****

**AVERTISSEMENT**

LA HAUTE ECOLE DE GESTION ET DE JOURNALISME NʼENTEND ACCORDER AUCUNE APPROBATION NI IMPROBATION AUX OPTIONS EMISES DANS CE MEMOIRE . CES OPTIONS DOIVENT-ETRE CONSIDEREES COMME LES PROPOS DE LEURS AUTEURS .

# **IDENTIFICATION DU JURY**

**PRESIDENT DU JURY :**

**Nom :**

**Prénom :**

**VICE-PRESIDENT DU JURY :**

**Nom :**

**Prénom :**

**MEMBRE DU JURY :**

**Nom :**

**Prénom :**

**DEDICACE**

A

Mon père,DOHOU NOUATIN Théodore

Qui pense à moi et qui me porte nuit et jour dans ses prières.

Pour un lendemain meilleur, toute ma profonde gratitude;

Ma mère, ALOMA MARTHE Adèle

Qui n’a jamais cessé d’être à mes coté me soutenir et de m’encourager au quotidien. Je n’oublierai jamais ses appuis multiples et multiformes tout au long de mon parcours scolaire et universitaire. Soyez fière de ma réussite, maman.

**REMERCIEMENT**

Il est d’une grande importance qu’une activité ait un début et une fin. Voilà au moins ce dont il est valablement utile de témoigner donc notre gratitude envers tous ceux qui n’ont marchandé leur soutien pour la réalisation de ce document.

Nous aimerions tout d’abord remercier le Dieu Tout Puissant de nous avoir donné vie et nous protégé tout au long de notre cursus universitaire.

Nous remercions également notre directeur de mémoire Monsieur ATIGNON Mathias Léandre pour sa disponibilité et l’attention particulière qu’il nous a réservée. Merci à vous d’avoir su entrevoir, dans l’effervescence de nos débuts, les prémisses d’une étude cohérente et ficelée et de nous avoir aidé à la mener à terme.

Nous remercions aussi le promoteur de la Haute École de Gestion et de Journalisme Monsieur Césaire AGOSSA et tous les membres de l’administration.

À toutes les personnalités et autorités, aux organismes et organisations professionnels du secteur, aux acteurs du milieu qui se sont prêtés à nos questions, aux enquêteurs, à nos proches qui ont su nous écouter avec beaucoup d’amour et de patience et nous rassurer dans les moments les plus difficiles de notre cheminement .A tous ceux qui de près ou de loin ont contribué à la réalisation de la présente étude, nous tenons à exprimer une profonde gratitude.

Puissent-ils trouver ici, individuellement et collectivement, l’expression de notre infinie reconnaissance.

Le travail exposé ci-après porte l’empreinte de leurs avis, vécus et expériences.

**LISTE DES SIGLES ET ACRONYME**

**RESUME**

PARTIE A:

1-**INTRODUCTION**

La mondialisation en cours de la communication et l'introduction des nouvelles technologies de l'information donnent aux médias la possibilité d'apporter une contribution historique à la promotion de la femme.

Même si les droits de la femme ont connu quelques améliorations, et leur visibilité médiatique s’est accrue malgré l’augmentation, dans le courant des deux dernières décennies du nombre de femmes faisant carrière en journalisme dans le monde , on constate que leur présence est encore marginalisée dans les médias et leur accès aux postes de responsabilité reste très rare. La représentativité équitable des femmes dans le secteur des médias est loin d’être acquise.

Malheureusement, l'ensemble des médias écrits, visuels, audio et même électroniques ne fournissent pas une représentation équilibrée de la diversité de la vie des femmes et de leur contribution à la société.

On reconnaît le rôle important joué par les Nations Unies et les différentes conventions internationales signées sous son égide pour faire avancer le genre dans les médias aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement. Ces conventions ont eu un impact certain sur l’amélioration de la situation des femmes journalistes au Maroc. Cependant, on constate que leur présence est encore marginale dans les médias et leur accès aux postes de responsabilité est resté très rare.

La présence des femmes journalistes est devenue une donnée incontournable, mais plus on s’élève dans la pyramide organisationnelle des entreprises de médias , moins les femmes sont nombreuses. Il existe une réelle discrimination à l’égard des femmes dans le processus d’accès aux postes de responsabilité. Que ce soit dans la presse écrite ou audiovisuelle, la présence des femmes dans les hautes instances dirigeantes des médias reste très faible. Il y a un réel déficit d’intérêt ou de prise de conscience de l’importance de la représentation des femmes dans les postes de responsabilité et d’encadrement.

Selon les spécialistes, l’accès des femmes aux postes de responsabilité, par leur intégration dans la profession en matière de rédaction, pourrait contribuer largement à lutter contre l’ images stéréotypées des femmes dans les medias et dans la société . En effet , la question de l’égalité des genres dans les médias a eu lieu progressivement suite aux différentes thématiques défendues par les organisations internationales relatives aux droits de l’homme (Conférence de Rio et la Conférence de Vienne sur les droits humains en 1994), aux droits de la femme (conférence de Pékin sur les femmes en 1995) à l’égalité homme/femme (PNUD 1998) et enfin la quatrième Conférence Mondiale sur les Femmes des Nations Unies (Beijing du 4 au 15 septembre 1995). La déclaration issue de la Conférence de Pékin souligne la nécessité d’œuvrer à l’égalité entre les sexes dans tous les domaines et consacre l’un des 12 domaines prioritaires retenus à la question « Femmes et médias ». Parmi les objectifs stratégiques énoncés, on peut citer celui (J2) qui concerne précisément et directement notre problématique à savoir la promotion d’une image équilibrée et non stéréotypée des femmes dans les médias. D’autres études relatives au genre et médias ont vu le jour surtout lors des années quatre vingt-dix. L’objectif était d’effectuer un diagnostic de l’image de la femme dans les médias, que ce soit sur le plan international ou local .

Lors de la quarantième sessionde la Conférence de Beijing tenue en 1996, la Commission de la condition de la femme des Nations Unies a proposé à partir des recommandations formulées dans le Programme d'action de Beijing, une série d'actions dans ce domaine qui devraient être menées par les Etats, la communauté internationale et la société civile, comprenant, entre autres, l'intégration d'une démarche soucieuse d'équité entre les sexes dans tous les programmes et politiques. Les conclusions concertées de la session proposent des mesures visant à faire prendre conscience du rôle que pourraient jouer les médias dans la promotion d'images non stéréotypées des femmes et des hommes, et à créer un environnement favorable aux réseaux médiatiques féminins.

Heureusement, depuis la Conférence de Beijing, les femmes occupent désormais divers postes de décisions élevés dans les organisations médiatiques de divers pays. En outre, le nombre de femmes ayant embrassé une carrière de reporter ou de journaliste de la presse écrite, de la radio ou de la télévision s'est accru.

C'est le cas par exemplede la République islamique d'Iran où, une femme a été nommée conseillère du Président pour les questions de presse;au Royaume-Uni ,le pourcentage de femmes occupant des postes élevés à la British Broadcasting Corporation (BBC) est passé de 19 à 29% de 1995 à 1998. L'un des objectifs de la BBC est que, en 2000, 30% des postes de cadre supérieur et 40% des postes de cadre intermédiaire soient occupés par des femmes; aux Seychelles, les femmes sont désormais majoritaires parmi les journalistes et le personnel de production de la société nationale de radio et de télévision et elles occupent la plupart des postes de direction ;

En Italie, trois femmes ont été nommées au conseil d'administration de l'Office de la radio et de la télévision. En Hongrie, la proportion de femmes parmi les journalistes est passée de 10% en 1987 à 33% en 1997. Des femmes occupent désormais dans le pays le poste de rédactrice en chef de deux quotidiens nationaux. De pareil cas sont aussi noté dans certains pays de l'Afrique de l'ouest. Pour preuve,au Burkina Faso, des femmes ont été nommées à la direction de la télévision nationale et d'une radio même si le résultat n'ont pas encore été totalement atteint, l'évolution de la presse dans ces pays est considérable.La place de la femme dans les médias au Bénin nous oblige à remonter dans le temps et revoir l’évolution de la relation « medias/genre ». En effet, l’histoire des medias au Maroc a toujours été liée au contexte politique et la question de l’égalité des genres a été occultée par la revendication de la liberté d’expression et la défense des droits fondamentaux.

Le présent travail qui a pour thème : place et condition sociale de la femme journaliste dans la presse audiovisuelle au Bénin abordera de fond en comble le sujet.

Ce travail de recherche , va restituer la dynamique de l’égalité entre sexes et d’analyser les avancées majeures et les obstacles persistants sur le chemin de l’accès des femmes journalistes à leurs droits fondamentaux en tant que femmes et en tant que professionnelles.

Ainsi, il sera question de présenter un état général des lieux , de même , nous ferons l’examen des conditions d’exercice du métier de journaliste par les femmes au Bénin en insistant sur les limites et les obstacles persistants sur le chemin de l’accès des femmes journalistes aux postes de responsabilité .

**CONCLUSION**

Malgré les questions de l’égalité du genre au Bénin, l’image de la femme dans nos médias n’a apparemment pas a encore le plombe dans l’aile . Force est de constater que les femme journaliste continuent de souffrir dans leur situation de femme dans le cadre de leur profession.

Pour y remédier, il faut inciter les chaînes à impliquer les femmes dans la création, pour donner à voir une lecture du monde et de la société par les femmes en les encourageant à déconstruire les messages stéréotypés.

**CHAPITRE PRELIMINAIRE :** La présentation du cadre de l’étude aux observations du lieu de recherche ainsi que la mise en contexte de la question .

# 

# **CHAPITRE PRÉLIMINAIRE : CONTEXTE, CADRE NORMATIF, PROFESSIONNEL DE LA PROMOTION DU PCI AU BÉNIN**

Le présent chapitre évoque les considérations historiques et épistémologiques de la place et condiction sociale de la femme journaliste dans la presse audiovisuelle au bénin (**sectionI**). Il décrit aussi Radio Trait D’union comme cadre de la recherche de l’étude (**sectionII**).

**SECTION 1 : CONSIDÉRATIONS HISTORIQUES ÉPISTÉMOLOGIQUES**

**Paragraphe 1 :**

**Paragraphe 2 :**

**SECTION II : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE**

### Cette section sera consacrée à la présentation de Radio Trait d’Union, cadre de notre étude, à l’inventaire des forces et faiblesses en ce qui concerne le rôle ,la place et conditionsociale de la femme journalistes dans l’audiovisuelle**et son environnement concurrentiel .**

### **Paragraphe 1 : Présentation de Radio Trait d’Union**

### Il s'agit de présenter l'historique deRADIO TRAITD’UNION, ses principales activités, son cadre organisationnel.

**1– HISTORIQUE DE RADIO TRAIT D’UNION**

Radio Trait d’Union est la deuxième chaine radiophonique installée dans la commune de Bohicon, ville située à 120 km de Cotonou. Son promoteur a participé avec succès à un appel à candidature lancé par la Haute Autorité de l’Audiovisuelle et de la Communication (HAAC) pour l’installation et l’exploitation des fréquences de radiodiffusion sonore privée .C’est ainsi que selon le promoteur Césaire AGOSSA ,Radio Trait D’Union vit le jour et émit pour la première fois le 24 Mars 2003 sur la 95.3 en bande FM .Elle est une chaine locale commerciale créée avec un capital social de dix millions de franc CFA .Ceci conformément à la loi N° 97-010 du 20 Aout 1997 dont l’article 39 stipule : «  pour être autorisée, une radiodiffusion sonore privée commerciale doit avoir un capital d’au moins dix millions (10 000 000 )de franc CFA » . Radio Trait d’Union couvre les départements du Zou et des Collines, du mono et du couffo et une partie de l’Atlantique et de l’Ouémé .Elle est actuellement située au quartier agonvèzoun et a pour mission principale d’informer, de distraire et de d’éduquer .

Figure 1 :Logo de Radio Trait D’union

**2- Fonctionnement de Radio Trait d’Union**

Radio Trait D’Union dispose d’une direction générale assurée par le promoteur. Celle-ci s’occupe de la gestion courante et le bon fonctionnement de l’entité médiatique. Elle est assistée danssa mission par une secrétaire de direction et un comptable. La direction générale dispose aussi d’uneéquipe de journalistes et de techniciens rompu à la tâche, ainsi qu’un service commercial .

**3- Les instances de décision**

Elles sont au nombre de deux : le conseil d’Administration (CA) et le comité de direction (CODIR), Le conseil d’Administration (CA) « donne la grande orientation, assure le contrôle de la gestion de direction et veille au respect du manuel de procédure ». Le comité de direction (CODIR) est présidé par la directrice de la Radio Natalie ALOTCHEKPA . Il se réunit en séance hebdomadaire et en séance extraordinaire en cas de besoin. « Les décisions du CODIR Prennent effet dès leur validation par la Directrice de la Radio ».

**4- Mission de Radio Trait D’Union**

A l’instar des autres chaines radiodiffusion sonore qui diffusent des programmes généralistes, RTU a pour mission «  d’informé , d’éduquer et de distraire .A travers les émissions qu’elle diffuse ,elle accompagne le développement local , contribue au changement de comportement des habitude citoyennes ; participe à la lutte contre le chômage des jeunes ;fait du droit à l’information une réalité ,et contribue à l’accès à l’information des citoyens .

**5**-**Organisation de la Radio Trait d’Union**

### Outre le secrétariat et la direction générale, **Radio Trait d’Union** est structuré comme suit :

**-Le service des programmes et de production**

**-Les services de l’information encore appelés la rédaction**

**-Le Service Technique et de l’Animation**

**●Le service des programmes et de production**

Le service des programmes et de production coordonne les différentes étapes de la réalisation des émissions au sein de la radio .Pour les émissions enregistrées les fonctions sont celles de production (présentation,animation,reportage,montage)..Radio Trait d’Union se préoccupe ,en tant que commercial,des client, de ses partenaires qui sont des personnes physiques, morales, publiques ou privée. Radio Tait d’Union offre au clients des prestations de marketing,des couvertures médiatiques à caractère commercial et toute action de communication de nature à impulser leur activités divers .cette mission s’effectue au quotidien par le biais d’une grille des programmes et du service de l’information .

**● Les services de l’information encore appelés la rédaction**

C’est dans ce service que se préparent les informations en français et en langue nationale (fon-gbe )diffusée sur la chaine . Chaine. Chaque matin à 08h 30 a lieu une grande réunion des journalistes au cours de laquelle on décide du menu des différenteéditions dejournal de la journée. Cette réunion est appelée conférence de rédaction et est dirigée par Roland AZATASSOU. C’est à la conférence de rédaction que les différentestaches professionnelle : reportage à faire, interviews à réaliser, rédaction de nouvelle internationales…se décident. C’est sur internet qu’ilsrecherchent les nouvelles internationales et se servent des sites des agences de presse et des médias internationaux tels que Radio France Internationale (RFI) France 24,TV5 monde ou BBC . Des magazines qui alimentent les édition de journalsont souvent proposés les stagiaires sur instructions des ainés journalistes, Les sujets ont généralement trait aux faits de société et quelques fois à la santé , Tous les papiers du journal sont soumis à la Directrice ou à un autre supérieur journalistes avant la diffusion , C’est ce qui fait la force et particularité de ce service . Le processus qui conduit à la présentation du journal est toujours un instant de stress mais aussi d’apprentissage .

**●Le Service Technique et de l’Animation**

Le service Technique qui s’occupe du bon fonctionnement et de la qualité technique des émissions transmises à l’antenne et la visibilité de la radio en ligne. Il veille à ce que les auditeurs aient une bonne qualité d’écoute des spots et annonces publicitaires, des émissions, des éditions du journal parlé et des différentes animations. Ce service est assuré par Oscas Centemil Sagbadja Chef technique installation et Roland TOHOUMON Chef technique des TIC.

Le service de l’Animation qui assure les tenues d’antenne et la réalisation de certaines émissions de divertissement. C’est aussi ces animateurs qui posent leurs voix pour la réalisation des spots et annonces publicitaires.

Radio Trait d’union a pour activité : la gestion de l'actualité (les reportages, journaux télévisés etc.). Ce service est composé des journalistes, avec à leur tête la rédactrice en chef , y compris aussi plusieurs desks .

### **Paragraphe 2 :**Radio Trait D’union **et son environnement concurrentiel**

L'environnement d'une entreprise est l'ensemble des facteurs extérieurà l’entreprise et qui ont une influence directe ou indirecte sur elle .Cet environnement peut constituer pour l'entreprise aussi bien des opportunités, des menaces et des forces que des faiblesses. Dans ce paragraphe nous présentons d'une part l'environnement concurrentiel de Radio Trait D’union sur le plan zonal et d'autre part sur le plan national.

* + 1. **Une radio de la cité des rois**

La radio Royal FM est située dans le département du Zou, plus précisément dans la commune d’Abomey dans l’arrondissement de Vidolé, au quartier Houndjroto. Elle est située au troisième étage d’un bâtiment peint à la couleur violet en face du marché Houndjro. Elle couvre tout le département du Zou et une partie des Collines (Savalou et Dassa-Zoumè), les communes de Kétou et Pobè, tout le département du Couffo, une partie du Togo et l’Atlantique de Sèhouè à Allada.

2.**Un environnement concurrentiel**

Radio Trait D’union évolue dans un environnement concurrentiel.

Nous présentons d'une part l'environnement concurrentiel de Radio Trait D’union sur le plan local et d'autre part sur le plan national

* + **Au plan local**

La concurrence que font les chaînes associatives, communautaires, privées commerciales et non commerciales, est rigoureux. Localement Royal FM partage le même champ de couverture (département du Zou 9 communes:Agbangnizoun, Abomey, Covè, Djidja, Bohicon,  Ouinhi, Zagnanado, Za-Kpota, Zogbodomey) avec cinq médias à savoir Radio Trait d'Union, Radio Carrefour, radio Tonassé FM, radio Tonignon FM et TV Carrefour. Cette concurrence va au-delà des frontières du département du Zou.

* + **Au plan national**

Les radios des départementsde l’Ouémé, de l’Atlantique, du Plateau, des Collines, du Couffo et du Mono sont aussi le même champ de couverture médiatique queRadio Trait D’union comme l’indique le tableau ci-dessus

**Tableau 1: Quelques stations radios qui émettent également sur région Zou**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | **Stations** | **Lieux** |
|  |  | | | |  |
|  | Cité Savalou Culture FM | | | | [Savalou](http://maps.google.com/maps/@7.933333,1.966667,17z) |
|  | Collines FM | | | | [Glazoué](http://maps.google.com/maps/@7.966667,2.233333,17z) |
|  | Couffo FM  Sèdohoun FM | | | | Adjahonmè  Agbotagon |
|  | Aïfafm | | | | [Glazoué](http://maps.google.com/maps/@7.966667,2.233333,17z) |
|  | La Voix de la vallée | | | | Radio Adja Ouèrè |
|  | Radio Carrefour | | | | [Bohicon](http://maps.google.com/maps/@7.166667,2.083333,17z) |
|  | Cite Savalou Culture FM | | | | [Savalou](http://maps.google.com/maps/@7.933333,1.966667,17z) |
|  | ORTB Radio Nationale | | | | [Yaoui](http://maps.google.com/maps/@,,17z) |
|  | RTU-Radio Trait d'Union | | | | [Bohicon](http://maps.google.com/maps/@7.166667,2.083333,17z) |
|  | Radio Rurale de Ouèssè | | | | [Ouèssè](http://maps.google.com/maps/@8.483333,2.433333,17z) |
|  | Radio Ilèma | | | | [Dassa-Zoumè](http://maps.google.com/maps/@7.783056,2.205000,17z) |
|  | RIC-Radio Immaculée Conception | | | | [Abomey](http://maps.google.com/maps/@7.183333,1.983333,17z) |
|  | Orè-Ofè FM | | | | [Tchetti](http://maps.google.com/maps/@7.833333,1.666667,17z) |
|  | FM Tonignon | | | | [Zogbodomey](http://maps.google.com/maps/@7.100000,2.116667,17z) |
|  | ORTB Radio Abomey | | | | [Bohicon](http://maps.google.com/maps/@7.166667,2.083333,17z) |
|  | Radio Ilèma | | | | [Dassa-Zoumè](http://maps.google.com/maps/@7.783056,2.205000,17z) |
|  | ORTB Radio Nationale | | | | [Dassa-Zoumè](http://maps.google.com/maps/@7.783056,2.205000,17z) |
|  | Radio rurale de Lalo | | | | Lalo |
|  | Idadu FM | | | | [Save](http://maps.google.com/maps/@7.783333,2.516667,17z) |
|  | RIC-Radio Immaculée Conception | | | | [Dassa-Zoumè](http://maps.google.com/maps/@7.783056,2.205000,17z) |
|  | Alakétou FM | | | | Kétou |

Pis, des chaînes de télévision notamment Canal 3 Bénin, Golfe TV, Sitka TV, E-télé Eden TV, etc. émettent aussi à l’intérieur du département.

**3-Observation relative au cadre de recherche**

À ce niveau nous présenterons les forces et les faiblesses de radio Trait D’union

1-**Forces**

La Radio Trait D’union est dotée de plusieurs qualités qui relèvent ses forces. Ces qualités sont :

* Des ordinateurs de qualités pour la rapidité du travail
* Des techniciens professionnels pour la diffusion des émissions
* Des appareils et logiciels de diffusion de qualités
* Diffusion des émissions en direct sur les réseaux sociaux
* Disponibilité de wifi
* Tous les ordinateurs en réseaux sans fil

Mais comme toute structure Radio Trait D’union a aussi quelques faiblesses.

2- **Faiblesses**

Les faiblesses de la Radio Trait D’union s’énumèrent comme suit :

* Insuffisance d’appareils enregistreurs
* Insuffisance de personnel (journalistes)

***Tableau 2: Présentation de l’analyse SWOT de la radio Radio Trait D’union***

|  |  |
| --- | --- |
| **FORCES** | **FAIBLESSE** |
| * Accès à l’internet avec le réseau wifi ; * Des ordinateurs de qualités pour la rapidité du travail ; * Un personnel de qualité rompu à la tâche ; * Des techniciens professionnels pour la diffusion des émissions ; * Des appareils et logiciels de diffusion de qualités | * Insuffisance d’appareils enregistreurs ; * Insuffisance de personnel (journalistes) ; |

|  |  |
| --- | --- |
| **OPPORTUNITES** | **MENACES** |
| * Foyer de liberté de presse et de la démocratie ; * Diffusion des émissions sur leur page Facebook ; * Présence de concurrence avec d’autres organes   de presse ;  Respect des règles de déontologie et d’éthique | * Insuffisance de qualification ; * Contraintes éditoriales ; * Contrôle des productions par les responsables ; * Embargo sur certaines productions ;   Désolations des auditeurs. |

**Paragraphe 3 :**Mise en contexte de la question

**1-Problématique de l’étude**

Depuis fort longtemps le métier de journaliste pour les femmes est de moins en moins visible , quelques soit le médias (Radio, Télévision ,la presse écrite) .La prise de conscience des questions liées aux genres et aux droits des femmes devrait être insufflée à tous les aspects du travail du journaliste, afin que l’autonomisation des femmes ne soit pas uniquement traitée .Le bénin ne fait pas exception  puisque sur environ 88 chaines audiovisuelles dont dispose ce pays , la représentativité des femmes journalistes peut se compter au bout des doigts .Même si elles occupent des postes au sein des 10 organes ,leur voix ne se font toujours pas entendre .

Les femmes représentent la majorité de la population béninoise, mais elles sont les moins connues. Elles drainent la foule lors des grands regroupements à la place publique, mais elles n’ont pas droit à la parole. Elles détiennent le nerf de l’économie nationale pour être au premier rang des activités marchandes, mais elles n’ont pas voix au chapitre dans les instances de prise de décision. Elles ont un goût assez prononcé pour la culture et le maintien de la paix mais elles en bénéficient souvent trop peu parce que, victimes de plusieurs formes de violences. Avec un sens très élevé de la notion du bonheur, elles en subissent généralement le revers. Les femmes, puisque c’est d’elles qu’il s’agit, sont souvent absentes là où elles sont censées donner de la voix pour leur plein épanouissement et pour l’équilibre de la société. Si le continent africain est généralement concerné par ce phénomène, le cas béninois est plus parlant.

**2-Choix du sujet**

Pour ce qui est du choix et de l'intérêt du sujet, nous avons présenté les raisons qui nous ont incité à choisir ce sujet de recherche ainsi que l'intérêt y relatif.

La question de la place de la femme dans l’audiovisuelle d’une façon générale fait l’objet de préoccupation. C'est la raison pour laquelle nous avons décidé de l’aborder.

Depuis 1995 et les premiers rapports mesurant précisément la place des femmes dans les médias,  le constat est toujours le même : A la Radio à la télévision dans les colonnes de nos journaux.

L’Assemblée constate que malgré des progrès visibles, l’image des femmes dans les médias reste encore trop négative et sexiste et l’on ignore ainsi les vrais problèmes des femmes.

Ceci résulte très souvent du manque de formation des journalistes et des responsables des médias, ainsi que de la faible représentation des femmes aux prises de décision.

Malgré des progrès visibles dans plusieurs pays de Bénin, l’image des femmes dans les médias reste encore trop souvent négative et continue d’être stéréotypée et sexiste. La femme est associée à la sphère privée, au foyer et à la vie de famille. Souvent, les médias présentent les femmes comme des objets sexuels. Si le monde contemporain a connu une évolution rapide, cette image des femmes dans les médias n’a pas connu de transformation véritable.

**2- Intérêts du sujet**

**3-Intérêt personnel**

**4-Intérêt social**

5-**Intérêt académique et scientifique**

CHAPITRE PREMIER : **cadre théorique et methodologie adoptéE de RECHERCHE**

## **SECTION 1 :CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL**

Dans cette partie, nous exposons et élucidons les différentes acceptions de termes qui composent notre sujet, les objectifs fixés de l’étude et les hypothèses posés pour la recherche ainsi que la revue de littérature.

### **Paragraphe 1 : Élucidation des concepts clés**

La définition des concepts est une étape primordiale dans la compréhension d'un thème d'étude en sciences sociales. Le chercheur doit ainsi expliquer ou définir les principaux concepts qu'il étudie.

**1-**Clarification conceptuelle de l’audiovisuel

**Paragraphe 2 :**CIBLAGE DE LA PROBLEMATIQUE

Ce paragraphe, essentiellement consacré à la problématique et aux objectifs de recherche, énonce les problèmes, expose les objectifs et hypothèses de recherche.

1. **Énoncé des problèmes**
2. **Objectifs de la recherche**:

Montrer le rôle des femmes des médias à radio RTU dans le développement de la presse béninoise .

**•Objectif spécifique 1:**

Analyser l'impact des décisions prises par des femmes dans les organes de presse

**•Objectif spécifique 2:**

Faire ressortir les postes de responsabilité aux femmes des médias à radio RTU.

**5.Hypothèses de recherche**

Elles constituent des réponses provisoires aux préoccupations principales et secondaires soulevées ci-dessus

**•Hypothèse spécifique 1:**

La quasi- absence des femmes dans les prises de décision dans les organes de presse ne permet pas sontdéveloppement;

**•Hypothèse spécifique 2:**

La politique administratif de RTU ne lui permet pas de positionner des femmes à des postes stratégique.

La vérification des hypothèses secondaires ont permis d'affirmer ou d'infirmer l'hypothèse principale.

**TABLEAU DE BORD**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NIVEAU**  **d’analyse** | | **Problématique** | **Objectifs** | **Causes** (supposées être à la base des problèmes | **HYPOTHESES** |
|  | **1** |  |  |  |  |
|  | **2** |  |  |  |  |
|  | **3** |  |  |  |  |

### 

**Paragraphe 3 : Revue de littérature et difficulté**

SECTION 2: Approche de la Démarche Méthodologique

Pour atteindre les objectifs fixés cités plus haut, la démarche méthodologique suivante a été suivie : Réalisation d’une revue documentaire, l'observation, l'entretien et l'enquête de terrain, techniques et méthodes utilisées.

### **Paragraphe 1 : Méthodes utilisées**

1. **La méthode statistique**

**2.La méthode descriptive**

**3.La méthode analytique**

**Paragraphe 2 : Techniques de collecte des données**

1. **Technique d'observation directe**
2. **Technique d'analyse documentaire**
3. **Technique d'interview par questionnaire**

### 

### **Paragraphe 3 : Analyse et traitement des données**

1. **Critères de sélection**

1. **Mode de dépouillement des données**
2. **Récolte et analyse des données**

**SECTION 3 : Limite de l’étude et difficultés rencontrées au cours de la recherche.**

**Paragraphe 1 : Limite de l’étude**

***Délimitation spatiale***

***Délimitation thématique***

***Délimitation dans le domaine***

**Paragraphe 2 : Difficultés rencontrées au cours de la recherche**

# **CHAPITRE DEUXIEME : ANALYSE DE L’ACTION DE**

## **SECTION 1 :**

## **SECTION2 : ANALYSE DES RÉSULTATS ET RECOMMANDATIONS**

### **Paragraphe 1 : Présentation des résultats**

Les résultats de nos enquêtes sont présentés dans les tableaux suivants :

1. **Appréciation des auditeurs**

**Connaissance de l’existence de l’émission**

### **Paragraphe 2 : Discussions et Analyse des résultats**

### **Paragraphe 3 : Perspectives et Suggestions**

**CONCLUSION GENERALE**

# **BIBLIOGRAPHIE**

**PARTIE B : PRODUCTION**

***DE PRODUCTION***

***DOCUMENT N0 1 : Thème, Angle de traitement et motivation du choix de l’angle.***

***Domaine :***

***Thème :***

***Sujet :***

***Angle de traitement :***

***Objectif***

***Titre du documentaire radio :***

***DOCUMENT N0 2 : Résumé de la production***

***DOCUMENT N0 3 : Note d’intention/contexte et justification***

***DOCUMENT N0 4 : Synopsis et budget prévisionnel***

***SYNOPSIS :***

***BUDGET PREVISIONNEL***

***Titre provisoire :***

***Genre :*** Documentaire

***Durée :*** 5 minutes

***Format :*** MP3 Audio File

***Support :*** Carte mémoire

***Nombre de jours du tournage :*** 03 jours

***Nombre de jours du montage :*** 02 jours

***Réalisation***

1. **TOURNAGE**
2. **MONTAGE**
3. **TOTAL GENERAL**

***DOCUMENT N05 : Moyens techniques de production, Noms et qualification de l’équipe de production***

***Moyens techniques de production***

***Noms et qualifications de l’équipe de production***

***DOCUMENT N06 : Personnes ressources rencontrées et leurs qualifications professionnelles***

***DOCUMENT N07 : Références des extraits musicaux exploités***

***FL STUDIO instrumental***

***Annexe***

***nnn***

**GUIDE D’ENTRETIEN AVEC LES RESPONSABLES**

**DE LA CFU DU RIF-AMARC BENIN**

Je suis étudiante en 3ème année de journalisme à HEGJ. Je travaille sur le sujet :

***Place des femmes dans la presse audiovisuelle au Bénin : Enjeux et défis*.**

Dans ce cadre j’ai jugé bon de vous entretenir en tant que association des femmes journalistes sur les actions que vous menées pour l’amélioration des conditions de travail des femmes journalistes dans les rédactions au Bénin.

1. Quelle votre situation familiale
2. Précisez-nous votre qualification professionnelle
3. Quel est l’effectif des journalistes hommes et femmes dans votre organe de presse ?
4. Quelles sont les principales qualifications des femmes journalistes dans votre organe de presse ?
5. Combien d’elles ont une formation journalistique (précisez leur position dans la structure) ?
6. Combien d’entre elles occupent des postes de responsabilité ?
7. Combien de femmes journalistes patronnes de presse que vous connaissez ?
8. quelles sont les conditions de travail de la femme journaliste ?
9. quelles sont les difficultés rencontrées dans votre travail de journaliste ?
10. quel est l'impact des actions menées par votre association dans la promotion de la femme des médias en République du Bénin?
11. quelles sont les actions des sensibilisations menées sur terrain depuis le début de la création de votre association à ce jour ?
12. qu’est ce qui a évolué à votre association depuis sa création à ce jour dans le métier de la femme journaliste ?
13. Comment évaluez-vous le travail réalisé ? Il y a-t- il eu un changement de mentalité au sein des rédactions ?
14. Si vous deviez donner des conseils pour la promotion des femmes dans les rédactions, diriez-vous ?

Je suis étudiante en 3ème année de journalisme à HEGJ. Je travaille sur le sujet :

**GUIDE D’ENTRETIEN AVEC LES PATRONS DE PRESSE**

***Place des femmes dans la presse audiovisuelle au Bénin : Enjeux et défis*.**

Dans ce cadre j’ai jugé bon de vous entretenir en tant que patron de presse sur les conditions de travail des femmes journalistes dans votre rédaction.

1. Quelle votre situation familiale
2. Précisez-nous votre qualification professionnelle
3. Quel est l’effectif des journalistes hommes et femmes dans votre organe de presse ?
4. Quelles sont les principales qualifications des femmes journalistes dans votre organe de presse ?
5. Combien d’elles ont une formation journalistique (précisez leur position dans la structure) ?
6. Combien d’entre elles occupent des postes de responsabilité ?
7. Quelles sont les thématiques souvent abordées par les femmes dans votre rédaction?

* Faits de société
* Santé
* Environnement
* Politique
* Economie
* Religion et culture
* Sport
* Femme et développement
* Autre, précisez

1. Y a-t-il un écart salarial d’une femme et d’un homme exerçant les mêmes fonctions dans votre média?
2. En cas d’écart salarial, quelle en est la raison:
3. Quelle est la proportion des femmes par thématiques par rapport aux hommes ?
4. Dans votre organe de presse, les femmes sont-elles détentrices de carte de presse ?

Si oui, combien sont-elles ?

Si non, pourquoi ?

1. Si vous deviez donner des conseils pour la promotion des femmes dans les rédactions, diriez-vous ?

Je suis étudiante en 3ème année de journalisme à HEGJ. Je travaille sur le sujet :

**QUESTIONNAIRE AUX FEMMES TRAVAILLANT DANS LES MEDIAS**

***Place des femmes dans la presse audiovisuelle au Bénin : Enjeux et défis*.**

Merci de prendre le temps de remplir ce questionnaire. Il n’y a pas de bonne ou de mauvaises réponses Il s’agit simplement de s’exprimer au plus près de la réalité quotidienne (compléter ou entourer la/les bonne(s) réponse(s) le cas échéant).

**IDENTITEPROFESSIONNELLE**

1. Age **:**

|  |  |
| --- | --- |
| Moins de 25 |  |
| 26-35 |  |
| 36-45 |  |
| 46-55 |  |
| Plus de 55 |  |

1. Situation familiale:
2. Profession: Journaliste  Technicien  Administratif  Commercial
3. Média:
4. Type de qualification :

|  |  |
| --- | --- |
| Etude primaire |  |
| Etude secondaire |  |
| Diplôme universitaire (précisez la discipline) |  |

1. Avez-vous une formation journalistique ?

|  |  |
| --- | --- |
| Oui, dans une école reconnue par la profession |  |
| Oui, dans une école non reconnue |  |
| Oui, par la formation sur le tas (compagnonnage, tutorat…) |  |
| Oui, par la formation continue tout au long de la vie |  |
| Non, pas du tout |  |

**ACTIVITE PROFESSIONNELLE**

1. Années d’expérience:

|  |  |
| --- | --- |
| 1-5 ans |  |
| 6-10 ans |  |
| 11-15 ans |  |
| 16-20 ans |  |
| 21-25 ans |  |
| Plus de 25 ans |  |

1. Type de contrat de travail

|  |  |
| --- | --- |
| Contrat à durée déterminée |  |
| Contrat à durée indéterminée |  |
| APE |  |
| Conventionné |  |
| Sans contrat |  |
| Autre |  |

1. Comment avez-vous eu votre travail ?

|  |  |
| --- | --- |
| Candidature spontanée |  |
| Réponse à une offre d’emploi |  |
| Réponse à une offre faite par personne interposée |  |
| Autre |  |

1. Occupez-vous un poste de responsabilité dans votre média?

|  |  |
| --- | --- |
| Si oui, précisez lequel |  |
| Si non expliquez pourquoi |  |

1. Combien d’agents occupent un poste de responsabilité dans votre média?

|  |  |
| --- | --- |
| Femmes |  |
| Hommes |  |

1. Quelles sont les thématiques souvent abordées par vous dans votre rédaction?

|  |  |
| --- | --- |
| Faits de société |  |
| Santé |  |
| Environnement |  |
| Politique |  |
| Economie |  |
| Religion et culture |  |
| Sport |  |
| Femme et développement |  |
| Autre, précisez |  |

1. Si vous deviez comparer votre salaire à celui d’un homme exerçant les mêmes fonctions que le vôtre, vous diriez que:

|  |  |
| --- | --- |
| Le salaire est le même (expliquez) |  |
| Le vôtre est supérieur: |  |
| Le sien est supérieur : |  |
| Vous ne savez pas : |  |

1. En cas d’écart salarial, quelle en est la raison:

|  |  |
| --- | --- |
| Compétence professionnelle |  |
| Meilleure relation avec l’employeur |  |
| Discrimination envers les femmes |  |
| Vous ne savez pas : |  |
| Autres raisons, précisez |  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| Les salaires sont connus car l’information est disponible |  |
| Les salaires sont connus car ils sont intégrés dans une convention collective |  |
| Les salaires ne sont pas connus |  |

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

|  |  |
| --- | --- |
| Oui |  |
| Non |  |

1. Avez-vous déjà rencontré des difficultés dans les domaines suivants: (classer de 1 à 10, 1 étant la première priorité et 10 la dernière)

* Promotion
* salaire
* couverture de certains sujets/reportages
* Horaires de travail
* danger sur le lieu de travail
* opposition de la famille
* harcèlement moral/sexuel
* congés de maternité
* conciliation du travail et de la vie familiale
* Autres:

1. Suggestions pour améliorer les conditions des femmes journalistes dans les rédactions

**GUIDE D’ENTRETIEN AVEC LES FEMMES AYANT OCCUPE DES POSTES DE RESPONSABILITES AU SEIN DES MEDIAS**

Table des matières

[**SOMMAIRE** II](#_Toc47359586)

[**DÉCLARATION D’ENGAGEMENT** III](#_Toc47359587)

[**IDENTIFICATION DU JURY** IV](#_Toc47359588)

[**DÉDICACE** V](#_Toc47359589)

[**REMERCIEMENTS** VI](#_Toc47359590)

[**LISTE DES TABLEAUX** VIII](#_Toc47359591)

[**Résumé** VIII](#_Toc47359592)

[**ABSTRAT** X](#_Toc47359593)

[**INTRODUCTION** 12](#_Toc47359594)

[**CHAPITRE PRÉLIMINAIRE : CONTEXTE, CADRE NORMATIF, PROFESSIONNEL DE LA PROMOTION DU PCI AU BÉNIN** 16](#_Toc47359595)

[SECTION I : CONSIDÉRATIONS HISTORIQUES ÉPISTÉMOLOGIQUES 17](#_Toc47359596)

[Paragraphe 1 : E**nvironnement médiatique, artistique et culturel** 17](#_Toc47359597)

[**Paragraphe 2 : Un cadre normatif bien défini** 19](#_Toc47359598)

[SECTION II : CADRE INSTITUTIONNEL DE L'ETUDE 26](#_Toc47359599)

[**Paragraphe 1 : Aperçu historique, missions et attributions** 27](#_Toc47359600)

[Figure 1 : Logo de Royal FM 27](#_Toc47359601)

[Outre le secrétariat et la direction générale, Royal FM est structuré comme suit : 28](#_Toc47359602)

[**Paragraphe 2 : Royal FM et son environnement concurrentiel** 29](#_Toc47359603)

[**Paragraphe 3 : Mise en contexte de la question** 36](#_Toc47359604)

[**CHAPITRE PREMIER : cadre théorique et methodologie adoptéE de RECHERCHE** 40](#_Toc47359605)

[SECTION I : CADRE THÉORIQUE ET CONCEPTUEL 41](#_Toc47359606)

[**Paragraphe 1 : Élucidation des concepts clés** 41](#_Toc47359607)

[**Paragraphe 2 : Ciblage de la problématique et objectifs de recherche** 46](#_Toc47359608)

[**Paragraphe 3 : Revue de littérature et difficultés** 50](#_Toc47359609)

[SECTION II : APPROCHE DE LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE 53](#_Toc47359610)

[**Paragraphe 1 : Méthodes utilisées** 53](#_Toc47359611)

[Trois méthodes nous ont jalonnées ce travail de recherche. Il s’agit de : 53](#_Toc47359612)

[**Paragraphe 2 : Techniques de collecte des données** 54](#_Toc47359613)

[**Paragraphe 3 : Analyse et traitement des données** 55](#_Toc47359614)

[Section 3 : Limite de l’étude et difficultés rencontrées au cours de la recherche. 56](#_Toc47359615)

[**Paragraphe 1 : Limite de l’étude** 56](#_Toc47359616)

[**Paragraphe 2 : Difficultés rencontrées au cours de la recherche** 57](#_Toc47359617)

[**CHAPITRE DEUXIEME : ANALYSE DE L’ACTION DE ROYAL FM EN MATIERE DE PROMOTION DU PATRIMOINE CULTUREL IMMATÉRIEL** 59](#_Toc47359618)

[SECTION 1 : PROGRAMMES ‘’CULTURELS’’ DE ROYAL FM, CADRE DE PROMOTION CULTUREL 60](#_Toc47359619)

[***Paragraphe 1 : Les émissions de promotion artistique et culturelle*** 60](#_Toc47359620)

[**Paragraphe 2 : Présentation de l'émission ``Mintomègbé''** 62](#_Toc47359621)

[**3.** **Du déroulement de l’émission** 63](#_Toc47359622)

[**Paragraphe 3** : **Portée et contribution de l’émission** 64](#_Toc47359623)

[SECTION II : ANALYSE DES RÉSULTATS ET RECOMMANDATIONS 65](#_Toc47359624)

[**Paragraphe 1 : Présentation des résultats** 65](#_Toc47359625)

[**Connaissance de l’existence de l’émission** 65](#_Toc47359626)

[**Paragraphe 2 : Discussions et Analyse des résultats** 70](#_Toc47359627)

[**Paragraphe 3 : Perspectives et Suggestions** 71](#_Toc47359628)

[**CONCLUSION GENERALE** 73](#_Toc47359629)

[**BIBLIOGRAPHIE** 1](#_Toc47359630)

[2](#_Toc47359631)

[***DOSSIER DE PRODUCTION*** 3](#_Toc47359632)

[*DOCUMENT N0 1 : Thème, Angle de traitement et motivation du choix de l’angle.* 3](#_Toc47359633)

[*DOCUMENT N0 2 : Résumé de la production* 3](#_Toc47359634)

[*DOCUMENT N0 3 : Note d’intention/contexte et justification* 4](#_Toc47359635)

[*DOCUMENT N0 4 : Synopsis et budget prévisionnel* 4](#_Toc47359636)

[***SYNOPSIS :*** Médias : préservation et valorisation du patrimoine culturel immatériel au Bénin. 4](#_Toc47359637)

[***BUDGET PREVISIONNEL*** 5](#_Toc47359638)

[*DOCUMENT N06 : Personnes ressources rencontrées et leurs qualifications professionnelles* 7](#_Toc47359639)

[*DOCUMENT N07 : Références des extraits musicaux exploités* 7](#_Toc47359640)

[**ANNEXE** 8](#_Toc47359641)

[**3.** **QUESTIONNAIRE AU NIVEAU DES RESPONSABLE DE ROYAL FM.** 10](#_Toc47359642)

[**4.** **QUESTIONNAIRE A L’ENDROIT DU PERSONNEL DE ROYAL FM** 17](#_Toc47359643)