



Au service
des peuples
et des nations

Championnes et champions du Genre

*Guide d'orientation du staff pour une
communication sensible au genre*



Championnes et champions du Genre

*Guide d'orientation du staff pour une
communication sensible au genre*



“
**Je suis un
gender champion**
”



PNUD MALI
© Copyright 2019

Mise en page,
ergonomie et
illustrations :





SOMMAIRE

Introduction	9
01 Veiller à ce que les femmes et les hommes soient représentés	15t
02 Eliminer les stéréotypes de genre	17
03 Éviter les formes d'exclusion	19
04 Utiliser des formes égales d'adresse	23
05 Créer un équilibre entre les sexes	25
06 Promouvoir l'égalité des sexes à travers les titres, les étiquettes et les noms	27
07 Les principes pour le matériel audio- visuel	29
Conclusion	31
Lectures complémentaires sur la communication sensible au genre (bibliographie)	33





Introduction

Le présent guide, initiative du PNUD Mali, sous le leadership du Senior Management avec la collaboration de l'Equipe Focale Genre et l'unité communication se fixe pour objectif de donner des orientations en faveur de l'utilisation d'un langage « sensible au genre », dans la communication écrite et orale et le matériel audio-visuel. Ce guide est un outil pratique visant à promouvoir un langage sensible au genre et construire une communication sans stéréotypes de genre. Le PNUD étant une organisation qui offre un espace de travail de neutralité et d'impartialité, à ce titre, le personnel a le devoir d'éviter toute forme de discrimination basée sur ces stéréotypes.

Championnes et champions du Genre

*Guide d'orientation du staff pour une
communication sensible au genre*

A qui s'adresse ce guide ?

- A tout le personnel du PNUD au Mali ;
- Aux collègues intervenant ou parlant au nom du PNUD.
- Aux partenaires du PNUD au Mali

Ce guide vise à :

- Aider le personnel et les partenaires à ne pas contribuer à perpétuer des préjugés sociaux ou des images stéréotypées
- Fournir des conseils pour l'utilisation d'un langage inclusif dans les communications écrites, orales, ainsi que dans les documents visuels et sonores

Championnes et champions du Genre

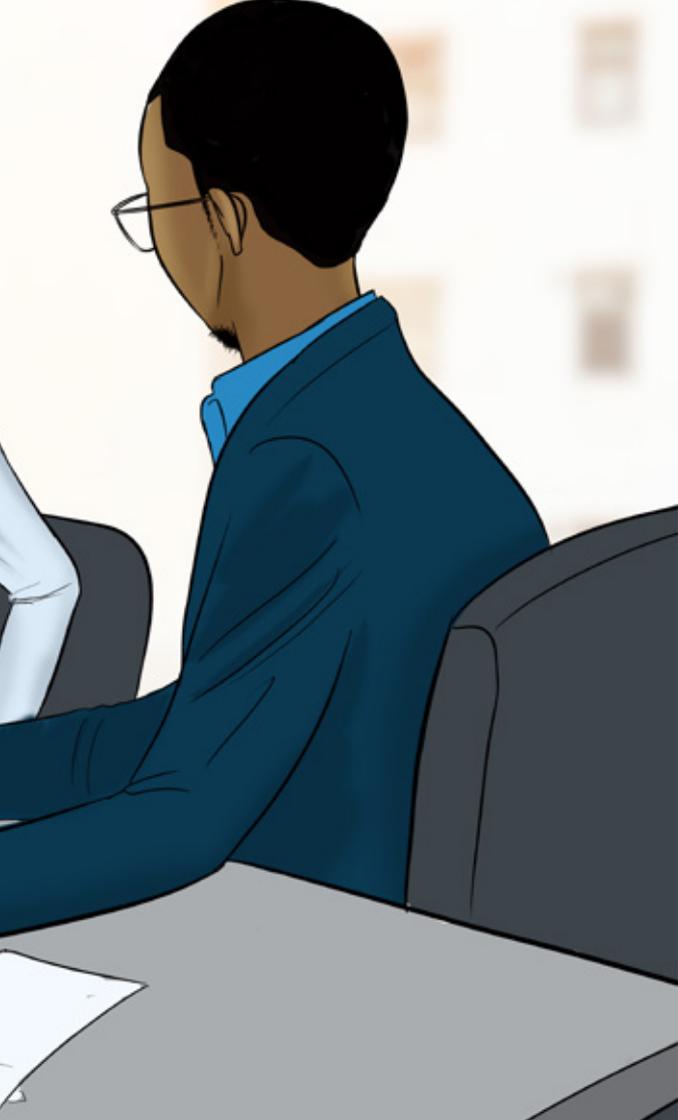
*Guide d'orientation du staff pour une
communication sensible au genre*

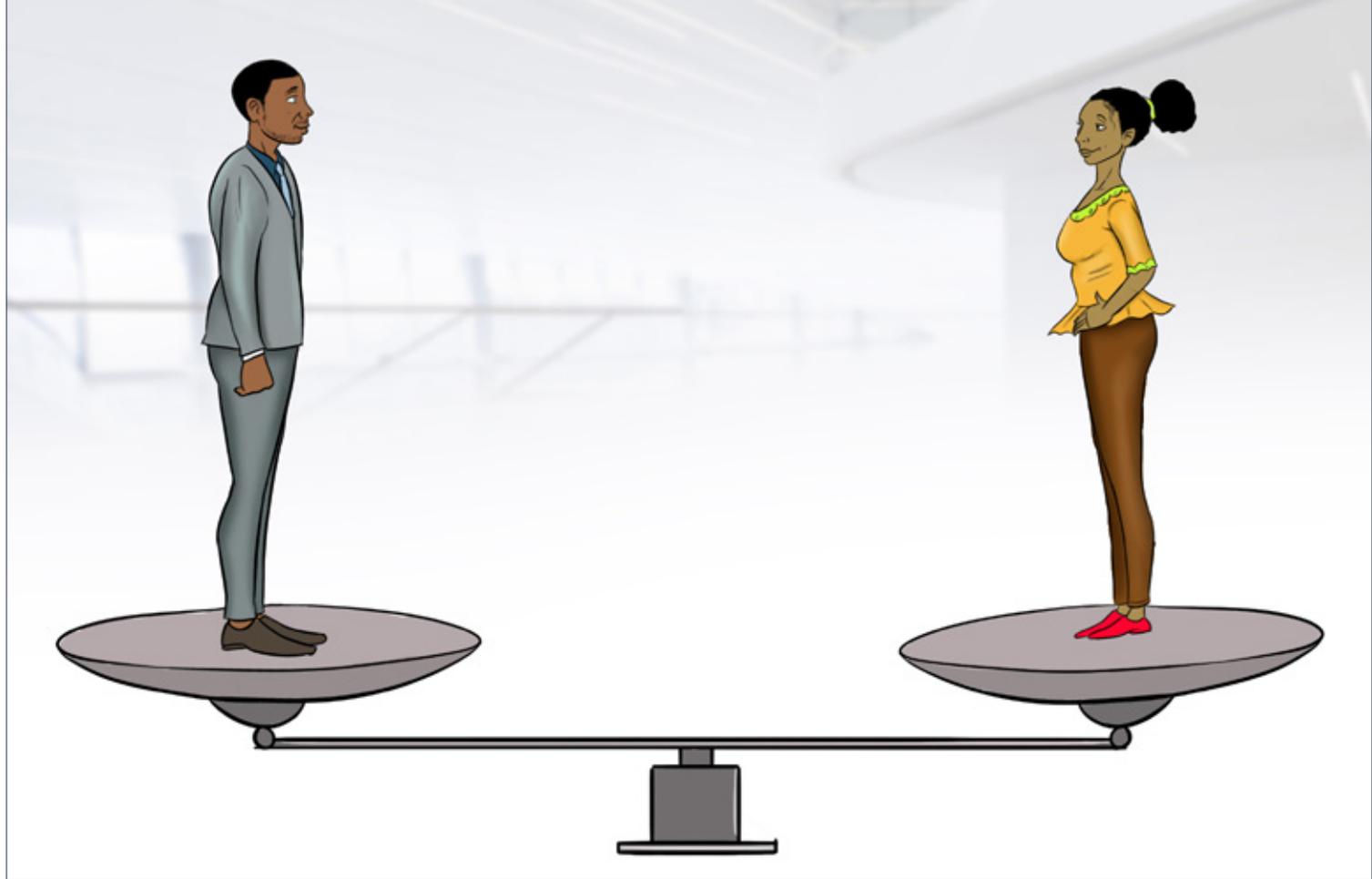
Ce guide vise à :

Ce guide contient la raison d'être des communications sexospécifiques abordée à travers 6 principes essentiels pour les communications écrites et orales sensible au genre :

1. Veiller à ce que les femmes et les hommes soient représentés
2. Eliminer les stéréotypes de genre
3. Éviter les formes d'exclusion
4. Utiliser des formes égales d'adresse
5. Créer un équilibre entre les sexes
6. Promouvoir l'égalité des sexes à travers les titres







01 : Veiller à ce que les femmes et les hommes soient représentés

Les partenaires du PNUD étant des femmes et des hommes, les deux doivent être vus, entendus et traités sur un pied d'égalité dans les produits et messages des médias produit par le PNUD.

Il est important de s'assurer que des citations d'hommes et de femmes figurent dans les communiqués de presse, les articles et autres communications faites par le PNUD Mali. En outre, le fait de présenter les voix féminines dans des rôles traditionnellement masculins et vice versa contribue à déconstruire les stéréotypes et les normes de genre.



02 : Eliminer les stéréotypes de genre

Les stéréotypes sont des représentations vagues, globales et récurrentes, dans lesquelles certaines caractéristiques sont admises comme étant communes à tous les membres d'un groupe (êtres humains ou objets).

Malheureusement notre langage contribue souvent à véhiculer les stéréotypes sexistes.

Il est recommandé d'éviter l'utilisation de ces stéréotypes car limitant et banalisant à la fois les femmes et les hommes en présentant des images inexactes.

- Par exemple, les stéréotypes sexistes sont utilisés pour décrire les hommes comme agressifs ou violents et les femmes comme émotives, timides et/ou les médecins sont des hommes et des infirmières sont des femmes.

il est important de ne pas représenter certaines vocations ou certains rôles (tâches , métiers) comme étant uniquement appropriés aux femmes et aux hommes, ou tenus par eux. Ces stéréotypes conduisent donc à véhiculer des idées et préjugés négatifs, et peuvent nuire à certains publics et enfreindre à l'épanouissement des personnes affectées et accroître leurs vulnérabilités.



03 : Éviter les formes d'exclusion

Les formes d'exclusion de la langue indiquent l'utilisation de « **il** » / « **son** » en se référant à la fois aux hommes et aux femmes, ce qui exclut les femmes.

Il est recommandé d'utiliser « il » et « elle » pour être inclus, ou utiliser le pluriel « **ils** » pour éviter d'utiliser des pronoms sexués.

Championnes et champions du Genre

Guide d'orientation du staff pour une communication sensible au genre

Évitez	Préférez
Electeurs et électrices	Electorat
Maliens et Maliennes	Population du Mali
Enseignants et enseignantes	Corps enseignant
Conseillers et conseillères	Conseil municipal
Direction	
Dirigeants et dirigeantes	Direction
Le ou la secrétaire	Le secrétariat
Les experts et expertes	Les spécialistes
Rédacteur et rédactrice	Personne qui rédige
Mot « homme » pour désigner les hommes et les femmes	
Les hommes	Les êtres humains
Le droit de l'homme	Les droits humains
Les hommes d'affaires	Les femmes et hommes d'affaires
Les hommes politiques	La classe politique
Emploi de la voix active	
Vous êtes priés...	Nous vous prions...

Championnes et champions du Genre

Guide d'orientation du staff pour une
communication sensible au genre

Nom/phrased au masculin	Nom neutre
Homme	Personne, individu
L'homme de la rue/homme ordinaire	Personne ordinaire
Un homme sur deux...	Une personne sur deux...
Les conseillers nationaux	Les membres du Conseil National
Les handicapés	Les personnes handicapées
Les porteurs de...	Les titulaires de...
Hôte/hôtesse de l'air	Agent de bord
Celui qui...	Quiconque...
Tous les employés	Tout le personnel
« Cher Monsieur »	« Cher Monsieur, chère Madame » ou « A qui de droit »
Chers Collègues	Cher.e.s Collègues



04 Utiliser des formes égales d'adresse

S'adresser aux femmes par leur état matrimonial est une vieille pratique qui remonte aux années 1700. Les femmes ont souvent été appelées par le nom complet de leur mari, par exemple : « Mme Safia COULIBALY ». Aujourd'hui, le formulaire « **Mme** » est universellement accepté et une bonne pratique à adopter.

Dans l'ensemble, cependant, il est important d'être conscient et respectueux de la façon individuelle dont les femmes préfèrent être abordées. Par exemple, si une femme se réfère à elle-même comme « Mme » ou adopte le nom de son mari dans la correspondance, il est important de respecter ce choix et se référer ensuite à elle avec le nom de son choix.



05 : Créer un équilibre entre les sexes

Dans les communications écrites et orales, il est important d'être attentif aux implications sexospécifiques des termes « **génériques** ». Les génériques sont des noms et des pronoms destinés à être utilisés à la fois pour les femmes et les hommes. Par exemple, les termes « **patrie** » ou « **humanité** » décrivent des concepts qui englobent les hommes et les femmes, mais les deux termes sont évidemment dominés par les hommes.



06 : Promouvoir l'égalité des sexes à travers les titres, les étiquettes et les noms

Les titres et les professions reflètent souvent des hypothèses inévitables sur les hommes et les femmes. Le langage soucieux de l'égalité de genre favorise des représentations plus inclusives et équitables pour les femmes et les hommes afin de représenter le statut des femmes comme égale à celui des hommes.

De plus, les suffixes -ess et -ette qui marquent le féminin peuvent également renforcer la notion que les femmes sont des subalternes ou qu'elles n'accomplissent pas le même travail.

Par exemple, au lieu d'utiliser hôtesses de l'air, pour les femmes professionnelles, il est préférable d'utiliser le terme générique agent de bord afin d'éviter la promotion de l'inégalité entre les sexes.



07 : Les principes pour le matériel audio-visuel

Dans le cadre de la production de matériel audio-visuel, il importe d'appliquer les principes de la communication sexospécifique et d'éviter toute représentation stéréotypée des hommes et des femmes en termes de croyances sociales, de normes de comportement attendu, de division sexuelle du travail, d'accès et de contrôle aux prises de décisions relatives aux ressources et à la répartition des pouvoirs.

Il est recommandé de choisir des images dans lesquelles les postures, les expressions, les gestes et les vêtements véhiculent « l'égalité des genres ». Il est important de s'assurer que nos affiches, photos, vidéos... s'appliquent aux principes de la communication sensible au genre pour éviter la perpétuation ou toute représentation stéréotypée entre les femmes et les hommes, conduisant à renforcer les mauvaises croyances sociales et la division sexuelle du travail.



Conclusion

Le langage structure nos pensées et influence la manière dont nous nous construisons. Il ne doit pas perpétuer les stéréotypes mais encourager le principe d'égalité femmes-hommes. La réalisation de l'égalité de genre dans le langage oral et écrit est atteinte lorsque les femmes et les hommes ainsi que les personnes qui ne se conforment pas à la binarité de genre, deviennent visibles et font l'objet d'un traitement égal dans la langue en termes de valeur, de dignité, d'intégrité et de respect mutuel. Le langage et la communication façonnent notre état de penser et peuvent influencer nos réactions. Nous espérons que ce guide nous aidera à développer une attention particulière à l'évolution des mœurs et ainsi à éviter de contribuer à perpétuer des préjugés sociaux ou des images stéréotypées allant à l'encontre du fonctionnement normal du Bureau.



**Championnes et
champions du Genre**

*Guide d'orientation du staff pour une
communication sensible au genre*

Lectures complémentaires sur la communication sensible au genre (bibliographie)

<http://hrcouncil.ca/info-rh/diversite-langage-inclusif.cfm>

<http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001149/114950mo.pdf>

<http://www.ncte.org/positions/statements/genderfairuseoflang>

http://www.veneteu.com/assets/mainmenu/197/docs/gender_inclusive_policy.pdf

“
**Je suis un
gender champion**
”

—“
**Je suis un
gender champion**
”—