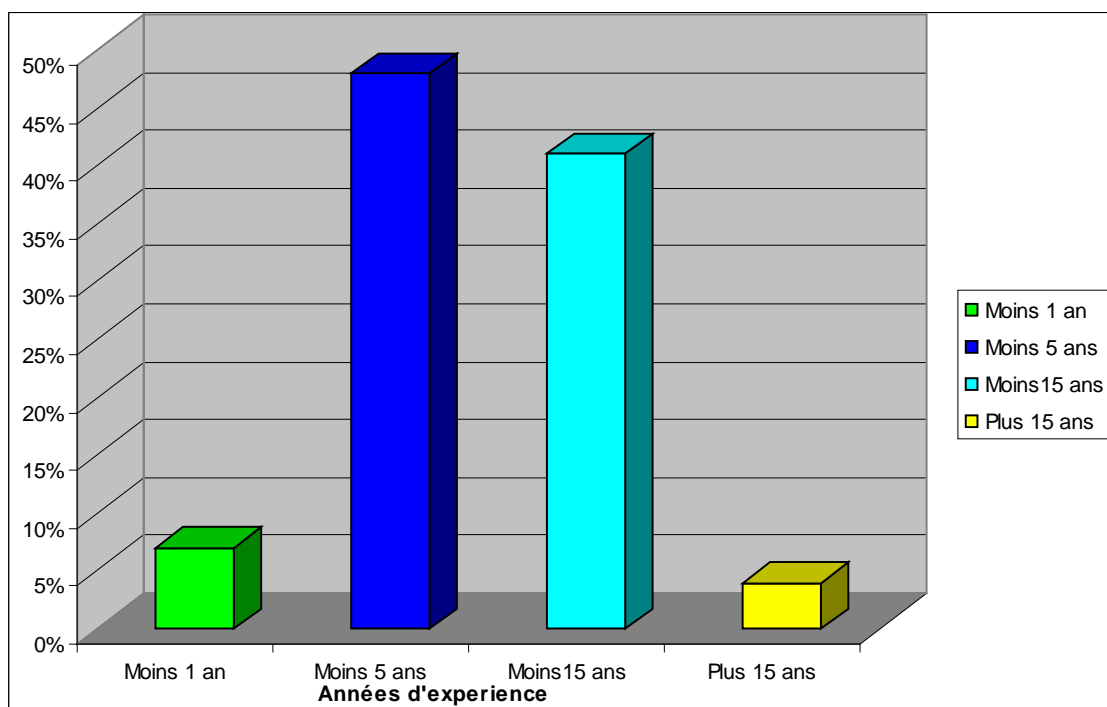
Il est à noter que les questionnaires ont été remis directement aux femmes concernées par l'étude. Les employeurs n'ayant pas été impliqués, celles-ci ont répondu librement, sans subir de contraintes. L'anonymat a été totalement respecté.

4. Années d'expérience

Sur les femmes interrogées,

- 7% exercent depuis moins d'un an.
- 47,8% exercent depuis moins de 5 ans.
- 41,3% exercent depuis moins de 15 ans.
- 3,9% exercent depuis plus de 15 ans.

Ceci montre l'intérêt croissant que les femmes accordent à la profession de journaliste.



Expérience pratique des femmes dans la presse (en nombre d'années)

5. Type de qualification :

a- Etat des lieux

En Mauritanie, il n'existe pas d'école spécialisée en journalisme.

Cependant, suite à une requête introduite par le Syndicat des journalistes de Mauritanie auprès du Président de la République, une filière « journalisme » a été créée au sein de l'Ecole Nationale d'Administration (ENA) en 2010.

Une première promotion, comprenant 8 femmes, a ainsi pu subir une formation de 3 mois au niveau de cette structure. Ces femmes ont toutes été envoyées par un organe de presse public (2 pour la Télévision, 4 pour la Radio, 2 pour l'Agence Mauritanienne d'Information).

La plupart des femmes mauritaniennes ayant suivi un cycle supérieur en journalisme (ou sciences de l'information) ont effectué leurs études dans les universités suivantes :

- L'Institut Supérieur de l'Information et de la Communication de RABAT- MAROC
- Institut de Presse et des Sciences de l'Information (IPSI) -TUNISIE .
- IUT de Bordeaux-France

b- Résultats obtenus avec le questionnaire :

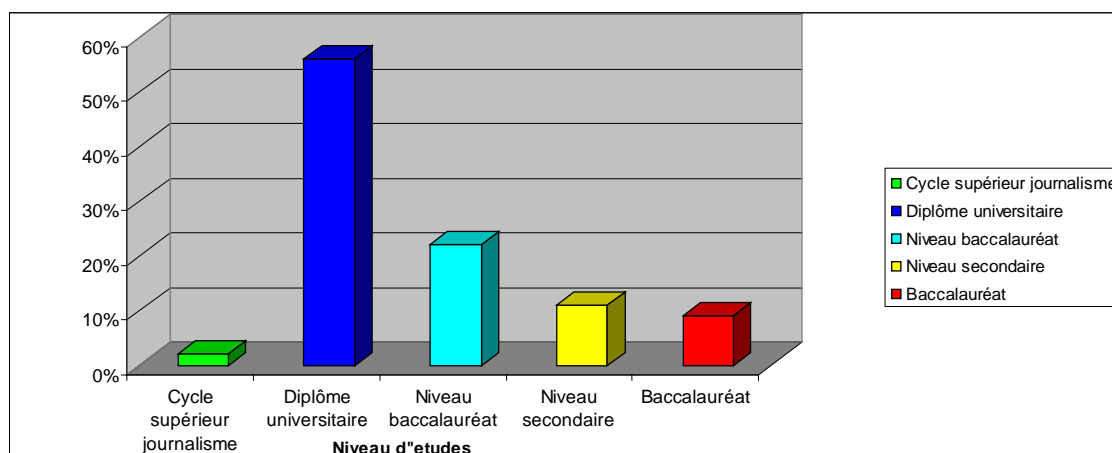
Sur les 70 femmes ayant répondu au questionnaire, seules 50 ont fourni des renseignements sur les études suivies :

2% des femmes interrogées (soit une femme) ont suivi un cycle supérieur spécialisé en journalisme. Cette formation a été effectuée à l'extérieur du pays, plus précisément à l'ISIC de Rabat.

56% ont un diplôme universitaire dans d'autres filières (littérature, droit...etc.) et ont finalement opté pour la profession de journaliste. Elles ont été formées à cet effet par les organes qui les ont recrutées.

22% se sont arrêtées au niveau baccalauréat, 9% ont le baccalauréat, les 11% restantes ont abandonné le cursus académique à différents niveaux du cycle secondaire.

9% des femmes interrogées sont des techniciennes. Certaines ont été formées dans les organes qui les emploient, d'autres ont suivi des formations professionnelles spécialisées.



Niveau et types de formation des femmes exerçant dans le secteur des médias

IV- Activité syndicale et associative

1. Activité syndicale

Selon les chiffres du Syndicat des journalistes mauritaniens, à l'aune des adhésions répertoriées : 99% des femmes exerçant dans le domaine des médias sont affiliées au Syndicat des Journalistes mauritaniens. Cette affiliation s'est faite de manière spontanée lors de la tenue du premier congrès du Syndicat en décembre 2009.

Il est à noter que le Syndicat des journalistes mauritaniens est la seule structure du genre existant dans le pays.

Les 1% des femmes restantes ne sont affiliées à aucune autre centrale syndicale nationale.

Cependant, sur les **70 femmes interrogées dans le cadre de l'enquête**, 3 femmes (soit 2,1%) ont déclaré n'exercer aucune activité syndicale ni associative.

Il faut savoir que selon l'art. 5 livre III du code de travail, la femme mariée a le droit d'avoir une activité syndicale sans l'autorisation préalable de son conjoint.

2. Membres d'un groupe ou d'une association des femmes.

En Mauritanie, les femmes sont en général très actives dans le milieu associatif. Et les femmes travaillant dans les médias ne dérogent pas à la règle. Ainsi, toutes les femmes journalistes sont membres de l'une ou de l'autre des associations féminines spécifiques à la presse, à savoir : l' « Union des femmes des médias », le « Réseau des femmes journalistes » et l' « association mauritanienne des femmes de l'image ».

Notons par ailleurs que le Syndicat des journalistes mauritaniens implique de manière permanente les associations féminines de presse dans toutes ses activités.

V- Accès des femmes aux postes de décision

1- Etat des lieux :

En Mauritanie, l'évolution de la prise en compte de l'approche genre est notable au niveau des hautes sphères de l'état, au sein des pouvoirs législatif et exécutif.

Au niveau du législatif, les femmes parlementaires ont réussi à faire voter une loi imposant un quota de 20% de représentativité des femmes au niveau des deux chambres du parlement.

Au niveau du gouvernement, on compte cinq femmes occupant des postes dits « clés », notamment celui du chef de la diplomatie.

Paradoxalement, cette évolution n'est pas perceptible au niveau de la sphère médiatique.

En effet :

- *Au niveau de la Télévision de Mauritanie*

Dans l'organigramme de cet organe, sur 65 postes, seules 7 femmes occupent un poste de responsabilité. Et, il faut le souligner, la femme la plus haut placée n'a jamais dépassé le grade de chef de service.

- *Au niveau de Radio Mauritanie*

Dans cette institution, la tendance va vers une implication plus significative des femmes au niveau des sphères de décision.

On note, et c'est une première, qu'une femme a occupé, jusqu'à une date récente (début 2009 à début 2010), le poste de directrice générale adjointe.

Cependant, il est bon de préciser qu'elle n'appartient pas à la profession de journaliste. Elle a été nommée à ce poste pour des raisons politiques.

2- Postes de responsabilité occupés par des femmes au niveau des médias

Actuellement, les postes de responsabilité occupés par des femmes au niveau de ces organes sont :

- **Télévision de Mauritanie:**

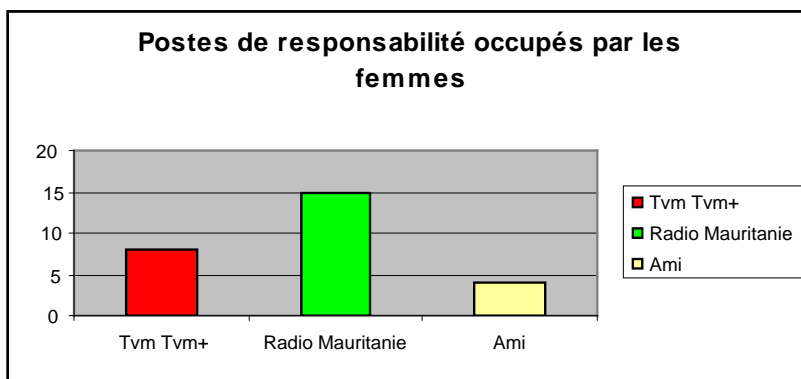
- 3 chefs de service.
- 5 chefs de division.

- **Radio Mauritanie :**

- Une femme occupe le poste de directrice de département, à savoir celui de directrice des programmes ; elle était précédemment directrice de l'information.
- 14 femmes se partagent les postes de chef de service et chef de division, ce qui représente plus de 10% l'effectif total.

- **Agence Mauritanienne d'information**

- Une femme occupe le rang de chef de desk, qui équivaut au rang de sous-directeur.
- Trois femmes chef de service : au niveau de la maintenance informatique de la gestion du site web de l'agence et de la gestion de la base de données.



2. Accès à l'emploi

La plupart des femmes interrogées ont déclaré avoir intégré le domaine de leur propre initiative.

La quasi-totalité de ces femmes disent avoir été engagées par le biais de recommandations (lien de parenté avec des personnes travaillant dans le milieu).

Les concours de recrutement restent rares.

Les femmes ont généralement plus de facilités pour accéder à l'emploi. Ceci relève d'un phénomène culturel : en Mauritanie, il est d'usage de céder aux requêtes d'une femme.

Paradoxalement, quand une femme est recrutée, elle doit se contenter d'un poste subalterne : comme nous l'avons dit plus haut, la forte présence masculine au niveau des postes de responsabilité constitue un frein à l'ascension des femmes. Les hommes ont, pour la plupart, du mal à accepter d'être dirigés par les femmes.

VI- Législation

1. Lois en vigueur

De nombreuses conventions internationales sur les droits de la femme ont été ratifiées par la Mauritanie. Notamment la « Convention internationale pour l'élimination de toute forme de discrimination à l'égard des femmes » (CEDAW), les conventions de l'OIT: n° 100 de 1951 sur l'égalité de rémunération, n°111 concernant la discrimination emploi et profession de 1958, et n°183 de 2000 sur la protection de la maternité.

En ce qui concerne la législation mauritanienne, des pas significatifs ont été franchis dans le domaine de la promotion des droits de la femme.

Ainsi :

- La Constitution du 12 juillet 1991 consacre l'égalité juridique entre les hommes et les femmes en son article 6 : « Tous les citoyens sont égaux devant la loi ».
- La loi n°2004-015 portant sur le Code du travail assure l'égalité des sexes au niveau du recrutement, de l'exercice de l'emploi, ainsi qu'au niveau du salaire. En effet, la Convention collective stipule en son **a r t i c l e 37** alinéa 1 : "à conditions égales de travail et de rendement, la classification et le salaire sont égaux pour tous les travailleurs quel que soient leur origine, leur sexe, leur âge et leur statut".

Le problème de l'inégalité salariale ne se pose pas en Mauritanie. Et le milieu de la presse n'est pas en reste : en effet, les organes de presse sont en conformité avec la loi susmentionnée.

Le principe : « à travail égal, salaire égal » est, de ce fait, dûment respecté dans les médias en Mauritanie.

Mais il serait utile de souligner que la discrimination pourrait se situer par les gratifications supplémentaires (hors salaire), qui s'expliquent par le fait que les hommes sont favorisés pour effectuer des missions, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays, et qu'ils bénéficient de ce fait de frais de missions alors que les femmes doivent pour la plupart se contenter de leur salaire.

Un Code du statut personnel a également été adopté en 2004. Les dispositions de ce code reflètent une grande avancée dans la prise en compte des droits des femmes en Mauritanie.

2. Le cas du congé maternité

Selon les dispositions du code du travail, les femmes ont le droit de suspendre leur contrat pour une période de 14 semaines consécutives dont 8 semaines postérieures à l'accouchement.

Toutefois, il est interdit à ces dernières de reprendre le travail durant les 6 semaines après la délivrance.

Elles continuent cependant à percevoir leur salaire durant cette période, et ont la possibilité de rompre unilatéralement leur contrat, sans préavis, durant les 15 mois postérieurs à la naissance, sans avoir à payer des indemnités de rupture (art.33).

Elles ont également droit à une heure d'allaitement quotidienne durant les 15 mois postérieurs à l'accouchement. Le choix de cette heure de travail est laissé à la discrétion de la femme.

Ces dispositions sont valables au niveau des médias qui sont régis par cette convention collective.

3. Le statut des collaborateurs externes, ou pigistes

La loi mauritanienne ne reconnaît que deux types de contrats : le Contrat à durée déterminée et le contrat à durée indéterminé.

Un statut général de la fonction publique régit le travail des fonctionnaires.

Pourtant, dans tous les médias mauritaniens, qu'ils soient publics ou privés, les pigistes constituent presque la majorité des employés. Ils exercent les mêmes tâches que les contractuels, sont généralement surexploités, mais ne bénéficient pas d'une égalité de traitement :

- Ils n'ont pas de statut reconnu par la loi.
- Au niveau des salaires, les écarts sont importants.
- Ils ne bénéficient d'aucune couverture sociale.

- Ils peuvent être congédiés à tout moment, selon les humeurs de leur employeur.

VII- Harcèlement sexuel et moral:

Une seule, parmi les femmes interrogées, a déclaré avoir été victime de harcèlement sexuel. Du fait de l'anonymat du questionnaire, il n'a pas été possible de recueillir des précisions sur ce cas.

Généralement (et ceci n'est pas spécifique aux médias), si des cas existent, les femmes en parlent entre elles, mais rechignent à rapporter ce type de comportement à la hiérarchie ou aux tribunaux.

Ceci s'explique par le fait que le sujet reste tabou, pour des raisons culturelles.

Toutefois, depuis quelque temps, les autorités s'intéressent au problème. Et récemment, la question de la violence faite aux femmes a été largement débattue dans les différents médias, et ce, à l'initiative du ministère des Affaires sociales, de l'enfance et de la famille, ainsi que des ONG nationales et internationales.

Des procédures standard de lutte contre toutes formes de violences faites aux femmes ont été officiellement lancées le 10 novembre 2010 par le gouvernement, en concertation avec tous les intervenants dans le domaine. Le processus implique tous les partenaires au développement ainsi que les ONG, nationales et internationales.

Le ministère en charge de ce problème, à savoir le ministère des Affaires sociales, de l'enfance et de la famille, a relevé, rien que pour l'année 2010, vingt cas de violence faite aux femmes. Ces cas ont été révélés par les médias. Ceci dénote l'importance du rôle de ces derniers dans la dénonciation de cette forme de violence.

VIII- Image des femmes dans les médias

Dans les médias mauritaniens, le recours à la femme comme source d'information ne constitue pas une pratique courante.

La femme est rarement utilisée comme source d'information, même dans les domaines où les compétences féminines prévalent (par exemple : santé, éducation, etc.).

Paradoxalement, les médias font toujours appel aux femmes dans le cadre des campagnes électorales. Ceci peut s'expliquer par le fait que leurs messages sont mieux perçus par les populations. Mais cet état de fait ne dépasse pas le cadre de ces campagnes.

Sinon, on note de plus en plus de programmes ayant trait à la femme, surtout au niveau de la radio. En plus des comptes-rendus des activités des représentantes des structures officielles spécialisées dans la promotion féminine, des émissions portant sur le rôle de la femme dans le développement économique et social sont fréquemment traitées dans toutes les langues nationales, et souvent suivies de débats en direct avec une participation massive des auditeurs, hommes et femmes.

Conclusion

Il ressort de cette enquête que, de façon générale, les femmes journalistes préfèrent exercer dans les médias publics plutôt que dans les médias privés.

Ceci s'explique par la sécurité de l'emploi offert et la garantie d'une assurance sociale offertes par le secteur public.

En ce qui concerne l'accès des femmes aux postes de décision, le problème est d'actualité au niveau de tous les médias, qu'ils soient publics ou privés. Et ce souci se ressent dans les réponses collectées. En effet, l'écrasante majorité des femmes interrogées pensent que la priorité dans les futures campagnes sur l'égalité des femmes reste l'accès de celles-ci aux sphères de décision.

Mais plusieurs d'entre elles ont mis l'accent sur la formation. En effet, dans ce domaine, les femmes accusent un retard sensible par rapport à leurs collègues hommes, qui bénéficient plus souvent de sessions de formation, aussi bien à l'étranger qu'au niveau local, les employeurs invoquant presque toujours le manque de disponibilité des femmes pour des raisons familiales. Ce qui est formellement démenti par les réponses relevées dans le questionnaire. 100% des femmes interrogées ont déclaré, au contraire, n'avoir aucune difficulté à concilier travail et vie de famille.

Cela se confirme, par exemple, au niveau de la télévision, où la présentation du journal télévisé, le montage, ainsi que la plupart des services annexes (script, coordination, etc.) impliqués dans l'élaboration du journal se sont féminisés. Et ces secteurs, c'est bien connu, requièrent une présence quasi permanente.

Le lancement de la campagne sur l'égalité des genres dans les médias a été un excellent facteur de mobilisation de toutes les femmes exerçant dans ce secteur.

C'est pourquoi les femmes journalistes de Mauritanie se sont fixé, comme objectif premier, l'accès des femmes aux postes de décision dans la sphère médiatique.

Elles ont donc choisi comme slogan de campagne : « Application du quota de 20% dans les médias » pour arriver à un objectif : « à formation égale, chances égales ».

Cette campagne qui se poursuit a déjà recueilli des échos positifs. C'est ainsi que la commission sensibilisation a déjà rencontré certains décideurs, dont les femmes membres du gouvernement, qui leur ont fait part de leur appui total et ont promis de se faire leurs portes parole auprès de leur hiérarchie pour la réussite de cette campagne.

Des discussions ont également eu lieu avec des parlementaires, aussi bien de la majorité que de l'opposition pour faire un lobbying au niveau des deux chambres du parlement dans le but d'introduire et de faire voter une loi pour l'application du quota de 20% de femmes aux postes de décision dans les médias, comme cela a été fait pour les parlementaires, et comme il est déjà l'usage dans le gouvernement.

Annexe

Femmes partenaires dans le leadership syndical Etude nationale sur les conditions de travail des femmes journalistes en Mauritanie

Questionnaire (compléter ou entourer la/les bonne(s) réponse(s) le cas échéant)

Part I: Les femmes dans la profession

Votre Age:

- moins de 25:....
- 25-30:....
- 30-35:...
- 35-40:...
- 40-45:...
- 45-50:...
- 50-55:...
- Plus de 55:...

Situation familiale:

Profession:

Media:

Langue de travail:

Lieu de travail:

Années d'expérience:

- Moins d'un an
- 1-5 ans
- 6-10 ans
- 11-15 ans
- 16-20 ans
- 21-25 ans
- 26-30 ans
- Plus de 30 ans:

Quel type de qualification avez-vous?

Ex: étude secondaires, diplôme universitaire (précisez la discipline), école de journalisme (précisez laquelle)...

Type de contrat de travail (CDI, freelance...):

Membre d'une association/syndicat de journalistes (précisez) :

Membre d'un groupe/association de femmes (précisez):

Avez-vous déjà rencontré des difficultés dans les domaines suivants:

- promotions
- salaire
- couverture de certains sujets/reportages
- Horaires de travail
- Danger sur le lieu de travail
- Opposition de la famille
- Harcèlement moral/sexuel
- Liberté de mouvement
- Conciliation du travail et de la vie familiale
- Situation politique
- Congés de maternité
- Autres:

Précisez

Comment cherchez-vous du travail ?

- Candidature spontanée
- Réponse à une offre d'emploi
- Réponse à une offre faite ad personam
- autre

Si vous deviez comparer votre salaire à celui d'un homme exerçant les mêmes fonctions que les vôtres, vous diriez que:

Le salaire est le même (expliquez):

Le votre est supérieur:

Le sien est supérieur :

Vous ne savez pas :

En cas d'écart salarial, quelle en est la raison:

Compétence professionnelle

Meilleure relation avec l'employeur

Discrimination envers les femmes

Autres raisons :

Quelle situation ci-dessous s'applique aux salaires des journalistes (hommes et femmes):

Les salaires sont connus car l'information est disponible

Les salaires sont connus car ils sont intégrés dans une convention collective

Les salaires ne sont pas connus

Avez-vous déjà rencontré des difficultés pour obtenir une promotion (expliquez)

Oui:

Non:

Occupez-vous un poste de responsabilité dans votre media?

Si oui, précisez lequel

Si non expliquez pourquoi

Combien de femmes occupent un poste de responsabilité dans votre media? Combien d'hommes ?

Chef de bureau/service

Rédactrice/teur en chef

Directrice/teur

Propriétaire du média

Quelles seraient les priorités de futures campagnes sur l'égalité des genres? (classer de 1 à 9, 1 étant la première priorité et 9 la dernière)

- création d'un comité des femmes dans votre syndicat/association

- mise en place de structures et de politiques pour les femmes dans votre syndicat/association
- campagne sur le travail égal - salaire égal
- Campagne contre le harcèlement sexuel
- Campagne pour le leadership féminin dans les médias
- Campagne pour le leadership féminine dans les syndicats
- Campagne pour concilier le travail et la vie de famille
- Formation professionnelle pour les femmes
- **Campa** gne contre les stereotypes du genre dans l'information

Autre:

Part II: Image des femmes dans les medias

En 1995, la Déclaration de Pékin exigeait des propriétaires et professionnels des médias qu'ils développent et adoptent des codes ou des lignes directrices pour promouvoir une représentation juste des femmes dans les médias

L'image des femmes dans les médias est-elle un sujet débattu dans votre média et votre syndicat/association

Médias :

Oui

Non

Syndicat/association

Oui

Non

Si non, précisez pourquoi:

Si oui, quels sont les principaux sujets abordés:

Stéréotypes

Manque de sources féminines et d'expertes dans les reportages

Manque de sujets concernant les femmes

Autres :

Si oui, quelles démarches concrètes ont été lancées par votre média pour aborder ce thème ? (ligne éditoriale, code d'éthique, analyse des contenus de l'information, formation...)

Selon vous, quelles initiatives (réalistes) pourraient être entreprises dans un avenir proche pour améliorer l'image des femmes dans l'information ? (par votre média, par votre syndicat, par la société civile)

Partie III: Pour l'auteur de la recherche

Egalité de paiement : Quelles sont les dispositions légales existantes ? Quelles initiatives ont été prises dans votre pays pour faire face à ce problème ? Que peut-on encore faire ?

Congé maternité: quelles sont les dispositions légales existantes? Votre syndicat/association a-t-il pris des initiatives dans ce domaine ?

Harcèlement sexuel : est-ce couvert dans la loi ? Précisez. Existe –t-il des bonnes pratiques/comités/règles concernant ce problème dans votre pays ? Quelles initiatives pourraient être prises pour aborder ce problème ?