



**Projet
Dimitra
Project**

Communiquer le genre pour le développement

***Eliane Najros
Coordinatrice du Projet Dimitra***

***Service Parité hommes-femmes et Développement
Organisation des Nations Unies
pour l'alimentation et l'agriculture***

Bukavu, 23-28 Février 2006



Le genre c'est quoi?

Le genre ≠ le sexe

Le sexe est une caractéristique biologique: on naît de sexe masculin ou féminin

Le genre ≠ “les femmes”

Le genre est déterminé par les tâches, rôles et fonctions assignés aux femmes et aux hommes: il est défini par la société

Les caractéristiques des rapports sociaux de genre

- Ils dépendent du contexte: ils varient d'un pays à l'autre, d'une région à l'autre, d'une famille à l'autre
- Ils sont liés à la division du travail
- Ils sont dynamiques: ils ne sont pas figés et varient dans le temps et l'espace
- Ils sont croisés avec d'autres rapports sociaux. Les femmes et les hommes ne sont pas tous égaux: âge, appartenance ethnique, classe, religion, etc. Ces facteurs vont influencer leurs chances et leurs contraintes

L'intérêt de l'approche genre

- Elle examine les rôles et les activités des femmes et des hommes
- Elle étudie aussi les relations entre les femmes et les hommes au niveau individuel et du groupe

L'approche genre

- Est-ce qu'une personne a le pouvoir et l'autorité sur l'autre?
- Si oui, il y a inégalité dans les relations femmes-hommes

Le genre est un outil d'analyse qui permet de ne pas se concentrer uniquement sur les femmes et de tenir compte des hommes


Approche genre \neq Approche femmes

- On ne peut traiter les questions relatives aux femmes isolément sans prendre en compte les rapports socialement définis entre les femmes et les hommes
- Le genre est une approche transversale qui nous affecte tous et que nous devons connaître et utiliser

Les rapports sociaux de genre sont des rapports de pouvoir

- Les institutions publiques ou privées reflètent toujours les rapports sociaux femmes-hommes
- Tout changement dans ces rapports de pouvoir est souvent perçu comme une menace à la tradition ou à la culture

Conséquences de l'approche genre

 Le concept de genre met en relief le fait que les tâches et les rôles attendus sont acquis et non innés

ILS PEUVENT DONC ETRE MODIFIES



Egalité ≠ identité

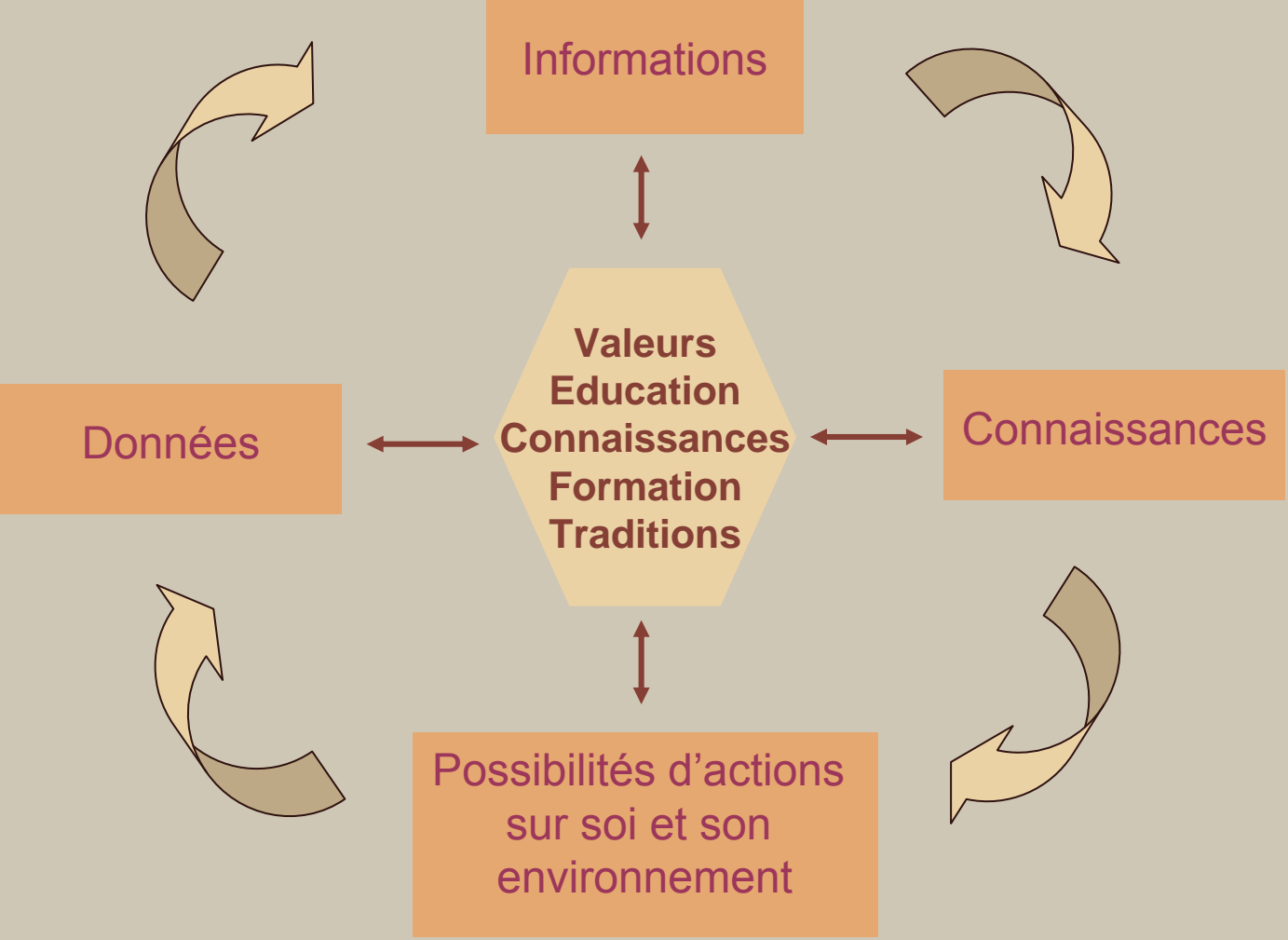
- Les femmes et les hommes ont des attentes et des besoins différents
- Il est nécessaire de reconnaître ces différences pour promouvoir la participation des femmes et des hommes à tous les niveaux dans leur communauté et leur pays

Le genre est partout

C'est la socialisation qui permet à l'individu de développer une identité, et d'acquérir les connaissances et les comportements avec lesquels il pourra participer à la vie sociale de sa société



Communiquer le développement



Le rôle de la communication

- La communication se définit comme la transmission d'un message d'une personne à une autre à travers différents moyens de diffusion
- Une information ne vaut que par sa communication

Le rôle fondamental des communicateurs et des médias

- Ils sont des sources majeures d'information (parfois les seules)
- Ils doivent être objectifs et sensibles au genre
- Ils peuvent influencer les rapports entre femmes et les hommes, doivent participer au plaidoyer pour l'égalité et peuvent induire des changements sociaux

Les radios communautaires sont des moyens de diffusion exceptionnels

Communiquer le genre


- Tous les sujets couverts par les communicateurs concernent les femmes et les hommes, les garçons et les filles de leur société
- Les communicateurs doivent examiner les questions: qui, quoi, quand, où et comment à travers la perspective genre
- Pour les hommes et les femmes, un sujet, un événement, une politique ont: des effets, des impacts et une perception différents

Communiquer le genre

- Les communicateurs doivent utiliser le concept de genre et l'intégrer dans leur quotidien pour pouvoir informer correctement et éviter les stéréotypes
- Ils doivent rendre accessibles les connaissances et aider aux changements de comportements
- Ils doivent traiter les informations en donnant la parole à chacun (hommes et les femmes)



Communiquer le genre

 Le communicateur doit promouvoir des images de la femme qui sont:

- justes
- diversifiées
- non-stéréotypées



Communiquer le genre: quelques questions et exercices (1)

- Qui sont les principales sources d'information (sexe, classe, rural/urbain, etc..)?
- Sur qui écrit-on le plus (sexe, classe, etc..)?
- Qui donne les infos?

© IPS

Communiquer le genre: quelques questions et exercices (2)

- Qui est représenté le plus souvent positivement (sexe, classe, rural/urbain, etc.)?
- Qui est représenté le plus souvent négativement (sexe, classe, rural/urbain, etc.)?
- Qui est le moins entendu?

© IPS

Communiquer le genre: quelques questions et exercices (3)

Sexe	Classe	Position dans société	Géo-location
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

Quelles sont les raisons qui expliquent l'image de la société qui est donnée dans cet exercice?
Comment les communicateurs peuvent-ils changer cette image?

© IPS

Communiquer le genre: quelques questions clés

- Qui fait l'info?
- Dans quelle perspective?
- A travers quelles lunettes?
- Y-a-t-il des stéréotypes?
- Est-ce que la façon dont le sujet est traité aide à la promotion de l'égalité de genre, où renforce-t-elle les valeurs traditionnelles?
- Les problèmes sont-ils exprimés par les hommes? les femmes ?
- Où par une seule voix?

Bibliographie

- Gender, HIV-AIDS and Human Rights, A training manual for the media, IPS, 2002
- « Gender equity: le rôle des journalistes », Communication de Mme Langue-Menye, Université de Yaoundé www.sdmp.cm/fawecam/menye.htm
- Gender and organisational Change: lessons from the InterAction Community, InterAction, Commission on the Advancement of Women, 1999
- Genre et formation, DDC, 2005
- The Oxfam Gender Training Manual, Suzanne Williams, 1994
- The right time to institutionalise gender, Margaret Legum, 2002
- SEAGA International Consultation Workshop, Anzio, FAO, 2002
- ASEG, Guide d'application au niveau du Terrain, FAO, 2002
www.fao.org/sd/seaga/downloads/fr/fieldfr.pdf
- Serious Fun with 21s, Robert Chambers, IDS, UK
www.unssc.org/web1/programmes/rcs/cca_undaf_training_material/tot05/resources/fun%2021%20sourcebook%20for%20facilitators.pdf
- Un immense merci à mes collègues et amies Sophie(s), Agnès, Christiane, Judith, et Tiziana pour leurs conseils
- Sans oublier Ilaria et Lisette