

Les cinq meilleurs conseils pour développer des projets sensibles au genre et transformateurs de genre

Pourquoi travaillons-nous sur les droits des femmes et l'égalité des sexes ?

Les hommes et les femmes du monde entier continuent de croire que les femmes ne sont pas égales aux hommes, tout simplement parce qu'elles sont des femmes. En effet, dans la majorité des sociétés, les hommes en tant que groupe ont le pouvoir sur les femmes en tant que groupe. Le désavantage dont souffrent les femmes et les filles est aggravé lorsque le sexisme se superpose à de multiples autres facteurs tels que la pauvreté, la race, l'origine ethnique, la caste, la classe, l'identité sexuelle et de genre et le handicap. Ces désavantages créent des hiérarchies complexes et imbriquées, qui ont des conséquences différentes selon les groupes.

La discrimination à laquelle les femmes et les filles sont confrontées les prive de leurs droits fondamentaux, tels que l'accès à l'éducation, à la santé et aux droits sexuels, l'absence de violence, un travail décent, l'indépendance financière, le contrôle de biens tels que la propriété foncière et immobilière, et avoir leur mot à dire dans les décisions qui affectent leur vie. Cette croyance et l'inégalité qui en résulte ont des répercussions négatives de grande portée, notamment sur le bien-être des femmes et des filles, ainsi que sur celui de leurs partenaires et de leurs familles, des communautés et des pays.

L'approche et stratégie en matière d'égalité des sexes de BBC Media Action (2017-20) nous engage à soutenir les femmes et les filles pour qu'elles puissent réaliser leurs droits fondamentaux et faire progresser l'égalité des sexes. Elle indique que nous soutenons l'égalité pour tous, et pas seulement pour ceux qui s'identifient comme hommes ou femmes. Cependant, notre priorité est de savoir comment apporter un changement transformateur pour les femmes et les filles, car elles continuent de subir un désavantage social et une discrimination généralisés et systématiques dans la plupart des pays où nous travaillons.

Qu'est-ce que cela signifie pour vous dans votre travail ?

Nous croyons que les médias et la communication peuvent être un moyen puissant de créer un changement positif. Ils suscitent un débat autour du thème des droits des femmes et de l'égalité des sexes à grande échelle. La remise en question de croyances et de comportements profondément ancrés qui limitent les femmes et les filles (et les hommes et les garçons) peut être présentée comme un modèle à suivre dans les programmes de radio et de télévision, aidant ainsi les gens à voir qu'un monde différent est possible.

Cependant, cela signifie que nous devons réfléchir plus profondément à la façon dont nous travaillons avec les femmes et les filles dans tous nos thèmes de gouvernance, de santé et de résilience. Nous nous sommes engagés à rendre TOUT notre travail sensible au genre dans tous nos thèmes et à faire évoluer favorablement certains projets au genre lorsque cela est possible.

Nous savons cependant que le changement est lent et difficile. La discrimination sexuelle est profondément enracinée et fortement défendue par ceux qui jouissent du pouvoir et des privilèges. Nous en faisons partie en tant que membres du personnel. Nous devons donc nous assurer que nous réfléchissons également à nos propres convictions, en faisant appel à des femmes qui ont de l'expérience dans ce domaine pour nous aider à améliorer notre impact. Nous devons répondre aux

contextes locaux et écouter les opinions des femmes et des filles elles-mêmes. Nos projets nécessitent des interventions multiples - pas seulement des programmes médiatiques mais aussi un travail de proximité où les publics peuvent réfléchir et discuter des problèmes et où nous et nos partenaires pouvons les aider à faire les choses différemment.

Que puis-je faire ?

C'est là que les 5 meilleurs conseils entrent en jeu! Nous pouvons accompagner ce changement à travers nos projets. Si vous voulez vous assurer que vos projets ont un impact positif pour les femmes et les filles (et les hommes et les garçons), suivez ces conseils lors de la conception de votre projet :

1. **Identifiez votre groupe cible.** Assurez-vous que votre projet engage à la fois les femmes et les hommes, et d'une manière qui réponde à leurs différents besoins, obstacles et opportunités.
2. **Effectuez une analyse de genre.** Identifiez les problèmes et les opportunités pour les femmes et les filles, les hommes et les garçons, ainsi que les causes sous-jacentes.
3. **Inclure les résultats en matière d'égalité des sexes dans la conception du projet.** Inclure des changements à moyen (et long terme si possible) pour les femmes et les filles, les hommes et les garçons.
4. **Approfondir l'engagement communautaire.** Assurez-vous que vous ou vos partenaires, vous contribuez à ancrer le changement au niveau communautaire.
5. **Créer un contenu médiatique qui change positivement le discours sur les droits des femmes et l'égalité des sexes.**

<p>1. Identifiez votre groupe cible.</p> <p>Assurez-vous que votre projet cible à la fois les femmes et les hommes</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pensez au fait que les publics ne sont pas les mêmes - que les femmes et les hommes ont des perceptions, des points de vue, des préoccupations, des obstacles et des opportunités différents en ce qui concerne les questions que vous abordez et la façon dont ils s'engagent avec les médias. • Réfléchissez au type de changements que vous souhaitez apporter et pour qui (femmes, filles, hommes, garçons) par rapport aux questions que vous essayez d'aborder, qu'il s'agisse de gouvernance, de santé, de résilience, de fin de la violence, etc. • À qui le projet bénéficiera-t-il (directement et indirectement) et comment ? Des termes tels que « les gens » « le public » et « les jeunes » ne permettent pas de savoir clairement de qui nous parlons <i>réellement</i>. Faites spécifiquement référence aux femmes, aux filles, aux hommes et aux garçons lorsque vous décrivez les différents groupes : membres de la communauté, membres du groupe d'écoute, influenceurs, prestataires de services, autorités, etc. Cela permet de s'assurer que nous ciblons soigneusement dès le départ. La désagrégation de votre public vous permet de concevoir des résultats qui répondent réellement aux besoins des groupes spécifiques de personnes que vous essayez d'atteindre et d'impliquer. Il s'agit d'une norme minimale pour les organisations qui adoptent une approche sensible au genre. • Réfléchissez aux activités que vous devez mettre en place pour impliquer les différents groupes de femmes et d'hommes, de filles et de garçons. Différents produits peuvent être nécessaires pour cibler
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>différents publics en fonction de leur accès aux médias et des types de formats qu'ils préfèrent.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pensez à qui vous devez influencer pour garantir les résultats et l'impact de votre projet. Il s'agit de savoir <u>qui a le pouvoir</u> et qui n'en a pas? Et quel type de puissance? S'agit-il de femmes, de filles, de garçons, d'hommes? Tous? Certains d'entre eux? Comment allez-vous les cibler?
<p>2. Effectuez une analyse de genre</p> <p>Identifiez les problèmes et les opportunités pour les femmes et les filles, les hommes et les garçons, ainsi que les causes sous-jacentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analyse des problèmes - avez-vous une image claire des différents problèmes auxquels sont confrontés les femmes et les filles et les hommes et les garçons ? • Quelles sont les causes sous-jacentes de la discrimination dont sont victimes les femmes et les filles ? Vous pouvez rassembler certaines de ces informations à partir de la littérature (<u>indice SIGI, rapports parallèles de la CEDAW, données EDS, etc.</u>) et en consultant les membres féminins de l'auditoire pour recenser les problèmes auxquels elles sont confrontées et comprendre comment les relations de pouvoir inégales façonnent les problèmes des différents groupes. • Connaissez-vous les préférences des femmes et des hommes en matière de médias ? Comment ont-ils différemment accès au et contrôle des médias? • utiliser les conseils du microsite genre et médias de BBC Media Action pour mener <u>une analyse de genre</u> pour vous aider ainsi que <u>la liste de contrôle de l'examen du genre et de l'apprentissage des médias</u> • Désagrégez les données et l'analyse par sexe et par âge au minimum, ainsi que par d'autres facteurs, par exemple la pauvreté, l'origine ethnique, la caste, l'identité sexuelle, le handicap, la situation géographique, etc. selon le contexte.
<p>3. Inclure les résultats en matière d'égalité des sexes dans la conception du projet.</p> <p>Inclure des changements à moyen (et long terme si possible) pour les femmes et les filles, les hommes et les garçons.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Votre projet vise-t-il à être sensible au genre (au minimum), ce qui contribue à améliorer les conditions quotidiennes des femmes, ou à avoir une approche transformatrice basée sur le genre, ce qui vise à améliorer leur position dans la société ? • Utilisez les conseils du microsite genre et médias de BBC Media Action sur <u>les critères de sensibilité au genre</u> pour vous aider. • Assurez-vous que votre théorie du changement reflète les résultats et l'impact que vous espérez obtenir pour les femmes et les hommes, les filles et les garçons. Les indicateurs doivent être à la fois quantitatifs et qualitatifs (<i>par exemple, le nombre de filles terminant l'enseignement primaire et les membres de la communauté plus susceptibles de valoriser l'éducation des filles</i>). Identifiez des indicateurs sensibles au genre pour les différents niveaux de changement - liés aux connaissances, aux attitudes et aux comportements/actions. • Si vous devez expliquer comment les médias sont capables d'avoir une influence dans la question de l'égalité des sexes et leur potentiel pour faire progresser l'autonomisation des femmes, vous pouvez vous appuyer sur le document <u>Approche et stratégie pour l'égalité des sexes</u> (voir P.2). • Comment votre recherche (formative, de base/moyennes/finale) analyse-t-elle les changements pour les femmes et les filles, les hommes et les garçons ? Comment pouvez-vous vous assurer que vous interrogez

	<p>les femmes et les filles elles-mêmes sur leurs perceptions des changements d'attitudes, de relations et de comportements en matière d'égalité des sexes ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comment vous assurerez-vous que l'apprentissage contribue à façonner la mise en œuvre de futurs projets (par exemple, en partageant l'apprentissage au sein de vos équipes de bureau et via le réseau des champions de l'égalité des sexes) ?
<p>4. Approfondir l'engagement communautaire</p> <p>Assurez-vous que vous ou vos partenaires, vous contribuez à ancrer le changement au niveau communautaire</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comment les normes discriminatoires liées au genre seront-elles explorées et remises en question au niveau de la communauté par le biais de groupes d'écoute et de discussion ? Il s'agit de travailler avec ceux qui ont le pouvoir au niveau de la communauté (chefs traditionnels, chefs religieux, fonctionnaires, etc., en ciblant particulièrement les hommes) pour favoriser un environnement propice à la réalisation des droits des femmes et des filles. Il est important que les membres de la communauté aient la possibilité de discuter de la façon dont les femmes sont perçues et valorisées par rapport aux hommes et aux garçons. Ce travail est difficile, mais vital pour changer les attitudes négatives et influencer positivement les comportements envers les femmes et les filles. • Êtes-vous, vous et vos organisations partenaires, bien équipés pour mener ces discussions ? Pouvez-vous impliquer de solides groupes de défense des droits des femmes qui ont de l'expérience dans ce domaine et qui savent comment faciliter la discussion sur des questions sensibles et comment gérer les réactions négatives des communautés ? • Avez-vous réfléchi à la manière dont les femmes et les filles peuvent organiser des débats de groupe dans une communauté et aux risques auxquels elles peuvent être confrontées lorsqu'elles s'expriment dans leur communauté ? Comment peut-on les atténuer ?
<p>5. Créer un contenu médiatique qui change positivement le discours sur les droits des femmes et l'égalité des sexes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Avez-vous, ainsi que votre personnel ou vos partenaires, besoin de plus de soutien pour comprendre les questions de genre et entreprendre une analyse de genre pour ce faire? Pouvez-vous intégrer ce soutien dans les plans et budgets des projets ? • Des personnes ou des organisations locales ayant une expérience de l'autonomisation des femmes peuvent-elles examiner régulièrement votre contenu pour vous conseiller et éventuellement soutenir le renforcement des capacités du personnel ? • Pouvez-vous impliquer les femmes et les filles de la communauté dans le développement du contenu médiatique ? • Les partenaires médiatiques remettent-ils en question les stéréotypes négatifs liés au genre ? Comment peuvent-ils illustrer des histoires positives de femmes et de filles prenant leur vie en main et des histoires de femmes et d'hommes adoptant des rôles de genre non traditionnels qui construisent l'égalité entre les différents sexes ? • Comment vos programmes médiatiques impliquent-ils le public féminin? Gardez à l'esprit leur accès aux et leurs contrôles différentiels des médias, leur charge de travail disproportionnée et leur position subordonnée dans la société, ce qui signifie que vous devrez peut-être travailler avec elles pour leur apporter un soutien particulier. • Utilisez les conseils du microsite genre et média de BBC Media Action sur la réalisation d'un programme et consultez cette ressource sur le genre et les médias.

Il existe de nombreux exemples de bonnes pratiques dont nous pouvons nous inspirer. Voici quelques exemples, tirés de notre travail et de celui d'autres personnes travaillant dans le secteur :

BBC Media Action - Amrai Pari (Together We Can Do It), Bangladesh ce programme de télévision, radio, PSA et de sensibilisation sur la résilience a contribué à encourager les communautés à travailler ensemble pour améliorer leur bien-être économique et se préparer aux événements météorologiques extrêmes. Il a fixé un quota pour le nombre d'histoires mettant en scène des femmes menant des actions dans leurs communautés et s'engageant auprès des structures gouvernementales. Cette approche plus intentionnelle de la promotion de l'égalité des sexes s'est traduite par des épisodes montrant des femmes prenant le contrôle de leurs problèmes, mobilisant d'autres femmes et hommes de leur communauté, devenant économiquement autonomes et participant à des actions non stéréotypées telles que le creusement d'un canal et l'enregistrement de terres à leur nom.

BBC Media Action - Sajha Sawal (Common Questions), Népal - ce programme de débat politique a créé un espace pour les femmes, en particulier dans les zones rurales, pour poser des questions aux représentants élus, contribuant ainsi à faire évoluer les opinions sur ce qu'elles pensent pouvoir faire en politique. Le choix audacieux d'une présentatrice a suscité l'enthousiasme des femmes et des hommes, et elle a encouragé les femmes à participer au débat, ce qui a permis au programme de toucher les communautés, ainsi que les décideurs. Les femmes se sont exprimées dans les langues locales et ont soulevé des questions importantes pour elles, comme la violence liée à la dot, où les représentants de la police ont été interrogés sur l'impunité dont jouissent les auteurs de ces violences. C'était la première fois que ce sujet était couvert par la télévision népalaise de manière aussi approfondie et que les autorités répondaient aux questions du public.

BBC Media Action - Amélioration de la santé reproductive, maternelle et néonatale grâce à la communication sur la santé en Éthiopie - les auditrices qui ont récemment eu un enfant ont fait état de pratiques plus saines en matière de soins prénatals, de préparation à l'accouchement et d'accouchement sans risque, par rapport aux femmes qui n'ont pas écouté les programmes ; elles étaient plus confiantes dans leur capacité à utiliser les services et plus susceptibles de discuter des problèmes de santé avec les agents de santé et leurs familles. Les mères étaient plus confiantes dans leur capacité à accéder aux soins prénatals à l'avenir et les nouveaux pères qui ont écouté les programmes étaient plus susceptibles de savoir comment se préparer à l'accouchement, s'occuper d'un nouveau bébé, soutenir leur femme pendant la grossesse et partager les tâches ménagères. Bien que le soutien des hommes aux soins prénatals de leurs femmes soit encore loin d'être universel, notre recherche suggère que les programmes ont contribué à normaliser l'intérêt actif des hommes pour les soins de grossesse de leurs femmes.

Equal Access - Projet « Le changement commence à la maison » visant à lutter contre la violence au sein des couples mariés au Népal par le biais de la radio et de la sensibilisation de la communauté, dans le but de modifier les normes sociales ainsi que les attitudes et croyances individuelles qui renforcent la violence à l'égard des femmes et des filles. Le projet s'est déroulé en trois phases : (1) une série radiophonique hebdomadaire de 39 épisodes intitulée « Samajhdari » (compréhension mutuelle) mettant en lumière les problèmes liés à la violence et 72 groupes d'écoute et de discussion animés ; (2) une formation aux compétences de vie pour renforcer les relations saines et heureuses entre les couples mariés et (3) un engagement communautaire avec les

dirigeants locaux et la communauté au sens large. Au départ, les femmes ont indiqué qu'elles n'avaient pas les compétences nécessaires pour parler de sexe avec leur partenaire, par exemple, et les hommes ont déclaré qu'ils ne pensaient pas devoir tenir compte des besoins ou des désirs de leurs femmes. À l'issue du projet, les couples ont déclaré qu'ils se parlaient plus ouvertement, qu'ils se soutenaient et s'aidaient davantage et que leurs relations étaient devenues plus paisibles. Voir la vidéo du projet ici : <https://www.youtube.com/watch?v=zcfHMAv01a8> (7m24 s)

BBC Media Action - *Sawty Ma'a, Mo 3alaya (Ma voix la soutient, elle ne l'attaque pas)*, Syrie - des ateliers de formation avec des journalistes grand public et des journalistes citoyens, en face à face et en ligne, ont permis d'améliorer la capacité des professionnels des médias syriens à remettre en question les normes, les attitudes et les comportements négatifs en matière de violence sexuelle, ainsi qu'à produire une couverture précise, fiable et indépendante des problèmes de violence sexuelle en Syrie et dans les pays d'accueil. L'analyse du contenu a montré que les articles produits par les stagiaires couvraient un large éventail de sujets liés à la violence sexuelle (abus sexuels sur les enfants, agressions physiques, pratiques néfastes telles que les mutilations génitales féminines et la préférence pour les fils, abus psychologiques/émotionnels, viols, abus/agressions sexuels et exploitation sexuelle). Les stagiaires ont pris les mesures nécessaires pour protéger l'identité de la survivante, en la sensibilisant aux problèmes et en lui fournissant des informations sur les services, mais aussi en s'assurant que les installations sont disponibles pour soutenir les femmes qui passent à l'acte.