

Guide d'analyse de genre pour les projets de médias pour le développement

Voici quelques questions qui méritent d'être posées dans le cadre de votre analyse de genre pour un projet de médias pour le développement. Vous pourrez trouver les informations dont vous avez besoin pour répondre à ces questions à partir de la littérature ou d'enquêtes existantes. Ou vous devrez peut-être effectuer des recherches supplémentaires.

QUEL EST LE CONTEXTE?

Quelles sont les principales questions relatives aux droits des femmes dans les domaines sur lesquels votre projet se focalise - par exemple, en matière de santé ou de responsabilité politique ?

Comment les lois où vous travaillez affectent-elles les femmes et les hommes de différentes manières ?

COMMENT LES FEMMES ET LES HOMMES ACCÉDENT-ILS À L'INFORMATION?

Quels sont les types de canaux de communication auxquels ils ont accès et quels sont ceux qu'ils préfèrent ? Assurez-vous de penser aux canaux formels (par exemple, la télévision) et aux canaux informels (par exemple, le bouche à oreille) et à qui ils s'adressent.

Quels sont les principaux facteurs qui affectent l'accès des femmes et des hommes à l'information et au contenu médiatique (par exemple, les relations de pouvoir, les facteurs politiques, socio-économiques et géographiques et les normes sociales) ?

Quels sont les défis auxquels les femmes sont confrontées pour accéder aux informations et les utiliser et comment elles les surmontent (par exemple, les actifs de propriété tels que les téléviseurs ou les téléphones portables, la mobilité, l'autonomie et les normes de genre, qui peuvent déterminer ce à quoi elles peuvent et ne peuvent pas accéder) ?

Comment les facteurs externes, tels que les troubles politiques, les conflits, les catastrophes naturelles, les difficultés économiques, les pannes d'électricité, la réduction de la liberté des médias, etc., affectent-ils les besoins et les préoccupations des hommes et des femmes en matière d'information et leur capacité à accéder à l'information et à la partager ?

**ÉVALUER LE CONTENU
EXISTANT**

Quel est le but et la qualité des types d'informations et de contenus disponibles sur le sujet que vous abordez dans votre travail ?

Dans quelle mesure les différents besoins et préoccupations des femmes sont-ils intégrés dans cette programmation médiatique ?

Dans quelle mesure les médias présentent-ils déjà les femmes dans des rôles positifs et non traditionnels et remettent en question les stéréotypes de genre ?

**COMMENT LES FEMMES ET
LES HOMMES S'ENGAGE
AVEC LE CONTENU
MÉDIATIQUE ?**

Quels facteurs influencent la manière dont les femmes et les hommes « utilisent » le contenu médiatique et d'autres sources d'information, par exemple exactitude, minutage, pertinence, fiabilité et format ?

N'oubliez pas que les normes sociales influenceront la manière dont les femmes et les hommes s'engageront et utiliseront les informations et le contenu médiatique, y compris les tâches non rémunérées des femmes qui consistent à prendre soin de leur famille.

Que font les femmes et les hommes des informations qu'ils reçoivent ? Comment sont-elles traitées, partagées et appliquées ?

Quels sont les différents défis auxquels les hommes et les femmes sont confrontés dans leur pouvoir d'agir sur les informations qu'ils reçoivent ?

**DANS QUELLE MESURE LES
FEMMES ET LES HOMMES
PARTICIPENT-ILS À LA
PRODUCTION DE CONTENU
?**

Comment les femmes et les hommes sont-ils impliqués dans la collecte et la production de contenu médiatique en tant que journalistes, créateurs de programmes, sources, panélistes, porte-parole ? Qu'est-ce qui fonctionne bien et qu'est-ce qui ne fonctionne pas bien ?

Quels sont les risques pour les femmes de participer à la production médiatique (par exemple, lors de voyages ou leur réputation) et comment atténuer ces risques-là ?

**ANALYSER LE SECTEUR DES
MÉDIAS PLUS LARGE**

Dans quelle mesure les organes de presse comprennent-ils les besoins des femmes et des hommes et produisent-ils des contenus qui répondent à ces besoins ?

Quelles plates-formes les organes de presse utilisent-ils pour toucher différents publics ?

Est-ce que les organes de presse produisent des contenus sensibles au genre et remettent en question la discrimination et les stéréotypes sexistes ? Quels sont les obstacles (internes et externes) qui les empêchent de faire cela ?

Comment les organes de presse soutiennent-ils et promeuvent-ils le personnel féminin dans leurs équipes, y compris dans des postes de responsabilité ?

**AUTRES
PARTENAIRES**

Quelles autres organisations non médiatiques, y compris les organisations de défense des droits des femmes, travaillent sur des questions thématiques similaires ou traitent des inégalités entre les sexes ?

Existe-t-il des opportunités pour créer des liens avec elles afin de renforcer votre travail ?
