

L'Égalité hommes-femmes et les médias audiovisuels

Description

[Julien Plubel](#), [Danielle Sartori](#)

Comment traduire la politique en faveur de l'égalité hommes-femmes en instruments de régulation des médias audiovisuels ? La question des droits des femmes affleure dans les débats de société depuis plusieurs années, elle est inscrite dans le cadre d'une politique publique clairement affichée en France avec la création, en 2012, d'un ministère des droits des femmes. S'agissant du secteur des médias, c'est seulement en 2008 que s'engage une réflexion sur la question de l'image des femmes dans les médias, avec la mise en place de la commission sur l'image des femmes dans les médias, présidée en 2009, à la demande de François Fillon, Premier ministre. Cette commission a publié deux rapports et a proposé aux médias (télévision, radio, presse) une démarche d'autorégulation qui a abouti à la signature d'un acte d'engagement tripartite, en octobre 2010.

Cette démarche d'autorégulation, limitée de surcroît aux seuls signataires de l'acte, a produit peu d'effets et le législateur a souhaité repenser le cadre général français grâce à un projet de loi actuellement en discussion au Parlement qui s'appuiera sur le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), instance de régulation sectorielle aux pouvoirs élargis, pour sa mise en œuvre dans le domaine des médias audiovisuels. La démarche engagée par le gouvernement s'inscrit dans un cadre européen qui assigne aux médias un rôle dans la lutte contre les stéréotypes et les incite à renforcer la place des femmes au sein de leurs entreprises.

[Un élargissement des compétences du Conseil supérieur de l'audiovisuel pour développer une régulation de l'égalité entre les hommes et les femmes dans les médias audiovisuels](#)

La commission sur l'image des femmes dans les médias a été supprimée en début d'année 2013 à la faveur d'un transfert de ses missions au Haut Conseil à l'égalité hommes-femmes. Par décret n° 2013-8 du 3 janvier 2013 du Premier ministre, l'Observatoire de la parité a en effet été remplacé par le Haut Conseil à l'égalité hommes-femmes présidé par Mme Danielle Bousquet et installé le 8 janvier par Jean-Marc Ayrault, Premier ministre, en présence de la ministre des droits des femmes, Mme Najat Vallaud-Belkacem.

La mission du Haut Conseil (article 2) est « *d'assurer la concertation avec la société civile et d'animer le débat public sur les grandes orientations de la politique des droits des femmes et de l'égalité, notamment en ce qui concerne la lutte contre les violences de genre, la place des femmes dans les médias et la diffusion de stéréotypes sexistes, la santé globale, l'égalité accés aux fonctions publiques et électorales et la dimension internationale de la lutte pour les droits des femmes* ».

À».

Le gouvernement a en outre réuni, le 30 novembre 2012, un comité interministériel aux droits des femmes et à l'égalité entre les femmes et les hommes afin de déterminer les priorités gouvernementales pour l'amélioration de ces droits et définir ainsi un ensemble de mesures pour chaque ministère.

Les feuilles de route établies pour le ministère de la culture et de la communication et pour le ministère des sports, de la jeunesse, de l'éducation populaire et de la vie associative ont proposé un certain nombre de mesures dans les médias audiovisuels ainsi que dans les administrations assurant la régulation sectorielle :

- modifier la loi du 30 septembre 1986 afin d'élargir les compétences du CSA à la parité et à la place des femmes dans les médias ;
- renforcer l'exigence d'égalité dans les cahiers des charges et contrats d'objectifs et de moyens des opérateurs publics ;
- instituer la parité dans la composition de différentes instances, dont les autorités administratives indépendantes, en imposant a minima la règle du 40 %-60 % ;
- mettre en place un observatoire rassemblant une information régulière (données annuelles) sur la place des femmes dans les entreprises audiovisuelles publiques et privées et dans la programmation ;
- inciter les chaînes publiques à produire et diffuser des programmes sur l'histoire des femmes et sur les stéréotypes sexistes ;
- promouvoir la diffusion des épreuves sportives féminines dans les programmes télévisés grâce à la révision de la liste des événements sportifs d'importance majeure présentant un grand intérêt pour le public et à la modification des contrats d'objectifs et moyens et des cahiers des charges des sociétés nationales de programme.

Le projet de loi relatif à l'égalité entre les femmes et les hommes est l'aboutissement de cette démarche ensemble du ministère des droits des femmes qui vise tous les secteurs d'activités, y compris celui des médias. Il a été déposé au Sénat en première lecture le 3 juillet 2013, transmis à l'Assemblée nationale en septembre 2013 qui, à son tour, l'a adopté en première lecture le 28 janvier 2014. Ce projet de loi, qui pourrait être adopté ici à l'été 2014, comporte notamment trois articles qui reprennent les mesures visant à élargir les compétences du Conseil, à renforcer les dispositions concernant le service public, à contribuer, grâce à la politique éditoriale des chaînes et des radios, à la lutte contre les préjugés sexistes et les violences faites aux femmes, ainsi qu'à instituer une règle minimale de 40 % de femmes dans la composition des autorités administratives collégiales notamment³.

Les discussions à l'Assemblée ont introduit un nouvel article 16 bis qui prévoit que les programmes d'enseignement des écoles de journalisme intègrent « un enseignement sur l'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein des couples ».

. À 4 En outre, de nouvelles dispositions ont également introduites par le Sénat l'article 17 ter qui visent l'organisation et la participation des mineurs aux concours de mini-miss 5.

Les autres mesures figurant dans les feuilles de route (meilleure exposition du sport féminin et renforcement des dispositions des contrats d'objectifs et de moyens et des cahiers des charges des sociétés nationales de programme) ont fait l'objet d'un traitement par voie réglementaire. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a été saisi pour avis sur ces différents textes 6. En attendant l'adoption de la loi et au terme de l'exercice de sa première année de travaux sur les droits des femmes initiés en janvier 2013, le Conseil a déjà publié deux rapports 7 ainsi que plusieurs analyses sur la place des femmes à l'antenne dans différents genres. Il a obtenu en outre des engagements chiffrés sur la place des expertes sur les antennes du secteur public de télévision et de radio (30 % d'expertes fin 2014) ainsi que l'organisation d'une journée consacrée à l'exposition du sport féminin à la télévision et à la radio (vingt-quatre heures de sport féminin en février 2014).

Un cadre européen qui appelle au développement d'instruments de régulation et souligne le rôle des médias dans la lutte contre les stéréotypes

La nécessité de faire progresser les droits des femmes dans tous les domaines, y compris celui des médias, n'est pas seulement une préoccupation française. L'égalité entre les hommes et les femmes est affirmée comme un principe fondamental de l'Union européenne, dans un premier temps consacrée par le traité de Rome sous la forme de l'égalité de rémunération sans discrimination fondée sur le sexe (art. 119 du traité) 8. En 2006, les États membres ont réaffirmé leur engagement avec l'adoption du Pacte européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes par le Conseil européen, reconduit en mars 2011 pour la période 2011-2020 9 : ce pacte insiste sur l'importance des politiques d'égalité pour la croissance économique, la prospérité et la compétitivité dans le cadre de la stratégie Europe 2020 pour l'emploi et une croissance intelligente, durable et inclusive.

S'agissant spécifiquement des médias, le droit communautaire fournit un cadre minimal en matière de droits des femmes avec des instruments extra-législatifs appelant à éliminer les stéréotypes liés au genre dans les médias et à renforcer la participation des femmes à la prise de décisions dans les entreprises médiatiques.

La directive 89/552/CEE Télévision sans frontières¹⁰, remplacée en 2010 par la directive 2010/13/UE Services de médias audiovisuels (SMA)¹¹, prévoit que les Etats veillent à ce que les services de médias audiovisuels ne comportent pas d'incitation à la haine fondée sur le sexe (art.6), que les communications commerciales ne portent pas atteinte à la dignité humaine, et qu'elles ne comportent pas, ni ne promeuvent, de discrimination fondée sur le sexe (art. 9). Elle prévoit également que les Etats puissent entraver la retransmission de services audiovisuels en provenance d'autres Etats membres pour des raisons relatives à l'ordre public, telle la lutte contre l'incitation à la haine fondée sur le sexe (art. 3(4))¹²

L'Union européenne a reconnu le rôle clé des médias dans la perpétuation des stéréotypes liés au genre. Cependant, hormis les dispositions caractéristiques générales de la directive SMA que les Etats doivent transposer dans leur ordre juridique interne, seuls des instruments non contraignants sont mis en œuvre par l'Union : d'une part afin de rendre l'image des femmes moins stéréotypée et non discriminatoire au sein des programmes et, d'autre part, afin de renforcer leurs positions aux postes de décision des entreprises médiatiques. Ainsi, le Conseil de l'Union européenne a adopté dès 1995 une résolution concernant le traitement de l'image des femmes et des hommes dans la publicité et les médias, tandis que la résolution du Parlement européen du 25 juillet 1997 se concentre sur l'image de la femme dans la publicité.

L'objectif constituant à éliminer les stéréotypes liés au genre dans la société était l'un des six objectifs établis par la feuille de route pour l'égalité entre les genres de la Commission européenne pour la période 2006-2010¹³. Le 5 mars 2010, à l'occasion du 15^e anniversaire de la Déclaration de Pákin, la Commission a adopté une « Charte des femmes »¹⁴, avant de communiquer aux législateurs européens, le 21 septembre 2010, sa nouvelle stratégie pour la période 2010-2015¹⁵.

Le thème relatif à l'élimination des stéréotypes liés au sexe dans l'Union est revenu à l'ordre du jour en 2012, avec un rapport de la commission FEMM (Droit de la femme et égalité des genres) du Parlement européen, suivi d'une résolution adoptée le 12 mars 2013¹⁶. Le Parlement, après avoir constaté que, dans les communications commerciales, « les femmes incarnent 27 % des rôles d'employés ou de travailleurs, mais 60 % des rôles où il est question de vaquer aux tâches ménagères ou de s'occuper des enfants », insiste sur les effets négatifs à l'endroit des jeunes téléspectateurs des émissions et des publicités ciblées.

Dans cette même résolution du 12 mars 2013, le Parlement invite également les Etats à adopter des mesures de discrimination positive favorisant l'accès des femmes à des postes à responsabilité dans les médias. Les conclusions du Conseil des ministres adoptées le 20 juin 2013¹⁷ se concentrent aussi sur cette question, conformément à la logique du Pacte européen pour l'égalité des genres pour la période 2011-2020. Fondées sur un rapport préparé par l'EIGE¹⁸ qui fournit pour la première fois des données quantitatives et des comparaisons sur la question de l'égalité entre les sexes en lien avec la gouvernance des médias, les conclusions du Conseil appellent les Etats et la Commission à prendre des

mesures actives et spécifiques pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes à tous les niveaux, notamment l'accès des femmes à des postes de décision [à'] dans tous les secteurs, y compris dans les médias. »

En outre, le Conseil des ministres les invite à encourager le dialogue avec les médias, à mettre en place des campagnes de sensibilisation, à promouvoir l'échange de bonnes pratiques entre Etats en ce qui concerne les programmes d'action positive, mais également à procéder à la collecte et à la diffusion de données et à l'examen régulier de l'évolution de la présence des femmes dans le processus décisionnel.

Le Conseil des ministres mentionne enfin le rôle des autorités de régulation des médias en invitant les Etats à les encourager à « adopter une approche proactive de la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes en leur sein, y compris par la mise au point, s'il y a lieu, de codes de conduite et d'orientation, de manière à favoriser l'égalité entre les hommes et les femmes et la promotion de la femme dans ce secteur d'activité. »

Les 4 et 5 juillet 2013, la commission du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes a organisé une conférence sur « les médias et l'image de la femme »¹⁹ en partenariat avec le ministre de l'Éducation, de la culture et de la science des Pays-Bas. Elle a ainsi permis de faire connaître la récente recommandation²⁰ à l'attention des Etats membres et des organismes de médias visant à promouvoir l'égalité hommes-femmes dans et par les médias, adoptée par le Comité des ministres du Conseil de l'Europe le 10 juillet 2013 et qui constitue une nouvelle étape. Plusieurs moyens sont préconisés par cette recommandation tels que l'adoption d'indicateurs nationaux de l'égalité hommes-femmes, la mise en place de mécanismes de responsabilité ou encore l'éducation aux médias intégrant les questions de genre. Le rôle des régulateurs nationaux y est particulièrement souligné pour assurer la mise en œuvre effective et l'évaluation des politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes.

Enfin, le Conseil de l'Europe vient d'adopter en mars dernier une stratégie pour l'égalité entre les femmes et les hommes couvrant la période 2014-2017²¹. La commission pour l'égalité entre les femmes et les hommes est chargée de suivre de près la mise en œuvre de ce programme et de rendre compte chaque année des progrès réalisés. Cinq objectifs stratégiques ont été définis parmi lesquels « combattre les stéréotypes de genre et le sexisme » et « prévenir et combattre la violence à l'égard des femmes ».

Au-delà de l'Union européenne, l'ONU Femmes et l'OSCE (Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe), associées à l'élaboration de cette stratégie, le Conseil de l'Europe invite à l'établissement « de partenariats et, dans certains cas, d'une coopération institutionnalisée permettant de déterminer les possibilités d'action conjointe, les complémentarités et les synergies ». Il envisage des « partenariats naturels » entre le Conseil de l'Europe et les différents acteurs nationaux, pour assurer le succès de ce programme et notamment à

les organes chargés de l'égalité entre les femmes et les hommes» (ce que le Conseil devrait constituer aux termes de l'article 16 du projet de loi précité).

D'autres pays non-européens peuvent être des modèles à étudier de prime abord la promotion de l'égalité hommes-femmes et la lutte contre les stéréotypes liés au genre à la radio et à la télévision y sont beaucoup plus anciennes, comme au Canada par exemple.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC)²² veille à la promotion de l'égalité hommes-femmes à la télévision²³. Il a créé un groupe de travail sur le sujet dès 1979. Jusqu'en 2010²⁴, le CRTC s'appuyait dans son action sur l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) qui lui remettait un rapport annuel sur la représentation de la diversité dans les médias et les mesures prises en la matière dans l'ensemble du secteur.

En 2007, l'ACR a élaboré un code sur la représentation équitable²⁵. Son objectif est d'assurer une représentation équitable de la diversité à la télévision. Il vise ainsi à éliminer, dans les programmes comme dans les messages publicitaires, les représentations et les stéréotypes sexistes, en particulier envers les femmes. Le langage utilisé doit également éviter toute connotation sexiste. Le CRTC a approuvé ce code sur la représentation équitable en 2008 (Avis public de radiodiffusion CRTC 2008-23) et impose son respect aux diffuseurs lors de l'autorisation ou du conventionnement des chaînes.

En France, les notions de « stéréotype » et de « préjugé sexiste », inscrites dans les nouvelles dispositions de la loi, posent la question de leur caractérisation, notamment sur le plan juridique. L'avis du Haut Conseil à l'égalité, dans sa recommandation n° 34, a d'ailleurs souligné la nécessité de définir ce que sont les « stéréotypes sexistes ». Le travail qu'il a décidé d'engager en 2014 en ce sens devrait permettre de proposer une série d'indicateurs permettant d'identifier les stéréotypes et de parvenir par là même à une définition du terme acceptée par l'ensemble des acteurs, et sécurisant par conséquent l'action juridique du régulateur.

Sources :

1-Rapport décembre 2011 de la commission « Les expertes : bilan d'une année d'autorégulation » – Rapport septembre 2008 : « L'image de la femme dans les médias ».

[Retour](#)

2- Articles 16, 17 ter et 23. [Retour](#)

3- Article 23. [Retour](#)

4- Reprenant en cela une des recommandations (recommandation 37) de l'avis n° 2013-0912-HCE-007 du Haut Conseil à l'égalité sur le projet de loi qui lui était soumis et qui comporte 60 recommandations. [Retour](#)

5- Disposition évoquée dans les débats préalables au projet de loi qui a finalement été retirée du projet de loi présenté au Parlement, comme le rappelle dans son avis le Haut Conseil à l'égalité. [Retour](#)

6- Avis n° 2013-12 du 24 juillet 2013 sur un projet de décret modifiant le décret n° 2004-1392 du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. Avis n° 2013-14 du 11 septembre 2013 relatif au projet d'avenant au contrat d'objectifs et de moyens de la société nationale de programme France Télévisions pour la période 2013-2015. [Retour](#)

7- Rapport du CSA sur les enjeux du développement de la représentation du sport féminin dans les médias audiovisuels et bilan de la première année des travaux du groupe de travail droits des femmes, tous deux publiés en janvier 2014. [Retour](#)

8- Plusieurs directives ont ensuite été adoptées, notamment depuis 1975, avec pour objet la lutte contre les discriminations fondées sur le sexe dans le monde du travail, l'accès à l'emploi et à la formation. L'égalité entre les genres est aujourd'hui mentionnée comme valeur et comme objectif spécifique de l'Union (art. 2 et 3(3), traité sur l'Union européenne (TUE) et art. 8 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE)), et figure aussi dans la Charte des droits fondamentaux (art. 23). [Retour](#)

9- http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/fr/lisa/119629.pdf [Retour](#)

10- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:FR:HTML> [Retour](#)

11- <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX:32010L0013> [Retour](#)

12- On peut également relever que le thème de l'égalité hommes-femmes dans les médias a par ailleurs été relancé lors de la 4e conférence mondiale sur les femmes de l'ONU de 1995. Parmi les objectifs stratégiques définis par la plate-forme de Pákin, le dixième développe précisément le thème « Femmes et médias », et spécifie deux volets d'action dans ce domaine :

â€¢ (J.1) Permettre aux femmes de mieux s'exprimer et de mieux participer à la prise des décisions dans le cadre et par l'intermédiaire des médias et des nouvelles techniques de communication.

â€¢ (J.2) Promouvoir une image équilibrée et non stéréotypée des femmes dans les médias.

[Retour](#)

13-

http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/equality_between_men_and_women/c10404

. La Commission reconnaissait que « les médias ont un rôle essentiel à jouer dans la lutte contre les stéréotypes liés au genre. Ils peuvent contribuer à donner une image réaliste des compétences et du potentiel des femmes et des hommes dans la société moderne et éviter de les dépeindre d'une façon dégradante et provocante. » Elle préconisait « le dialogue avec les parties concernées et les campagnes de sensibilisation, [qui] devraient être encouragés à tous les niveaux ». [Retour](#)

14- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0078:FIN:FR:HTML> [Retour](#)

15- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0491:FIN:FR:HTML> [Retour](#)

16- <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P7-TA-2013-0074&language=FR&ring=A7-2012-0401> [Retour](#)

17- http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/fr/lisa/137547.pdf [Retour](#)

18- <http://eige.europa.eu/content/document/advancing-gender-equality-in-decision-making-in-media-organisations-report> [Retour](#)

19-

[http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02_genderequalityprogramme/gec/gec_4/documents/GEC\(2013\)7](http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02_genderequalityprogramme/gec/gec_4/documents/GEC(2013)7)
[Retour](#)

20-

[https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec\(2013\)1&Language=lanFrench&Ver=original&Site=CM&BackColor](https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CM/Rec(2013)1&Language=lanFrench&Ver=original&Site=CM&BackColor)
[Retour](#)

21- [Stratégie du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2014-2018](#) [Retour](#)

22- Le CRTC (initialement Conseil de la radio-télévision canadienne) est une autorité « convergente » créée en 1968. Il devient le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications en 1976 lorsque sa compétence est élargie aux télécommunications. Le secteur audiovisuel est régi par la loi sur la radiodiffusion de 1991 et celui des télécommunications par la loi sur les télécommunications de 1993. [Retour](#)

23- La loi sur la radiodiffusion du Canada du 1er février 1991 indique que le secteur audiovisuel canadien doit « par sa programmation et les possibilités d'emploi, répondre aux besoins et aux intérêts, et refléter les conditions et les aspirations des hommes, des femmes et des enfants canadiens, en

respectant l'égalité des droits ». [Retour](#)

24- Refonte de l'association ACR à cette date. [Retour](#)

25- Code se substituant à l'ancien code d'application concernant les stéréotypes sexuels à la radio et à la télévision de 1990. [Retour](#)

Categorie

1. Articles & chroniques

date créée

23 septembre 2014

Auteur

daniellesartori