

Votre publicité NON-SEXISTE ici

DÉCLENCHEURS DU CHANGEMENT : BRISER LES STÉRÉOTYPES DE GENRE DANS LES MÉDIAS ET LA PUBLICITÉ

Un évènement parallèle à la 68^e session de la Commission de la condition de la femme (CSW 68), organisé par le Conseil de l'Europe sous la *présidence du Liechtenstein du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe*.

Co-organisé par la Mission permanente du Liechtenstein auprès des Nations Unies

11 mars 2024, 16h45 - 18h00

Lieu : Salle ECOSOC, Bâtiment de l'assemblée générale, Nations Unies, New York

Les médias et la publicité recèlent un immense potentiel de changement social. Plus que des miroirs de la société ou des environnements de communication neutres, ils façonnent activement les opinions, les attitudes, les perceptions et les idées. Avec les progrès technologiques, les médias jouent un rôle encore plus important dans la vie quotidienne des gens. Ils peuvent renforcer les inégalités de genre existantes en perpétuant les attitudes et les stéréotypes de genre et peuvent même exacerber la violence fondée sur le genre. Mais ils peuvent aussi contribuer à accélérer les changements structurels en faveur de l'égalité de genre.

Les hommes ont un rôle majeur à jouer pour que ce changement se produise, car la grande majorité des médias et des entreprises de publicité, au niveau mondial, sont encore dirigés par des hommes. Malgré une augmentation substantielle du nombre de femmes dans le secteur des médias, et en dépit des nouveaux cadres législatifs et réglementaires, les inégalités de genre et les représentations stéréotypées des femmes et des hommes dans les contenus médiatiques restent très répandues.

L'évènement examinera les pratiques prometteuses, les initiatives et les mesures concrètes dans les secteurs public et privé, en soulignant leurs avantages pour toutes et tous, conformément aux lignes directrices 2023 du Conseil de l'Europe sur les hommes et les garçons dans les politiques d'égalité de genre. Réunissant des dirigeant-es politiques, des partenaires internationaux, des représentant-es du secteur privé et de la société civile, y compris des hommes pouvant servir de modèles, l'évènement parallèle favorisera **la compréhension d'actions concrètes permettant aux médias de jouer un rôle transformateur pour briser les stéréotypes de genre et promouvoir l'égalité de genre.**

Concept

■ Les médias, y compris la publicité, font partie de notre vie quotidienne. Avec le développement rapide des nouvelles technologies et l'utilisation intensive des outils de communication et des médias sociaux, de nouvelles formes de médias sont de plus en plus présentes dans la vie quotidienne des enfants et des jeunes.

■ Les médias sont le reflet de la société, mais ils influencent également la manière dont les normes de genre, les rôles sociétaux, les attitudes et les comportements sont façonnés. Ils peuvent renforcer les stéréotypes de genre – ce que signifie être une femme ou un homme dans une société donnée à un moment donné. Cela peut contribuer à créer un environnement qui tolère et banalise le sexisme « ordinaire ». Les médias et la publicité y contribuent de nombreuses manières : en diffusant des images de femmes et d'hommes dans des rôles stéréotypés au sein de la famille et de la communauté ; en dépeignant les hommes comme des mâles alpha dominants et puissants ; en présentant rarement des femmes dans des rôles professionnels divers (tels que des expert-es) ; ou par des représentations sexuelles, sexualisées et racialisées et par l'objectivation, principalement des femmes et des jeunes filles. Les stéréotypes de genre et le sexisme constituent un obstacle sérieux à la réalisation de l'égalité de genre et alimentent la discrimination fondée sur le genre. Certains rôles ou stéréotypes reproduisent des pratiques dommageables et contribuent à l'idée que la violence à l'égard des femmes est simplement une réalité de la vie.

■ Divers cadres et normes internationaux ont souligné cette dimension et appelé à l'action. Près de 30 ans après le programme d'action de Beijing – et 10 ans après la recommandation du Conseil de l'Europe sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias - les objectifs sont loin d'être atteints. Malgré une nette augmentation du nombre de femmes dans le secteur des médias et de nouveaux cadres législatifs, politiques ou réglementaires et des initiatives visant à promouvoir des médias plus diversifiés, plus égalitaires et plus inclusifs, de nombreuses études soulignent la persistance de représentations stéréotypées des femmes et des hommes dans les contenus médiatiques, tant en ligne que hors ligne.

■ Aucune intervention ne peut à elle seule éliminer efficacement le sexisme ou les inégalités de genre dans les médias. Les gouvernements, le secteur privé, les syndicats et la société civile au sens large jouent chacun un rôle différent, mais d'une importance capitale, dans la promotion du changement en faveur de l'égalité de genre en affichant des images non stéréotypées des femmes et des hommes, en évitant les contenus sexistes et en promouvant la tolérance zéro à l'égard de la violence à l'égard des femmes et des jeunes filles. À cet égard, les hommes ont un rôle particulier à jouer en tant qu'agents du changement, dans un secteur où ils occupent traditionnellement, et encore aujourd'hui, des positions de premier plan.

Cadre du Conseil de l'Europe

■ Principale organisation européenne en matière de droits humains, regroupant 46 États membres, le Conseil de l'Europe promeut activement l'égalité de genre, la lutte contre la violence à l'égard des femmes et des filles, la prévention et la lutte contre le sexisme, y compris dans le domaine des médias – parmi les instruments clés figurent 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 ([Convention d'Istanbul](#)) (en particulier son article 17 – Participation du secteur privé et des médias), la Recommandation [CM/Rec\(2013\)1](#) sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias et la Recommandation [CM/Rec\(2019\)1](#) sur la prévention et la lutte contre le sexisme.

■ Le Conseil de l'Europe accorde une attention particulière à la place des hommes et des garçons dans les politiques d'égalité de genre et de lutte contre la violence à l'égard des femmes, comme le soulignent les nouvelles [lignes directrices](#) adoptées par le Comité des Ministres en 2023. Ces lignes directrices présentent un éventail de mesures pertinentes à la disposition des États, dont plusieurs concernent les hommes et les garçons en tant qu'agents de changement luttant contre une certaine résistance à l'égalité de genre.