

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Strasbourg, le 5 novembre 2013

GEC (2013) 5 Abrégé\*

**COMMISSION POUR L'ÉGALITÉ  
ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES  
(GEC)**

---

**LES MÉDIAS ET L'IMAGE DE LA FEMME  
Amsterdam, 4-5 juillet 2013  
Projet de Rapport**

\* Voir GEC(2013)5revE pour les présentations – anglais seulement



## TABLE OF CONTENTS

### Introduction

<b>Carlien Scheele</b> , Présidente de la Commission pour l'égalité entre les femmes et les hommes .....	4
--	---

### Présentation d'ouverture

<b>Philippe Boillat</b> , Directeur général des Droits de l'Homme et Etat de Droit .....	5
--	---

### Résultats et recommandations

<b>Katharine Sarikakis</b> , Rapporteuse Générale.....	8
--	---

## ANNEXES

<b>I Bibliographie</b> .....	23
<b>II Programme Finale</b> .....	27
<b>III Liste des participants</b> .....	29
<b>IV Documents de référence</b> .....	35

## **Introduction par la Présidente de la Commission du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes**

### **Avant-propos**

En qualité de présidente de la Commission du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes et de représentante du ministère de l'Éducation, de la Culture et de la Science des Pays-Bas, j'ai eu le plaisir d'accueillir à Amsterdam la Conférence du Conseil de l'Europe sur « Les médias et l'image de la femme ». J'estime que la conférence a été un succès en termes non seulement de participation mais aussi de contenu et les médias de toute l'Europe s'en sont faits largement l'écho.

La lutte contre les stéréotypes féminins véhiculés dans et par les médias est depuis longtemps au centre de l'attention des autorités publiques aux niveaux national et européen. Toutefois, il faut maintenir l'impulsion donnée et de nombreux acteurs jugent nécessaire de s'attaquer à nouveau à la question de l'égalité des sexes en rapport avec les médias. La conférence s'est révélée être un événement tout à fait opportun ; elle a été immédiatement suivie de l'adoption par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe d'une recommandation sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias.

La conférence a constitué un événement politique majeur au niveau européen pour plusieurs raisons : premièrement, grâce à la grande diversité des participants, à savoir des représentants des gouvernements et de la société civile, des agences de publicité, des journalistes et d'autres professionnels des médias ainsi que des chercheurs ; deuxièmement, grâce à l'excellente qualité des interventions au cours des « exposés » ou des « ateliers » et des débats ultérieurs qui ont porté sur les contenus sexistes, l'exercice de responsabilités par les femmes dans les médias, le rôle des nouvelles technologies ou encore les rapports entre la liberté d'expression et l'égalité entre les femmes et les hommes. Les réactions positives des participants, notamment des Points focaux nationaux, indiquent que la conférence s'est avérée très stimulante et que les exemples fournis par les intervenants sur les médias et l'image de la femme seront pris en considération au niveau national.

Les pages qui suivent illustrent ces moments importants, l'échange de pratiques, de stratégies et de mesures pour lutter contre les stéréotypes féminins dans les médias et toutes leurs conséquences, dont les violences faites aux femmes. Nous espérons que les lecteurs y trouveront matière à réflexion.

La conférence a clairement conclu à la nécessité impérieuse de poursuivre les efforts pour que l'égalité entre les femmes et les hommes devienne une réalité dans le paysage médiatique. Amsterdam est la première d'une série d'initiatives visant à associer tous les acteurs sociaux à un mouvement de lutte contre les stéréotypes féminins. Le présent document formule, à la fin, plusieurs conclusions et recommandations dont le Conseil de l'Europe tiendra compte. Des suites seront données à cette conférence dans le cadre de la Stratégie du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes (2014-2017).

**Carlien Scheele**  
**Présidente de la Commission pour l'égalité**  
**entre les femmes et les hommes**

## **Présentation d'ouverture**

### **Philippe Boillat, Directeur général des Droits de l'Homme et Etat de Droit**

Madame le Vice Maire d'Amsterdam,

Excellences, Mesdames et Messieurs,

Protéger et promouvoir la liberté d'expression et la liberté des médias est l'une des priorités du Conseil de l'Europe. Les médias sont en effet appelés à jouer le rôle de « chien de garde » de la démocratie. La liberté de la presse et des médias est l'un des traits caractéristiques de la bonne santé démocratique d'un Etat. La Cour européenne des droits de l'homme reconnaît que cette liberté autorise une certaine dose d'exagération, voire même de provocation. Certains qualifient les médias de véritable quatrième pouvoir. Il est vrai que le rôle des médias est perçu de différentes façons : pour les régimes autoritaires, les médias constituent une menace ; pour les entreprises de marketing et de publicité, ils sont une aubaine. Mais les médias représentent aussi un merveilleux outil pour l'éducation, le divertissement, pour l'information et le débat social. Ils constituent également une activité économique fantastique pour ceux que l'on nomme les géants de la communication de masse.

Mais aucun pouvoir ne doit être absolu. Aucun pouvoir ne peut s'affranchir des responsabilités liées à son exercice. Il est significatif que l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme, qui protège la liberté d'expression et des médias, est le seul article de la Convention qui mentionne expressément la responsabilité dans l'exercice de cette liberté.

De nombreuses mesures, juridiquement contraignantes ou non, ont été prises pour promouvoir l'utilisation responsable des médias. Par exemples : une « comptabilité » de la couverture médiatique accordée aux candidats aux élections ; des systèmes pour veiller au pluralisme des médias ; des codes d'éthique pour la publicité adressée aux enfants ; l'avertissement des spectateurs du possible contenu violent des films ou des programmes de télévision ; ou encore des formations proposées aux journalistes pour traiter des sujets sensibles et pour éviter les propos racistes ou xénophobes.

Excellences, Mesdames et Messieurs,

A l'instar de la liberté d'expression et des médias, l'égalité entre les femmes et les hommes fait partie intégrante des droits fondamentaux. Cette égalité fait également partie intégrante de toute démocratie véritable. Il est vrai que la cause de l'égalité entre les hommes et les femmes a fait de grandes avancées en Europe. Aussi est-il paradoxal de constater le décalage qui persiste entre la conquête juridique de l'égalité et la place et l'image de la femme dans les médias.

Quotidiennement les médias nous exposent à des images, nous exposent à des situations ou à des propos, qui transmettent des descriptions stéréotypées de ce qu'est le féminin et de ce qu'est le masculin, assignant arbitrairement aux femmes et aux hommes des rôles déterminés par leur sexe.

Les stéréotypes sont le produit d'un processus « typique » du comportement humain : en créant des catégories, nous simplifions la prise de décision. Étant donné que l'immense majorité des informations que nous recevons s'entreposent dans notre subconscient sans avoir été « filtrées » ou analysées par notre conscience, il est certain que notre jugement, nos attitudes et nos comportements sont bien souvent influencés par des stéréotypes et des préjugés dont nous ne sommes pas conscients.

Des études ont démontré que ce type de préjugés conditionne dans une large mesure notre perception de la femme en tant que leader (il n'est pas anodin de constater que la plupart des femmes et des hommes préfèrent avoir un homme comme chef) ou de l'aptitude de la femme pour réussir dans certains métiers. On pourrait se demander, par ailleurs, pourquoi les femmes continuent à être une petite minorité dans les salles de rédaction et les postes à responsabilité de nombreux médias. Les stéréotypes impliquent également l'idéal de beauté féminine transmis par les médias et l'industrie de la mode. Cet idéal va parfois jusqu'à provoquer chez de nombreuses filles et femmes des comportements alimentaires dangereux pour leur santé, voire pour leur vie. Quant à l'image de la femme soumise – trop souvent répandue – elle contribue pour sa part – et c'est probablement le plus grave – à perpétuer la relation historique de pouvoir de l'homme sur la femme dont l'expression la plus extrême est la violence à l'égard des femmes.

Pour toutes ces raisons, le Conseil de l'Europe s'intéresse depuis des années à l'image de la femme dans les médias. Le rôle des médias est notamment mentionné dans la Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique (Istanbul). Cette convention demande aux États d'encourager les médias à poursuivre des politiques de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes et de lutte contre les stéréotypes, y compris par le biais de l'autorégulation.

Il ne m'est évidemment pas possible ici de mentionner toutes les actions entreprises par de nombreux acteurs au sein du Conseil de l'Europe ces trente dernières années. Je rappellerai simplement que le rôle des médias a été traité par plusieurs conférences des Ministres en charge de l'égalité entre les femmes et les hommes. Ce rôle des médias apparaît de façon très explicite dans la Déclaration et le Plan d'action adoptés à l'issue de la dernière de ces conférences ministérielles, qui s'est tenue à Bakou, en 2010. L'image de la femme dans les médias préoccupe également l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe, qui a adopté une Recommandation à ce sujet en 2002 et une Recommandation sur l'image de la femme dans la publicité en 2007. De son côté, le Comité Directeur sur les médias et la société de l'information prépare actuellement une recommandation sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias, recommandation qui – si elle est acceptée – devrait inspirer les travaux du Conseil de l'Europe, notamment lors de la prochaine Conférence des Ministres responsables des médias, Conférence qui se tiendra cet automne à Belgrade.

Excellences, Mesdames, Messieurs,

En organisant cette Conférence, nous avons souhaité proposer un cadre de réflexion pour les professionnels de l'égalité et des médias. Nous espérons que ce sujet et cet environnement dynamique stimuleront votre créativité et l'envie de progresser ensemble vers une plus grande prise de conscience des effets néfastes des stéréotypes et vers la prise de mesures qui nous permettront de les éliminer et d'en effacer les conséquences.

Je souhaite ici remercier chaleureusement les autorités néerlandaises, en particulier Madame Carlien Schiele, qui témoignent - par leur rôle au sein de la Commission Egalité du Conseil de l'Europe et par l'organisation de cette Conférence - d'un engagement réel en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Cette Conférence - et je me plais à le souligner - est aussi la première rencontre des Points de contact nationaux sur l'égalité qui, avec la Commission sur l'égalité, constituent le moteur du nouveau programme transversal du Conseil de l'Europe sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Nous sommes également heureux d'accueillir un nombre important de Rapporteurs sur l'égalité entre les femmes et les hommes qui ont été désignés à cette fin dans les différents comités intergouvernementaux du Conseil de l'Europe. Je me réjouis enfin du grand nombre de journalistes et de représentants des secteurs de la publicité et des médias, ainsi que des nombreux représentants de la société civile et des institutions de recherche. Je vous salue toutes et tous très cordialement.

Excellences, Mesdames, Messieurs,

Dans toute démocratie, liberté et égalité vont de pair. Aujourd'hui, nous parlons de liberté d'expression et d'égalité entre les femmes et les hommes. Ce sont deux socles de toute société véritablement démocratique. Si la liberté d'expression est et doit rester la règle de toute démocratie, le respect de la dignité humaine est un point de référence non négociable.

Aujourd'hui et demain, vous aurez l'occasion d'examiner, dans les différents ateliers, des thèmes aussi importants que les stéréotypes et le sexisme, la compatibilité des principes d'égalité entre les femmes et les hommes et la liberté d'expression, ou encore l'exercice de responsabilités et les femmes dans les médias, sans oublier les nouvelles technologies.

Le rôle des médias est au cœur de la nouvelle stratégie du Conseil de l'Europe dans le domaine de l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette Conférence s'inscrit donc dans la durée et nous espérons poursuivre nos travaux sur la base des recommandations que vous adopterez au terme de vos travaux. C'est dire à quel point votre contribution aux discussions et aux échanges est précieuse.

Je vous souhaite un plein succès à cette conférence et attends avec le plus grand intérêt le résultat de vos travaux.

Je vous remercie de votre attention.

## Résultats et recommandations

### **Katharine SARIKAKIS**

Professeur des Sciences de la Communication, Université de Vienne  
Rapporteuse Générale

#### Résumé

Les médias influencent considérablement la façon dont les normes sociales et culturelles concernant les femmes et le genre sont conçues et évoluent. Ceci étant, l'image des femmes et le rôle des femmes dans les médias sont fortement conditionnés par les normes sociales et culturelles existantes. La Conférence du Conseil de l'Europe sur les médias et l'image de la femme a examiné les rapports entre les médias et les images des femmes qu'ils projettent, y compris les questions liées à l'utilisation de stéréotypes et au sexisme ; à la liberté d'expression et à l'égalité entre les femmes et les hommes ; aux fonctions de responsabilité occupées par des femmes dans les médias et aux nouveaux médias comme outils d'évolution positive.

Elle a rassemblé des acteurs clés de toute l'Europe pour attirer l'attention sur les normes existantes ; faciliter les débats, les échanges de bonnes pratiques et le travail en réseau ; faire un bilan des progrès réalisés et formuler des recommandations d'actions futures. Les participants, représentants du secteur des médias publics et privés, de la société civile, du secteur de la recherche, d'organisations internationales et des pouvoirs publics, ont contribué aux conclusions et aux recommandations.

La conférence a conclu que le traitement de la femme dans les médias et la reproduction de stéréotypes relèvent d'une forme de violence quotidienne à l'égard des femmes. Les stéréotypes et représentations sexistes portent atteinte aux femmes en tant que citoyennes, et violent leurs droits fondamentaux. Cependant, la conférence a aussi conclu que la présence professionnelle des femmes dans le secteur des médias a permis de donner une image plus élogieuse et plus équitable des femmes et des filles. Le statut des femmes dans le secteur s'est amélioré, mais les changements sont lents et inégaux d'un pays à l'autre. Ils sont maintenant menacés par la situation actuelle d'austérité et de concentration des médias.

Les participants ont souligné l'importance capitale de développer des collaborations entre organisations médiatiques, États, organisations professionnelles et société civile. Des alliances, réseaux et autres méthodes concertées pour combattre les inégalités et les stéréotypes peuvent se compléter et se renforcer l'un l'autre. Les participants ont aussi souligné qu'il était nécessaire que les pouvoirs publics et le secteur des médias s'engagent davantage pour combattre les facteurs complexes et polymorphes qui contribuent à renforcer les inégalités entre les femmes et les hommes dans les médias. Il faut mettre en place des mesures pour contribuer à combattre les contenus sexistes, mais sans porter atteinte à la liberté de la presse ou à la liberté d'expression de tout un chacun. La collaboration des médias et des autorités doit passer par l'établissement d'un programme pour l'égalité entre les femmes et les hommes comprenant des mesures concernant les contenus, l'emploi, l'absence des femmes aux postes de décision, la conception technologique et les compétences générales et spécialisées liées à la connaissance des médias.

Enfin, la Conférence a invité à des actions de sensibilisation en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes, à des études sur les effets des injustices sociales sur la vie et le destin des gens et à un programme complexe de familiarisation avec les médias à incorporer dans l'enseignement obligatoire en Europe.

### **Constats clés**

Jamais dans l'histoire, les médias n'ont joué un rôle aussi important dans la socialisation des êtres humains, ni, ne sont arrivés à faire autant partie intégrante, à devenir l'élément obligé de la vie quotidienne de la population. Ils ont le pouvoir de transmettre des messages et des images du monde entier. Ils ne sont pas simplement le miroir du monde ; ils façonnent activement les images et les idées. Ces vingt dernières années, ils sont devenus des acteurs puissants et centraux du processus d'élaboration et d'interprétation des questions sociales locales et mondiales. En tant qu'institution, ils orientent les comportements culturels et sociaux, influent sur l'activité politique et l'action publique et même sur le journalisme.

Le rôle principal des médias a toujours été celui de garde-fou et d'informateurs des citoyens, afin d'assurer leur participation aux affaires et décisions publiques grâce à un débat démocratique. Les conditions nécessaires à un débat public et démocratique médiatisé sont un accès équitable aux droits de citoyenneté (droits sociaux, économiques, culturels et politiques) et leur exercice. Ceci signifie que le débat public, qui repose essentiellement sur les médias, ne peut être démocratique que si l'on accorde respect et espace aux intervenants, opinions et expériences, et si l'égalité entre les partenaires au dialogue est garantie.

De plus, le discours démocratique est exempt de la peur de représailles et de persécutions, il suppose l'accès de toutes les parties aux informations les plus complètes possible sur le thème débattu. Il faut également prêter attention au contexte et aux inégalités préexistantes, dans le domaine culturel comme en matière de ressources, qui peuvent museler les « sujets parlants ». Une telle démocratisation du domaine public est une condition préalable indispensable à une démocratie soucieuse de l'égalité entre les femmes et les hommes. Les médias façonnent la signification et l'évocation de l'expérience humaine par les contenus et les processus de production, les espaces de délibération par-delà les frontières et les divers groupes socio-économiques. En d'autres termes, les médias créent des concepts culturels relatifs à ce qui est considéré comme des questions d'intérêt commun dans une société, et conditionnent la reconnaissance de ceux qui sont considérés comme habilités -voire dignes -d'en parler.

En dépit des profondes mutations que le paysage médiatique a connues et du rôle prépondérant joué par le marché dans leur gestion quotidienne et la production de leur contenu, les médias sont toujours considérés comme le quatrième pouvoir. Malgré la voix prédominante des discours « consuméristes » dans et sur les médias d'aujourd'hui, qui font de la communication une activité commerciale, la position fondamentale consistant à défendre les valeurs et le débat démocratiques est un principe directeur de la politique publique européenne, conforme à des normes et instruments internationaux tels que les droits de l'homme et les droits civils.

Dans une démocratie soucieuse de donner une même place aux deux sexes, les médias mènent une action qui s'apparente à un travail de longue haleine, si l'on considère le processus conduisant à l'égalité entre les femmes et les hommes. A l'heure actuelle, leur rôle se définit à merveille selon deux perspectives qui se rejoignent. En représentant et en évoquant la différence entre les sexes et leurs rôles à travers la programmation, la conception et la production de contenus, les médias façonnent et consolident les stéréotypes et les préjugés concernant les femmes et les hommes. Cette façon de faire est aussi renforcée par la seconde perspective, à savoir l'organisation structurelle actuelle des médias et de la communication. Le fait que les femmes restent une minorité dans les métiers des médias défavorise celles-ci non seulement en tant que productrices de sens, mais aussi en tant que techniciennes et décideuses.

Cette inégalité persistante fait l'objet d'études nombreuses et détaillées depuis plus d'une quarantaine d'années. Ces études ont montré à maintes reprises que le nombre et le pourcentage de femmes participant à la fabrication de l'actualité, à la réalisation des contenus et aux processus de décision au sein des organisations médiatiques sont bien inférieurs à ceux de leurs homologues masculins. La situation se retrouve pour la plupart des postes professionnels, des formes de médias et des contenus d'infos, de gestion des ressources etc. à l'exception des magazines pour femmes. Des études ont fait ressortir la domination des hommes dans les groupes de médias, ainsi qu'une culture organisationnelle masculine qui résiste à l'évolution vers une plus grande égalité en matière de rôles dévolus à chaque sexe.

Partout, des premiers travaux de pionniers - comme l'étude réalisée en 2004 par Rush et Oukrup sur le statut des femmes dans les médias et la communication aux États-Unis dans les années 1970 et son actualisation trente plus tard (Rush et Oukrup, 2004) - à *Une histoire inachevée*, de M. Gallagher (1995), au « Projet mondial de monitoring des médias » (le plus récent date de 2010) et à la dernière étude en date effectuée par l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE) (2013), les conclusions sont globalement les mêmes – malgré certaines différences entre les pays et les structures économiques.

Les médias peuvent se définir comme étant divers processus technologiques qui facilitent la communication entre l'émetteur d'un message et son destinataire (Croteau et Hoynes, 2000). Cette définition englobe non seulement les médias établis, comme la télévision et la presse, et leurs formes virtuelles sur l'internet, mais aussi une grande variété de nouvelles formes médiatiques, tels les médias sociaux. Ainsi, Twitter, Facebook, des plateformes comme Youtube, Instagram etc. Aujourd'hui, le paysage médiatique européen est à la fois de nature publique, communautaire et privée. Les médias convergent de multiples manières et davantage que jamais auparavant, en particulier s'agissant de la technologie, des formats et de la façon dont ils sont exploités : radio, télévision, internet, médias sociaux et presse écrite peuvent être produits et consommés de façon très voisine bien qu'ils soient de nature très différente.

La manière dont les technologies numériques façonnent les rapports de la population avec les médias et les espaces de communication peut être envisagée sous l'angle des droits et politiques du numérique. Les médias numériques sont régis par des lois et des politiques qui conditionnent à leur tour les droits existants, leur maintien ou leur modification comme le droit au respect de la vie privée. Il est difficile de nier que la concentration des médias dans toute l'Europe et le rôle quasiment monopolistique des entreprises gérant des médias sociaux ont eu un effet négatif sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Par exemple, la concentration de la propriété des médias, ainsi

que la déréglementation des médias en général, ont contribué à intensifier la circulation d'images sexistes de la femme et à sexualiser les femmes et les filles.

Cette évolution est due en partie à la logique de marché qui crée des niches incitant les médias à se fonder sur certains modèles de rôles dévolus à chacun des sexes et à les cultiver. C'est là que se retrouvent les contenus les plus dommageables. Il en va ainsi du corps féminin. La sexualisation des artistes de la culture populaire est une stratégie marketing banale. Des critiques soutiennent que des éléments de « pornographisation » se sont immiscés dans la culture dominante, de sorte que la publicité, la musique et même la promotion de la mode ont de plus en plus recours à des contenus visuels et verbaux inspirés de la pornographie (Levy, 2005).

Les technologies facilitent l'accès rapide et aisé à des contenus qu'il serait difficile de diffuser autrement. Dans ces conditions, « le corps féminin demeure un corps sexualisé, fragmenté et mutilé dans le monde de publicité mondiale, non seulement en Occident, mais aussi dans le reste du monde (Sarikakis et Shade, 2010).

On présente les nouvelles technologies des médias comme offrant aux usagers la capacité de surmonter les restrictions relatives au genre et d'entrer en rapport avec autrui indépendamment de son sexe. Pourtant, la conception et l'architecture de ces technologies ne permettent pas un usage et une créativité dénués de tout sexisme. Ceci est particulièrement important pour les jeunes qui font une utilisation intensive des médias sociaux et qui participent à des récits multimédias. La conception technologique contraint souvent les jeunes usagers à perpétuer des identités hypersexuées qui restreignent et orientent le sentiment de leur propre valeur, de leur personnalité et leur façon de s'exprimer, ainsi que la manière dont ils considèrent les autres et notamment les filles. La conception technique des applications et les sites de médias sociaux canalisent la façon de s'exprimer des utilisateurs par exemple en indiquant où et comment exprimer ses émotions, de quel sexe on est (il est fréquemment impossible de s'enregistrer sans l'indiquer), ses pensées et ses habitudes. De plus, des problèmes tels que ceux qui sont créés par la technologie sont aggravés par des pratiques fondées sur les relations sociales et la culture dominante. Intimidation, hyper-sexualisation et sexisme se propagent rapidement à l'université et à l'école par le biais des nouveaux médias, sociaux ou autres. Des contenus produits par les utilisateurs eux-mêmes, comme des vidéos ou photos et autres supports amateurs, ainsi que la culture populaire (vidéoclips, etc.), rivalisent dans une course où les comportements physiques et à caractère sexiste (et les attentes qui en résultent) sont exagérément mis en avant.

L'architecture et la conception des technologies influencent la façon dont les gens utilisent les médias pour s'exprimer. La technologie incite les usagers à déterminer dans quelle mesure leur vie privée est protégée ou au contraire elle les dissuade de le faire. Elle est indispensable au respect et à la protection de la vie privée et des droits numériques, tels le droit d'accès aux contenus numériques et à l'internet et le droit de développer des compétences pour utiliser sans crainte les nouvelles technologies. La vie privée est un aspect particulièrement important de l'utilisation des nouveaux médias et des médias sociaux. Il faut que les jeunes en aient conscience et soient à même d'exercer un contrôle sur leur vie privée. Les violations de la vie privée perpétrées visant les femmes prennent notamment la forme d'agressions physiques et verbales et d'actes d'intimidation. Les stéréotypes, très répandus dans la culture populaire des jeunes, normalisent la violence envers les femmes dans le monde numérique.

Dans le même temps, les exigences multiples imposées au temps dont disposent les journalistes et la précarité croissante de leur profession et de toutes celles qui sont liées aux médias, a nui à la production de contenus informatifs non fictionnels. Ces conditions de travail ont un double effet sur les femmes : la couverture des affaires publiques et les nouvelles sur les femmes sont d'une qualité préoccupante, car l'image des femmes ne semble pas du tout s'améliorer. Ensuite, la situation des femmes et leurs perspectives de carrière, y compris leur promotion à des postes de direction au sein de médias est compromise. Les emplois offerts aujourd'hui dans le secteur des médias sont moins bien payés et moins valorisants. Cette situation a fait naître de nouveaux problèmes pour les femmes pour ce qui est de leur plan de carrière, de leur image dans les médias et en fin de compte d'une véritable participation de leur part à la vie publique.

Le problème structurel des ressources et de leur répartition peut être attribué en partie aux effets de la crise économique en Europe. La récession a limité l'offre de services publics et le réseau social dont dépend souvent la vie des femmes et qui leur permettent de participer plus activement aux activités politiques et économiques, y compris les médias (Lobby européen des femmes, 2012). Ces services publics englobent les garderies, les soins aux personnes âgées et les services sociaux en général, les services de sécurité, les prestations sociales, les soins de santé, l'aide juridique et le soutien des syndicats.

Il est vrai que les médias ne sont pas tous les mêmes. Le contexte national et le paysage médiatique peuvent être très différents et la façon dont les femmes sont traitées dans les médias et dont ils conçoivent leur organisation en général peut beaucoup varier. Un journalisme responsable, une éthique de la gestion au sein des médias publics, ainsi que des médias investis d'une mission de service public minimum, encouragent une production culturelle de sens plus équitable, globalement parlant, et une liberté d'expression qui favorise la liberté et la démocratie.

Par ailleurs, des initiatives prises par les femmes elles-mêmes en matière de production des médias ont fait évoluer ces derniers et proposé des modèles positifs pour la société. C'est grâce au travail en réseau et à l'action collective que les médias pourront évoluer, comme en attestent des reportages récents sur des attitudes sexistes et des viols, ainsi qu'une certaine 'liberté artistique'. Il semble une fois de plus que l'internet et les nouveaux médias offrent aux femmes un espace qui fait défaut dans les médias traditionnels pour leur permettre non seulement de communiquer et de protester, mais aussi de produire et de créer des formes et formats de contenus nouveaux. Le rôle des femmes dans les médias, notamment dans les conseils d'administration, est également très important ; en effet leurs réseaux et alliances peuvent contribuer à accentuer la pression en faveur du changement au sein d'entreprises immobilistes.

Ainsi, recenser le langage sexiste et discours de haine visant les femmes est l'un des objectifs du projet « [Sexisme ordinaire](http://français.everydaysexism.com/) » (<http://français.everydaysexism.com/>). Les animateurs de ce projet ont fait campagne auprès de Facebook pour que les groupes et images qui décrivent et encouragent la violence envers les femmes soient filtrés et interdits. L'immense intérêt qu'elle a suscité chez les femmes européennes et du monde entier, dont les usagères de Facebook, a fait de cette campagne un succès.

Cependant, les stéréotypes sexistes persistent, mais sous une forme quelque peu différente de ce qu'ils étaient autrefois : certains ont évolué, tandis que d'autres reviennent à la mode ou restent inchangés. Ainsi, tout un domaine des médias fonctionne sur un modèle économique basée sur le sexisme : la violence envers les femmes est présentée sous des couleurs séduisantes et monétisée et une nouvelle forme d'agression envers les femmes et les filles apparaît. Ce n'est pas le droit à la liberté d'expression des propriétaires ou des rédacteurs de médias qui est alors en jeu, c'est le fait de réduire les femmes au silence. Les femmes sont moins susceptibles d'être consultées comme « experts » que les hommes; elles sont très faiblement représentées dans le milieu de la politique et des médias, de même que dans les journaux télévisés (même quand un sujet traite des femmes, il est commenté par un homme). Le pourcentage de femmes qui sont responsables de médias, décideuses, ou responsables de contenus ne semble pas avoir progressé de façon significative ces dix dernières années : il stagne entre 25 et 30%. Ceci confirme de précédents travaux sur le statut des femmes dans le journalisme et les métiers des médias, qui avaient prédit un « noyau dur récurrent et renforcé » d'un quart à un tiers des femmes par rapport aux hommes.

Malgré quelques exceptions, les grands médias ne sont pas très bons pour ce qui est de présenter les deux sexes dans le monde. L'enquête du GMMP (« Projet mondial de monitoring des médias » - *Global Media Monitoring Project*), réalisée en 2005, a établi que le monde que l'on nous présente aux informations est un monde où les femmes sont pratiquement invisibles (Gallagher, 2005). Selon cette enquête, les femmes sont véritablement sous-représentées dans l'actualité ; elles ne sont en effet qu'une personne sur cinq, qu'elles fassent elles-mêmes l'objet d'un reportage ou qu'elles soient interviewées. Il n'y a pas de domaine traité où les femmes soient plus nombreuses que les hommes : seuls 14% des reportages politiques sont consacrés à des femmes et 20% des nouvelles économiques concernent des femmes. Lorsque les femmes occupent le devant de la scène, c'est en qualité de célébrités (42%), de membres de familles royales (33%), ou de gens « ordinaires ». En 2010, le GMMP a rapporté que seuls 13% de l'ensemble des sujets portaient spécifiquement sur les femmes; que 46% de l'ensemble des sujets confortaient des stéréotypes sexistes; l'actualité politique ne comptait que 19% de femmes et l'actualité économique le même pourcentage qu'en 2010.

Il importe de se rappeler que les femmes ne constituent pas un groupe homogène doté de la même expérience. Au contraire, elles font l'expérience de ce que l'on appelle l'intersectionnalité, soit des niveaux multiples et variés de facteurs défavorables et de marginalisation qui peuvent différer d'une situation et d'une femme à l'autre. Toutefois, cette expérience s'organise autour des indicateurs démographiques que sont le sexe, l'âge, la catégorie sociale, l'orientation sexuelle et le handicap physique ou autre. Cette intersectionnalité fait qu'il est difficile de parler des « femmes » en général, mais elle nous force aussi à saisir la complexité des défis que doivent relever les femmes. Il importe aussi de reconnaître que le changement social ne peut viser des « personnes ». Il ne s'agit pas d'améliorer la place des femmes dans les médias en s'occupant de personnes ou d'un groupe donnés, mais de les faire progresser en tant que groupe social. Bien qu'elles ne forment pas simplement une « catégorie unique », les femmes ne sont pas non plus des personnes dénuées de tout contexte social.

Des avancées ont été enregistrées depuis les premières études sur les femmes et la politique des médias. Ces points positifs ont été examinés lors de la Conférence, y compris certains effets d'une féminisation des métiers des médias :

- La production d'images plus variées des femmes dans les contenus de médias va de pair avec le nombre croissant de femmes occupant des fonctions d'autorité dans les nouveaux environnements médiatiques.
- Les professionnels des médias sont plus conscients de l'importance et de la nécessité de voir leurs entreprises se soucier davantage de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la production de contenus et d'un rôle accru des femmes au sein des sociétés de médias.
- Le fait que des femmes soient à la tête d'organisations médiatiques n'est plus considéré comme une « anomalie ».
- Les personnes servant de référence sont utiles sur le plan pédagogique et comme source d'inspiration pour les jeunes et les femmes confrontées à des situations difficiles comme celles qui n'ont pas suivi de parcours éducatif typique, les professionnelles qui ont des enfants ou des personnes à charge etc.
- Une augmentation du nombre de femmes dans les médias permet non seulement une représentation plus équilibrée, mais aussi une meilleure gestion des médias.
- Les femmes utilisent les nouveaux médias pour attirer l'attention sur des aspects négligés de leur vie, tisser des liens entre elles et former des alliances internationales. Ces médias peuvent permettre aux femmes de s'exprimer d'une façon qui a été négligée par les médias traditionnels.

Dans le même temps, des obstacles systémiques, structurels et culturels subsistent et contrarient une meilleure représentation des femmes et de leur place dans les médias en général. Ainsi :

- L'hyper-sexualisation de l'image et l'utilisation de médias sociaux pour « chosifier » les femmes créent un nouveau contexte au sein duquel les femmes, et surtout les jeunes filles, construisent et expriment leur identité.
- La libéralisation des marchés et la déréglementation des médias se sont accompagnées d'un phénomène d'hypersexualisation des femmes et, notamment, des artistes et des professionnelles de la culture populaire.
- Les images de femmes sexualisées proposent aux jeunes femmes des rôles limités et une vision erronée du rôle des femmes dans la société.
- Les images de femmes objets normalisent le sexisme ordinaire.
- Les crises, l'évolution des conditions de travail dans le milieu des médias et la sous-représentation des femmes aux postes clés affectent non seulement la carrière et les chances de réussite à titre individuel, mais contribuent également à la production de contenus limités, et empêchent la pleine et entière participation des femmes à la vie publique.

## Normes et réglementations internationales

Tout débat relatif au rôle des médias dans la société porte par nature sur les grands principes de liberté de la presse et de liberté d'expression. Sans ces principes, les médias ne pourraient s'acquitter de leur mission et la société ne pourrait encourager véritablement le changement et la justice sociale. La liberté d'expression n'est pas un droit absolu, mais elle est liée à d'autres droits de la personne, qu'elle ne peut annuler ou remettre en cause comme le droit à la vie, à la dignité, à la sûreté et au respect de la vie privée (article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme). Par sa jurisprudence, la Cour européenne des droits de l'homme a contrôlé ces principes et rendu des arrêts dans de nombreuses affaires de violations de l'article 10 en Europe, qui vont de la liberté de la presse à la liberté individuelle dans la recherche et la diffusion d'informations, ainsi que les cas où des restrictions légitimes (notamment en matière de radiodiffusion et de médias audio-visuels), sont considérées comme nécessaires pour la défense d'autres droits. Sur le plan international, l'article 19 de la Déclaration des droits de l'homme des Nations Unies exprime sans ambages l'exigence d'une responsabilité dans l'exercice du droit à la liberté d'expression.

La liberté d'expression est souvent invoquée quand la société critique la façon dont les organisations de médias présentent les femmes et les filles dans leurs contenus. Le débat stagne lorsqu'on prétend que le droit à la liberté d'expression du média, du journaliste (ou de l'artiste) est en contradiction avec les exigences d'une évolution vers un traitement équitable des femmes dans les produits culturels et médiatiques. Le phénomène de « l'annihilation symbolique » des femmes (Tuchman 1978) suppose l'omission des femmes, la minimisation de leurs compétences, discours et expériences, ainsi que la condamnation des femmes qui ne se plient pas aux normes prévues en matière de sexualité, de mariage, d'image, d'aspirations, etc. D'après les critiques, c'est en raison de cette longue pratique d'omission et de présentation déformée que la liberté d'expression des femmes en tant que groupe social est bafouée. Les stéréotypes et la violence à l'égard des femmes sont intrinsèquement liés, comme en ont attesté des études, rapports et témoignages dans divers contextes socio-économiques et zones géographiques. Des actions menées sur le plan international pour lutter contre la violence faite aux femmes et aux filles reconnaissent également que les deux choses sont liées. Le fait de réduire des personnes humaines à des stéréotypes a pour effet de les réduire au silence et de les « annihiler » en les privant de la possibilité d'exprimer des idées différentes, d'avoir un autre style de vie et d'utiliser leurs compétences et leurs connaissances. Cela altère aussi leur vie sociale et privée en raison d'attentes injustes et dommageables. Les stéréotypes minimisent l'expérience.

La nécessité d'équilibrer la façon dont les médias présentent les femmes, la reconnaissance du rôle des femmes en tant que ressources productives à part entière et force influente des médias et le rôle que les médias peuvent jouer pour combattre, mais aussi renforcer les stéréotypes ont été reconnues dans les politiques internationales et européennes visant à favoriser l'égalité entre les femmes et les hommes dans les contenus des médias et sur le marché de l'emploi.

L'initiative des Nations Unies connue sous le nom de Plateforme de Pékin et les conférences « Pékin + 5 » et « Pékin + 10 » ont attiré l'attention sur les changements nécessaires et fixés des objectifs portant sur l'image et les fonctions de responsabilité des femmes dans les médias, leur accès aux technologies des médias, l'utilisation qu'elles en font et le savoir-faire des femmes en la matière.

La Convention de l'ONU sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDEF-CEDAW) prévoit que toute loi ou pratique discriminatoire faisant obstacle à l'égalité entre les femmes et les hommes doit être éliminée et que les médias ont un rôle primordial à jouer dans la lutte contre la violence à l'égard des femmes. L'article 1er de la Convention définit la discrimination envers les femmes de la manière suivante :

*... "... toute distinction, exclusion ou restriction fondée sur le sexe qui a pour effet ou pour but de compromettre ou de détruire la reconnaissance, la jouissance ou l'exercice par les femmes, quel que soit leur état matrimonial, sur la base de l'égalité de l'homme et de la femme, des droits de l'homme et des libertés fondamentales dans les domaines politique, économique, social, culturel et civil ou dans tout autre domaine."*

En vertu de l'article 5, les États parties prennent les mesures appropriées pour:

- (a) *Modifier les schémas et modèles de comportement socio-culturel de l'homme et de la femme en vue de parvenir à l'élimination des préjugés et des pratiques coutumières, ou de tout autre type, qui sont fondés sur l'idée de l'infériorité ou de la supériorité de l'un ou l'autre sexe ou d'un rôle stéréotypé des hommes et des femmes.*

Le Conseil de l'Europe a élaboré des normes qui garantissent la non-discrimination vis-à-vis des droits civils et politiques des femmes (Convention européenne des droits de l'homme), ainsi que de leurs droits sociaux, culturels et économiques. La Charte sociale européenne révisée garantit aux femmes et aux hommes le droit à la non-discrimination, à l'égalité de traitement et de l'égalité des chances dans tous les domaines, ainsi que le droit à la non-discrimination de tout groupe social, qu'elle soit justifiée par la « race », le sexe, l'âge, le handicap, l'association avec des minorités ethniques, les responsabilités familiales ou l'origine sociale. La Charte protège également le droit à la protection contre le harcèlement sexuel et le harcèlement moral dans l'emploi; et à la protection contre toute forme d'exploitation. La Charte est la pierre angulaire de l'édifice juridique garantissant le droit à l'égalité sociale en Europe. Elle sous-tend le travail des États - nations et des entités intéressées par la gouvernance européenne, comme les ONG, les organes de réglementation, les organisations de femmes, et les organisations professionnelles comme celles des journalistes.

L'égalité pleine et entière entre les sexes reste particulièrement problématique en cas de violences physiques ou psychologiques envers les femmes, qui sont perpétuées et normalisées par les systèmes culturels. La Convention du Conseil de l'Europe sur la lutte contre la traite des êtres humains (STCE n° 197, 2005) - premier traité européen destiné à protéger les victimes de la traite et leurs droits - dérive d'un rapport exhaustif sur l'utilisation de l'internet pour la traite des personnes adultes. Ce rapport (Hughes, 2003) a analysé la manière dont la pornographie, les images d'adultes sexuellement exploités circulant en ligne sans leur consentement et les espaces de communication en ligne étaient utilisés pour échanger des informations relatives à la prostitution et pour acheter des êtres humains.

En 2007, un deuxième rapport « L'usage abusif d'Internet pour le recrutement des victimes de la traite des êtres humains » a fait suite à la Convention. Il a détaillé les stratégies employées par le recrutement aux fins de la traite à l'aide des nouvelles technologies.

En 2011, le Conseil de l'Europe a complété le cadre d'action qu'il offre aux États membres par l'ouverture à la signature de sa Convention sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique (Convention d'Istanbul). L'article 17 de ce traité souligne l'importance de la participation du secteur privé, des médias et des technologies de la communication dans l'élaboration et la mise en œuvre de politiques. En outre, une meilleure sensibilisation des citoyens, des conseils dispensés par des éducateurs et une évolution des médias sont indispensables pour lutter contre les contenus dégradants à caractère sexuel ou violent.

Alarmés par la persistance de contenus et de stéréotypes violents à l'égard des femmes dans les médias, et par la mutation rapide du paysage de la technologie des médias, le Conseil de l'Europe a adopté la Recommandation CM/Rec(2013)1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias. La Recommandation constitue une mise à jour des recommandations du Comité des Ministres et de résolutions de l'Assemblée parlementaire sur le sujet et donne une nouvelle orientation politique pour combattre les inégalités et la violence envers les femmes dans l'environnement des nouveaux médias :

*4. Les organismes de médias devraient être encouragés à adopter des systèmes d'autorégulation, des codes de conduite, de déontologie et de supervision internes, et à élaborer des normes pour une couverture médiatique qui fasse la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, afin de promouvoir des politiques internes cohérentes et des conditions de travail visant :*

- à un accès et une représentation équitables des hommes et des femmes aux professions des médias, en particulier dans des domaines où les femmes sont sous-représentées ;
- à une participation équilibrée des femmes et des hommes aux postes de direction, au sein des organes ayant un rôle consultatif, de régulation ou de supervision interne, et, plus généralement, dans le processus de la prise de décision ;
- à une image, un rôle et une visibilité des femmes et des hommes sans stéréotypes, en évitant les publicités sexistes ainsi qu'un langage et des contenus susceptibles de favoriser les discriminations sexistes, l'incitation à la haine et à une violence fondée sur le genre“.

Il importe de noter que la Recommandation reconnaît et appelle à une éducation aux médias et à une éducation citoyenne sensibles aux questions de genre, qui fassent partie intégrante de la lutte contre la discrimination à l'égard des femmes dans la production de contenus médiatiques et culturels.

La Stratégie 2014 – 2017 du Conseil de l'Europe pour l'égalité entre les femmes et les hommes considère la lutte contre les stéréotypes de genre et le sexisme comme un objectif stratégique et propose des mesures concrètes pour notamment promouvoir la sensibilisation à l'égalité entre les femmes et les hommes, combattre le sexisme comme forme de discours de haine et promouvoir une image positive et non stéréotypée des femmes et des hommes dans les médias.

Au sein de l'Union européenne (UE), la Commission européenne a élaboré une Stratégie pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2010-2015. Cette stratégie a pour but de venir à bout des inégalités persistantes concernant la proportion de femmes aux postes de direction; de viser la dignité, l'intégrité et la fin de la violence sexiste, ainsi que l'égalité des rémunérations; et de défendre l'égalité entre les sexes au-delà des frontières de l'UE. Elle fait partie intégrante des dispositions énoncées dans le Traité d'Amsterdam de 1997, selon lesquelles le principe de l'approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes – à savoir, la prise en compte systématique de la notion d'égalité entre les femmes et les hommes dans la conception des politiques et l'évaluation de sa mise en œuvre et de ses répercussions possibles - doit être respecté dans tout domaine d'activité de l'UE.

En 2013, l'Institut européen pour l'égalité entre les femmes et les hommes (*EIGE*) a élaboré un « indice européen de l'égalité des genres » pour l'Union européenne en tirant de cette Stratégie le premier instrument comparatif d'Europe qui permet de suivre et de mesurer les progrès dans les grandes domaines connexes de la santé, de l'éducation, de l'emploi et de la gouvernance. Les conclusions montrent que l'égalité entre les femmes et les hommes a en moyenne atteint 54% dans les États membres. Les disparités d'un pays à l'autre sont importantes. Les domaines où les inégalités entre femmes et hommes restent les plus choquantes sont ceux qui sont liés au pouvoir comme la prise de décisions. Il y a aussi des inégalités manifestes dans le temps passé à réaliser les tâches de prise en charge non rémunérées. Ces indicateurs témoignent de la persistance des normes et attitudes en matière de répartition des rôles selon le genre, et de la nécessité de recourir à de nouvelles mesures stratégiques.

Ce sont là des accords et instruments internationaux par lesquels les États membres se sont engagés à lutter contre la violence faite aux femmes et à défendre les droits humains.

## Recommandations

La Conférence, se fondant sur les cadres juridiques internationaux et l'examen des éléments reflétant la situation actuelle des femmes dans les médias et la communication en rapport avec les droits des femmes, a adopté en conclusion les recommandations suivantes :

### AUX ÉTATS ET AUX POUVOIRS PUBLICS

#### *Contenus des médias, stéréotypes, sexisme*

- Prévoir des cadres de politiques claires et des voies de recours pour les femmes dans les cas de contenus sexistes et dommageables. Il doit y avoir des systèmes accessibles de plainte et de réparation pour permettre aux particuliers de dénoncer les contenus sexistes de médias en portant plainte.
- Créer ou renforcer des organes indépendants de régulation des médias, au sein desquels seraient représentés des intérêts publics très divers et auxquels les femmes seraient notamment associées de manière significative.
- Promouvoir et garantir le pluralisme des médias. Les médias pluralistes sont capitaux pour préserver la démocratie et pour assurer des contenus donnant une image équilibrée des deux sexes.

#### **Éducation, compétences, sensibilisation**

- Intégrer une initiation aux médias et une sensibilisation à l'égalité entre les femmes et les hommes en tant que cours obligatoires à tous les niveaux scolaires.
- Veiller à ce que les jeunes bénéficient dans le cadre de leur éducation à la citoyenneté d'un bon système éducatif en matière de droits sociaux et de voies qui leur permettent de revendiquer et de défendre ces droits.
- Sensibiliser précocement les enfants et les jeunes au caractère restrictif des stéréotypes, des contenus stéréotypés et partiels, des comportements sexistes, ainsi qu'au degré d'injustice que doivent endurer les groupes et, en conséquence, la société.
- Fournir aux enfants et aux jeunes les outils et connaissances leur permettant de résister à ce type de pratiques et de contenus stéréotypés et partiels et de les combattre. Ainsi, de bonnes connaissances théoriques et pratiques des systèmes de recours contre la presse devraient faire partie de leur éducation.

**AUX ORGANISATIONS MÉDIATIQUES*****Contenus médiatiques et liberté d'expression***

- Lutter contre la perpétuation des stéréotypes par une couverture minutieuse de l'information, une programmation adaptée en général et au quotidien dans le travail des organisations de médias.
- Prodiguer des conseils sur l'utilisation d'une terminologie appropriée pour décrire et rapporter des violations de la loi et des droits de l'homme, qu'il s'agisse de maltraitance d'enfants, de viols, de harcèlement sexuel ou de toute autre forme de violence.
- Éviter d'enjoliver, de présenter sous des couleurs séduisantes, de masquer et de relativiser les situations d'abus de cette nature. Cela va de pair avec une action délibérée et systématique pour souligner ce qui est « bon », c'est-à-dire employer un langage qui doit être précis et refléter autant que possible la violence de nature sexiste.
- Instaurer parmi les journalistes et médias européens un code uniformisé de termes qui soutiendrait cet effort et que les syndicats de journalistes, de concert avec les organisations médiatiques, pourraient compléter et renforcer.
- Veiller à ce qu'un groupe équilibré de salariés des médias couvre des sujets divers, y compris les témoins et les experts, de façon à mieux représenter les deux sexes.
- S'attaquer en amont aux effets des stéréotypes en éduquant et sensibilisant la société par le traitement de sujets tels que la violence sexiste à l'égard des femmes.

***Mécanismes d'élaboration des politiques et de prise de décisions***

- Consolider les mécanismes d'autorégulation et les codes de conduite permettant de condamner et de combattre l'imagerie, le langage et les pratiques sexistes, en définissant des normes et des sanctions claires pour ce secteur d'activité, et assurer un suivi des progrès.
- Faire en sorte que les codes de déontologie et de conduite internes, y compris les procédures de plainte soient largement connus du grand public et faciles d'accès. Un moyen concret permettant d'élargir l'accès à l'information consisterait à incorporer des conseils et des renseignements relatifs à ces procédures sur les sites internet de tous les grands médias européens, outre leurs propres organes d'autorégulation.

**Emploi des femmes dans les médias**

- Encourager la reprise du travail chez les femmes à l'issue du congé parental grâce à des politiques instaurant un rythme de travail qui corresponde aux cycles biologiques naturels, par exemple pour la garde de jeunes enfants.
- Offrir une formation convenablement rémunérée, ainsi que des avantages sociaux, et d'autres formes de soutien grâce à des systèmes de mentorat. L'aide à la garde d'enfants peut réduire sensiblement les difficultés rencontrées par certains pour surmonter des obstacles structurels et progresser dans leur carrière.
- Offrir des moyens et des programmes pour renforcer les compétences des femmes concernant l'accès aux technologies des médias, leur utilisation et leur conception.
- Encourager l'inclusion dans l'éducation d'éléments portant sur la gestion et la prise de décision au sein des organisations médiatiques en tant que partie intégrante des programmes de l'enseignement supérieur et de formation au journalisme.
- Protéger les journalistes de la précarité et de l'instabilité de l'emploi, et créer des environnements de travail sûrs pour les femmes.
- La politique de quotas de femmes dans les médias reste une question controversée. Ce n'est pas parce que les avis sont partagés sur l'urgence d'accroître la proportion de femmes dans les médias et les contenus, mais parce qu'il y a des désaccords sur l'efficacité et l'opportunité de telles mesures. Le débat hésite entre appréhender les femmes dans une perspective individuelle ou sous l'angle d'une catégorie sociale. En tant que catégorie sociale, les femmes pourraient bénéficier de quotas. Les désaccords portent largement sur la nécessité de considérer les femmes au cas par cas.

Les débats qui ont eu lieu pendant la conférence ont mis en lumière deux éléments liés:

- a. en tant que stratégie et objectif, les quotas peuvent motiver une action politique ; et
- b. comme l'histoire l'a démontré, sans quotas, des contenus sensibles et cependant essentiels - comme les programmes pour enfants ou des contenus européens dans le matériel audiovisuel - n'auraient pas été protégés. En ce sens, les quotas sont un moyen d'action qui permet à diverses organisations professionnelles de faire pression en faveur d'une mesure correctrice dans les médias.

**AUX ORGANISATIONS INTERNATIONALES****Les organisations internationales doivent encourager leurs États membres :**

- à se conformer pleinement aux normes internationales, à se doter de moyens de lutter contre le sexisme dans la culture, à suivre de près les progrès et à fournir des mesures correctrices en temps opportun.
- à veiller à ce que les internautes disposent d'un plus grand contrôle sur leur vie privée, ainsi que sur la présentation et la possibilité de retirer des contenus qu'ils ont diffusés dans les médias sociaux.
- à promouvoir la place de femmes dans la science et la technologie, de façon à ce que des applications et considérations soucieuses de l'égalité entre les sexes puissent être intégrées dans le « code » de l'internet et la conception technologique des outils de communication.
- à contraindre les médias à rendre des comptes sur leur rôle dans la lutte contre les disparités entre les sexes. C'est-là une pratique utile à laquelle la société civile et les organisations professionnelles peuvent aussi se prêter. Elles peuvent pour ce faire procéder à un suivi régulier et présenter des demandes de renseignements. La transparence des activités et de la gestion quotidienne des grandes entreprises est indispensable à une application réussie du concept de responsabilité des entreprises.

**AUX ÉTATS, AUX POUVOIR PUBLICS ET AUX ORGANISATIONS MÉDIATIQUES**

- S'engager à dispenser une formation à long terme sur la conscience des questions liées aux genres ;
- Reconnaître publiquement et honorer les organisations qui excellent et qui font œuvre de pionnières dans une présentation équilibrée des sexes. Le fait que des femmes exercent des fonctions de responsabilité dans les médias favorisera et renforcera les bonnes pratiques.

## ANNEXE I

### Bibliographie

American Psychological Association. (2007). *Report of the APA task force on the sexualization of girls*.

URL: <http://www.apa.org/pi/wpo/sexualization.html> (last accessed 5 Oct 2013)

Association of Progressive Communication. (2003). APC Womens' Programme critiques the draft declaration and action plan prepared for the UN World Summit on the Information Society (March 21, 2003).

URL: <http://www.apc.org/english/news/index.shtml?x=12233> (last accessed 5 Oct 2013)

Boyle, K. (2008, March). Courting consumers and legitimating exploitation: The representation of commercial sex in television documentaries. *Feminist Media Studies*, 8 (1), 35-50.

Cabrera-Balleza, M. (2008). Community radio as an instrument in promoting women's participation in governance. In Solervicens, M. (ed). *Women's empowerment and good governance through community radio: Best experiences for an action research process* (pp. 13-16). Montreal: AMARC International Secretariat.

Chakravartty, P. and Sarikakis, K. (2006). *Media policy and globalization*. Edinburgh: Edinburgh University Press/Palgrave.

Council of Europe (2013). Committee of Ministers Recommendation CM/Rec(2013)1 on gender equality and media

URL: [www.coe.int](http://www.coe.int) (go to: Committee of Ministers, adopted texts, all recommendations) (last accessed 5 Oct. 2013)

Croteau, D. and Hoynes, W. (2000) *Media/society : industries, images, and audiences* Thousand Oaks, Calif. ; London : Pine Forge Press

Dines, G., and Jensen, R. (1998). The content of mass marketed pornography. In Dines, G., Jensen, R. and Russo, A. (eds). *Pornography: The production and consumption of inequality*. London: Routledge.

European Federation of Journalists. (2004). *Foreign ownership in Central and Eastern European Media: Ownership, policy issues and strategies*.

URL: <http://www.ifj.org/assets/docs/012/001/d42e40c-310fe01.pdf> (last accessed 5 Oct 2013)

European Institute for Gender Equality (2013) [Advancing gender equality in decision-making in media organisations](http://eige.europa.eu/content/publications) <http://eige.europa.eu/content/publications>

European Women's Lobby. (2012). *The price of austerity – the impact on women's rights and gender equality in Europe*.

Gallagher, M. (1995). *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment*. Paris: UNESCO

- Gallagher, M. (2005) *Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2005*, World Association for Christian Communication, London and Media Monitoring Project, South Africa
- Hughes, D. (2003) "Prostitution Online," *Journal of Trauma Practice*, Vol. 2, No. 3/4, pp.115-132
- Huyer, S. and Hafkin, N. (2007). *Engendering the knowledge society: Measuring women's participation*. Montreal: Orbicom.
- Kearney, M. C. (2006). *Girls make media*. NY: Routledge.
- Kee, Jac Sm (2005). Probing the texture of silence in communications and media at B +10. GenderIT.org.  
URL: <http://www.genderit.org/en/index.shtml?w=a&x=91500> (last accessed 6 Oct. 2013)
- Lauzen, M. (2007). *The celluloid ceiling: Behind-the-scenes employment of women in the top 250 films of 2007*. Center for the Study of Women in Television & Film, San Diego State University. URL: <http://womenintvfilm.sdsu.edu/research.html> (last accessed 4 Oct. 2013)
- Leifholdt, D. (1999). The position paper of the Coalition Against Trafficking in Women. In NGO Consultation with UN/IGOs on Trafficking in Persons, Prostitution and the Global Sex Industry, Trafficking and the Global Sex Industry: Need for Human Rights Framework, June 21-22.
- Lenhart, A. and Madden, M. (2007). *Social networking websites and teens: An overview*. Pew Internet and American Life Project.  
URL: [http://www.pewinternet.org/PPF/r/198/report\\_display.asp](http://www.pewinternet.org/PPF/r/198/report_display.asp) (last accessed 5 Oct. 2013)
- Levy, A. (2005). *Female chauvinist pigs: Women and the rise of raunch culture*. New York: The Free Press.
- Lotz, A. (2006). *Redesigning women: Television after the network era*. Champaign, IL: The University of Illinois Press.
- Macdonald M. (1995). *Representing women: Myths of femininity in the popular media*. London: Arnold.
- MacKinnon, C. (2005, May 20). X Underrated. *The Times Higher Education Supplement* No.1692, 18.
- Macrae, H. (2003). Morality, censorship and discrimination: Reframing the pornography debate in Germany and Europe. *Social Politics*, 10, No. 3.
- Manji, F. (2008) 'Mobile activism, mobile hype', *Gender and Media Diversity Journal*, no. 4, January, pp. 125-32.

Molefe, R. (2008). South Africa: Measures for ensuring women's participation and challenges that hamper the rapid empowerment of women. In Solervicens, M., (ed). *Women's empowerment and good governance through community radio: Best experiences for an action research process* (pp. pp. 47-50). Montreal: AMARC International Secretariat.

Mosco, V. and McKercher. C. (2008). *The laboring of communication: Will knowledge workers of the world unite?* Lanham MD: Lexington Books.

Mosco, V., McKercher, C., and Stevens. A. (2008). Convergences: Elements of a feminist political economy of labor and communication. In K. Sarikakis and L. R. Shade (eds). *Feminist interventions in international communication: Minding the gap* (pp 207-223). Lanham. MD: Rowman & Littlefield.

Negi, R. (2006). Community radio and emerging information networks. *International Journal of Education and Development Using Information and Communication Technologies*, 2(2), 6-68.

NGO Consultation with UN/IGOs on Trafficking in Persons, Prostitution and the Global Sex Industry. (1999). Trafficking and the global sex industry: Need for human rights framework. June 21-22.

Pew Internet & American Life Project.

URL: [http://www.pewinternet.org/PPF/r/198/report\\_display.asp](http://www.pewinternet.org/PPF/r/198/report_display.asp) (last accessed 6 Oct. 2013)

Queen Latifah. (2000). *Ladies first: Revelations of a strong woman*. NY: Harper Paperbacks.

Rush R., Oukrup C. E. and Creedon. P. (eds). (2004). *Seeking equity for women in journalism and mass communication*. Mahwah: NJ Lawrence Erlbaum Associates.

Russell, D. E. H., (ed). (1993). *Making violence sexy: Feminist views on pornography*. Buckingham: Open University Press.

Sarikakis, K. and Nguyen, E. T. (2009). The trouble with gender: Media policy and gender mainstreaming in the European Union. *European Integration*, 31 (2), 203–219.

Sarikakis, K. and Shade, L., R. (2010). [Global Media and Women](#). In J. Lee & S. Shaw. *Women Worldwide: Transnational Perspectives on Women*. New York: McGraw-Hill.

Sarikakis, K. and Shauket, Z. (2008). The global structures and cultures of pornography: The global brothel. In K. Sarikakis and L. R. Shade (eds). *Feminist interventions in international communication: Minding the gap* (pp 106-126). Lanham. MD: Rowman & Littlefield.

Sassen, S. (1998). *Globalization and its discontents: Essays on the new mobility of people*. New York: The New Press.

Sciadas, G. (ed.) (2005). *From the digital divide to digital opportunities: Measuring infostates for development*. Montreal: Orbicom.

URL: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/dd/summary.html> (last accessed 6 Oct. 2013)

Somolu, O. (2007, November). "Telling our own stories": African women blogging for social change. *Gender & Development*, 15(3), 477-489.

Sreberny, A. (2005). Gender, empowerment, and communication: Looking backwards and forwards. *International Social Science Journal*, 57 (Issue 184), 285-296.

Stein, J. (2008, February 14). Women in focus as Asian cable booms. Reuters.  
URL: <http://www.reuters.com/article/industryNews/idUSN1450056420080215> (last accessed 7 Oct 2013)

Sweeny, K. (2008). *Maiden USA: Girl icons come of age*. NY: Peter Lang Publishing.  
URL: <http://www.video-text.com/> (last accessed 7 Oct 2013)

Thompson, M. E., Suárez Toro, M., and Anfossi Gómez, K. (2007, November). Feminist media coverage of women in war: 'You are our eyes and ears to the world'. *Gender & Development*, 15(3), 435-450.

Thompson, M. E., Suárez Toro, M., and Anfossi Gómez, K. (2005). Women's alternative Internet radio and feminist interactive communications: Internet audience perceptions of Feminist International Radio Endeavour (FIRE). *Feminist Media Studies*, 5(2), 215-236.

Toro, M. S. (2005). Where is women's 'J' Spot? *Radio Internacional Feminista – FIRE*.  
URL: <http://www.radiofeminista.net/feb05/notas/jpoint.htm> (last accessed 7 Oct 2013)

Tuchman, G. (1978). The symbolic annihilation of women by the mass media. In G. Tuchman, A. K. Daniels, & J. Benet (Eds.), *Hearth and home: Images of women in the mass media* (pp. 3–38). New York: Oxford University Press.

Umali, V. A. (2005). The cyber-trafficking of Filipino girl-children: Weaknesses of Philippine policies. *Asian Women*, 20.

United Nations, Division for the Advancement of Women. (1995). The United Nations Fourth World Conference on Women, *Platform for action*.

URL: <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm> (last accessed 7 Oct 2013)

United Nations, Division for the Advancement of Women. (2005). *Review and appraisal of the Beijing Declaration and Platform for action and the outcome of the twenty-Third special session of the General Assembly*, 28 February – 11 March.

URL: <http://www.un.org/womenwatch/daw/Review> (last accessed 7 Oct 2013)

Verclas, K. and Mechael, P. (2008, November). *A mobile voice: The use of mobile phones in citizen media*. MobileActive.org.

URL: <http://digmediaman.files.wordpress.com/2013/07/verclas-k-a-mobile-voice-mobile-phones-in-citizen-media.pdf>

Winship J. (1987). *Inside women's magazines*. London: Pandora.



<b>EXPOSÉS</b> À partir de 14h30	<b>ATELIERS</b> À partir de 14h30	<b>FORUM OUVERT</b> À partir de 14h30
<b>Egalité entre les femmes et les hommes et liberté d'expression : des principes incompatibles ?</b>	<b>Modératrice: Sylvie Durrer</b>  <b>Stéréotypes et sexisme</b>	
<b>John Battle</b> Responsable de la Conformité, ITN, Royaume Uni	<b>Elisabeth Holzleithner</b> Professeur, Université de Vienne, Autriche	<i>European Institute of Gender Equality</i>  <i>European Women's Audiovisual Network</i>
<b>L'exercice de responsabilités et les femmes dans les médias</b>	<b>Modérateur :</b> <b>Guillaume Monfort Juarez</b>  <b>Les nouvelles technologies médiatiques : problèmes et atouts pour le changement</b>	<i>"No Hate Speech Movement"</i> (Centre européen de la Jeunesse, Conseil de l'Europe)  <i>Netherlands Public Broadcasting &amp; Women Inc.</i>  VIDM
<b>Suzanne Moll</b> Spécialiste média, Danemark  <b>Shula Rijxman</b> Membre de <i>Nederlandse Publieke Omroep</i> (Média public néerlandais), Pays-Bas	<b>Sofie Van Bauwel</b> Professeur, Université de Gent, Belgique	<i>Institute for Gender Equality and Women's History – ATRIA</i>  <i>European Youth Press</i>
<b>17h00</b> <b>Transport par bateau à la réception et au dîner offerts par les autorités néerlandaises</b> <b>Compte rendu des exposés et des ateliers. Possibilité d'avoir un échange de vues au cours du dîner.</b>		
<b>2<sup>e</sup> JOUR – VENDREDI 5 JUILLET 2013</b>		
<b>SÉANCE PLÉNIÈRE – 10h00</b>		
<b>Modératrice : Anouschka Laheij</b>  ➤ <b>Marjan Hammersma</b> , Directrice Générale des médias et de la Culture, Pays-Bas ➤ <b>Katharine Sarikakis</b> , Rapporteuse générale, présentation des remarques de conclusion ➤ <b>Carlien Scheele</b> , Présidente de la Commission pour l'égalité entre les femmes et les hommes ➤ <b>H.E. Dziunik Aghjanian</b> , Ambassadrice d'Arménie au Pays-Bas, représentant la Présidence du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe, pour le clôturer de la Conférence		

### ANNEXE III Liste des Participants

**POINTS DE CONTACTS NATIONAUX ET/OU  
REPRÉSENTANTS  
MEMBRES DE LA COMMISSION POUR  
L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES  
EXPERTS NOMMÉS**

**Armenia/Arménie**

Ms Astghik MIRZAZKHANYAN  
Head of Social Department of Republic of  
Armenia Government Staff

Ms Karine SOUDJIAN (*GEC Member*)  
Head of the Human Rights and  
Humanitarian Issues Division, Ministry of  
Foreign Affairs of Armenia

**Austria/Autriche**

Ms Elfriede PFEFFER  
Federal Ministry of Labour, Social Affairs and  
Consumer Protection, European Labour Law  
and International Social Policy

**Azerbaijan/Azerbaïdjan**

Mr Amar MUTALLIMOV  
Third Secretary, Embassy of Azerbaijan to the  
Kingdom of the Netherlands

**Belgium/Belgium**

Mme Alexandra ADRIAENSSENS  
Directrice chargée de mission, Direction de  
l'Égalité des Chances, Ministère de la  
Communauté française

**Bosnia and Herzegovina/Bosnie-  
Herzégovine**

Ms Marina MARKOTIC  
Expert advisor in charge of the media  
relations, Agency for Gender Equality

**Croatia/Croatie**

Ms Matea SEDMAK  
Office for Gender Equality, Government of  
the Republic of Croatia

**Cyprus/Chypre**

Ms Constandia MICHAELIDOU  
Radio Television Legal Officer, Cyprus Radio  
Television Authority

**Czech Republic/République Tchèque**

Mr Radan SAFARIK (*GEC Member*)  
Gender Equality Unit, Ministry of Labour and  
Social Affairs

Mr Zdenek SLOBODA  
Centre for Cultural, Media and  
Communication Studies  
Palacky University Olomouc

**Denmark/Danemark**

Ms Kira APPEL  
Senior Advisor, Deputy Head of Department,  
Ministry of Gender Equality and  
Ecclesiastical Affairs

**Estonia/Estonie**

Ms Harda ROOSNA  
Estonian Women's Associations Roundtable

Ms Käthlin SANDER  
Advisor, Gender Equality Department,  
Ministry of Social Affairs

**Finland/Finlande**

Ms Päivi YLI-PIETILA (*GEC Member*)  
Ministerial Adviser, Ministry of Social Affairs  
and Health

**France**

Mme Geneviève ZDROJEWSKI  
Adjointe au Chef de Bureau, Bureau des  
Affaires européennes et internationales (BEI)  
Ministère des Affaires sociales et de la Santé,  
Ministère des Droits des Femmes

**Georgia/Géorgie**

Mr Beka DZAMASHVILI  
Deputy Head of the Public International,  
Law Department, Ministry of Justice

**Germany/Allemagne**

Ms Antje WUNDERLICH  
European and International Gender,  
Equality Policy, Federal Ministry for Family  
Affairs, Senior Citizens, Women and Youth

Ms Maya GOETZ  
Head of the International Central Institute for  
Youth and Educational Television (IZI) at the  
Bayerischer Rundfunk, Managing Director,  
Prix Jeunesse International.

Ms Marion ESCH  
Director MINTIFF

**Greece/Grèce**

Ms Iphigenie KATSARIDOU  
Senior Official, General Secretariat for  
Gender Equality, Ministry of Interior

**Hungary/Hongrie**

Mr György CIRAKI  
Senior Human Rights Officer, Ministry of State  
for Social and Family Affairs, Department of  
Family Policy, Ministry of Human Resource

**Iceland/Islande**

Ms Huguína R. HJALTADÓTTIR  
Adviser, Centre for Gender Equality, Ministry  
of Welfare

Ms Elva Björk SVERRISDÓTTIR  
Press Officer, Ministry of Finance and  
Economic Affairs

**Ireland/Irlande**

Ms Pauline MOREAU (*Membre du GEC*)  
Director, Gender Equality Division,  
Department of Justice and Equality

**Italy/Italie**

Mr Michele PALMA (*Membre du GEC*)  
Director of International and Communitarian  
Affairs Office, Department for Rights and  
Equal Opportunities

Ms Elena FALCOMATA  
Department for Rights and Equal  
Opportunities

**Latvia/Lettonie**

Ms Agnese GAILE  
Senior Expert, Department of Social Policy  
Planning and Development, Ministry of  
Welfare of the Republic of Latvia

Ms Marita ZITMANE  
Media Researcher, Advanced Social and  
Political Research Institute, University of  
Latvia

**Liechtenstein**

Ms Karin LINGG  
Diplomat/Minister, Office for Foreign Affairs

**Lithuania/Lituanie**

Ms Lina PIVORAITE  
Chief specialist of the Division of Equality  
between Women and Men, Ministry of Social  
Security and Labour

**Malta/Malte**

Dr Romina BARTOLO  
Executive Director, National Commission for  
the Promotion of Equality

**Republic of Moldova/République de  
Moldova**

Ms Lilia PASCAL  
Head, Department for ensuring equal  
opportunities, between men and women  
and violence policies, Ministry of Labour,  
Social Protection and Family

**Monaco**

Mme Brigitte BOCCONE-PAGÈS  
Conseiller Technique, Département des  
relations extérieures, Ministère d'Etat

**Montenegro**

Ms Irena BOSKOVIC  
Head of Department for Gender Equality,  
Ministry of Justice and Human Rights

Ms Slavica STRIKOVIĆ  
Women Action WNGO

**Netherlands/Pays-Bas**

Ms Carlien SCHEELE (*GEC Chairperson*)  
Director, Directorate for Gender and LGBT  
Equality, Ministry of Education, Culture and  
Science

**Poland/Pologne**

Ms Monika KSIENIEWICZ (*GEC member*)  
Deputy Director, Office of the Government  
Plenipotentiary for Equal Treatment, the  
Chancellery of the Prime Minister

Ms Maria PAWLOWSKA  
Expert, Office of the Government  
Plenipotentiary for Equal Treatment, the  
Chancellery of the Prime Minister

Mr Piotr OZGA  
Expert, Office of the Government  
Plenipotentiary for Equal Treatment

**Portugal**

Ms Andreia LOURENCO MARQUES  
Head of Unit, Promotion of Citizenship and  
Gender Equality Unit, Commission for  
Citizenship and Gender Equality Unit

Ms Isabel ROMAO (*GEC Member*)  
Independent gender equality expert

**Romania/Roumanie**

Mr Sorin BOTEZATU  
Director for Gender Equality, Ministry of Labour, Family and Social Protection and Elderly

**San Marino/Saint Marin**

Ms Veronica GASPERONI  
Member, San Marino Commission for equal opportunities

**Slovak Republic/République slovaque**

Ms Olga PIETRUCHOVA  
Director of the Department of Gender Equality and Equal Opportunities, Ministry of Labour, Social Affairs and the Family of the Slovak Republic

**Slovenia/Slovénie**

Ms Violeta NEUBAUER (*GEC Member*)  
Co-ordinator for International Affairs, Equal Opportunities and European Co-ordination Service  
Ministry of Labour, Family and Social Affairs

**Spain/Espagne**

Ms Ana ARRILLAGA ALDAMA  
Chief of Service, Deputy Direction General for International Relations, Secretary of State for Social Affairs and Equality, Ministry of Health, Social Affairs and Equality

Ms Maria JESUS ORTIZ  
Director of the Spanish Women Image Observatory

Mr Guillaume MONFORT (*GEC Member*)  
Co-ordinator, International Relations Department, Ministry of Health, Social Services and Equality

**Sweden/Suède**

Ms Maria EDSTRÖM  
Scientific Co-ordinator, NORDICOM, University of Gothenburg

**Switzerland/Suisse**

Mme Sylvie DURRER  
Directrice, Bureau fédéral de l'égalité entre femmes et hommes BFEG, Département fédéral de l'Intérieur

**Turkey/Turquie**

Dr Goknur AKCADAG  
Head of R&D and Project Department, Directorate General on the Status of Women, Ministry of Family and Social Policies

Mr Mehmet ERDOGAN  
Directorate General on Status of Women, Ministry of Family and Social Policies

**Ukraine**

Mr Sergiy KYSLYTSYA (*Vice-Président du GEC*)  
Director General, Directorate General for International Organisations, Ministry of Foreign Affairs

**United Kingdom/Royaume-Uni**

Ms Thea WILLIS  
Gender Team, Government Equalities Office

**NON ÉTAT MEMBRES****Morocco / Maroc**

Mme Fatim Zahra Baba Ahmed  
Conseillère de Mme la Ministre

M. Younes Ouanaimi  
Chef de la division de l'Observatoire des droits de la femme

**“KEYNOTE” ORATEURS**

Ms Laura BATES  
Founder, Everyday Sexism Project, United Kingdom

Mr John BATTLE  
Head of Compliance, ITN, United Kingdom

Ms Catherine BIJ DE VAATE  
Policy Adviser, Institute on Gender Equality and Women's History, the Netherlands

Ms Natacha HENRY  
Writer, Lecturer, Broadcaster, France

Ms Joke HERMES  
Lecturer, InHolland University, the Netherlands

Ms Elisabeth HOLZLEITHNER  
Associate Professor, University of Vienna, Austria

Ms Helen ISSLER  
Freelance Journalist, Presenter, Switzerland

Ms Suzanne MOLL  
Media Specialist, Denmark

Mr Willem POST  
Journalist

Ms Shula RIJXMAN  
Member of Dutch Public Broadcasting,  
Netherlands

Ms Sofie VAN BAUWEL  
Professor, Ghent University, Belgium

### **General Rapporteur**

Professor Katharine SARIKAKIS  
Professor of Communication Science,  
University of Vienna

### **Moderatrice**

Ms Anouschka LAJEIJ  
Coach/Trainer

### **PARTICIPANTS FROM HOST COUNTRY/PARTICIPANTS DU PAYS ORGANISATEURS**

Ms Andrée VAN ES  
Deputy Major of Amsterdam

### **Ministry of Education, Science and Culture**

Ms Marjan HAMMERSMA  
Director General of Culture and Media

Ms Nelleke DE KORT  
Ms Eunice DEN HOEDT  
Ms Charlotte GEURINK  
Ms Anita GROENEVELD  
Ms Lotte LIJNZAAD  
Ms Amina SAYDALI  
Ms Hermineke VAN BOCKXMEER  
Ms Joella VAN RIJN  
Ms Jantina WALRAVEN

### **Ministry of Foreign Affairs**

Mr Roeland BÖCKER  
Mr Jan-Willem OOSTERBROEK  
Ms Margriet VONNO

### **ORGANS AND COMMITTEES OF THE COUNCIL OF EUROPE/ ORGANES ET COMITÉS DU CONSEIL DE L'EUROPE**

#### **Committee of Ministers/Comité des Ministres**

Ms Dziunik AGHAJANIAN  
Ambassador of Armenia to the Kingdom of  
the Netherlands (representing the Chair of  
the Committee of Ministers)

Ms Ellen BERENDS  
Ambassador Extraordinary and  
Plenipotentiary, Permanent Representative  
of the Netherlands to the Council of Europe

Mme Tatiana PÂRVU  
Coordinatrice thématique sur l'égalité et la  
traite/Thematic Co-ordinator for Equality  
and Trafficking (TC-ET), Représentante  
Permanente de la République de Moldova /  
Permanent Representative of the Republic  
of Moldova

#### **Conference of INGOs of the Council of Europe/Conférence des OING du Conseil de l'Europe**

Ms Betty DOORNENBAL

#### **Ad hoc European Committee for the World Anti-Doping Agency / Comité ad hoc européen pour l'Agence mondiale antidopage (CAHAMA)**

Ms Graziela VAJIALA

#### **Joint Council on Youth / Comité mixte sur la jeunesse (CMJ)**

Ms Ilaria ESPOSITO

#### **Committee of Experts on Terrorism / Comité d'experts sur le terrorisme (CODEXTER)**

Ms Tanja KIKEREKOVA

#### **Group of States against Corruption / Groupe d'Etats contre la corruption (GRECO)**

Ms Helena LIŠUCHOVÁ

#### **Pompidou Group (Combat Drug Abuse and Illicit Trafficking in Drugs) / Groupe Pompidou (Lutte contre l'abus et le trafic de drogues)**

Ms Elisabetta SIMEONI

#### **Committee of Experts on the rights of people with disabilities / Comité d'experts sur les droits des personnes handicapées (CS-RPD)**

Ms Nadezhda HARIZANOVA

#### **Council for Penological Co-operation (PC- CP) / Conseil de coopération pénologique (PC-CP)**

Ms Irene KOECK

#### **Enlarged Partial Agreement on Sport (EPAS) / Accord Partiel élargi sur le Sport (APES)**

Ms Wendela Kuper

#### **Steering Committee on Media and Information Society / Comité directeur sur les médias et la société de l'information (CDMSI)**

Ms Christina LAMPROU

Ms Bissera ZANKOVA

**INTERNATIONAL ORGANISATIONS/  
ORGANISATIONS INTERNATIONALES**

**OSCE**

Ms Miroslava BEHAM  
Senior Adviser on Gender Issues, Gender  
Section

Ms Ana LUKATELA  
Adviser on Gender Issues

**European Institute for Gender  
Equality/Institut européen pour l'égalité  
entre les hommes et les femmes**

Ms Ioana BORZA  
Gender Expert

**NON-GOVERNMENTAL  
ORGANISATIONS/ORGANISATIONS NON-  
GOUVERNEMENTALES**

**Civic Guard NGO Ukraine**

Ms Natali SEVIDOVA

**College Voor de Rechten Van de Mens**

Ms Marysha MOLTHOFF  
Ms Odile VERHAAR

**European Women's Audiovisual Network**

Mme Francine RAVENEY

**Women Inc.**

Ms Chafina BENDAHMAN  
Ms Barbara NIEUWKOOP  
Ms Masha TROMMEL  
Mr Sanne VAN OOSTEN

**European Youth Press**

Ms Ekaterina KUZNETSOVA

**VU University Amsterdam**

Ms Saskia WELSCHEN

**VIDM**

Ms Janneke VAN HEUGTEN

**NTR**

Mr Frans JENNEKENS

**ATRIA Institute on gender equality and  
women's history**

Ms Roselle SERVAGE  
Ms Antia WIERSMA

**VRT**

Ms Geertje VAN DE CEULENAAR  
Ms Ilse DEVROE

**Hogeschool van Amsterdam**

Ms Garjan STERK

**Council of Women**

Ms Angélique VERWEIJ

**The Netherlands Institute for Social Research  
(SCP)**

Ms Ans MERENS

**NRK**

Ms Marianne MIKKELSEN

**Ankerpunt**

Ms Marianne VAN DEN ANKER

**Stichting Buurvrouwennetwerk Gaasperdam**

Ms Haidy BIJNAAR

**CCCP Rotterdam**

Ms Mariëlle BLEEKRODE

**International Federation of Women**

Ms Willemijn VAN DER MEER

**NVR/EWL**

Ms Maria MINIS

**European Federation of Journalists**

Ms Pamela MORINIERE  
Ms Mindy RAN

**Commissariaat voor de Media**

Ms Madeleine DE COCK BUNING

**VIDM**

Ms Wendy LUTMERS

**Netherlands Council of Women**

Ms Dieny SCHEFFER

**Women Dutch Gender Platform**

Ms Gemma FRANKE  
Ms Elisabeth VAN DER STEEHNOVEN

**IAW**

Ms Anje WIERSINGA

**Andante European Alliance of Catholic  
Women's Organisations**

Ms Marie-Louise VAN WIJK VAN DE VEN

**PRESS/MEDIA**

**Netherlands Public Broadcasting (NPO)**

Mr Etienne BUIJS  
Mr Sjoerd PENNEKAMP  
Ms Yannick STAAL

**RTL Nederland**

Ms Marjolein VAN DER LINDEN

**Radio Netherlands Worldwide**

Ms Bernadette VAN DIJCK  
Ms Raja FELGATA

**Stg Epitome Entertainment**

Ms Henca MADURO

**OTHER PARTICIPANTS**

Ms Pilar LÓPEZ DÍEZ  
Journalist, Lecturer

Ms Petra STIENEN  
Author, Independent Adviser

Ms Marike TROMP  
Programme Maker

**SECRETARIAT/SECRETARIAT  
DIRECTORATE GENERAL OF HUMAN RIGHTS  
AND RULE OF LAW/DIRECTION GÉNÉRALE DES  
DROITS DE L'HOMME ET DE L'ÉTAT DE DROIT  
(DGI)**

Mr Philippe BOILLAT  
Director General of Human Rights and Rule  
of Law / Directeur Général des Droits de  
l'homme et de l'état de droit

**Gender Equality and Violence against  
Women Division / Division de l'Egalité entre  
les femmes et les hommes et violence à  
l'égard des femmes**

Ms Liri KOPAÇI-DI MICHELE  
Head of Division/Cheffe de Division

Ms Sonia PARAYRE  
Programme Officer/Responsable de  
Programme

Ms Carolina LASÉN DIAZ  
Programme Officer/Responsable de  
Programme

Ms Adrienne INGLEDOW  
Principal Administrative Assistant/Assistante  
administrative principale

**Media - Information Society Department /  
Médias - Service de la société de  
l'information**

Ms Onur ANDREOTTI  
Programme Officer/Responsable de  
Programme

**Directorate General of Democracy/Direction  
générale de la démocratie**

Mr Reynald BLION  
Media & Diversity Manager / Programme  
Manager

Ms Aileen DONEGAN  
Hate Speech Campaign, Youth Department

**Direction de la Communication**

Mr Charles AMPONSAH

**Interprètes**

Ms Susan BLACKWELL  
Ms Ana OOMS  
Ms Christelle PETITE  
Ms Willy VISSER

## ANNEXE IV Documents de Reference

### **Conseil de l'Europe**

[Recommandation CM/Rec\(2013\)1 du Comité des Ministres aux États membres sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias](#)

[Convention sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique \(Convention d'Istanbul\)?](#)

[Convention du Conseil de l'Europe sur la lutte contre la traite des êtres humains?](#)

### **Autre**

[Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes des nations unies](#)

[Convention relative aux droits de l'enfant](#) des nations unies

[European Institute for Gender Equality \(EIGE\) Study on advancing gender equality in decision-making in media organisations](#)

[Irish EU Presidency - Gender Equality Conference](#)

[Global Media Monitoring Project 2010](#)

[European Women's Lobby: The Price of Austerity - the Impact on Women's Rights and Gender Equality in Europe \(2012\)](#)