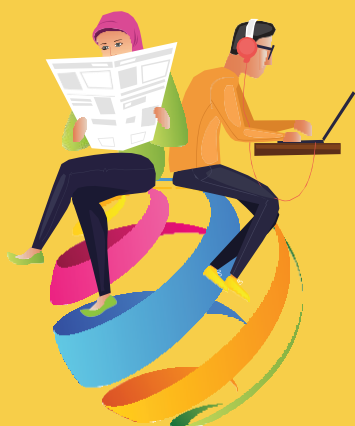


QUI

FIGURE DANS LES
NOUVELLES?



GMMP

Projet mondiale
de monitoring
des médias

2020

CAMEROUN

RAPPORT NATIONAL



GMMP

Projet mondiale
de monitoring
des médias

2020



Le GMMP est placé sous licence Creative Commons (Paternité - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification). Le GMMP est coordonné par l'Association mondiale pour la communication chrétienne (WACC), une ONG internationale qui encourage la communication pour favoriser le progrès social.



Les données du GMMP 2020 ont été recueillies grâce aux efforts bénévoles et collectifs de certaines organisations regroupant notamment des militants pour la parité dans les médias, des groupes de citoyens, des professeurs et des étudiants en communication, des professionnels des médias, des associations de journalistes, des réseaux de médias alternatifs et des groupes paroissiaux. Pas d'utilisation commerciale. Vous n'avez pas le droit d'utiliser cette création à des fins commerciales.

Pas de modification. Vous n'avez pas le droit de modifier, de transformer ou d'adapter cette création. À chaque réutilisation ou distribution de cette création, vous devez faire apparaître clairement au public les conditions contractuelles de sa mise à disposition. Rien dans ce contrat ne diminue le droit moral de l'auteur ou des auteurs.



WACC

communication pour toutes et tous



Avec le soutien de



Entité des Nations Unies pour l'égalité des sexes et l'autonomisation des femmes



Remerciements

Nos chaleureux remerciements vont tout d'abord à la World Association for Christian Communication (WACC), qui a permis à l'équipe de monitoring du Cameroun de faire partie de cette belle aventure à travers un accompagnement technique solide. Ensuite au Réseau Interafricain pour les Médias, Genre et Développement (FAMEDEV) qui a donné l'opportunité à Women's Peace Initiatives d'apporter sa modeste contribution à la mise en œuvre du Projet Mondial de Monitoring des Médias (GMMP). Nous remercions enfin toute l'équipe des moniteurs et monitrices du Cameroun pour leur dévouement à la tâche et surtout pour leur esprit volontariste. Ce succès est dédié à cette merveilleuse équipe.

Table des matières

PRÉFACE	1
Contexte mondial	1
Contexte national	3
SOMMAIRE	4
LE CONTEXTE	6
THÈMES ÉVOQUÉS DANS LES NOUVELLES	9
SUJETS ET SOURCES DES NOUVELLES	11
LES JOURNALISTES	19
PRATIQUES JOURNALISTIQUES : SUR LA CENTRALITÉ DES FEMMES, LES STÉRÉOTYPES DE GENRE ET LES REPORTAGES AXÉS SUR LES DROITS	23
ACCENT SUR LES ACTUALITÉS COVID-19	27
AUTRES INFORMATIONS SUR LES NOUVELLES NUMÉRIQUES SUR LES SITES WEB ET TWITTER	29
ÉTUDES DE CAS	32
RÉSUMÉ ET CONCLUSIONS	33
RECOMMANDATIONS ET PLAN D'ACTION 2021-2025	34
 1ère Annexe. Méthodologie	 36
Annexe 2. Liste des monitrices et moniteurs	39

PRÉFACE

Contexte mondial

- Le Project mondial de monitoring des médias (GMMP) est la recherche la plus longue et la plus approfondie au monde sur le genre dans les médias d'information. La recherche a été conçue pour capturer un instantané du genre lors d'une journée d'information «ordinaire» dans les médias d'information mondiaux. Une journée d'information ordinaire est définie comme une journée dans laquelle l'agenda de l'actualité contient un mélange ordinaire de reportages, d'articles de tous les jours sur la politique, l'économie, les problèmes sociaux, la criminalité et d'autres questions.
- Cela a commencé en 1995 lorsque des bénévoles dans 71 pays du monde ont surveillé la présence des femmes dans leurs actualités à la radio, à la télévision et dans la presse écrite. Le monitoring des médias a été répété tous les cinq ans depuis lors, faisant le point sur l'évolution des dimensions de genre du contenu des médias d'information et collectant des données statistiques sur de nouveaux indicateurs.
- L'étude de 1995 a révélé que seulement 17 % des sujets de l'actualité, les personnes interviewées ou sur lesquelles porte l'actualité, étaient des femmes. Celle-ci a constaté que la parité entre les sexes était « une perspective lointaine dans n'importe quelle région du monde ». Les nouvelles [étaient] plus souvent présentées par des femmes mais [elles étaient] encore rarement sur les femmes. ¹
- Le premier changement notable dans la présence globale des femmes dans les nouvelles a été enregistré en 2005 dans la troisième itération de la recherche. ² Les femmes représentaient 21 % des sujets d'actualité, une augmentation de trois points de pourcentage sur la période 2000 à 2005. Leur quasi-invisibilité s'est toutefois poursuivie, avec seulement 10 % des reportages centrés sur les femmes, une sous-représentation dans les principaux sujets d'actualité et en tant que voix dans l'actualité.
- Dès le cinquième GMMP en 2015, il était clair que les journées d'information « ordinaires » ne pouvaient pas être prédites ou planifiées à l'avance ; des événements inattendus ont lieu qui dominent l'actualité, du tremblement de terre de Kobe en 1995 au crash de l'avion de Germanwings dans les Alpes en 2015.
- L'étude de 2015 dans 114 pays a révélé de graves disparités entre les sexes persistantes dans le contenu des médias d'information. Les conclusions sur les indicateurs clés suggèrent que les progrès vers l'égalité des sexes ont perdu de leur élan ; les femmes sont restées à seulement 24% des personnes entendues, lues ou vues dans les nouvelles des journaux, à la télévision et à la radio, exactement le même niveau trouvé dans la quatrième vague de la recherche en 2010. Trois éditions de la recherche, en 2005, 2010 et 2015, n'ont trouvé aucun changement sur l'indicateur mesurant la participation des femmes à l'actualité en tant que reporters ; seulement 37% des reportages dans les médias traditionnels ont été rapportés par des femmes.
- L'invisibilité relative des femmes dans les médias d'information traditionnels s'est également étendue pour la première fois aux plateformes de diffusion d'informations

¹ *Global Media Monitoring Project, Women's participation in the news*. National Watch on Images of Women in the Media (MediaWatch) Inc. 1995

² Gallagher, Margaret. *Who makes the news? Global Media Monitoring Project*, 2005. World Association for Christian Communication.

numériques incluses dans le monitoring du GMMP. Seulement 26% des personnes dans les articles sur les sites Web d'actualités grand public et les tweets d'actualités médiatiques combinés étaient des femmes. Les défis du sexisme des médias d'information, des stéréotypes de genre et des préjugés sexistes étaient apparemment insolubles dans le temps, l'espace et les plateformes de diffusion de contenu.

- La Secrétaire générale adjointe des Nations Unies et Directrice exécutive de l'ONU Femmes, Phumzile Mlambo-Ngcuka, a souligné que la manière dont les femmes sont représentées dans les médias « a un effet profond sur les attitudes sociétales et renforce les rôles traditionnels de genre. Les femmes et les filles sont la moitié de l'humanité. Donner autant de temps et de poids à leurs histoires, les présenter comme des modèles positifs et non comme des victimes, joue un rôle sous-estimé dans la création d'un monde meilleur et plus libre pour nous tous. »³
- Les événements de l'année 2020 du GMMP ont été encore plus extraordinaires. À partir de fin 2019 et en s'intensifiant au cours de l'année, le monde a été ravagé par le nouveau coronavirus Covid-19. Cette sixième vague de recherche a offert l'occasion d'examiner le genre dans la couverture médiatique lors d'une catastrophe mondiale, une période marquée par une crise sanitaire mondiale, et l'intensification des inégalités accompagnant la crise.
- Les équipes du GMMP dans 116 pays ont surveillé 30 172 articles publiés dans les journaux, diffusés à la radio et à la télévision, et diffusés sur les sites Web d'information et via les tweets des médias d'information dans 2 251 points de vente. Les histoires contenaient 58 499 sujets et sources d'information, et ont été rapportées et présentées par 28 595 journalistes. Le nombre de nations participantes a augmenté de 63 % depuis 1995, car des données de référence ont été recueillies pour huit pays se joignant à l'étude pour la première fois. Le nombre de faits divers suivis a doublé au cours des 25 dernières années et a augmenté de plus de 8 000 depuis l'édition 2015.

Les conclusions du sixième GMMP révèlent une image mitigée de progrès, de stagnation et de régression. Alors que certains plafonds de verre sont clairement tendus vers le haut, d'autres surgissent sur certains indicateurs importants d'égalité des genres dans les médias. Les cinq dernières années ont vu de petits changements progressifs vers la parité, dans le même temps, le rythme global

³ In *Who makes the news? The Global Media Monitoring Project report, 2015*

Contexte national

La constitution de la République du Cameroun consacre dans son préambule l'égalité des sexes, la liberté d'expression et la liberté de presse. De manière générale, le pays est passé de la toute-puissance des médias d'Etat à l'ouverture de l'espace médiatique imposée par une exigence de liberté d'expression et d'information marquée par une floraison d'organes de presse (audiovisuelle, écrite et en ligne). Cette libéralisation de l'espace médiatique qui s'est accompagnée d'une multiplication des supports (presse écrite, télévision, radio) a aidé à la construction d'une citoyenneté en s'appuyant sur une information plurielle permettant aux citoyens de prendre plus objectivement position par rapport aux politiques publiques mais aussi d'ouvrir le débat sur une multitude de problématiques jusqu'alors taboues ou ignorées. Ce faisant, le concept genre s'est imposé dans le débat et maintenant force est de constater que malgré une certaine implication des femmes dans les bouleversements socio-économiques et politiques qu'a connu le Cameroun, leur sort dans les médias demeure préoccupant, malgré l'adoption de la politique nationale de promotion du genre en 2014.

Considérant également une quasi-inexistence des statistiques désagrégées par sexe en matière de représentativité des hommes et des femmes dans les médias au Cameroun, il convient de rappeler dans ce contexte que le Projet Mondial de Monitoring des Médias (GMMP) coordonné au niveau mondial par la WACC vient ainsi fournir un outil qui permettra d'avoir de nouvelles preuves et inciter à une prise de conscience réelle à la fois des médias et des politiques, sans oublier d'autres acteurs qui pourront prendre des actions en faveur de la réalisation d'une juste sociale à travers les médias.

En mars 2015, pour la première fois, le Cameroun a pris part aux côtés de 130 pays dans le monde dont 26 pays africains avec comme point focal Women's Peace Initiatives (WPI). Il est une fois de plus question pour WPI d'apporter sa pierre à l'édifice pour une communication inclusive au Cameroun.

SOMMAIRE

Bien que prévue dans la constitution camerounaise, et visé à l'Objectif du Développement Durable N° 5, l'égalité des sexes a encore du chemin à faire dans les médias au Cameroun et les résultats du monitoring du 29 septembre 2020 sont une preuve tangible que les efforts doivent être faits tant au sein de la société que dans les médias. Ces résultats indiquent clairement que les femmes sont globalement sous-représentées par rapport aux hommes dans les médias en tant que sujets ou sources de nouvelles. Globalement, les femmes ne figurent qu'à hauteur de 19% dans les médias traditionnels (presse, radio et télévision) contre 81% d'hommes et 9% dans les médias numériques twitter et internet contre 91% d'hommes.

Il ressort des résultats que les journalistes camerounais s'intéressent très peu aux questions de genre et des droits humains. Bien plus, la façon de traiter les informations est encore fortement stéréotypée.

En général, les femmes qui figurent dans les nouvelles au Cameroun sont moins citées que les hommes. Cela se justifierait soit par le fait qu'on la parole ne leur ai pas donnée, ou encore qu'elles refusent de s'exprimer dans les médias. Par contre elles sont plus photographiées par rapport aux hommes. Ce qui sous-entend qu'elles jouent très souvent le rôle de figurantes dans les informations.

L'année 2020 a été une année marquée par la pandémie du COVID 19. Les chiffres révèlent que seulement 17% d'espèce dans l'ensemble des thèmes évoqués dans les médias au Cameroun ont été dédiés à cette pandémie alors qu'elle continue de sévir.

Nous espérons une prise de conscience et d'action des acteurs au regard des statistiques ci-dessous.

UNE JOURNÉE DANS LES NOUVELLES AU CAMEROUN

❖ **Les principaux thèmes d'actualité** évoqués le 29 septembre 2020, jour du monitoring sont :

- Politique et Gouvernement
- Économie
- Science et Santé
- Social et juridique
- Crime et violence
- Célébrité, Arts, Médias et Sports
- Autres

❖ **Les événements majeurs** ayant dominé cette journée ont porté sur les diverses crises sociopolitiques que traverse le Cameroun notamment :

- **L'insurrection de Boko Haram** : Depuis son apparition en 2009 au Nigeria et plus précisément en 2011 au Cameroun, BOKO HARAM actif dans les pays frontaliers du Lac-Tchad a provoqué la mort de milliers de personnes, les pertes de biens et la fermeture des centaines d'établissements scolaires dans l'extrême nord du pays.
- **La crise du NOSO** qui a débuté en octobre 2016 dans les régions anglophones du Nord-Ouest et Sud-Ouest Cameroun avec des revendications pour plus de représentativité de la minorité anglophone. Retour au fédéralisme pour les uns et élans sécessionnistes pour les autres. Plusieurs questions relatives à cette crise ont été évoquées dans les nouvelles.
- **La crise politique** : Les marches du 22 septembre 2020 au Cameroun représentent l'actualité dominante du 29 septembre, jour du monitoring. Elles ont été organisées à l'appel du premier parti de l'opposition Camerounaise, auquel d'autres partis d'opposition et certaines organisations de la société civile ont adhéré. A la suite de cette marche, on a noté des atteintes aux libertés d'association et de manifestation publique, des violences policières, des arrestations et détentions arbitraires des journalistes et manifestants, des graves violations des Droits Humains, des atteintes aux droits des libertés fondamentales et l'assignation à résidence du principal leader de l'opposition ainsi des membres de sa famille et personnel de maison se trouvant dans son domicile, des actes de tortures et autres traitements inhumains et dégradants, l'utilisation abusive de la loi « N° 2014/028 du 23 décembre 2014 Portant « répression des actes de terrorisme au Cameroun ».

Il ressort du monitoring de l'année 2020 que la façon de traiter les informations par les hommes et femmes de médias au Cameroun est encore fortement stéréotypée, à l'image de notre société.

Nous n'avons noté aucun événement inhabituel ou spectaculaire qui ressort des informations de la journée.

LE CONTEXTE

PAYSAGE MEDIATIQUE DU CAMEROUN

Selon, le *baromètre des médias* en Afrique, édition 2014 sur le Cameroun, le nombre des journaux au Cameroun varie entre 500 à plus de 600, mais seule une douzaine d'entre eux sont réguliers et considérés comme crédibles et pour la plupart, restent distribués dans les zones urbaines. On compte une centaine de chaînes de radios, dont la plupart n'ont qu'une portée locale. Le pays compte également une trentaine de chaînes de télévision. L'audiovisuel et notamment les radios sont principalement suivies en raison d'une mauvaise diffusion de la presse. Internet ne connaît pas de restriction particulière mais seul 1/5 de la population y a accès. On note un développement progressif des médias en ligne, notamment grâce au mobile. Les langues principalement utilisés dans les médias sont le français et l'anglais qui sont les 02 langues officielles. Aux côtés de ces langues, il ya également le « pidjin » et les langues vernaculaires qui sont de plus en plus utilisés dans la radio et à la télévision. Le secteur médiatique fait face à de nombreux défis dont les plus préoccupants sont la corruption, le défi sécuritaire, sans négliger les ressources financières qui font souvent défaut.

La Constitution camerounaise de 1996 garantit la liberté d'expression et la liberté de la presse. Néanmoins, ces droits ne sont pas uniformément respectés dans la pratique et c'est ce que déplorent certaines ONG. Dans son rapport 2017 sur la liberté de la presse, Freedom House présente l'environnement légal, politique et économique des médias camerounais et classe le pays comme « non libre ». D'autre part, le Cameroun apparaît à la 134^{ème} place dans le classement mondial sur la liberté de la presse en 2020 de Reporter sans frontières (RSF) qui estime qu'il existe des menaces permanentes sur les médias au Cameroun. Selon le RSF, « *le nombre pléthorique d'organes de presse souvent mis en avant par les autorités ne suffit pas à assurer un environnement favorable aux médias, et il n'est pas rare que les journalistes subissent détentions arbitraires et poursuites, notamment devant des tribunaux militaires ou des juridictions spéciales* ».

Il n'existe pas encore de loi sur l'accès à l'information au Cameroun. Le plaidoyer sur la question est toujours en cours afin de renforcer le droit à la communication et parvenir à une information juste et inclusive.

Le régulateur des médias du Cameroun, le CNC (*Conseil national de la communication*), a été créé par la loi n° 90/052 du 19 décembre 1990 relative à la liberté de la communication Sociale. Le pays compte plusieurs organisations professionnelles qui défendent les intérêts des médias ou des journalistes. On peut notamment citer le SNJC (*Syndicat national des journalistes du Cameroun*), le SJEC (*Syndicat des Journalistes Employés du Cameroun*), l'AJEC (*Association des journalistes économiques du Cameroun*) ou encore l'UNJC (*Union Nationale des Journalistes du Cameroun*).

Selon le rapport de l'enquête sur la représentativité des femmes dans les médias au Cameroun réalisée par Women's Peace Initiatives en 2019, avec l'appui de la WACC dans le cadre du projet « **Contribution à la réduction des inégalités de genre dans le paysage médiatique au Cameroun à travers la sensibilisation et le renforcement des capacités** », il ressort que quantitativement, les femmes sont plus représentées dans les médias que les hommes. Sur les 39 médias enquêtés dans 3 régions (Centre, Littoral, Ouest), 3000 journalistes y travaillent. Soit une représentation de 1688 femmes et 1312 hommes. Seulement 06 femmes sont à la tête de ces médias. Soit un taux de représentation de 15,38% seulement contre 84,62% de représentation des hommes en tant que patrons de médias.

LES MEDIAS MONITORES ET LA JUSTIFICATION DE L'ECHANTILLONNAGE

A- TELEVISION :

- **La CRTV (Cameroon Radio Télévision)** : est la seule chaîne de télévision publique du pays et fut longtemps la seule chaîne de télévision exerçant au Cameroun. La CRTV-Télé diffuse ses émissions en continu 24h/24 et 7j/7 depuis 2010. Elle couvre l'étendue du territoire national et au-delà. Elle produit des informations diversifiées en français et anglais.
- **Canal 2 International** : Toute première chaîne de Télé privée au Cameroun. C'est une chaîne généraliste, axée sur l'information en continu, le divertissement et le sport. Bien que son audience ait connu une régression dans le paysage médiatique au Cameroun, elle demeure une des chaînes les plus suivies.
- **Equinoxe Télévision** : Elle est actuellement la première chaîne de télévision la plus regardée au Cameroun. Elle couvre l'étendue du territoire national et au-delà. Elle est baptisée « La chaîne du peuple ».
- **DBS**: Direct Broad Casting Satellite. C'est une chaîne de Télé d'expression à dominance anglophone. Elle produit l'information variée et couvre au moins les 2/3 du territoire national.

B- RADIO:

- **CRTV radio** : La CRTV radio est l'organisme public de radiodiffusion national du Cameroun. Elle diffuse pour environ 1/3 de ses programmes en anglais et 2/3 en français.
- **Radio balafon** : est une station de radio privée du Cameroun en langue française diffusant en FM depuis le 27 mai 2011 à Douala. Radio Balafon est une radio d'information et de divertissement avec des programmes d'émissions diversifiées. Elle dispose d'une couverture FM sur la ville de Douala et ses environs sur la fréquence 90.3 FM. Est une des chaînes de radio les plus écoutées dans sa sphère de diffusion.
- **Dynamique FM** : Produit de l'information diversifiée. Couverture FM sur la ville de Douala et ses environs.

C- JOURNAUX :

- **Cameroun Tribune** : L'Etat contrôle également la SOPECAM (*Société de Presse et d'Édition du Cameroun*) qui édite le journal *Cameroon Tribune* dont le tirage et la diffusion sur l'ensemble du territoire en font la publication la plus lue du pays. Quotidien bilingue, Créé en juillet 1974, ce journal gouvernemental offre, malgré un certain retard, des informations de l'arrière-pays grâce à un vaste réseau de correspondants. Il fait office de Journal Officiel en publiant les lois, décrets, arrêtés et autres documents officiels.

Le site www.cameroon-tribune.cm est très bien réalisé. De nombreux articles y sont mis en ligne chaque jour.

- **Le Jour** : Quotidien fondé le 17 septembre 2007. Sa ligne éditoriale est présentée comme proche de l'opposition camerounaise. Il traite et publie de l'information généraliste.

- **The Gardian** : Quotidien d'expression anglaise. Nous avons choisi ce journal parce que nous avons tenu compte du contexte national bilingue du Cameroun.
- **Nouvelle Expression** : Bihebdomadaire célèbre d'expression française créée en 1991, produit des informations diversifiées, crédible dans le traitement de l'information générale.

D- INTERNET:

- **Camer.be** : est le site de la diaspora du Cameroun. Produit des informations diversifiées. <https://www.camer.be>
- **Journalducameroun** : Créé en novembre 2008, Journal du Cameroun est un site d'informations en ligne qui ne diffuse que par le biais de l'Internet. [#journalducameroun
www.journalducameroun.com](https://www.journalducameroun.com)
- **Actucameroun** : **L'Actu** est un quotidien édité depuis le 1^{er} avril 2011. Se positionnant comme « un regard innovant sur l'actualité », **l'Actu** fait partie des journaux les plus importants de l'espace public médiatique au Cameroun. <https://www.actucameroun.com>
- **lebedparle.com** : est un site d'information créé en 2012. Il est consacré à l'actualité généraliste au Cameroun et en Afrique. En janvier 2020, il est le 3ème média camerounais en ligne le plus consulté par les internautes selon les statistiques et le classement d'Alexa Rank. <https://www.lebedparle.com>

E- TWITTER :

- @lebedparle
- @journalducameroun
- @JDC-Fr

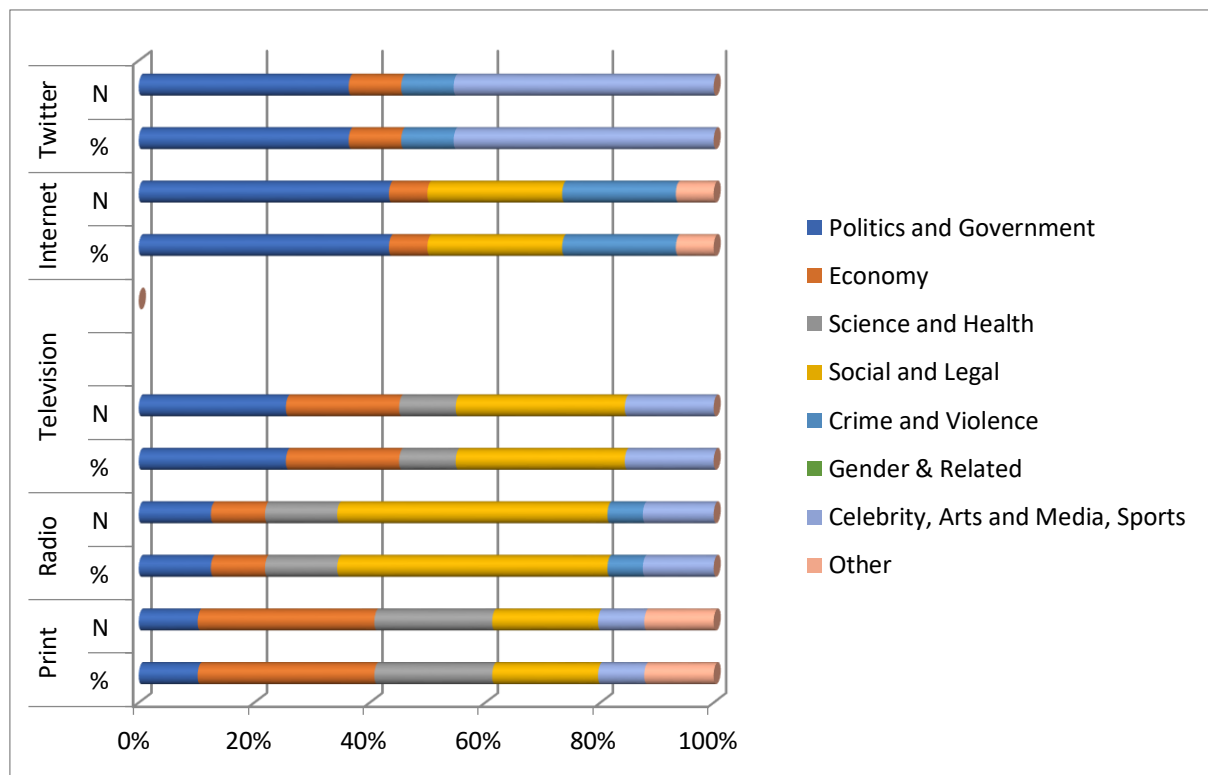
Ces médias produisent des tweets au quotidien. Sont bien suivis par le public qui les retweetent.

L'EQUIPE DE MONITORAGE DU CAMEROUN

- ❖ **TELEVISION** : GUY BLAISE FEUGAP, NATHALIE TCHUENBOU WOKAM.
- ❖ **RADIO**: GEORGES NDENGA, RAHEL ULE ABIA.
- ❖ **JOURNAUX** : YVES TIEUMENA TSAGUE, ARMELLE TSAFACK.
- ❖ **INTERNET** : VALENTINE NGOUETCHE KONLAK, KEVIN MOREL DONGMEZA.
- ❖ **TWITTER** : AUBINE SANDRINE MAHDA KEPSEU, DONALD NGUEPI NDONGO.

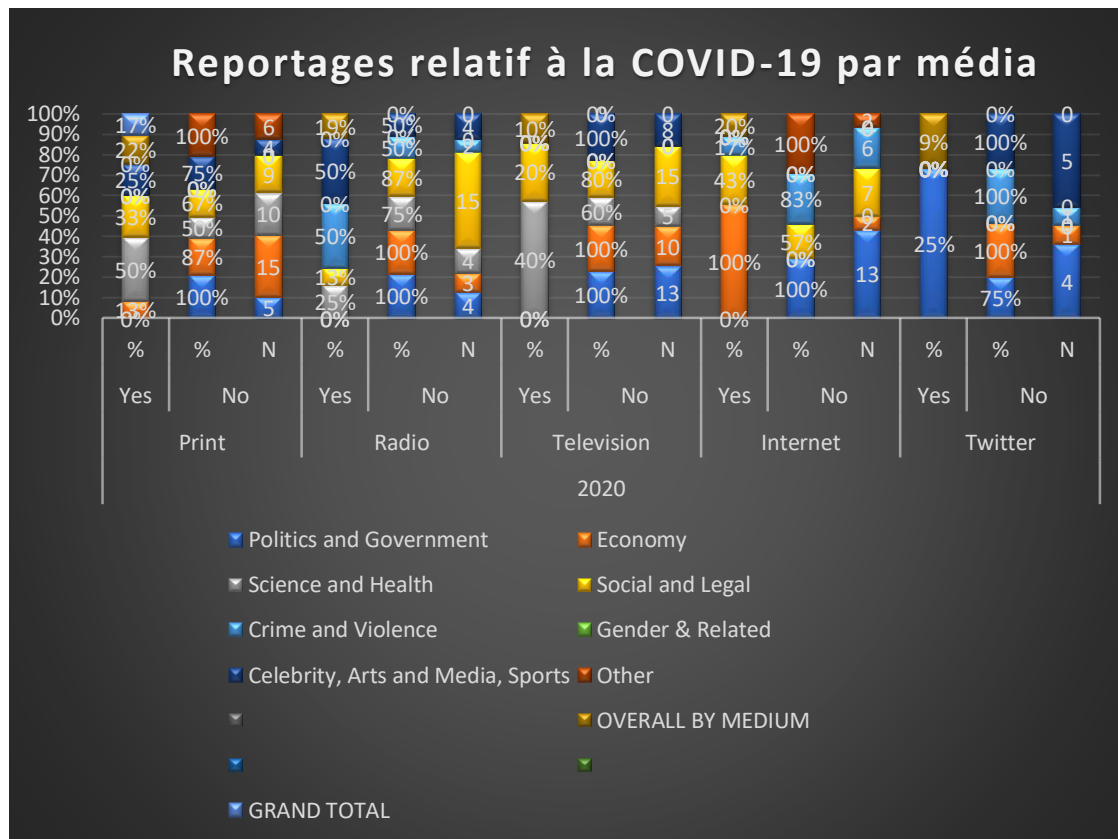
THÈMES ÉVOQUÉS DANS LES NOUVELLES

❖ Répartition des sujets majeurs par média



Par rapport aux thèmes évoqués dans les nouvelles, il faut noter ici que **la Politique** occupe un espace important sur internet soit 43%, vient ensuite twitter 36%, télévision 25%, la radio 13% et la presse écrite 10% ce qui traduit la réalité actuelle au Cameroun où les réseaux sociaux sont devenus le champ de discussion politique par excellence. La presse s'est plus intéressée à **l'Economie** (31%), puis **la Santé** avec (21%). La thématique **social et juridique** a été plus évoquée à la radio avec 47% puis. **Les Crimes et Violences** sont plus présentes dans l'espace numérique dont 20% sur internet et 9% sur twitter. Le sujet **Célébrité, Arts, Media, Sports** est en pôle position sur twitter avec 45%. Cependant, aucun média n'a traité de thème **lié au genre** ce jour.

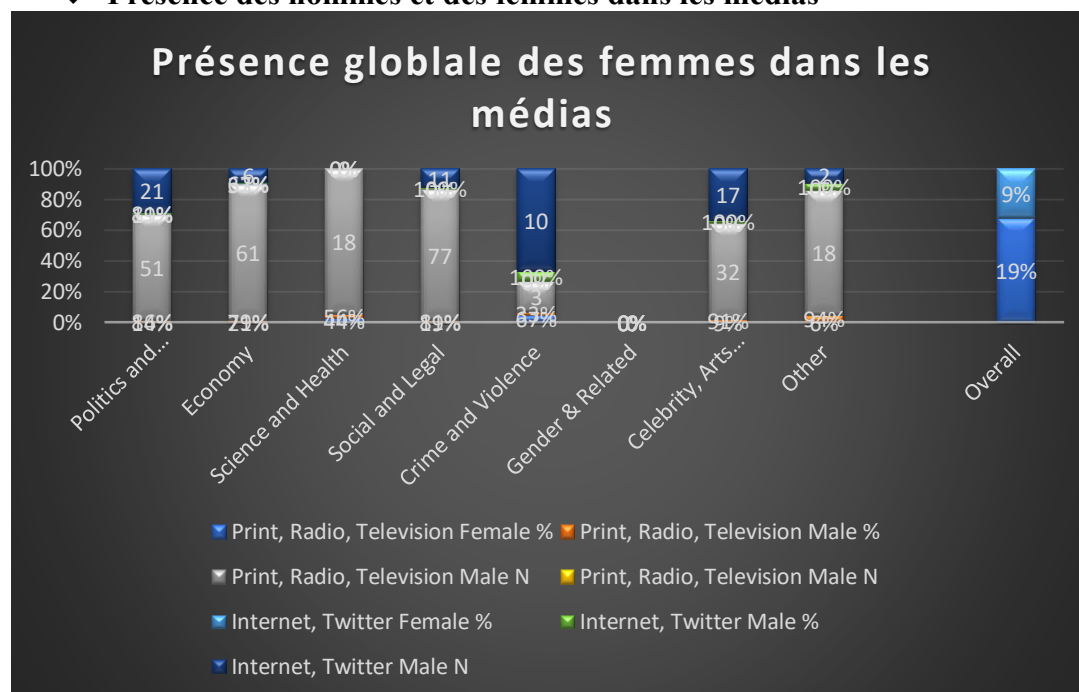
❖ Ce reportage est-il lié au COVID -19 ?



Les reportages liés au COVID-19, occupe 17% dans l'ensemble des thèmes évoqués dans les médias. Quant à la répartition par type de médias, la presse écrite est à 22% ensuite internet avec 20%, la radio 19%, la télévision 10% et twitter 9%

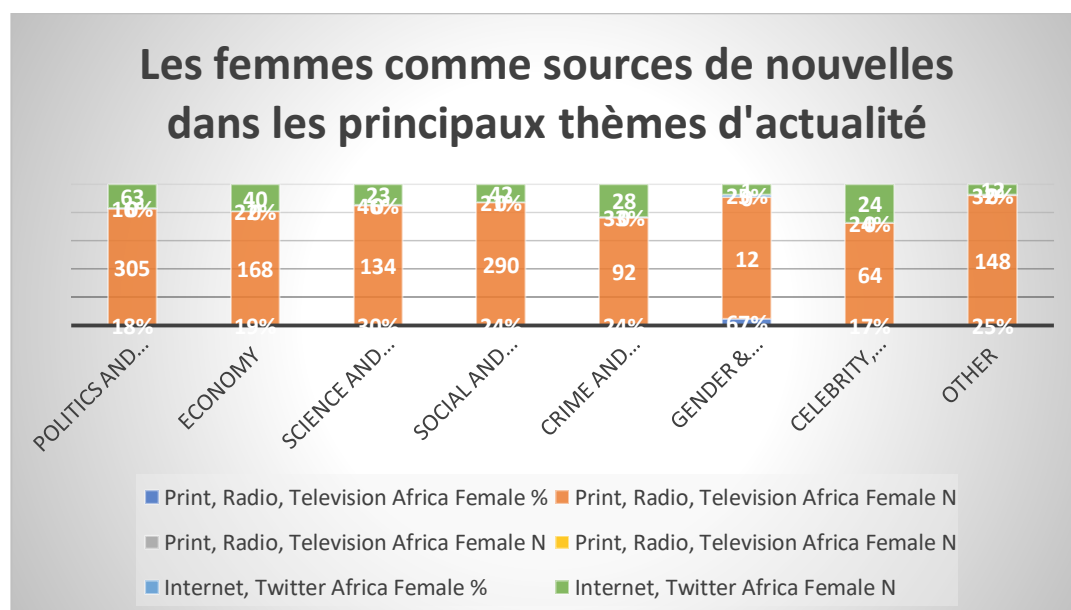
SUJETS ET SOURCES DES NOUVELLES

❖ Présence des hommes et des femmes dans les médias



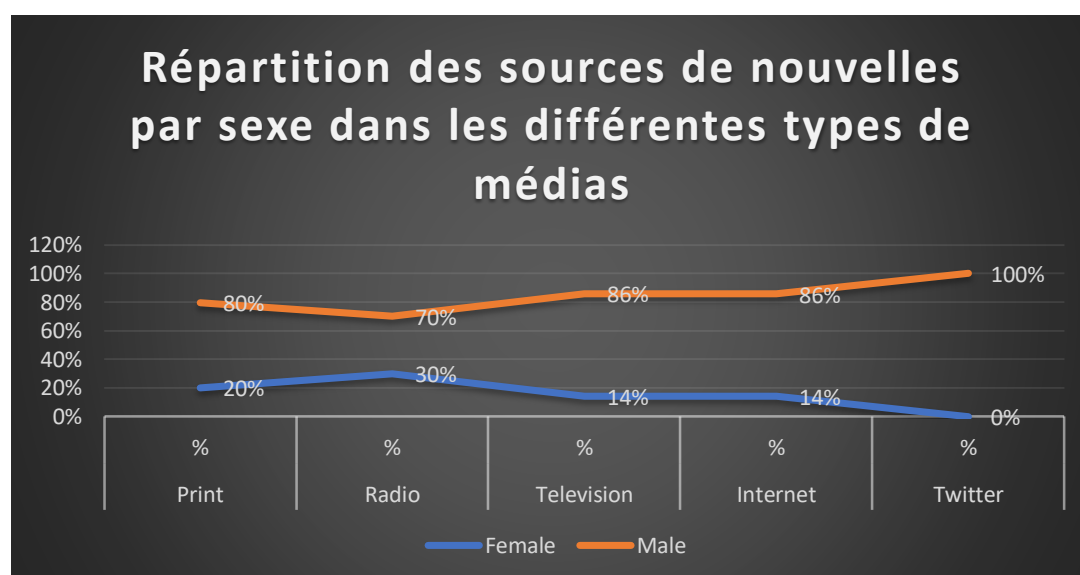
De façon globale les femmes sont sous-représentées par rapport aux hommes en tant que sujets de nouvelles comme l'illustre le graphique ci-dessus. 19% dans les médias traditionnels (presse, radio et télévision pris ensemble) et 9% sur twitter et internet. Dans les détails les pourcentages des hommes sont toujours plus élevés, en dehors de la thématique crime et violence où elles sont en tête avec 67%.

❖ Les femmes comme sources de nouvelles dans les grands thèmes évoqués



En tant que sources de nouvelles dans les grands thèmes évoqués, les femmes sont toujours sous-représentées comme l'indique le graphique ci-dessus. La sous-représentativité des femmes est plus poussée dans la thématique **Politique et gouvernement**, 18% dans les médias traditionnels et 16% à twitter et internet. Elles sont par contre plus représentée dans les sujets liés au **Genre** 67% dans les médias traditionnels et 25% à twitter et internet. Quant au sujet **Economie**, elles représentent seulement 19% dans les média traditionnels, 22% sur twitter et internet. Sur le thème **Sciences et santé** 30% sur les média traditionnels et 46% à twitter et internet. **Social et Juridique** 24% dans les média traditionnels et 21% à twitter et internet. **Criminalité et violence** 24% dans les médias traditionnels et 30% à twitter et internet. **Célébrité, arts et médias** 17% dans les médias traditionnels et 24% à twitter et internet. **Autres sujets** 25% dans les médias traditionnels et 32% à twitter et internet.

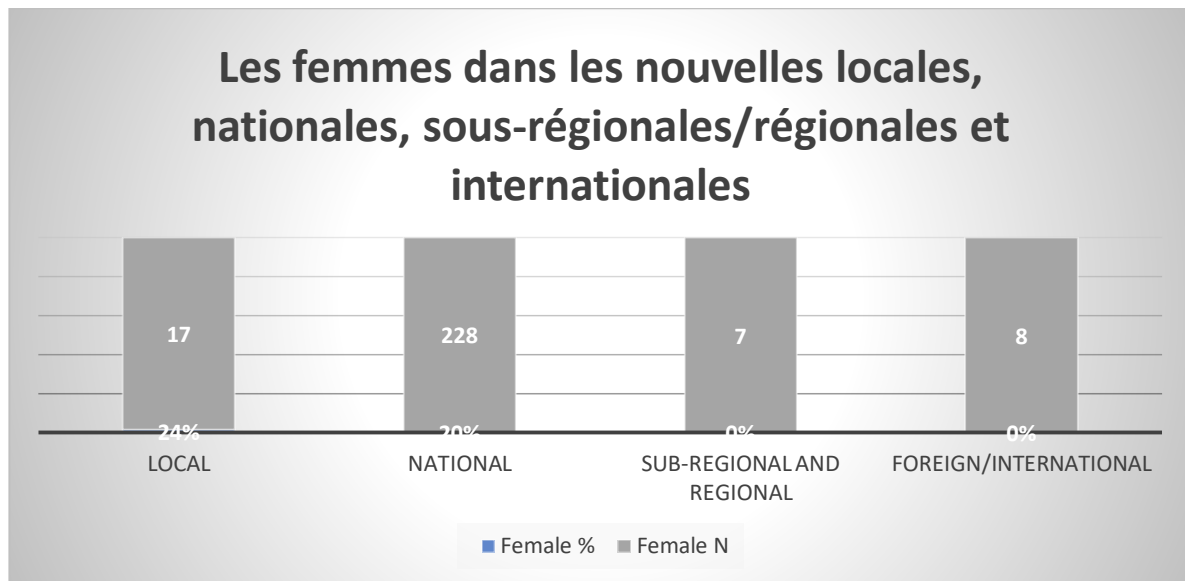
❖ **Les femmes et les hommes sources de nouvelles dans les différents types de médias**



En tant que sources de nouvelles, les femmes sont toujours sous-représentées par rapport aux hommes dans le paysage médiatique au Cameroun. Ce constat est fait dans les différents types de média comme le démontre diagramme ci-dessus.

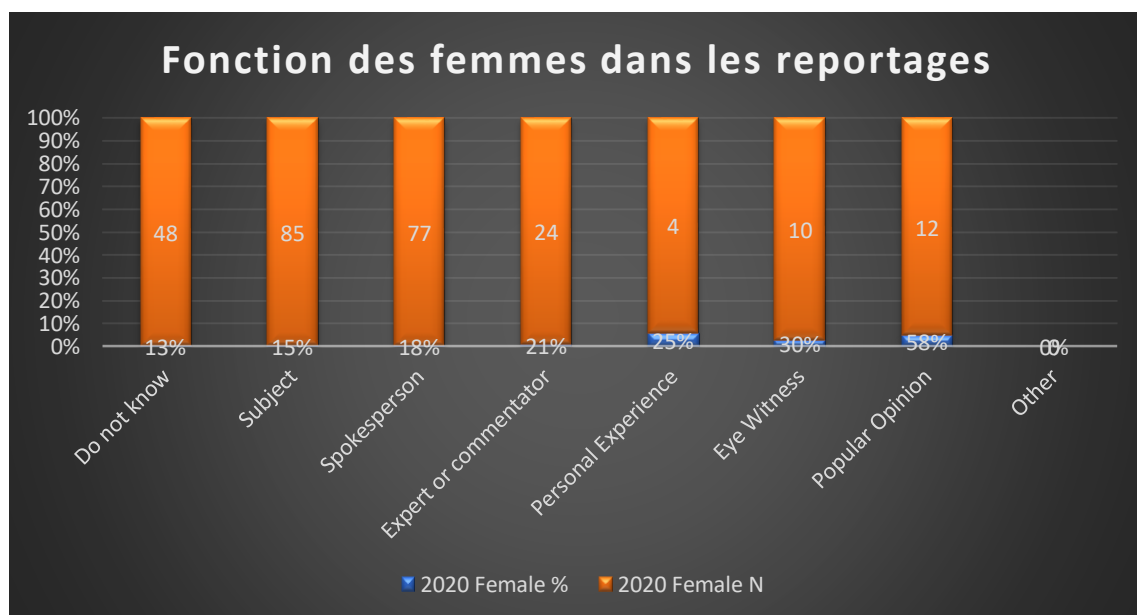
C'est dire qu'un effort est à fournir pour rectifier le tir afin que les femmes Camerounaises soient plus sollicitées en tant que sources de l'information.

❖ Les femmes selon la portée des nouvelles



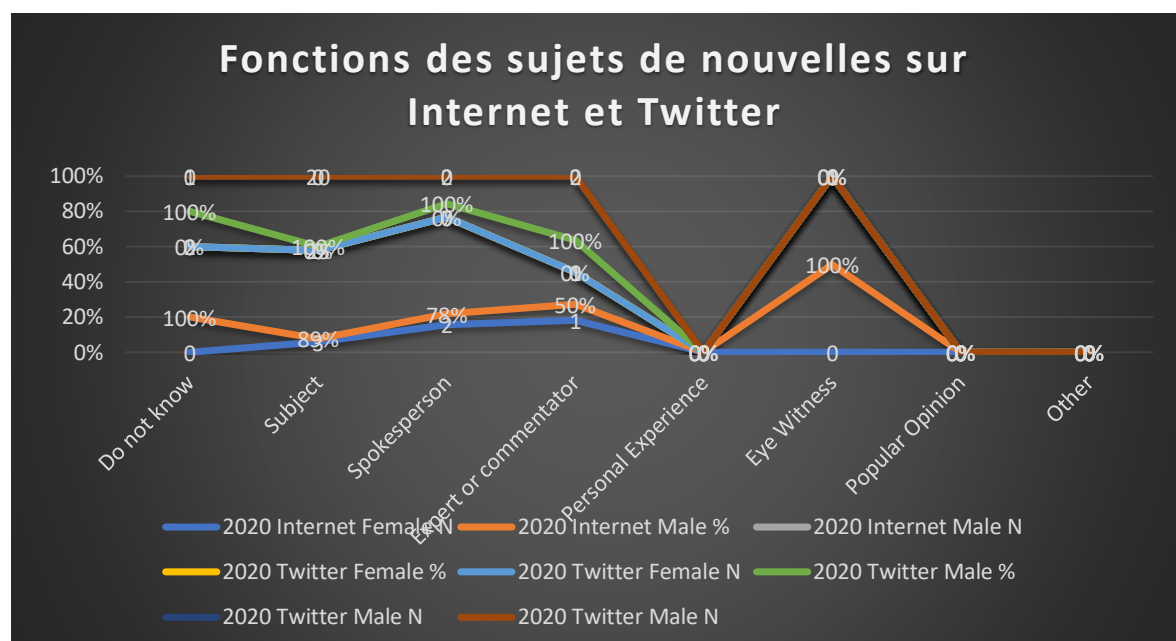
Les résultats du monitoring montrent que les femmes sont plus présentes dans les nouvelles à portée locale soit 24 %. Elles représentent 20% dans les nouvelles nationales. Elles sont par contre absentes dans les nouvelles sous-régionales/régionales et internationales.

❖ Fonction des femmes comme sujet de nouvelles dans le reportage



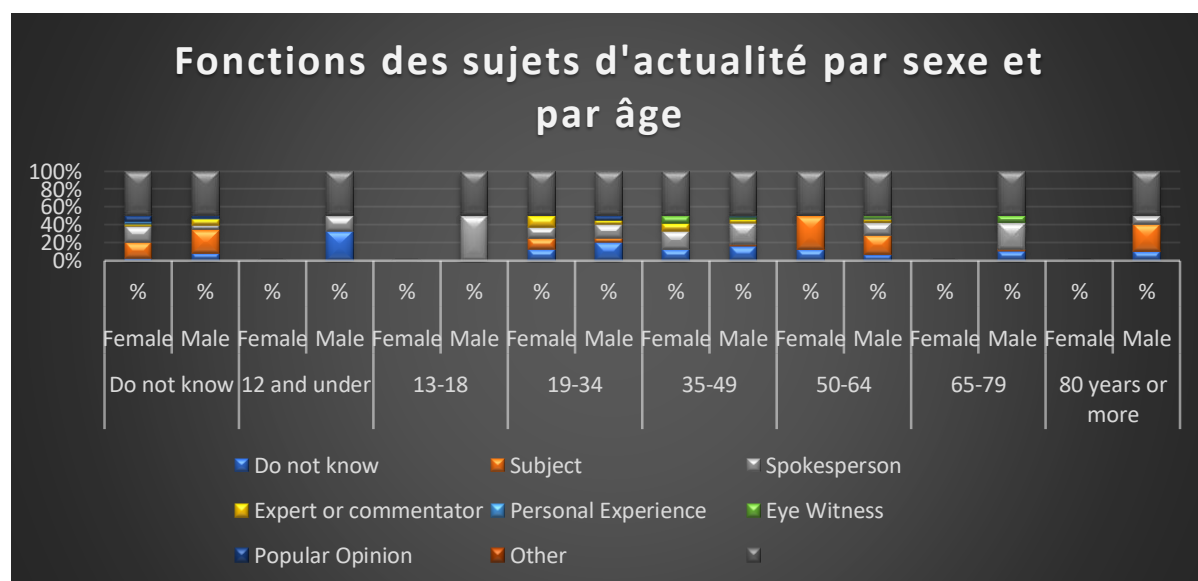
S'agissant de leur fonction dans le reportage, les femmes figurent comme opinion populaire (58%), ensuite comme témoin oculaire (30%). Leurs expériences personnelles occupent (25%), en tant qu'expertes (21%), porte-parole (18%), comme sujet (15%), fonction inconnu

(13%). En conclusion elles sont toujours sous-représentées pratiquement dans la quasi-totalité des fonctions dans les reportages.

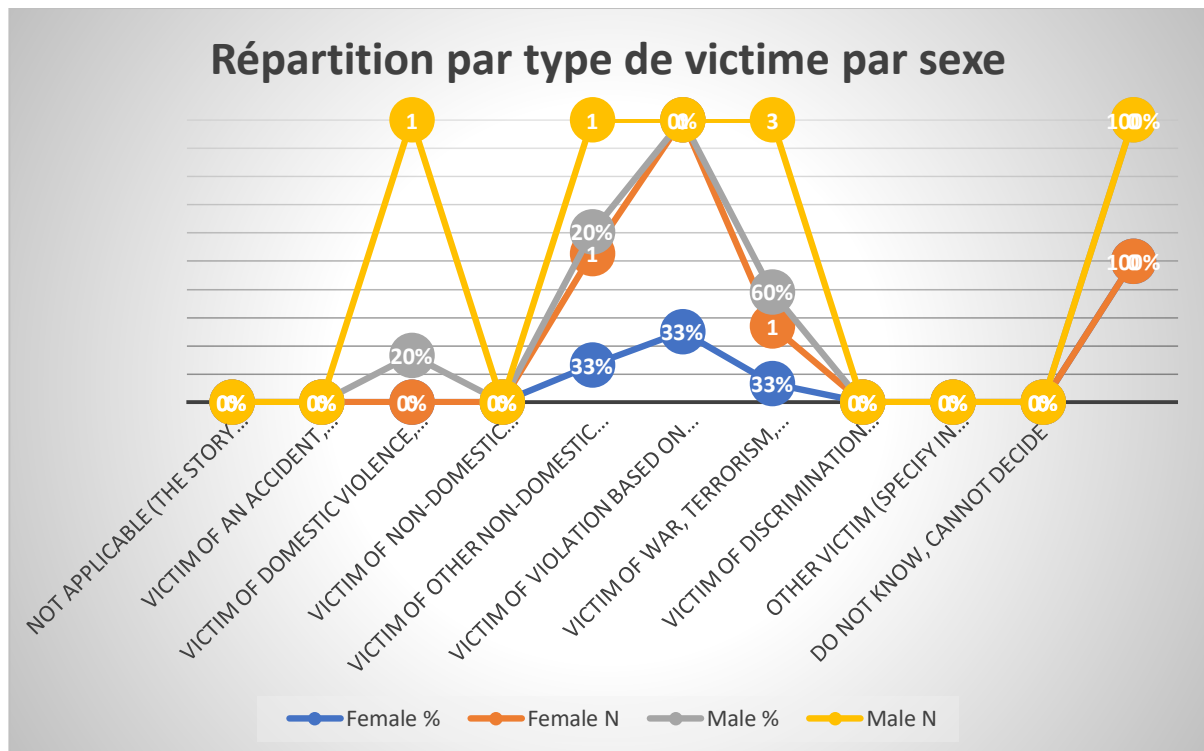


En effet, l'étude a révélé que sur internet et Twitter, les hommes ont été plus représentés par rapport à la fonction dans les nouvelles relativement aux femmes. Les femmes n'ont été représentées sur Internet qu'à hauteur de 11% comme sujet de nouvelles, 22% comme porte-parole, 50% comme expertes commentatrices (la parité a été atteinte ici). Les femmes ont été complètement absentes sur Twitter où les hommes font les 100% par rapport la fonction dans le reportage.

❖ Fonctions des hommes et des femmes dans les nouvelles et répartition par sexe et par âge

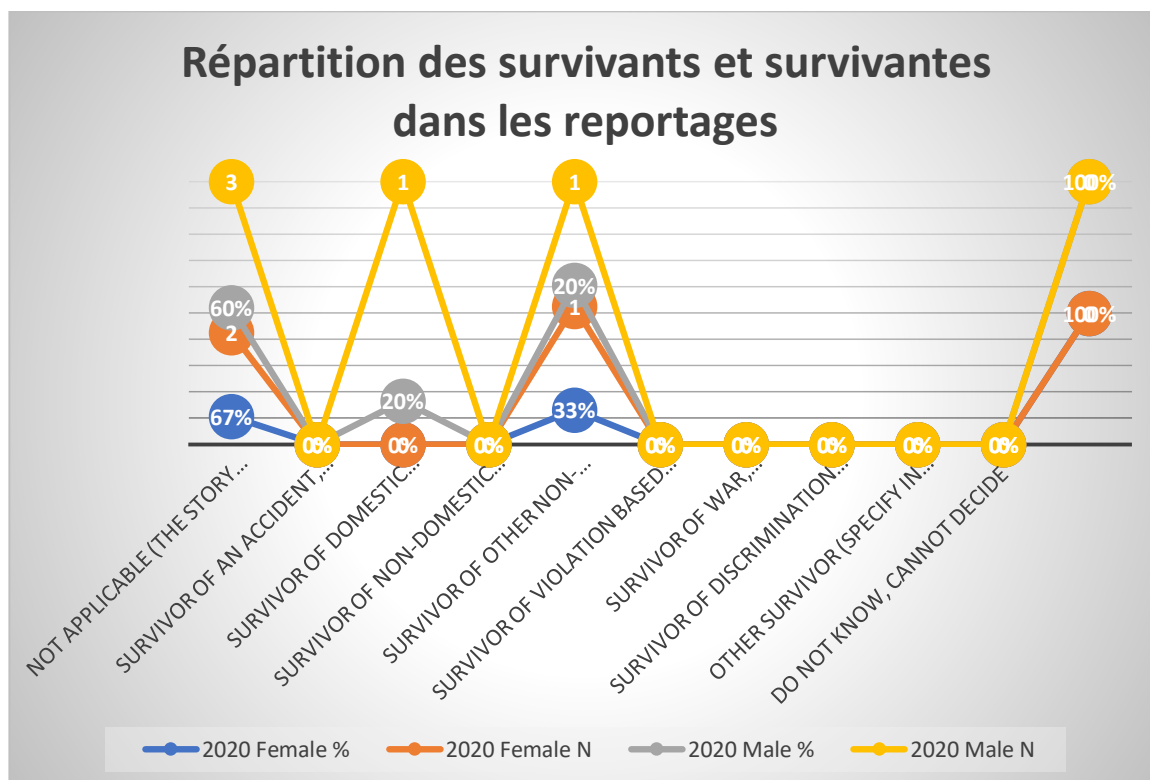


❖ Hommes et femmes figurant comme victimes dans les reportages



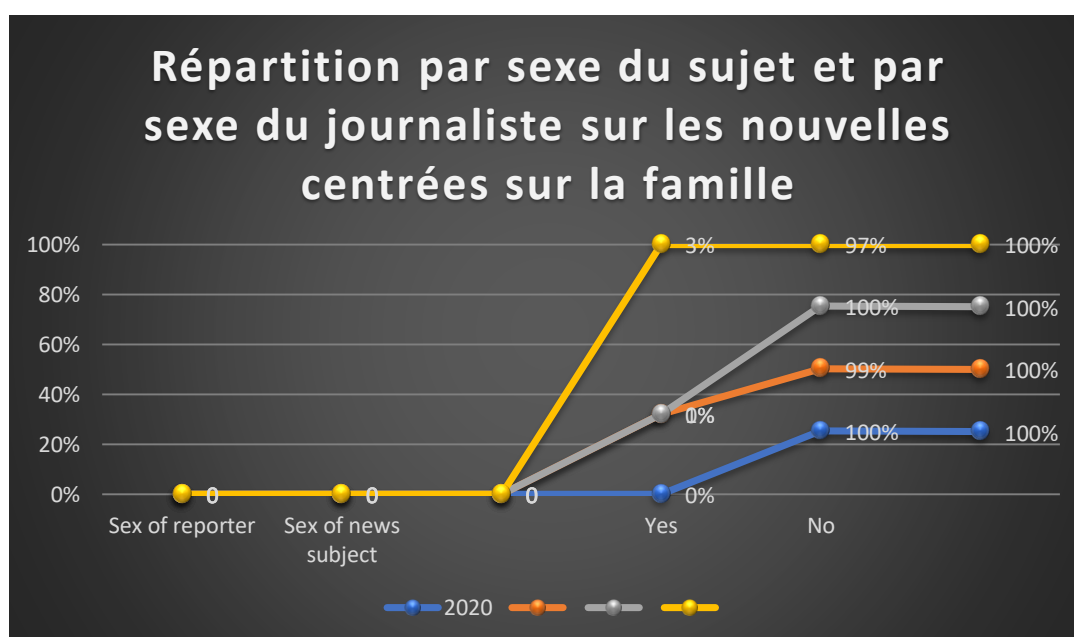
Il ressort du monitoring, qu'aussi bien les femmes que les hommes sont victimes dans certaines nouvelles et de façon disproportionnée. Les femmes sont plus victimes des crimes non domestiques, agression, soit 33% alors que les hommes le sont à hauteur de 20% seulement. Le même pourcentage de femmes sont victimes de religion et tradition, pourtant les hommes n'en sont pas du tout. Cela démontre le poids de la tradition et de la religion sur la vie des femmes au Cameroun. Il ressort également que 33% de femmes et 60 % d'hommes sont victimes de guerre, de terrorisme, de violence d'État... Cela se justifierait par le contexte sécuritaire actuel marqué par l'insurrection de BOKO HARAM et la crise du Nord-Ouest et Sud-Ouest. Les informations du jour révèlent que les hommes sont victimes de violence, viol et meurtre à hauteur de 20%. Les femmes en sont épargnées ce jour. Ce qui est une bonne nouvelle par rapport à la situation habituelle.

❖ Survivants et survivantes dans les reportages



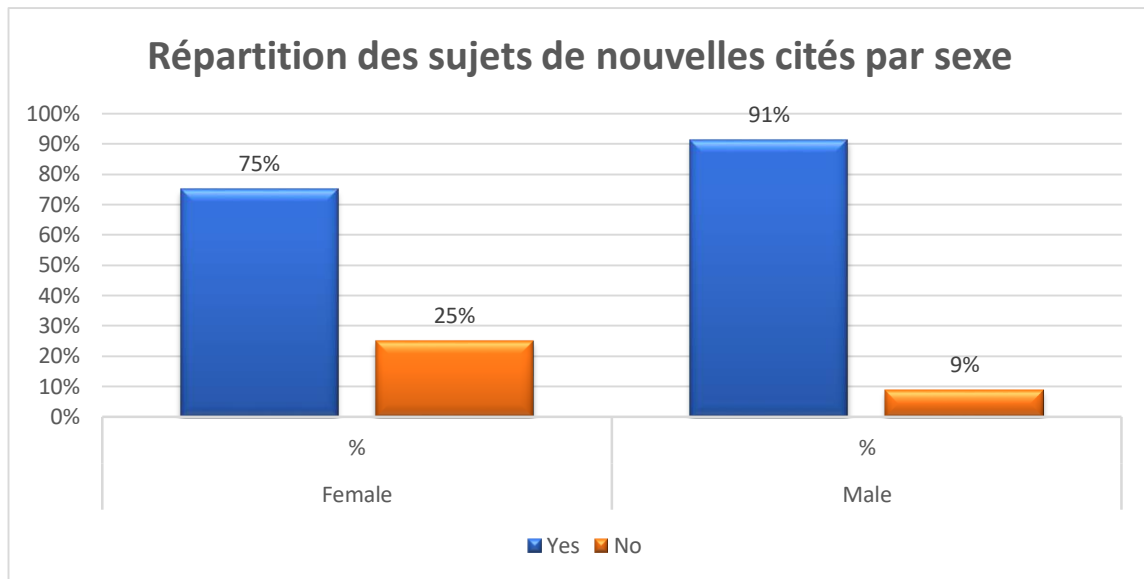
Aussi bien les femmes et les hommes sont des survivants en proportions variées suivants le type d'événement.

❖ Centralité sur la famille des sujets de nouvelles par rapport au sexe du reporter



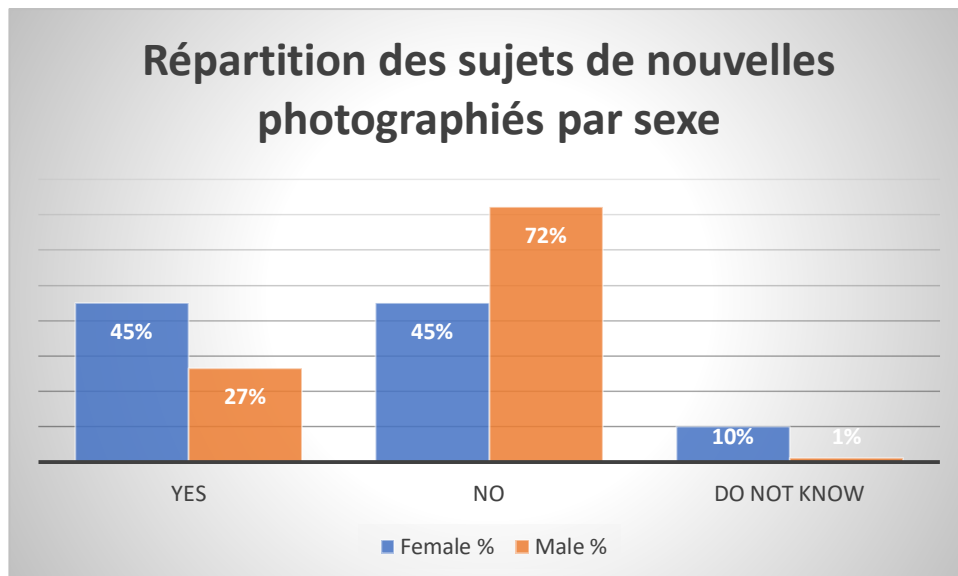
Il ressort globalement que les reporters hommes et femmes n'ont pas vraiment été intéressés (ées) à traiter les sujets des nouvelles sous l'angle de la famille.

❖ Hommes et femmes cités (es) dans les nouvelles



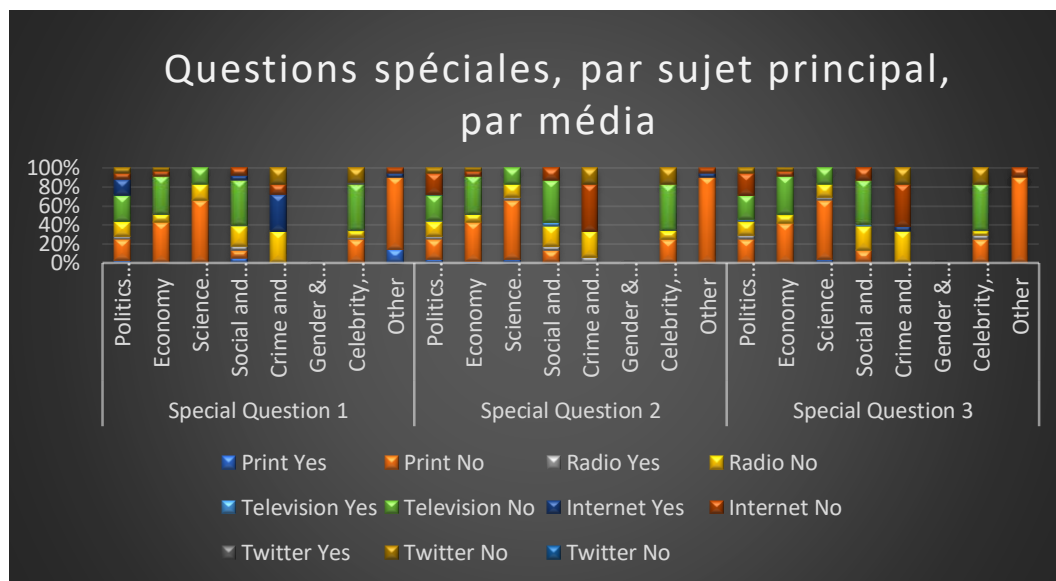
75% de femmes évoqués dans les nouvelles sont citées contre 91% hommes évoqués sont cités. Ce qui démontre que les hommes sont en général plus cités comparativement aux femmes.

❖ Hommes et femmes photographiés (es)



Les nouvelles du jour 29 Septembre montrent que les femmes sont plus photographiées soit 45% que les hommes, soit 27%.

❖ Questions spéciales du Cameroun par thèmes et par média



Dans l'ensemble, les sujets traités n'ont pas beaucoup fait allusion aux questions spéciales qui ont été choisies par l'équipe de monitoring du Cameroun à savoir :

Question 1: L'information fait-elle allusion aux Personnes Déplacées Internes? Oui/Non

Sur cette question, le chiffre le plus élevé est sur internet avec 13 OUI seulement dans la thématique politique et gouvernance. Globalement le NON l'emporte dans 7 thèmes sur 8. Dans un contexte de crise sociopolitique, avec un nombre de plus en plus croissant des Personnes déplacées internes, il est important de faire écho de la situation de cette catégorie de la population camerounais afin de parvenir à la prise en compte de leurs besoins spécifiques et l'amélioration de leurs droits.

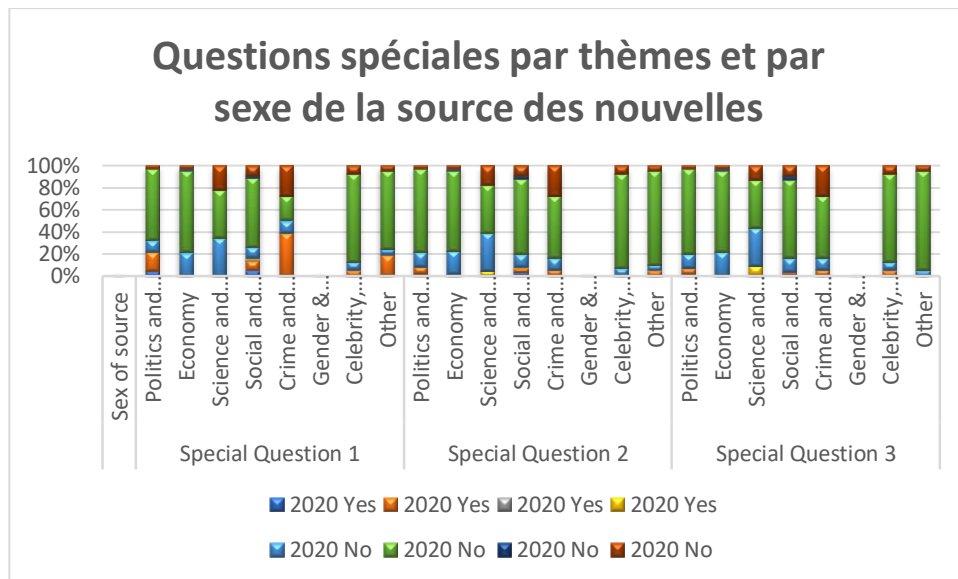
Question 2: Le reportage identifie-t-il clairement les femmes en tant que partie prenante dans la résolution de la crise du Nord-Ouest et Sud-ouest du Cameroun? Oui/Non

Sur cette question, les femmes sont quasi invisibles dans les nouvelles. Ce qui reflète leur faible implication dans les processus de résolution des conflits au Cameroun. Cela traduit aussi la mise en œuvre limitée du plan d'action nationale de la résolution 1325 du Conseil de sécurité des Nations Unies adopté par le Cameroun en 2017 pour la période 2018-2020. Cette Résolution recommande l'implication des femmes dans les processus de prise de décision et de paix. Le plan d'action de 2^{ème} génération devrait véritablement en tenir compte dans sa phase de mise en œuvre.

Questions 3: La personne est-elle identifiée comme victime de la crise sociopolitique en cours au Cameroun? Oui/Non

Ici aussi les personnes victimes des crises sociopolitiques n'ont presque pas été évoquées dans les thèmes traités comme le démontre le graphique, peut-être en raison de la sensibilité de la question dans notre contexte.

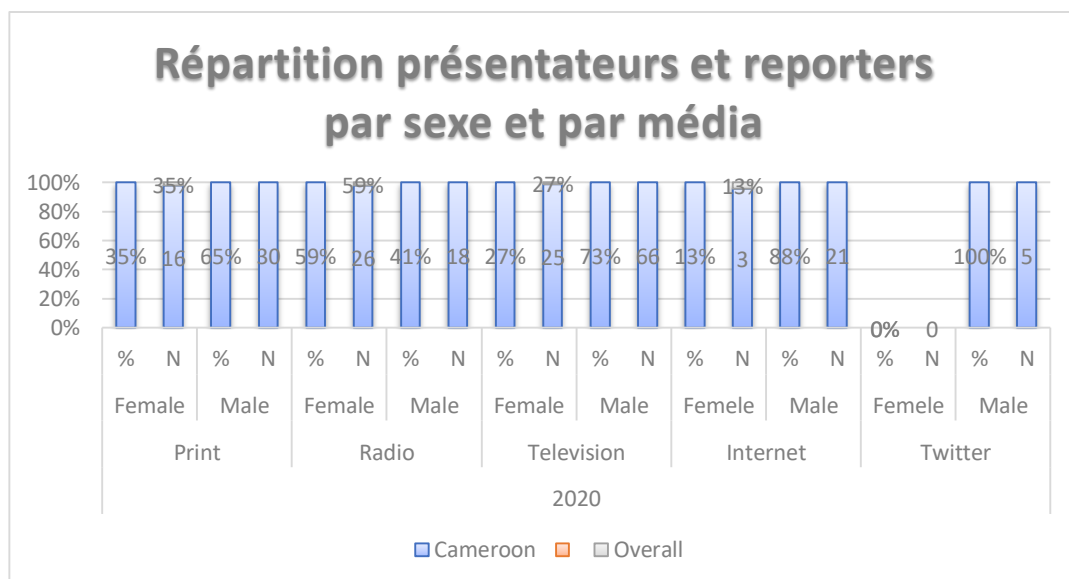
❖ Questions spéciales et sexe des sources de nouvelles



De façon général, les sources masculines ont été plus touchées que les sources féminines dans les questions spéciales. Ce qui rejoint la tendance globale.

LES JOURNALISTES

❖ Répartition des journalistes par sexe et par média : Presse - Radio - Télévision - Internet - Twitter

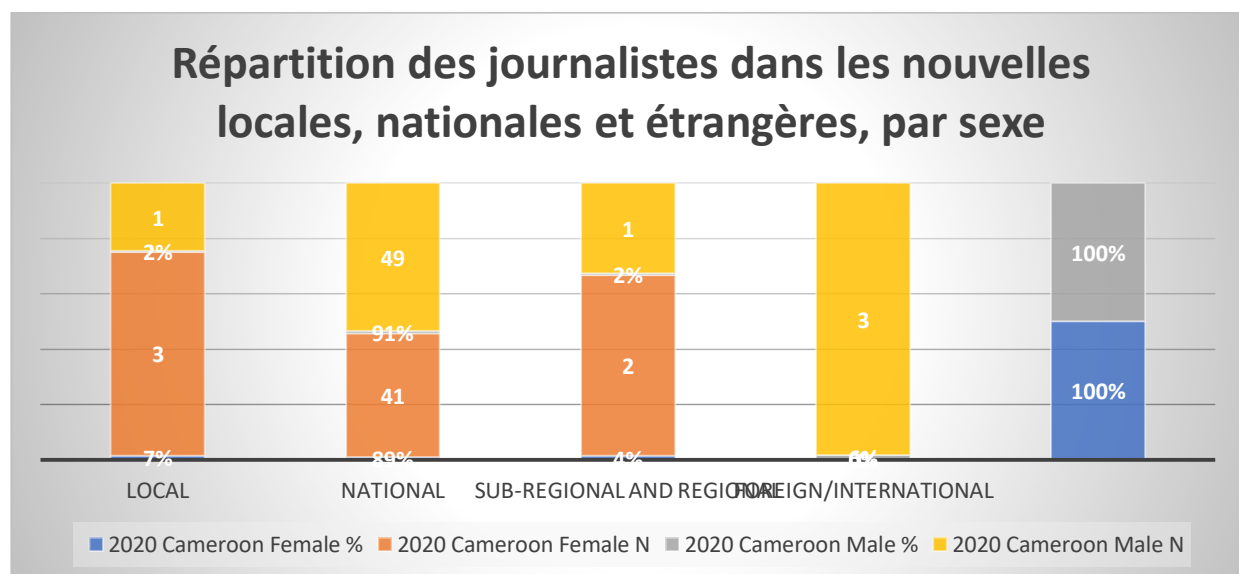


Dans la presse, les femmes sont moins présentes (35%) que les hommes (65%). La même tendance s'observe à télévision 27% pour les femmes contre 73% pour les hommes.

Elles sont fortement sous-représentées sur internet (13%) et les hommes (88%). Les femmes journalistes ont été totalement absentes sur twitter (0%) le jour du monitoring alors que les hommes journalistes sont représentés à 100%. Ceci montre un énorme gap à combler par les femmes journalistes sur ces nouveaux médias.

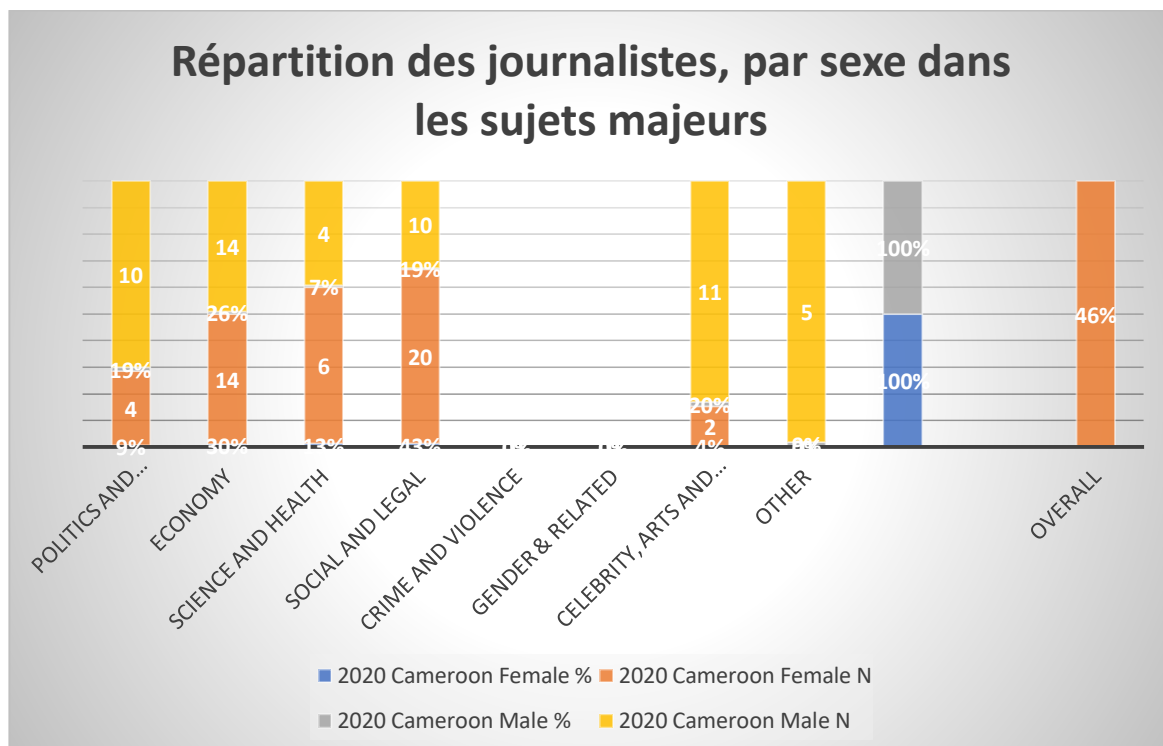
A contrario, les femmes journalistes sont plus présentes à la radio 59% contre 41% pour les hommes.

❖ Répartition des journalistes dans les nouvelles nationales et étrangères, par sexe



Concernant de la portée des nouvelles, il ressort que les femmes et les hommes de médias ont plus couvert les nouvelles à portée nationale respectivement à hauteur de (89%) pour les femmes et (91%) pour les hommes. Quant aux nouvelles locales, les femmes sont à 7% et les hommes à 2%. S'agissant des nouvelles régionales et sous-régionales, les femmes ont à 4% et les hommes 2%. Les femmes sont absentes dans les nouvelles internationales (0%) et les hommes y sont à 6% des informations globales traités.

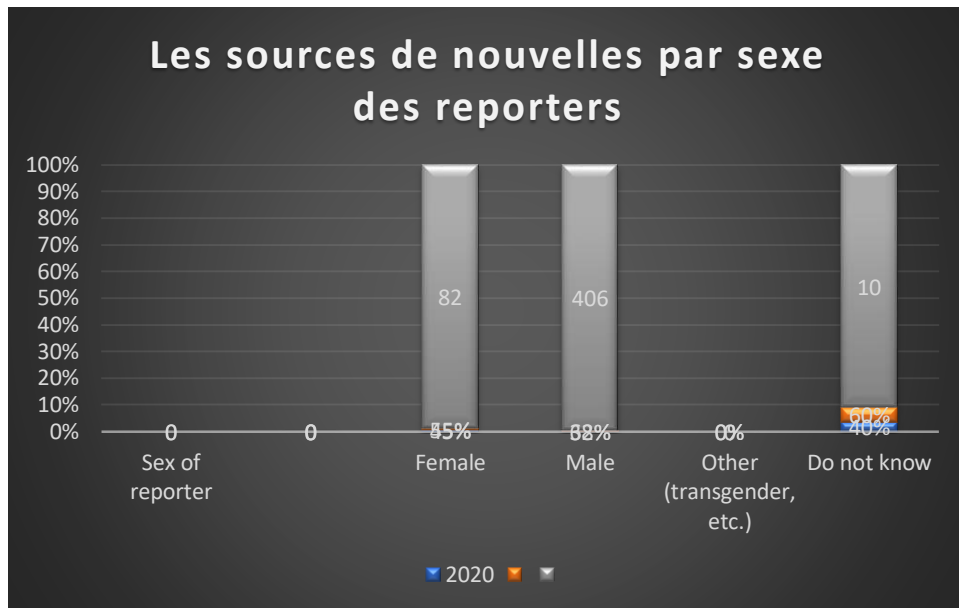
❖ **Présence des Femmes et hommes reporters dans les grands thèmes.**



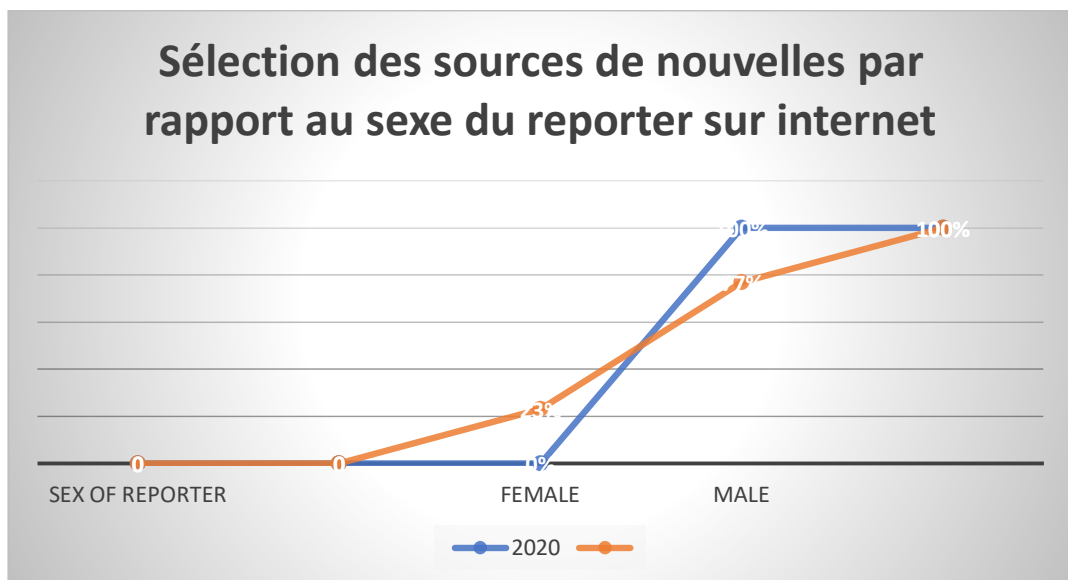
Le monitoring a démontré que dans l'ensemble, les femmes journalistes au Cameroun ont couvert les nouvelles à hauteur de 46% dans les grands thèmes. Le thème le plus couvert par les femmes journalistes est **Social et juridique** avec 43% par rapport aux hommes qui sont à 19%. Ce qui conforte l'image que l'opinion populaire a des femmes journalistes au Cameroun qui semblent toujours se contenter des sujets de cette nature. Pareil pour le sujet science et santé, domaine dans lequel les femmes sont plus présentes. Elles ont couvert ce sujet à hauteur de 13% et les hommes sont à 7%. Par contre, la thématique **Politique et gouvernement** n'a intéressé les femmes journalistes qu'à hauteur de 9% par rapport aux hommes qui sont à 19%. S'agissant de la thématique **Economie**, les femmes de médias sont à 30% et les hommes à 26% des nouvelles couvertes. Quant au sujet **célébrité, arts et sport**, les femmes journalistes y sont fortement moins présentes soit 4% et 20% pour les hommes.

Un effort doit être fait par les femmes de médias afin d'équilibrer la balance en « bousculant » les thématiques qui les confinent dans les stéréotypes et ainsi changer la donne.

❖ Sources de nouvelles par sexe du reporter



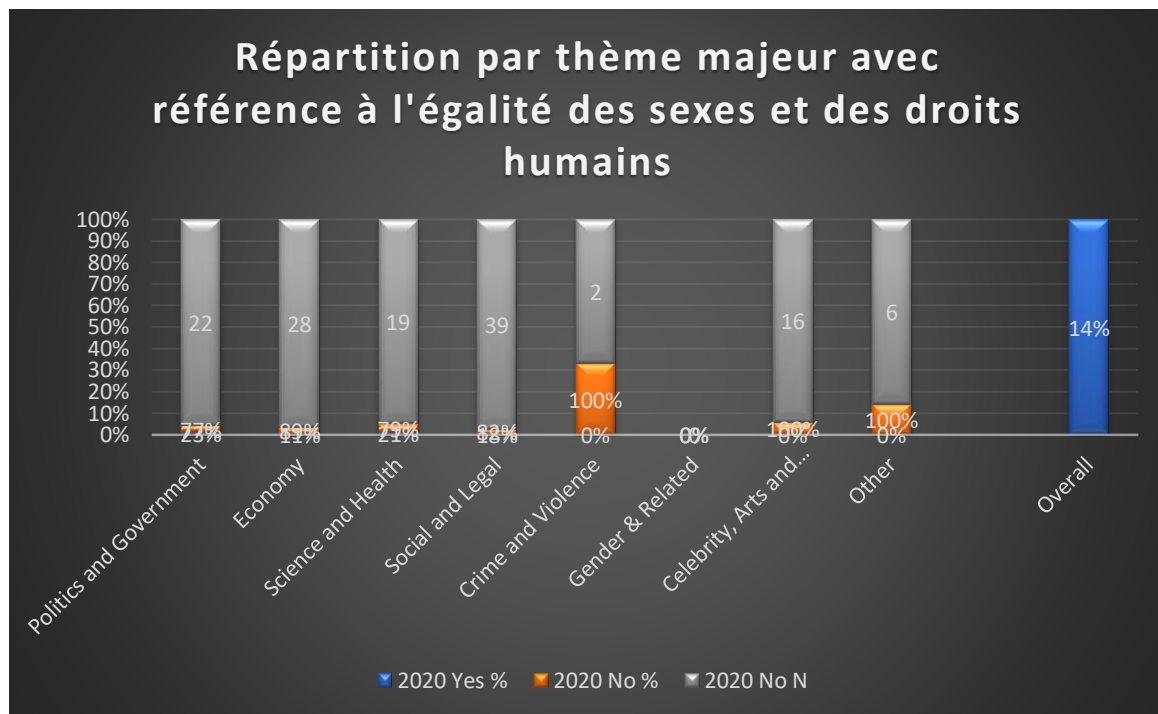
Globalement, les sources masculines ont été plus utilisées dans les nouvelles que les sources féminines. Soit au total 406 hommes contre 82 femmes seulement. Les sources féminines ont été plus sollicitées par les reporters hommes (55%), que les reporters femmes (45%). De même, les sources masculines ont été plus sollicitées par les reporters hommes (62%) que les reporters femmes (38%).



Sur Internet, les sources masculines l'emportent toujours. Les sources masculines ont globalement plus été sollicitées aussi bien par les reporters hommes que les reporters femmes. En effet les reporters hommes ont sélectionnés seulement 23% de sources féminines contre 77% de sources masculines. Par contre les femmes ont eu 0% des sources féminines contre 100% de sources masculines.

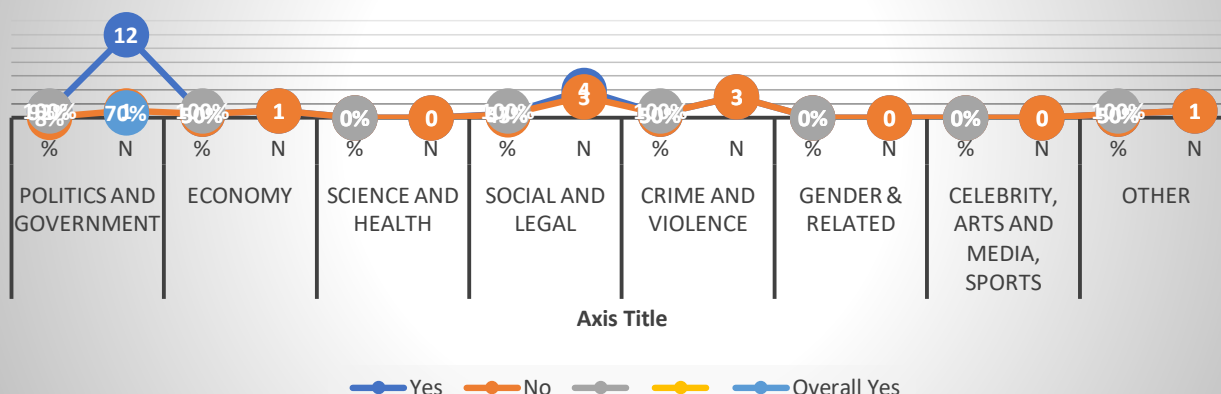
PRATIQUES JOURNALISTIQUES : SUR LA CENTRALITÉ DES FEMMES, LES STÉRÉOTYPES DE GENRE ET LES REPORTAGES AXÉS SUR LES DROITS

❖ Centralité des nouvelles sur l'égalité de genre et des droits humains



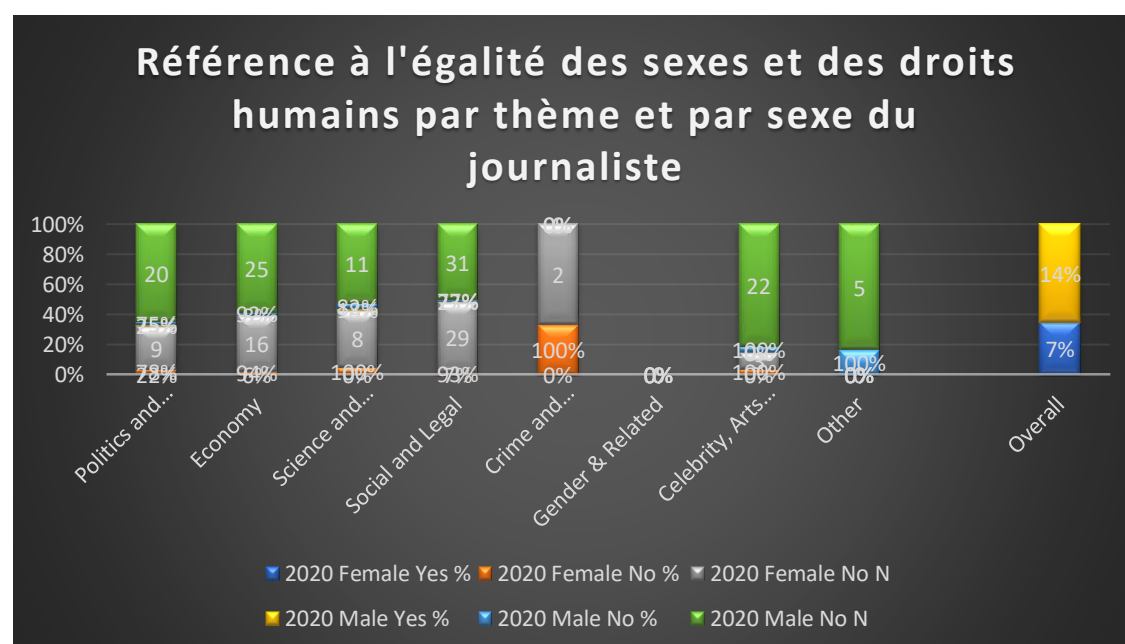
Globalement, seulement 14% des reportages ont évoqué les questions liées au genre et droits humains. Spécifiquement, les questions d'égalité ou d'inégalité de genre et droits humains ont été plus évoquées dans la thématique politique et gouvernement (23%), suivi de la thématique science et santé (21%), économie (18%). Par contre ces questions sont absentes dans toutes les autres thématiques.

Genre et droits humains dans les nouvelles sur internet



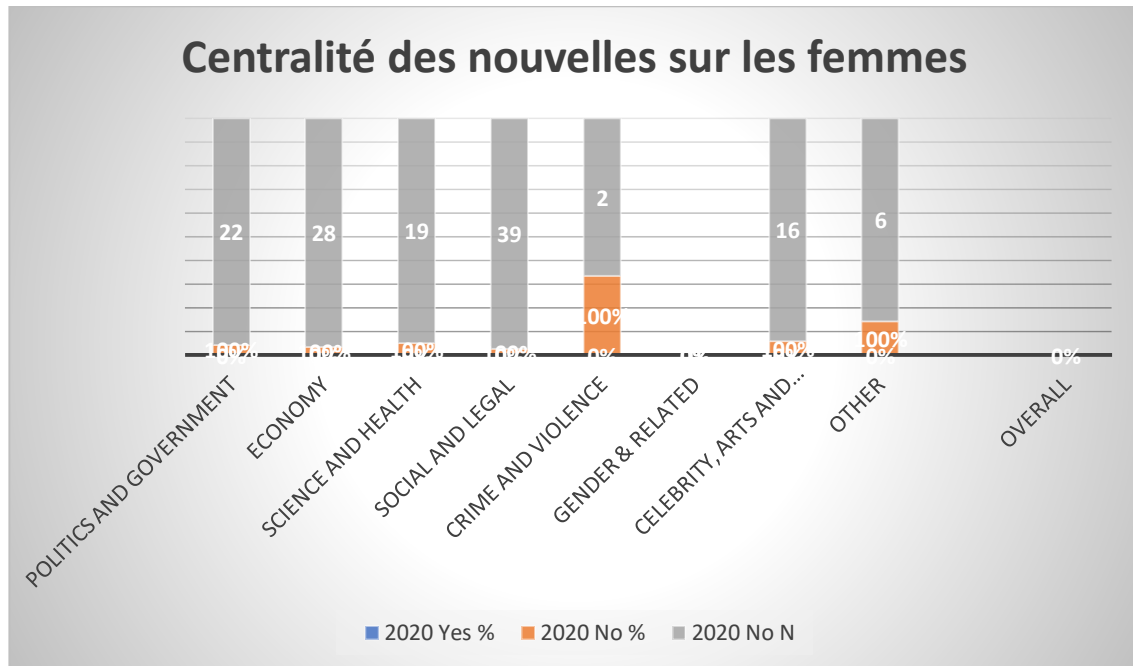
Par contre l'étude a révélé que globalement, les informations sur internet ont fait référence à l'égalité des sexes et droits humains à hauteur de 70%. C'est une preuve que internet est un espace très sollicité pour attirer l'attention de l'opinion sur les questions relatives à l'égalité des sexes et des droits humains au Cameroun, étant donné que la justice sociale fait gravement défaut dans notre contexte.

❖ Référence à l'égalité des sexes par rapport au sexe du journaliste



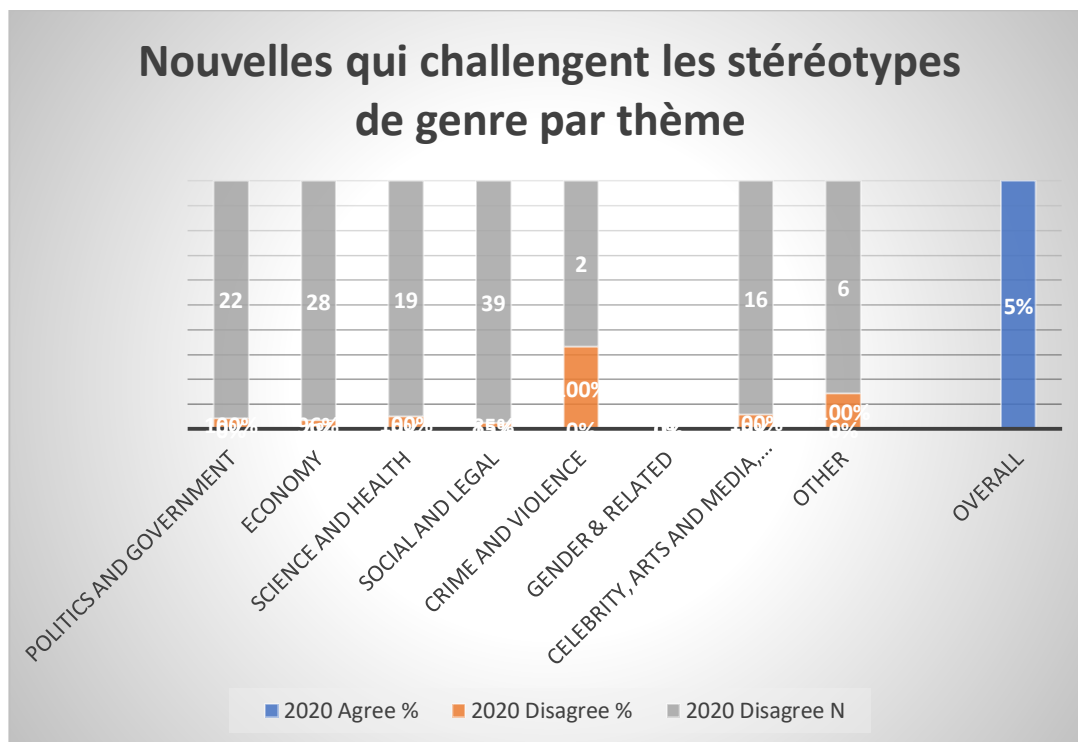
Il ressort des résultats que seulement 7% des thématiques couverts par les journalistes femmes dans les grands thèmes ont fait référence à l'égalité des sexes et droits humains, contre 14% chez les hommes. Ces chiffres démontrent que les hommes ont été plus intéressés par ces questions que les femmes. Cependant, dans l'ensemble, ces chiffres sont assez bas de part et d'autre.

❖ Centralité des nouvelles sur les femmes



Aucune Actualité du 29 septembre 2020 n'a été centrée sur les femmes.

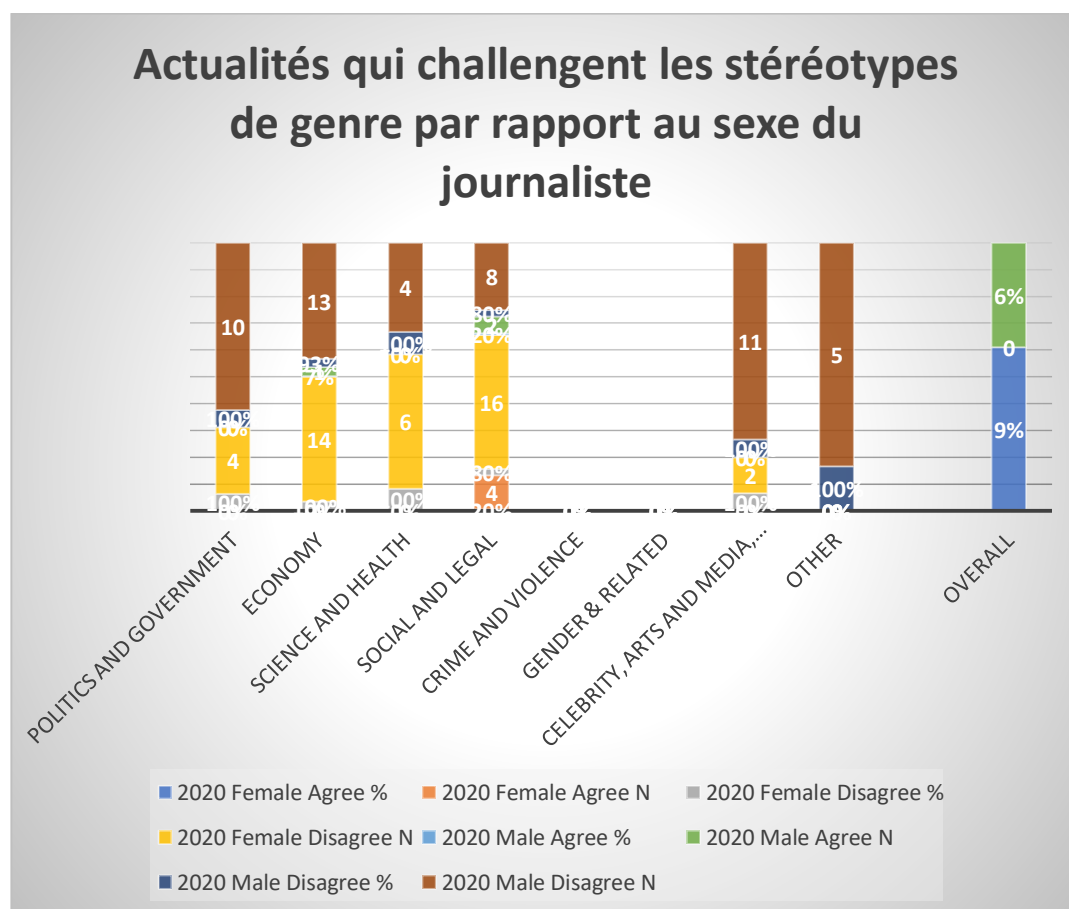
❖ D'ACCORD ou PAS D'ACCORD les stéréotypes de genre dans les nouvelles



Globalement, seulement 5% nouvelles dans les grands thèmes challengent les stéréotypes de genre. Avec 15% D'ACCORD dans la thématique social et juridique et 4% D'ACCORD sur les sujets relatifs à l'économie.

S'agissant des stéréotypes dans les médias numériques, il ressort de l'étude qu'aucun tweet ne remet en cause les stéréotypes. Par contre, 10% des reportages sur internet remettent clairement en cause les stéréotypes de genre. Même si le taux est un peu plus élevé sur internet que dans l'ensemble des médias, il reste insignifiant. En conclusion les informations sont très stéréotypées au Cameroun.

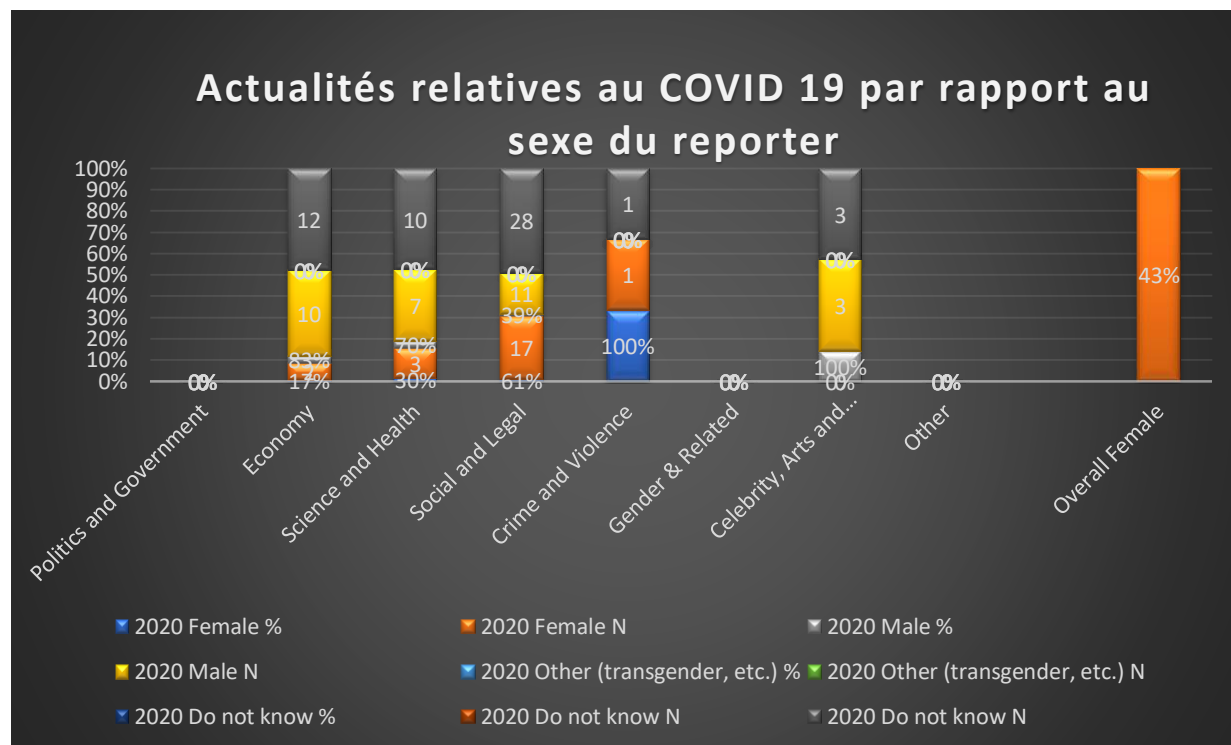
❖ **Actualités qui challengent les stéréotypes de genre par rapport au sexe du reporter**



9% des nouvelles couvertes par les journalistes femmes challengent les stéréotypes contre 6% de celles couvertes par les journalistes hommes. Ces chiffres démontrent que la façon de traiter les nouvelles par les journalistes est fortement teintée de stéréotypes dans l'ensemble.

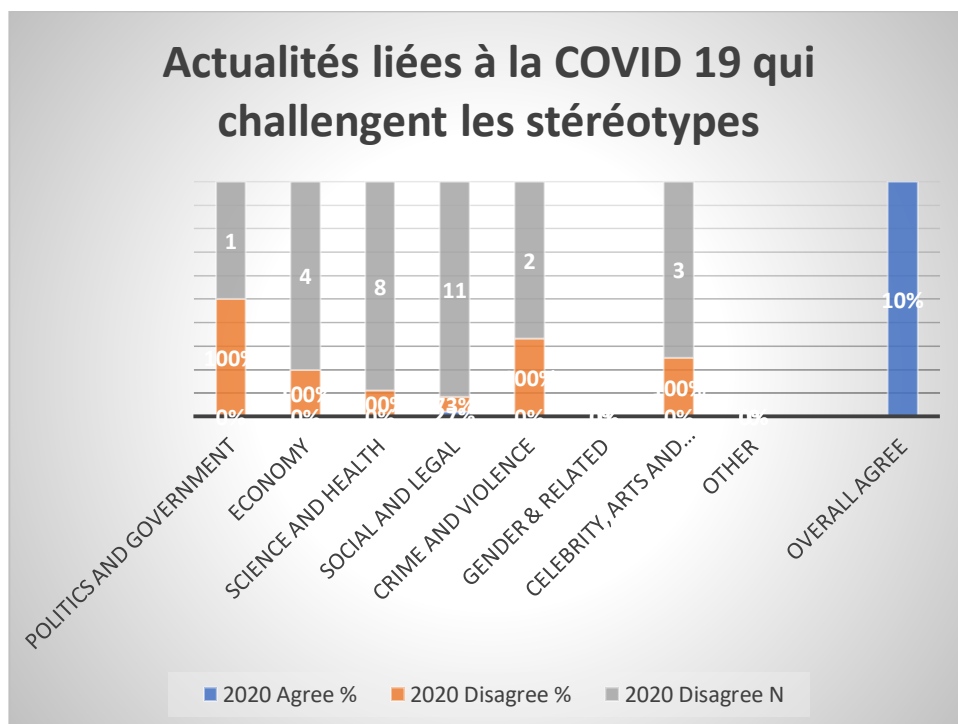
ACCENT SUR LES ACTUALITÉS COVID-19

❖ COVID 19 et sexe du reporter par thème



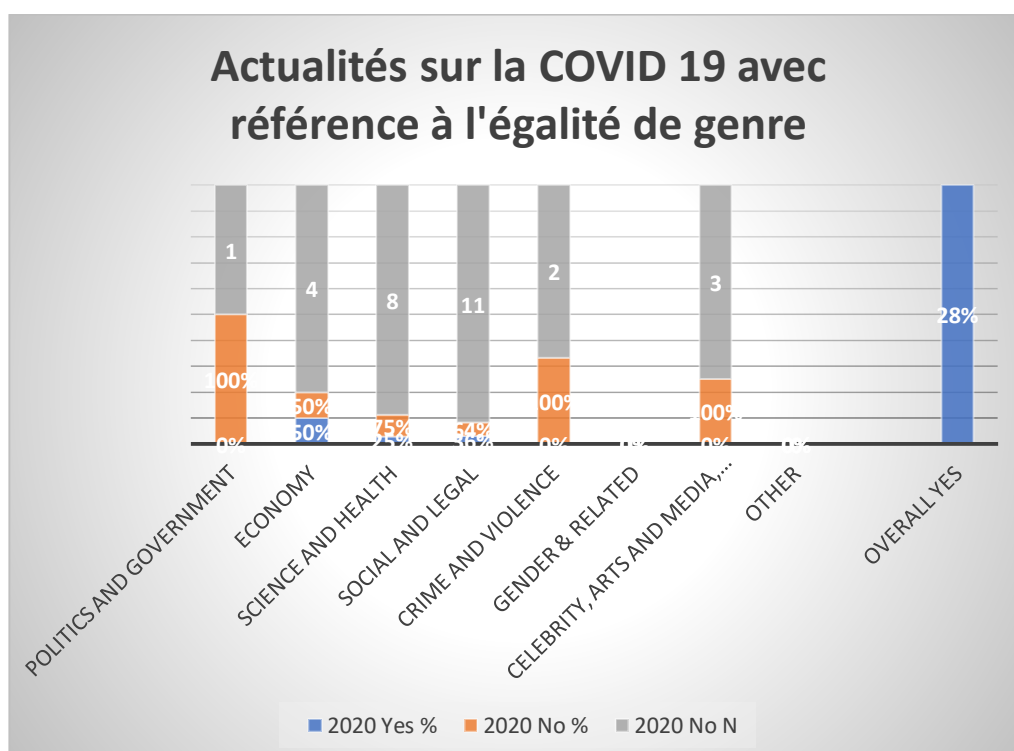
S'agissant des informations liées à la COVID 19, il ressort que 43% des reportages couverts par les femmes ont évoqué la COVID 19 contre 57% pour les hommes. Globalement, les hommes se sont plus intéressés à cette question que les femmes, bien que les pourcentages varient soit en faveur ou en défaveur des 02 sexes suivants les thèmes.

❖ Actualités relatives à la COVID 19 et stéréotypes de genre



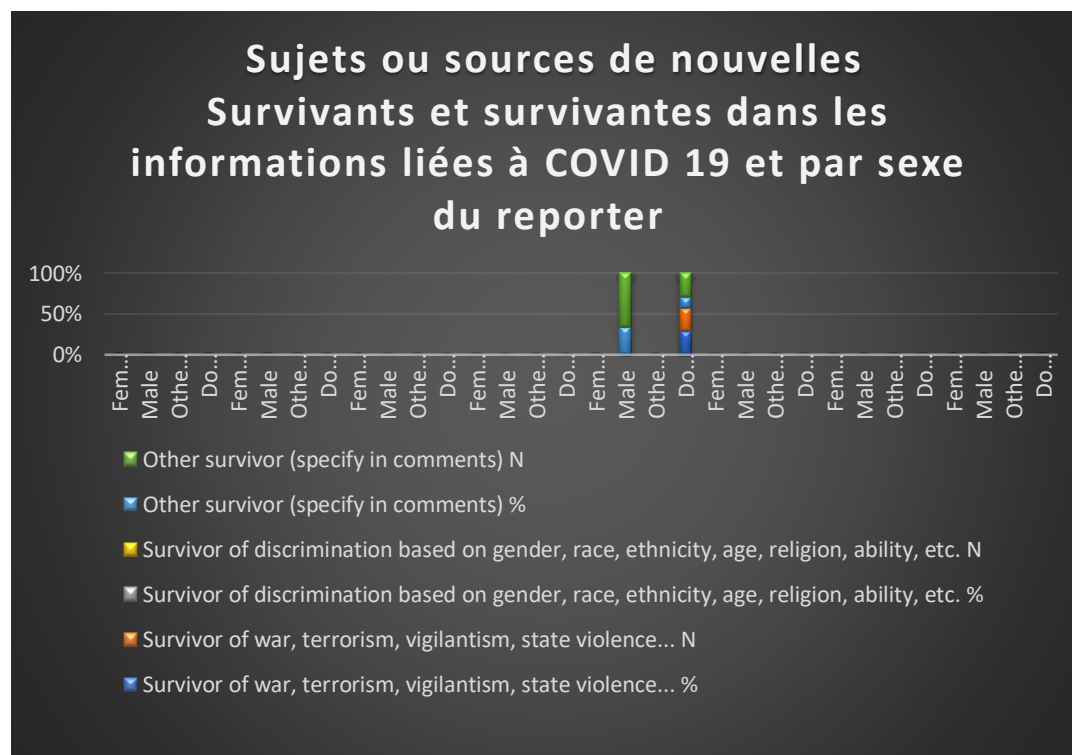
Seulement 10% des reportages liés à la COVID 19 challengent les stéréotypes dans les grands thèmes de l'actualité. 27% des sujets liés à l'économie challengent les stéréotypes. Dans toutes les autres thématiques, on constate que les reportages renforcent les stéréotypes.

❖ COVID 19 et référence au genre dans les nouvelles



Au total, 28% des informations relatives à la COVID 19 font référence à l'égalité de genre.

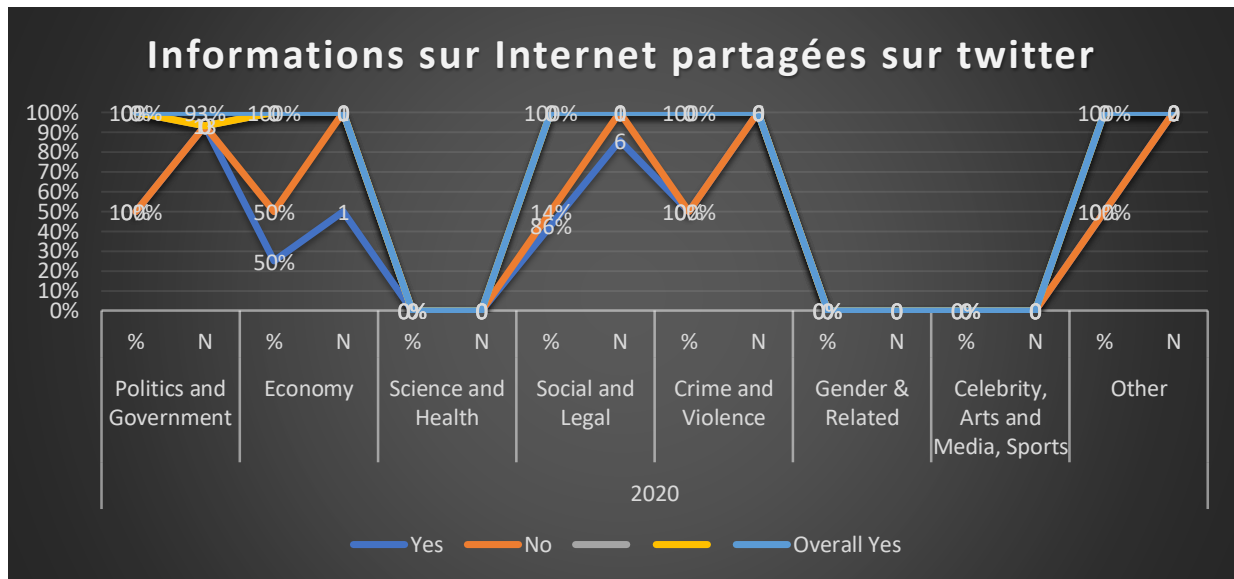
❖ *COVID 19 et survivants et survivantes par sexe du reporter*



Dans les reportages liés au COVID19, il ressort que les journalistes n'ont presque pas fait mention des survivants et survivantes dans les nouvelles

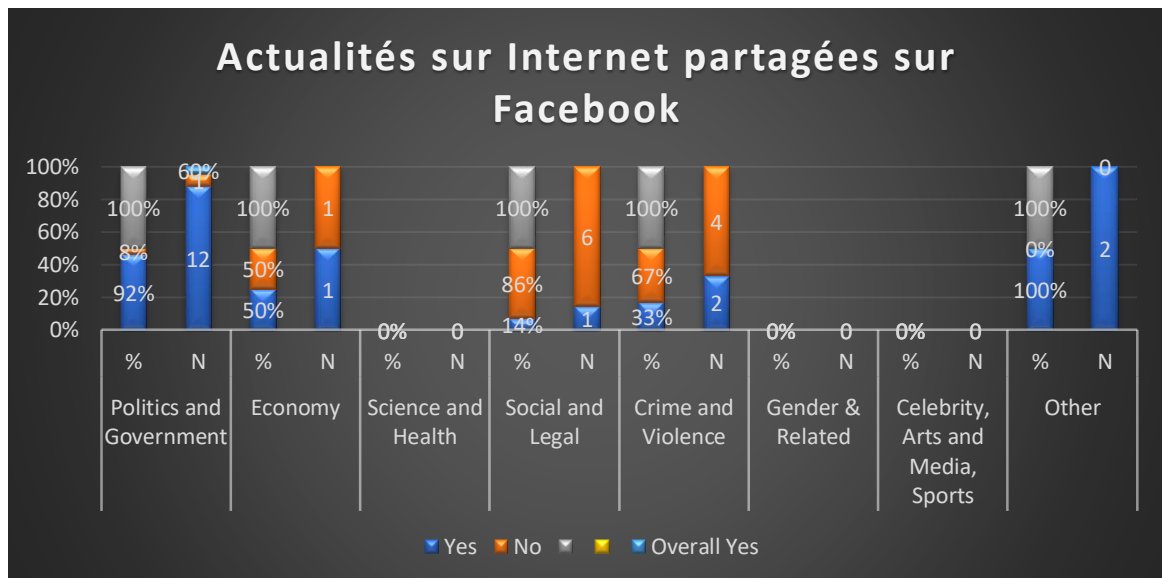
AUTRES INFORMATIONS SUR LES NOUVELLES NUMÉRIQUES SUR LES SITES WEB ET TWITTER

❖ *Internet – Reportage partagé sur Twitter*



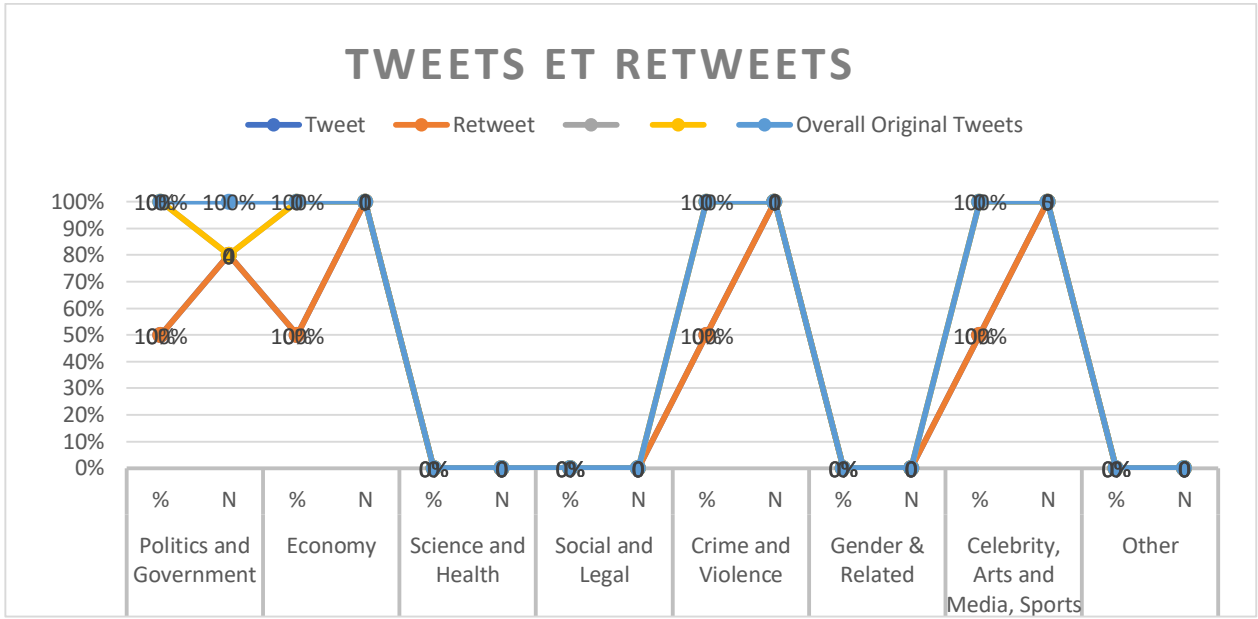
93% de reportages faits sur internet ont été partagés sur twitter.

❖ *Internet - Reportage partagé sur Facebook*



Globalement 60% de reportages disponibles sur internet le jour du monitoring ont été partagés sur facebook.

❖ *Twitter - Tweet original ou retweet*



Tous les tweets ont été retweetés à 100%.

ÉTUDES DE CAS

Un reportage **stéréotypé de manière subtile**

Titre de l'article : Sécurisation des écoles dans la région de l'Extrême-Nord du Cameroun pour la rentrée scolaire

Rubrique 2 Journal du 20h sur Equinoxe TV

Aptitudes : Évènements vs. Problèmes

Résumé : C'est reportage d'un homme journaliste qui parle d'un atelier portant sur la stratégie de sécurisation des écoles à la rentrée scolaire dans un contexte d'insécurité causé par BOKO HARAM à l'Extrême-Nord du pays.

Analyse: Ce reportage est fait dans une région du Cameroun (Extrême-Nord) où les femmes sont très en retrait par rapport aux hommes dans la société. Il présente des images de femmes tenant en main leurs enfants, démontrant ainsi le rôle social « normal » des femmes. Le reportage présente par contre des images de 3 hommes interviewés (1 victime, 1 porte-parole, 1 expert) et 1 autre (non audible) en train d'intervenir probablement comme expert dans un séminaire. Il présente aussi d'autres images d'hommes en atelier au milieu duquel une seule femme apparaît. Ces images démontrent tout simplement que les femmes n'ont pas droit à la parole dans cette partie du pays. Elles ne sont pas parties prenantes à la prise des décisions et au processus de paix. Le journaliste aurait pu donner la parole à la seule femme présente par la recherche d'une équité de genre dans ce reportage. Ces images confortent les pratiques sociales néfastes sur les droits des femmes. **Nous pouvons conclure que ce reportage renforce les stéréotypes de genre.**

FICHE D'EVALUATION : RESPONSABILITE DU MEDIA		
A : Excellent B: Très bon C: Bon D: Passable E : Médiocre		
Professionnalisme Le reportage est équilibré, équitable et exacte d'une perspective sexospécifique ☐ Très bon, 4 ☐ Bon, 3 ☐ Passable, 2 ☒ Médiocre, 1 X	Approche axée sur les droits humains Le reportage souligne clairement les dimensions des droits humains et/ou des droits des femmes ☐ Très bon, 4 ☐ Bon, 3 ☒ Passable, 2 X ☐ Médiocre, 1	Respect de la liberté d'expression Le reportage contient les vues, les perspectives et les préoccupations des femmes ainsi que les hommes, dans leurs propres voix ☐ Très bon, 4 ☐ Bon, 3 ☒ Passable, 2 X ☐ Médiocre, 1
Points totaux : <u>5</u> A : 10 – 12 points B : 9 – 10 points C : 7 – 8 points D : 5 – 6 points E : 3 – 4 points		GRADE: _D_

RÉSUMÉ ET CONCLUSIONS

Le monitoring des médias édition 2020 réalisé le 29 septembre au Cameroun s'est déroulé grâce à la mobilisation d'une équipe de femmes et d'hommes à majorité des jeunes volontaires. Les résultats qui ressortent du monitoring démontrent clairement que les femmes sont encore sous-représentées dans les médias au Cameroun sur différents aspects. Il est donc important d'agir en faveur de plus de représentativité des femmes dans les médias.

Nous espérons au vue des résultats qu'un travail soient fait par les hommes et femmes de médias et même par d'autres acteurs pour corriger ces manquements et contribuer à l'atteintes de l'ODD 5 afin de parvenir à une société plus juste et inclusive.

RECOMMANDATIONS ET PLAN D'ACTION 2021-2025

➤ Aux hommes et femmes de médias :

- Les médias doivent définir une politique genre fondée sur le principe de l'égalité des sexes comme envisagé par l'Objectif de Développement Durable (ODD) N°5 ;
- Les hommes et les femmes de médias doivent couvrir sans discrimination sexiste les activités des femmes. Il ne s'agit pas seulement de celles qui figurent dans les événements, mais de celles qui sont actives, qui interviennent et communiquent sur les activités dans grands thèmes d'actualité ;
- Les femmes et les hommes doivent s'affranchir des pesanteurs socioculturelles, déconstruire les stéréotypes dans leur façon de traiter les informations ;
- Les hommes et femmes de médias doivent prendre en compte la dimension genre et droits humains dans leur façon de traiter les informations ;
- Les hommes et femmes de médias doivent s'investir dans la production des reportages et émissions qui challengent les stéréotypes de genre ;
- Mener le plaidoyer en collaboration avec la société civile pour l'adoption d'une loi sur l'accès à la communication
- Adopter une budgétisation sensible au genre pour une communication plus inclusive

➤ Aux Organisations de la Société Civile :

- Jouer un rôle de veille auprès des médias, et attirer leur attention sur les disparités des sexes dans le traitement de l'information, en présentant les conséquences sur les droits des femmes ;
- Sensibiliser les médias sur la promotion de l'égalité des sexes ;
- Sensibiliser les femmes sur la nécessité de communiquer sur leurs histoires, problèmes, activités, etc. ;
- Les écoles de formation des journalistes peuvent contribuer à la réduction de ce gap à travers le respect de la parité homme/femmes dès le recrutement des journalistes, le rôle et l'importance des femmes sur la sphère médiatique pendant la formation ;
- Mener le plaidoyer pour une communication inclusive ;

➤ Aux gouvernements :

- Vulgariser les instruments de promotion et de protection des droits humains et ceux relatifs aux droits des femmes en partenariat avec la société civile ;
- Adopter la loi sur l'accès à l'information au Cameroun ;
- Vulgariser la politique nationale genre adoptée par le gouvernement ;
- Vulgariser le plan d'action national de la Résolution 1325 du Conseil de sécurité des Nations Unies adopté par le Cameroun ;

➤ **Plan d'action 2021- 2025 :**

- Vulgariser les rapports national et mondial du GMMP 2020
- Elaborer et mettre en œuvre des projets visant à promouvoir une communication inclusive et juste, avec un accent sur le droit à la communication des femmes, et la réalisation des ODD dans une perspective de genre.

1ère Annexe. Méthodologie⁴

Une caractéristique clé de la recherche longitudinale est l'évaluation de l'évolution dans le temps des indicateurs observés. Dans le cas du Projet mondial de monitoring des médias (GMMP) 2020, la méthodologie, les indicateurs, l'approche de la collecte et de l'analyse des données sont cohérents avec les éditions précédentes de la recherche afin de permettre les comparaisons historiques habituelles.

Procédure

La journée mondiale de monitoring prévue initialement au premier trimestre 2020 a été reportée à plus tard dans l'année en raison des bouleversements provoqués par la première vague de coronavirus (Covid-19) dans le monde. À l'approche de la journée de monitoring d'avril, il est rapidement devenu évident que procéder comme prévu se traduirait par un échantillon de nouvelles qui serait presque entièrement axé sur les reportages liés au coronavirus. Un nouveau besoin est apparu pour aborder les aspects pratiques du monitoring pendant les fermetures et les couvre-feux imposés pour contenir la propagation du virus, car les sessions de codage communes régulières étaient désormais hors de question pour la plupart des équipes. Les risques pour la santé et les moyens de subsistance, la nécessité de trouver des moyens de faire face à la vie quotidienne, feraient reculer le GMMP sur l'échelle des priorités pour les bénévoles, augmentant potentiellement le taux d'abandon. Ces nouveaux défis ont appelé à une pause sur les plans pour rechercher des solutions et mettre en place les outils et les ressources nécessaires avant que le monitoring puisse se poursuivre.

Le groupe consultatif technique du GMMP et l'équipe de développement de la base de données Code for Africa ont travaillé pour résoudre systématiquement les problèmes. Une nouvelle date de monitoring a été fixée pour septembre, les outils de codage ont été modifiés pour capturer les reportages liés au Covid-19 sans compromettre la capacité de comparer les résultats dans le temps en fonction des sujets de reportage, des ressources de formation audiovisuelles exhaustives sur la façon de coder en cas de pandémie ont été mises en place, des instruments de codage électronique ont été développés et les équipes ont été recyclées dans de nombreux webinaires.

Comme pour les GMMP précédents, la saisie initiale des données a été effectuée hors ligne par des équipes de bénévoles dans les 116 pays participants. Pour le GMMP 2020, une version tableur des feuilles de codage a été fournie, pour permettre l'enregistrement électronique des observations.

Dans la période précédant la journée de monitoring, une série de sessions de formation régionales et nationales ont été organisées pour construire une compréhension uniforme des équipes sur la méthodologie et l'approche du codage. Les équipes ont reçu une formation sur la sélection des médias, la sélection des journaux télévisés et des articles, et le nombre de médias à coder.

Pour le GMMP 2020, les équipes pouvaient choisir entre deux options possibles pour le monitoring :

- **Monitoring complet**, dont les résultats fournissent une image complète de l'état des dimensions de l'égalité des genres dans les médias d'information.
- **Monitoring court**, une version plus courte qui se concentre sur les indicateurs clés du GMMP, pour les équipes qui ont souhaité participer mais pour diverses raisons n'ont pas pu mettre en œuvre le monitoring complet.

Pour assurer l'exactitude du processus de codage, des bulletins de radio et de télévision ont été enregistrés, et des copies d'articles de médias numériques et imprimés ont été recueillies. À travers les différents types de médias, à la fois pour le monitoring complet et court, les moniteurs ont capturé des informations sur le reportage, ses thèmes principaux et les personnes dans le reportage, en tant que

⁴ See the global report for the extended discussion on the GMMP 2020 methodology

journalistes, en tant que sujets et sources du reportage. De plus, trois questions spéciales facultatives, propres à chaque pays, permettaient à chaque pays d'analyser des questions d'intérêt national. À des fins de normalisation, ainsi que la nature multilingue de cette étude, toutes les réponses ont été codées numériquement à partir de listes fixes.

Pour permettre la comparabilité des données recueillies à partir d'un programme d'actualités chargé d'une pandémie avec les résultats historiques, une question supplémentaire a été incluse qui demandait si le reportage était lié au Covid-19. Pour de tels reportages, les moniteurs ont été invités à sélectionner le sujet secondaire le plus pertinent. Alors que les actualités mondiales s'étaient diversifiées aux niveaux d'avant la pandémie d'ici la journée de monitoring mondial de septembre 2020, l'analyse régionale a démontré l'importance de cette question, en particulier pour l'Amérique du Nord et le Moyen-Orient, qui ont enregistré 37% et 36% de reportages liés au Covid-19 respectivement.

Densité médiatique

Le système de niveaux de densité médiatique a été introduit en 2005 pour assurer une répartition plus uniforme des données et servir également de point de référence pour chaque pays sur le nombre minimum de médias à surveiller. Ce système a été retenu pour le GMMP 2020 et a été mis à jour avec la contribution des coordinateurs nationaux.

Pondération

Alors que le GMMP cherche à comprendre comment le genre est représenté dans les médias à travers le monde, les différences d'accès aux médias et d'impact entre les pays participants signifient qu'une simple agrégation des données conduirait à des résultats biaisés. Par exemple, si un pays comme la France soumettait les données de 100 médias, les entrées d'un pays plus petit comme Fidji n'auraient que peu ou pas d'impact sur les résultats. De plus, alors que deux pays peuvent avoir un nombre similaire de journaux, leur impact, en termes de nombre de personnes qui les lisent, peut être très différent. Pour relever ces défis, le GMMP 2020 a mis à jour, re-testé et appliqué le système de pondération initialement développé pour l'édition 2005.

Exactitude

Le GMMP a impliqué plusieurs milliers de personnes dans 116 pays de divers groupes d'acteurs du genre et des médias, avec différentes capacités de recherche et travaillant dans un large éventail de langues. Pour une étude de cette envergure, il était crucial que l'exactitude soit prise en compte à chaque étape, afin de maintenir les niveaux élevés atteints les années précédentes. Les erreurs de saisie et de traitement des données peuvent avoir de graves effets de biais sur l'analyse des données, entraînant une fausse représentation des variables observées. Pour minimiser ce risque, nous nous sommes appuyés sur une variété de processus automatisés, ainsi que sur la vaste expérience de monitoring des médias des coordinateurs nationaux.

Limites

Comme pour toute étude, un grand effort a été fait pour assurer l'exactitude des données. Comme observé dans les GMMP précédents, une erreur de mesure exacte ne peut pas être déterminée en raison de l'ampleur de l'étude. La mesure d'erreur conventionnelle impliquerait différents chercheurs codant le même reportage, ensuite calculant un niveau d'erreur à partir des différences entre les résultats. Bien que cela n'ait pas été possible pour le GMMP, nous avons suivi les meilleures pratiques pour nous assurer qu'il y avait un minimum d'erreurs dans le processus de saisie des données et de génération d'analyse.

À propos de Code for Africa

[Code for Africa](#) (CfA) est le plus grand réseau du continent de laboratoires africains autochtones de technologie civique et de journalisme de données d'investigation, avec plus de 70 employés dans 19 pays, qui créent des solutions de démocratie numérique qui visent à donner aux citoyens un accès sans entrave à des informations exploitables qui leur permettent de prendre des décisions éclairées et qui renforcent l'engagement civique pour une gouvernance et une responsabilité publiques améliorées.

Annexe 2. Liste des monitrices et moniteurs

N°	NOMS ET PRENOMS	SEXE	CONTACT	EMAIL	CODE
1	NATHALIE TCHUENBOU WOKAM	F	699867306	nathwokam2@yahoo.fr	001 NTW
2	VALENTINE NGOUCHE KONLAK	F	699510553	ngouetchval@yahoo.fr	002 VNK
3	YVES TIEUMENA TSAGUE	M	691050537	yves.online@yahoo.fr	003 YTT
4	Aubine Sandrine MAHDA KEPSEU	F	675013496	aubinezambou@yahoo.fr	004 ASM
5	ARMELLE TSAFACK	F	696270106	armelletsafack@yahoo.fr	005 ATT
6	GUY BLAISE FEUGAP	M	699035062	bfeugap@gmail.com	006 GBF
7	DONALD NGUEPI NDONGO	M	699805863	donaldndongo1@yahoo.fr	007 DNN
8	KEVIN MOREL DONGMEZA	M	698636298	Kevinmorel.dongmeza@gmail.com	008 KMD
9	RAHEL ULE ABIA	F	693296952	mumysky@gmail.com	009 RUA
10	GEORGES NDENGA	M	677946493	jorgendenga@gmail.com	0010 GND

WACC

WACC
308 Main Street
Toronto
ON M4C 4X7
Canada

Tel: +1 416 691 1999
gmmp@waccglobal.org
[@whomakesthenews](http://www.whomakesthenews.org)



Women's Peace Initiatives (WPI)
B.P 10135 Douala Cameroun
Feu rouge BESSENGUE, 4^{ème} étage
immeuble ASICCUL, BP: 15766 DOUALA
Douala-Cameroun
Tel: +237 699 86 73 06/ 696 27 01 06
Email: womenpeaceinitiative@gmail.com