



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

联合国教育、
科学及文化组织

Secteur de Communication et Information
Division pour la liberté d'expression et le développement des médias
Section développement des médias et société

Appel à Propositions

Termes de référence

L'UNESCO recherche un(e) spécialiste individuel(le) pour rédiger un manuel sur la représentation des hommes et des masculinités dans les médias

Sous la supervision de la Cheffe de la Section du Développement des Médias et Société, le/la spécialiste individuel(le) devra :

Rédiger un manuel pour sensibiliser et guider les professionnels des médias sur la représentation des hommes et des masculinités dans les médias.

Les concepts et les normes de la masculinité sont inséparables de leur représentation dans les médias (qu'ils soient diffusés ou imprimés), auxquels chacun est exposé en grandissant.

Le/la spécialiste individuel(le) aidera les rédactions des médias à aborder les représentations du genre dans le contenu, en s'attachant tout particulièrement à éviter les représentations stéréotypées ou "étroites" des masculinités, y compris leurs interactions avec la paternité, l'amitié et l'exercice de l'autorité, ainsi que toute autre représentation liée à des comportements tels que les violences contre les femmes, les enfants et parmi les hommes.

Objectifs spécifiques :

Le manuel tiendra compte de la représentation des hommes et des garçons dans les médias d'information, sportifs et de divertissement, dans la publicité et dans les réseaux sociaux. Le manuel aidera les médias à transmettre une conception inclusive de la masculinité, comprenant ceux qui ne se conforment pas aux stéréotypes dominants, et sensibilisera les rédactions des médias et les professionnels en général au fait que ces perceptions bien ancrées peuvent être préjudiciables à la fois à l'individu et à la société.

Public cible :

Le manuel encouragera et accompagnera les journalistes et les professionnels des médias à présenter des représentations diversifiées des hommes et des masculinités à leur public (téléspectateurs/auditeurs/lecteurs).



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

联合国教育、
科学及文化组织

Plus précisément, le/la spécialiste individuel(le) produira un manuel à l'intention des professionnel(le)s des médias, y compris les annonceurs, les radiodiffuseurs, les cameramen, les rédacteurs en chef, les journalistes et reporters, les organismes de réglementation des médias, les analystes des nouvelles, les présentateurs, les scénaristes, les photographes, les producteurs etc.

Contenu :

Le manuel peut aborder, sans toutefois s'y limiter, les questions suivantes :

1. Questions pertinentes sur la représentation des hommes, de la virilité et des masculinités ;
2. Structures sous-jacentes et vues dominantes ;
3. Hypothèses et préjugés sociaux et culturels ;
4. Représentations multiples et croisées des hommes, tenant compte de facteurs tels que l'âge, l'origine, la religion, la sexualité, les rôles sociaux, la profession et le statut socio-économique ;
5. Choix d'histoires à couvrir et de protagonistes ; angles montrés et opinions entendues ; images et clips dans la presse écrite, à la télévision et en ligne ; représentations non stéréotypées des facettes sous-représentées de la masculinité, y compris la paternité, les relations intra-hommes non compétitives et autres contextes sociaux, empathie, solidarité, etc. ;
6. Importance de la langue et du choix des images (inclure des exemples et des études de cas) ;
7. Conseils ; « à faire » et « à ne pas faire » ; conseils pratiques, p. ex. comment neutraliser le langage des personnes interrogées ;
8. Un aide-mémoire adapté à l'usage spécifique des différents professionnels des médias, par exemple les points importants à retenir lors du reportage ou de la couverture d'une histoire ;
9. Des outils utiles pour la rédaction :
 - i) Des idées qui fonctionnent ("bonnes pratiques") ; des idées qui valent la peine d'être essayées, des points à éviter ; des actions individuelles peu coûteuses et efficaces dans diverses situations, y compris en interne dans les salles de presse et les comités de rédaction face à une culture, politiques ou pratiques des médias non-acquises;
 - ii) Gérer les médias sociaux et l'interaction avec le public ;
 - iii) Surveiller et évaluer les progrès ; fixer des objectifs pour la mise en œuvre des programmes et des politiques ; mesurer et surveiller les réactions de l'auditoire aux nouveaux angles et aux nouvelles représentations ;
 - iv) Célébrer les succès ; prix et récompenses ; aider la presse écrite et des radiodiffuseurs à élargir leurs horizons ;
 - v) Autres ressources accessibles : documentation, sites web à explorer, renseignements utiles.

D'autres angles novateurs, des approches spécifiques et des points pertinents à prendre seront les bienvenus, de même que les suggestions et/ou la production de contenus audio et/ou audiovisuels complémentaires.

Format et contributions :

Le guide sera rédigé en anglais ou en français (une excellente connaissance de la langue est requise - y compris la grammaire, l'orthographe et la ponctuation). L'approche et le contenu doivent être génériques tout en permettant une contextualisation plus poussée et inclure les cinq régions géographiques de l'UNESCO : Afrique, États arabes, Asie et Pacifique, Europe et Amérique du Nord et Amérique latine et Caraïbes. Le manuel utilisera un langage neutre et non sexiste, et s'appuiera sur les théories et les recherches les plus récentes en matière de genre et de



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

联合国教育、
科学及文化组织

communication. L'ouvrage doit comporter environ 90 pages standard (320 mots par page), être rédigé dans un style ciblant les professionnels des médias et en tenant compte du rythme et des conditions de travail de ces derniers. Les résultats seront utilisés dans le cadre d'une formation pratique et devraient donc contenir des conseils et des recommandations concrètes, être accessibles et applicables.

L'UNESCO décidera d'un calendrier et d'une date limite pour le projet final avec le/la spécialiste individuel(le).

Critères de sélection :

Les critères ci-dessous seront pris en compte lors de l'évaluation de la proposition :

- Pertinence de l'approche proposée
- Faisabilité (temps)
- Expertise en médias, genre et masculinités
- Expérience/expertise dans la conception de manuels / pédagogie ou compétences en rédaction
- Tarif compétitif

L'UNESCO peut demander jusqu'à trois cycles de révision du projet final.

Manifestation d'intérêt :

Votre soumission écrite doit comprendre :

- a) un curriculum vitae à jour ;
- b) le résumé du manuel, d'une longueur maximale de 1000 mots, expliquant vos tactiques et le type de contenu que vous incluriez pour vous assurer que les professionnels des médias du monde entier appliquent vos directives. Il peut contenir une table des matières très provisoire et tout élément ou angle que vous souhaitez suggérer à l'UNESCO ;
- c) votre rémunération pour la mission, exprimée sous la forme d'un montant forfaitaire global en euros.

Seules les propositions contenant les points a), b) et c) seront examinées. L'UNESCO accorde une grande importance à ce que les objectifs de l'affectation, tels qu'ils sont décrits dans le mandat, soient atteints. En conséquence, lors de l'évaluation des propositions de mission, l'attention se portera principalement sur les éléments techniques. Parmi les propositions jugées appropriées au regard de la demande exprimée dans le mandat, l'UNESCO choisira celle qui offre à l'Organisation le meilleur rapport qualité-prix.

Veuillez envoyer votre proposition à masprojects@unesco.org au plus tard le **28 octobre 2019 à 18 heures** (heure de Paris). Toute information supplémentaire que vous pourriez demander vous sera envoyée dès que possible. Toutefois, tout retard dans la fourniture de ces informations ne sera pas considéré comme un motif de prolongation de la date de soumission de votre proposition.

Il incombe à la personne de s'assurer que la proposition soit reçue au plus tard à la date limite.

Seules les propositions présélectionnées feront l'objet d'une réponse écrite.

Veuillez noter que tant que le choix du contractant n'aura pas été fait et que le contrat n'aura pas été officiellement signé par l'UNESCO, l'Organisation n'aura pris aucun engagement, oral ou écrit, envers vous ou d'autres contractants potentiels.



United Nations
Educational, Scientific and
Cultural Organization

Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Organización
de las Naciones Unidas
para la Educación,
la Ciencia y la Cultura

Организация
Объединенных Наций по
вопросам образования,
науки и культуры

منظمة الأمم المتحدة
للتربية والعلم والثقافة

联合国教育、
科学及文化组织

Des informations sur l'action de l'UNESCO en faveur de l'égalité entre les sexes dans les médias sont disponibles à l'adresse <https://fr.unesco.org/themes/diversite-medias-egalite-genres>

L'UNESCO a également mis au point des indicateurs sexospécifiques pour les médias (GSIM en anglais, IGRM en français) afin de mesurer la sensibilisation aux questions d'égalité des sexes et la représentation des femmes dans les médias (par exemple les conditions de travail), l'accent étant mis en particulier sur le contenu rédactionnel. Les GSIM ont été appliquées par les gouvernements et les autorités réglementaires nationales, les organisations de médias, les syndicats et associations de journalistes, les écoles de journalisme et autres entités similaires. Les GSIM ont jeté les bases de l'égalité des sexes dans le fonctionnement des médias et le contenu éditorial. Chaque année, nous organisons également la campagne « [les Femmes font l'info](#) » ([Women Make the News](#)). L'UNESCO promeut également [l'égalité des genres dans les médias sportifs](#) ([Gender Equality in Sports Media](#)).