



L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES ET LES MÉDIAS



Rapport

Commission pour l'égalité de genre
Comité directeur sur les médias et
la société de l'information

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES ET LES MÉDIAS

Rapport – Données pour 2019

Commission pour l'égalité de genre
Comité directeur sur les médias et
la société de l'information

Conseil de l'Europe

Édition anglaise :
Gender Equality and Media.

Toute demande de reproduction ou de traduction de tout ou d'une partie de ce document doit être adressée à la Direction de la communication (F-67075 Strasbourg ou publishing@coe.int). Toute autre correspondance relative à ce document doit être adressée à la Division de l'Égalité entre les femmes et les hommes.

Couverture et mise en page : Service de la production des documents et des publications (SPDP), Conseil de l'Europe

Cette publication n'a pas fait l'objet d'une relecture typographique et grammaticale de l'Unité éditoriale du SPDP.

© Conseil de l'Europe, juillet 2020

Imprimé dans les ateliers du
Conseil de l'Europe.

**Rapport des progrès dans la mise en oeuvre
de la Recommandation CM/Rec(2013)1
du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe
sur l'égalité entre les femmes et
les hommes et les médias**

Données pour 2019

Préparé sur la base d'une préliminaire analyse
réalisée par **Pamela Morinière**,
experte en médias

TABLES DES MATIÈRES

INTRODUCTION ET CONTEXTE	7
MÉTHODOLOGIE POUR LA RÉDACTION DE CE RAPPORT	13
RÉSUMÉ	15
ÉTATS MEMBRES	19
A. Législation	21
B. Politiques de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias	33
C. Indicateurs de l'égalité entre les femmes et les hommes	37
D. Diffusion de la Recommandation du Conseil de l'Europe sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias	39
RÉGULATEURS DES MÉDIAS	41
A. Égalité entre les femmes et les hommes dans la prise de décision des régulateurs des médias	42
B. Équilibre entre les femmes et les hommes dans les structures internes des régulateurs	48
ORGANISMES D'AUTORÉGULATION	51
ORGANISATIONS DE MÉDIAS	55
CONCLUSIONS	59
ANNEXE	61

INTRODUCTION ET CONTEXTE

En 2013, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a adopté la [Recommandation CM/Rec\(2013\) 1](#) demandant aux États membres de soutenir les efforts déployés par les médias pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes.

Rappelant la place prépondérante aussi bien de la liberté des médias que de l'égalité entre les femmes et les hommes pour garantir la pleine jouissance des droits humains et la gouvernance démocratique, les seize mesures énoncées dans la recommandation se déploient dans les six domaines suivants :

- ▶ Lois et politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes ;
- ▶ Adoption et application d'indicateurs nationaux ;
- ▶ Fourniture d'informations et promotion des bonnes pratiques ;
- ▶ Mécanismes de responsabilité ;
- ▶ Recherche et publication ;
- ▶ Éducation aux médias et citoyenneté active.

Au-delà des États membres, certaines de ces mesures s'adressent également aux organisations de médias et aux instances de régulation des médias.

Un « Toolkit »¹ a été publié en 2015 pour aider les États membres à accomplir leur mission en leur présentant un ensemble d'outils et de bonnes pratiques existantes qui avaient contribué au progrès dans différents pays en Europe et au-delà.

Deux instruments récents du Conseil de l'Europe ont donné des orientations supplémentaires pour aider les États membres et autres parties prenantes à évoluer vers un secteur des médias plus égalitaire. En 2017, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a adopté une Recommandation relative à l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur de l'audiovisuel². Adoptée en 2019, la Recommandation du Comité des Ministres sur la prévention et la lutte contre le sexisme comprend également une section sur la lutte contre le sexisme dans les médias³.

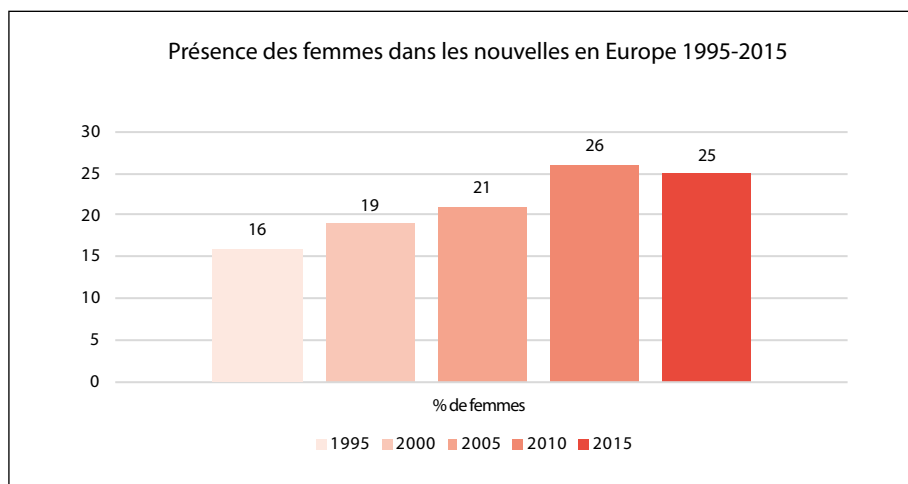
-
1. « Toolkit » sur la mise en application de la Recommandation du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe CM/Rec(2013) 1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias <https://rm.coe.int/1680590558>
 2. Recommandation CM/Rec (2017) 9 du Comité des Ministres aux États membres sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur audiovisuel.
 3. Recommandation CM/Rec (2019) 1 du Comité des Ministres aux États membres sur la prévention et la lutte contre le sexisme.

Le présent rapport s'appuie sur les réponses données à un questionnaire adressé en 2019 aux États membres du Conseil de l'Europe, aux organisations de médias, aux régulateurs des médias et aux organes d'autorégulation, pour évaluer les progrès réalisés depuis l'adoption de la Recommandation CM/Rec(2013) sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias.

La rédaction de ce rapport a été motivée par l'absence de progrès dans la couverture médiatique des femmes ainsi que par la persistance des inégalités entre les femmes et les hommes dans la profession et la faible représentation des femmes à la prise de décision dans l'industrie des médias.

Les inégalités entre les femmes et les hommes dans le contenu des médias

L'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias⁴ effectuée en 2015 a notamment montré l'absence d'amélioration en cinq ans quant à la représentation des femmes dans les nouvelles. Selon ses conclusions, les femmes ne représentaient que 24 % des personnes pouvant être vues, lues ou entendues dans les médias d'information traditionnels au niveau mondial (25 % pour l'Union Européenne), soit le même niveau que dans l'étude mondiale précédente en 2010. En Europe, la situation était la même pour les médias en ligne et les médias traditionnels, indiquant que la sous-représentation des femmes dans les médias traditionnels se retrouve dans l'information numérique. Dans l'ensemble, les données collectées en 2015 ont montré qu'il reste encore beaucoup à faire pour changer réellement la représentation des femmes dans les médias.

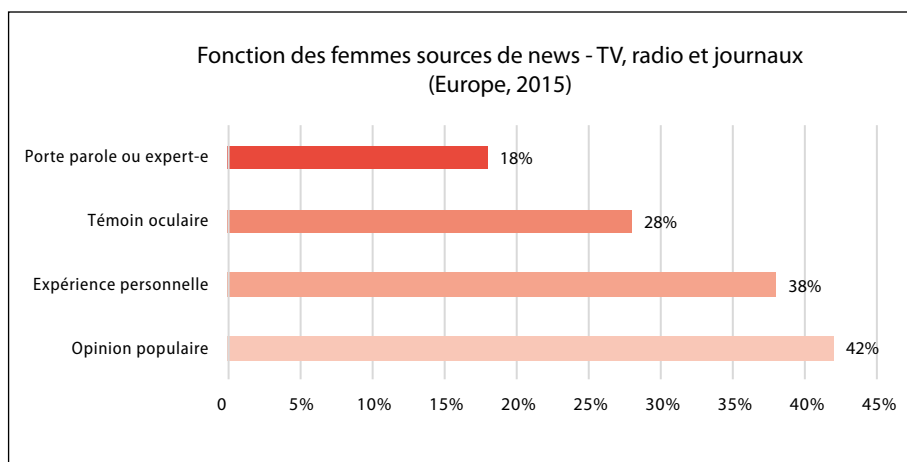


Source : Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias, basée sur des échantillons de nouvelles à la télévision, la radio, dans les journaux en ligne et hors ligne dans 28 pays européens, étude menée tous les 5 ans depuis 1995.

Ces défis concernent la visibilité des femmes et une façon encore très genrée de traiter les histoires. Par exemple, alors que la fonction la plus fréquente pour toutes

4. Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias, 2015 <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>

les sources était celle d'expert-e ou commentateur-ice (41 %), moins d'un expert ou commentateur sur cinq était une femme en Europe (18 %), soit près de la moitié de la même donnée en Amérique du nord (32 %). Les femmes sont aussi beaucoup plus susceptibles d'écrire des articles en ligne à propos de la science/santé (46 %) des questions sociales/juridiques (42 %) que sur la politique (37 %) ou les questions criminelles (33 %). En d'autres termes, les femmes « sont invitées à s'exprimer en tant que personnes privées et non en raison de leur expertise et de leur parcours professionnel, ce qui les repousse une fois de plus dans la sphère privée, les hommes dominant la sphère publique plus prestigieuse et « importante » des expert-e-s et des porte-parole ».



Source : *Etude mondiale sur l'image des femmes dans les médias, 2015.*

Les défis renvoient aussi aux représentations stéréotypées des hommes et encore davantage, des femmes et au faible intérêt des médias pour les questions d'égalité entre les femmes et les hommes. La très faible proportion de reportages abordant des sujets liés à l'égalité entre les femmes et les hommes (5 % en 2015) ou remettant en cause les stéréotypes de genre (3 % en 2015) montre que ce thème est encore peu abordé dans les médias, avec peu de progrès au fil du temps, ce qui montre la nécessité de renforcer la formation et la sensibilisation au sein de la profession.

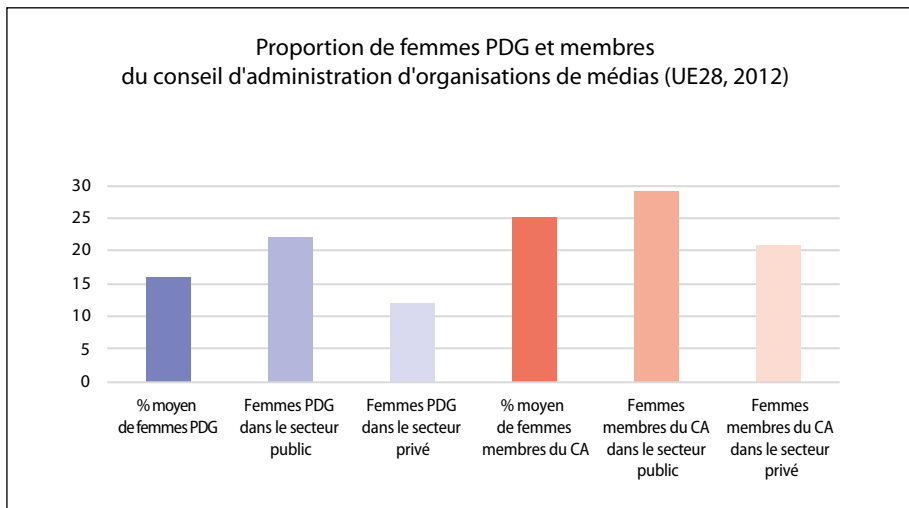
Une étude⁵ portant sur les stéréotypes de genre dans les publicités télévisées dans huit États membres de l'Union européenne a révélé une représentation assez équilibrée parmi les principaux personnages adultes des publicités (48 % d'hommes contre 52 % de femmes), mais des déséquilibres importants lorsqu'on les ventile par âge, avec 63 % de femmes dans la tranche d'âge des 18-34 ans et seulement 38 % de femmes pour les 35 ans et plus. Cela soulève des inquiétudes quant à l'objectivation et à la sexualisation des femmes dans la publicité et à l'absence de visibilité des femmes de plus de 35 ans.

5. Etude citée dans le rapport de l'Institut européen pour l'égalité entre les femmes et les hommes « Beijing +25: the fifth review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States », 2020 (disponible uniquement en anglais).

L'égalité entre les femmes et les hommes dans la profession

En ce qui concerne les médias en tant que profession, bien que les femmes soient de plus en plus présentes dans les salles de rédaction, d'importantes différences et inégalités entre les femmes et les hommes persistent. Les femmes représentaient les deux cinquièmes (41 %) des reporters et des présentateurs et présentatrices en Europe en 2015, mais avec des différences notables entre les différents types de médias (48 % de femmes à la télévision, 40 % à la radio et 34 % dans la presse écrite) et les rôles (37 % des reporters contre 47 % des présentateurs et présentatrices); une tendance plus ou moins inchangée depuis 2000⁶.

L'accès des femmes aux rôles de premier plan dans les médias reste également limité. Les données disponibles montrent qu'il existe encore de sérieuses inégalités entre les femmes et les hommes en matière de prise de décision et de propriété des médias. En 2012, seuls 16 % des directeurs généraux (PDG) des organisations médiatiques étaient des femmes. Dans tous les types de postes décisionnels, les inégalités entre les femmes et les hommes étaient nettement plus marquées dans le secteur privé que dans le secteur public. Les données de 2017 sur les radiodiffuseurs publics montrent que les femmes constituaient 37 % des président-e-s et des membres des conseils d'administration, ce qui représente un progrès par rapport au chiffre de 29 % de 2012. Une étude réalisée en 2019 par l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER) montre que si les femmes représentent 44 % de la main-d'œuvre dans les médias de radiodiffusion publics, elles ne représentent que 25 % dans les rangs supérieurs et les postes de direction⁷.



Source: base de données statistique de l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes, mars 2020.

6. Ibid.

7. Rapport « Gender Equality and Public Service Media » de l'Union Européenne de Radio-Télévision, 2019 (anglais uniquement) <https://www.ebu.ch/contents/publications/research/membersonly/report/gender-equality--psm.html>

Dans une étude européenne⁸ réalisée en 2018, les femmes travaillant dans les médias ont fait état d'une « discrimination basée sur le genre et d'inégalités des chances généralisées dans leur secteur d'activité, notamment en matière de rémunération, d'embauche, de répartition du travail et de promotion. (...) Parmi les plus courantes, citons l'insuffisance des dispositions prises pour les parents ayant la charge d'enfants, des modes de communication compétitifs plutôt que coopératifs, et la 'normalisation' du harcèlement sexuel et des brimades ».

Depuis 2017, le mouvement #MeToo a contribué à faire la lumière sur les inégalités entre les femmes et les hommes et les niveaux élevés de sexisme, de harcèlement sexuel et de violence dans divers domaines, y compris les médias. Les femmes s'expriment davantage sur le sujet dans divers secteurs et certaines mesures sont prises pour lutter contre la persistance de la violence fondée sur le genre. Dans le même temps, on observe une augmentation significative des agressions basées sur le genre auxquelles les femmes journalistes sont confrontées. Une enquête menée par la Fédération internationale des journalistes (FIJ) en octobre 2017 a ainsi montré qu'une femme journaliste sur deux a subi des violences au travail, notamment des violences en ligne, des violences verbales, des violences psychologiques et du harcèlement sexuel⁹. Une autre étude internationale¹⁰ datant de 2019 a révélé que près des deux tiers des femmes journalistes interrogées ont déclaré avoir été victimes de harcèlement ou de menaces en ligne, plus d'une sur dix déclarant des occurrences fréquentes ou quotidiennes de harcèlement.

Il est également important de noter que la représentation des femmes et des hommes par les médias influe considérablement sur la perception publique de leurs rôles sociaux de genre. Fait intéressant, un rapport Eurobaromètre publié en 2017¹¹ montrait que plus de la moitié des personnes interrogées (54 %) pensaient que l'image des femmes dans les médias et la publicité était problématique dans leur pays. Plus de neuf personnes sur dix (91 %) étaient aussi d'avis que la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes était indispensable pour garantir une société juste et démocratique.

Pour ce qui concerne l'avancement des questions d'égalité dans le secteur des médias lui-même, l'absence de reconnaissance de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les structures et dans les politiques perpétue une culture basée sur l'inégalité de traitement et des chances. Cela contribue à maintenir le *statu quo* en matière d'égalité entre les femmes et les hommes et de changement des mentalités. C'est dans ce domaine que le présent rapport indique peu de progrès ; mais du fait du nombre très limité de réponses reçues sur ce thème, il est difficile de tirer

8. Etude « *Gender Equality in the Media Sector* » de la Commission Droits des femmes et égalité des genres du Parlement européen, 2018 (anglais uniquement).

9. Etude de la Fédération Internationale des Journalistes (anglais uniquement) « *One in two women journalists suffer gender-based violence at work* », 2017, <https://www.ifj.org/media-centre/reports/detail/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work/category/press-releases.html>

10. *Attacks and Harassment: The Impact on Female Journalists and Their Work*, International Women's Media Foundation 2019 (anglais uniquement).

11. Eurobaromètre 465, L'égalité entre les femmes et les hommes 2017, L'égalité entre les femmes et les hommes, les stéréotypes et les femmes en politique.

des conclusions générales sur l'état d'avancement de l'égalité entre les femmes et les hommes au sein des organisations de médias.

Des avancées, mais la nécessité d'un profond changement de culture dans la profession

Cependant ce présent rapport indique que des progrès ont été réalisés sur le plan des législations nationales et de la régulation des médias visant à améliorer l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur. Il est vrai que certains pays restent prudents dans leur façon de traiter les questions d'égalité par rapport à la liberté de la presse, malgré leur engagement en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes. Néanmoins, un ensemble d'initiatives concrètes ont été lancées pour améliorer la situation et sensibiliser les responsables des médias, les journalistes et les annonceurs. Des initiatives telles que l'octroi de licences de diffusion sur la base de critères d'égalité entre les femmes et les hommes, le cofinancement de projets qui renforcent l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur médiatique ou le soutien de programmes d'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias sont autant de mesures concrètes qui peuvent contribuer à changer les mentalités et à encourager les professionnel-le-s des médias à travailler de façon sensible au genre.

Le faible taux de réponses des organes de régulation des médias confirme que la question de l'égalité entre les femmes et les hommes ne figure pas au rang de leurs priorités. Le Toolkit de 2015 du Conseil de l'Europe sur la mise en application de la Recommandation CM/Rec(2013)¹² indiquait déjà que le nombre de plaintes portées devant ces organes pour violation de l'égalité entre les femmes et les hommes était très faible. En 2019, en Europe les décisions concernant l'égalité entre les femmes et les hommes émanant d'organes européens d'autorégulation étaient toujours rares. Le public et la société civile ont un rôle à jouer dans l'utilisation des mécanismes de plainte pour permettre aux organes d'autorégulation d'établir des précédents.

Les États membres et les médias ont pris très peu d'initiatives pour changer les mentalités et la culture dans les salles de rédaction et lutter contre les inégalités entre les femmes et les hommes dans la profession. Ce problème doit être traité sérieusement pour que les médias reflètent les réalités des femmes et des hommes et initient un vrai changement d'approche en faveur de l'égalité. Il s'agit de permettre aux générations actuelles et futures de journalistes de travailler dans un environnement égalitaire et propice à l'égalité entre les femmes et les hommes, et que les journalistes intègrent une perspective de genre dans leurs reportages.

12. Ibid.



MÉTHODOLOGIE POUR LA RÉDACTION DE CE RAPPORT

Un projet de questionnaire adressé à quatre types d'acteurs (États membres, régulateurs des médias, organisations de médias et organismes d'autorégulation) a été transmis à la Commission pour l'égalité de genre et au Comité directeur sur les médias et la société de l'information du Conseil de l'Europe en vue de leurs commentaires et de leur approbation. Une fois modifié et approuvé, le questionnaire a été distribué aux États membres, aux régulateurs des médias, aux organismes d'autorégulation et aux organisations de médias au printemps 2019.

Des réponses ont été reçues de :

- ▶ 33 États membres ;
- ▶ 17 régulateurs des médias ;
- ▶ 4 organismes d'autorégulation ;
- ▶ 3 organisations de médias.

Définitions utilisées dans le contexte du présent rapport

Les régulateurs des médias sont des organisations qui ont été chargées de surveiller et d'appliquer la réglementation des médias visant à assurer un large éventail de médias indépendants et autonomes dans le secteur audiovisuel. Dernièrement, certaines autorités réglementaires sont également devenues compétentes pour assurer le suivi des médias en ligne. Les attributions des régulateurs nationaux des médias sont d'une grande diversité, mais certaines de leurs tâches essentielles comprennent l'octroi de licences de radiodiffusion, le contrôle de la conformité des programmes aux obligations légales, y compris celles en matière de publicité, l'adoption de codes de pratiques et de réglementations concernant le pluralisme, la protection des mineur-e-s, la promotion de la diversité sociale et culturelle, la lutte contre le discours de haine, etc.

Les organismes d'autorégulation sont des mécanismes indépendants chargés de surveiller le contenu des médias et de répondre aux plaintes du public dans le but de renforcer la confiance du public, de maintenir l'indépendance éditoriale et de limiter l'ingérence de l'État. Les organismes d'autorégulation prennent souvent la forme de conseils des médias ou de conseils de la presse.

Les organisations de médias dans le contexte du présent rapport englobent un large éventail d'acteurs de la presse écrite, de la radiodiffusion et de l'internet qui participent à la production et à la diffusion d'informations et de contenus médiatiques par la presse, la radio, la télévision et les médias en ligne¹³.

L'une des principales difficultés a consisté à évaluer et à comparer les observations issues de l'autoévaluation des organismes interrogés, au risque d'entraîner une forme de partialité faute d'éléments de preuve suffisants. De plus, certains organismes ayant décidé de ne pas répondre à toutes les questions, les analyses concernant certaines questions sont moins documentées.

Un autre problème qui apparaît dans ce rapport est l'absence de réponses issues de structures décentralisées, car certaines régions autonomes accordent un pouvoir considérable aux entités régionales en termes de médias, dont il ne sera pas rendu compte ici en détail.

Par ailleurs, le questionnaire ne fait pas spécifiquement mention de la question de la publicité, mais de nombreux États membres y font clairement référence et le rapport présente donc plusieurs exemples en la matière.

Enfin, compte tenu du peu de réponses émanant d'organismes d'autorégulation et d'organisations de médias, il a été difficile d'établir des tendances nettes les concernant.

13. Pour plus d'information, voir la Recommandation CM/Rec(2018)1 du Comité des Ministres aux États membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété (https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e36) ou la Recommandation CM/Rec(2011)7 du Comité des Ministres aux États membres sur une nouvelle conception des médias (https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016805cc2ca)



RÉSUMÉ

États membres

La plupart des États membres ont fait preuve de prudence dans l'adoption de dispositions législatives traitant expressément de l'égalité entre les femmes et les hommes et des médias, ce qui peut s'expliquer en partie par une réticence à interférer avec la liberté de la presse et des médias. Parmi les 33 États membres qui ont répondu au questionnaire, 7 ont inclus des dispositions spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans leurs lois générales relatives aux médias alors que 17 ont inséré des dispositions relatives aux médias dans leurs lois sur l'égalité entre les femmes et les hommes et 10 ont inséré des exigences afférentes soit à la lutte contre la discrimination, au respect de la dignité humaine, ou à l'égalité entre les femmes et les hommes dans leur législation sur les médias et/ou la radiodiffusion.

Peu de personnes répondant au questionnaire ont clairement fait référence à la Recommandation CM / Rec (2013) 1 comme un outil jouant un rôle dans le développement d'initiatives spécifiques pour améliorer l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias. Sept répondant-e-s y font référence, soit concernant les modifications de leur législation, soit à propos des initiatives spécifiques pour traiter la question de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias.

La législation des États membres sur les régulateurs des médias fournit à ces derniers des outils pour lutter contre la discrimination et, dans une certaine mesure, protéger l'égalité entre les femmes et les hommes dans la radiodiffusion. Sur les 13 États membres qui ont répondu aux questions sur les régulateurs des médias, la majorité accorde aux régulateurs des pouvoirs de surveillance qui peuvent être appliqués par l'octroi de licences et/ou l'adoption de sanctions (administratives ou financières) pour non-respect des dispositions contre la haine et la discrimination. Certaines lois (4) traitent également de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les structures des régulateurs eux-mêmes. Seuls quatre régulateurs des médias sont tenus d'intégrer la problématique de l'égalité entre les femmes et les hommes dans leur rapport annuel.

La plupart des États membres affirment que leur législation sur les médias de service public (MSP) comprend des dispositions concernant l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette inclusion est conforme à la mission de service public à laquelle ces médias doivent se conformer, y compris le principe de non-discrimination.

Alors que des pays, comme le Royaume-Uni, rappellent principalement le principe de la diversité dans leur législation relative aux médias, plus de la moitié des pays répondants (12) mentionnent spécifiquement l'égalité entre les femmes et les hommes dans leur loi sur la radiodiffusion. La législation peut également exiger des médias de service public qu'ils respectent la dignité humaine (2), les droits humains (1), l'égalité en matière électorale (2), ou bien demandent aux MSP de lutter contre les violences fondées sur le genre/à l'égard des femmes (4). La législation peut interdire la discrimination basée sur le genre/sexe (1), mettre en garde contre les stéréotypes sexistes (3), interdire la haine fondée sur le genre/sexe (6) ou mettre en garde contre l'emploi d'un langage sexiste (1).

Enfin la majorité des États membres (25) ont adopté des initiatives concrètes pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias, y compris le financement de programmes en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, des procédures d'octroi de licences axées sur l'égalité entre les femmes et les hommes, la publication de manuels, ainsi que l'adoption d'instruments non contraignants tels que des plans pour l'égalité entre les femmes et les hommes.

Organismes nationaux régulateurs des médias

Le rapport met en évidence de grandes disparités entre les autorités nationales de régulation.

La majorité des 17 réponses indiquent un niveau de développement limité en termes d'égalité entre les femmes et les hommes, mais quatre pays participants ont souligné, preuves à l'appui, avoir atteint un niveau avancé, à savoir la Belgique, la France, la Macédoine du Nord et la Suède.

Cependant, la plupart des organismes concernés (11) ont indiqué qu'ils assuraient la supervision ou l'application des réglementations sur l'égalité entre les femmes et les hommes, notamment concernant la lutte contre les stéréotypes de genre, et ont fourni des exemples concrets. Certains ont consacré des pages internet spécifiques aux questions d'égalité entre les femmes et les hommes. C'est le cas de

l'AVMU, le régulateur de Macédoine du Nord qui a inclus une section sur le genre et les médias sur son site Web¹⁴.

Pour ce qui concerne les structures internes des organismes régulateurs, très peu semble avoir été fait pour traiter des questions de participation équilibrée des femmes et des hommes en général, à l'exception du régulateur suédois qui publie une analyse annuelle sur le sujet. Quasiment aucun organisme de régulation n'a organisé de formation pour son personnel l'égalité entre les femmes et les hommes, excepté celui de la Macédoine du Nord.

Seuls quatre régulateurs des médias ont indiqué une obligation légale de faire un rapport annuel en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. Cela pose la question du développement des compétences des régulateurs dans ce domaine, compte tenu des exemples positifs en Belgique et en France, par exemple, et de l'implication de ces régulateurs dans la collecte des données.

La moitié des régulateurs ayant répondu (9) ont fait savoir qu'ils avaient reçu des plaintes du public portant sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années mais peu ont fourni des détails sur la façon dont ces plaintes ont été traitées.

Enfin une grande majorité des organismes interrogés ont déclaré qu'ils mettaient leurs procédures et leurs décisions à la disposition du public.

Organismes d'autorégulation

L'analyse des réponses des organismes d'autorégulation montre que peu d'efforts ont été réalisés de leur côté pour traiter formellement de l'égalité entre les femmes et les hommes, même si la question de la non-discrimination fondée sur le sexe est incluse dans la plupart des codes d'éthique. Seuls quatre organismes d'autorégulation ont répondu au questionnaire (Belgique, Irlande, Espagne-Catalogne et Suisse). Des éléments supplémentaires d'information ont cependant été fournis par les États membres qui ont fourni des précisions sur les conseils de presse. Cela concerne le Conseil de la presse d'Azerbaïdjan, de Bosnie-Herzégovine, le Conseil finlandais des médias, la Charte géorgienne d'éthique journalistique, la Commission lituanienne d'éthique et le Conseil de la presse suédois.

Tous les organismes et les États membres ayant répondu ont déclaré avoir la parité au sein de leur conseil d'administration, même en l'absence d'obligation légale en la matière. Les deux seuls pays répondants qui disposent d'une obligation légale de parité sont la Suède et la Suisse.

Enfin, il existe très peu de décisions sur l'égalité entre les femmes et les hommes de la part des organismes d'autorégulation. Ces cinq dernières années, il semblerait que les organismes répondant ont examiné peu de plaintes relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes malgré la publicité faite sur leurs sites web. L'absence de décisions montre soit la réticence du public à déposer des plaintes, soit que de nombreuses plaintes ont été considérées comme non fondées et n'ont pas donné suite à des actions supplémentaires.

14. <https://avmu.mk/en/home-en/>

Organisations de médias

Seules trois organisations de médias ont répondu au questionnaire, à savoir le Community Media Forum Europe (CMFE), l'organisation irlandaise Near Media Co-op et l'Association moldave de la presse indépendante. Bien que le nombre limité de réponses ne permette pas de tirer de conclusions claires, des éléments clés peuvent être mis en avant.

Les personnes ayant répondu ont fait état des faibles progrès accomplis en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, reconnaissant qu'aucune politique d'égalité entre les femmes et les hommes n'avait été adoptée en interne, ni aucune charte ou aucun code comprenant des dispositions sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette tendance est confirmée par plusieurs recherches et études comme celle réalisée par la Fédération internationale des journalistes¹⁵ ou l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE)¹⁶.

Toutefois, l'organisation irlandaise Near Media Co-op a adopté une politique de lutte contre le harcèlement, conformément à la loi et indiqué, comme l'Association moldave de la presse indépendante, qu'elle organisait des formations, des campagnes de sensibilisation et des débats rédactionnels sur les questions de représentation de genre.

Les personnes ayant répondu ont déclaré que le mouvement #MeToo n'avait eu qu'un impact très limité, voir nul, sur la production d'informations et sur la gestion des ressources humaines. Alors qu'une étude documentaire suggère que plusieurs médias européens ont commencé à étudier leurs propres pratiques (*Le Soir*¹⁷ en Belgique, *Le Temps*¹⁸ en Suisse par exemple), aucune étude n'est encore disponible pour indiquer si le mouvement #MeToo a changé le discours sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'ensemble des rédactions.

-
15. Sur la violence envers les femmes journalistes, voir: <https://www.ifj.org/fr/salle-de-presse/nouvelles/detail/category/press-releases/article/enquete-de-la-fij-une-femme-journaliste-sur-deux-est-victime-de-violence-sexiste-au-travail.html>, (anglais uniquement).
 16. L'étude de EIGE examine l'existence de codes, de politiques, de mécanismes de mise en œuvre et de suivi pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias (UE-27), *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media – Advancing gender equality in decision-making in media organisations*, EIGE 2013, (anglais uniquement), <https://eige.europa.eu/publications/advancing-gender-equality-decision-making-media-organisations-report>.
 17. La salle de rédaction du *Soir* a réfléchi à ses pratiques et a augmenté le nombre d'articles traitant de l'égalité entre les femmes et les hommes. Le *Soir* a également dévoilé un scandale de harcèlement dans un théâtre bruxellois suite à l'affaire Weinstein.
 18. Les femmes sont les grandes absentes des pages «Opinion et débat» du *Temps*: <https://blogs.letemps.ch/labs/2017/03/04/les-femmes-sont-les-grandes-absentes-des-pages-opinion-debat-du-temps/>



Partie I

ÉTATS MEMBRES

La Recommandation CM/Rec(2013)1 encourage les États membres à « *adopter un cadre juridique approprié visant à faire respecter le principe de la dignité humaine ainsi que l'interdiction dans les médias de toute discrimination fondée sur le sexe et de toute incitation à la haine ou à toute forme de violence fondée sur le genre* ».

Au total, 33 États membres (tableau 1) ont répondu au questionnaire et ont fourni des réponses très détaillées, illustrant une grande diversité dans les législations relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias.

Tableau 1 – États membres ayant répondu au questionnaire de suivi et organismes centraux chargés de la coordination et / ou de la promotion des questions d'égalité entre les femmes et les hommes

ÉTAT MEMBRE	ORGANISMES CENTRAUX CHARGÉS DE LA COORDINATION ET / OU DE LA PROMOTION DES QUESTIONS D'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES
Allemagne	Ministère fédéral de la famille, des personnes âgées, des femmes et de la jeunesse
Arménie	Ministère du Travail et des Affaires sociales
Autriche	Division des femmes et de l'égalité de la Chancellerie fédérale
Azerbaïdjan	Comité d'État pour la famille, les femmes et les enfants
Bosnie-Herzégovine	Agence pour l'égalité de genre Centre de promotion de l'égalité de genre de la Republika Srpska Centre pour l'égalité de genre de la Fédération de Bosnie-Herzégovine
Bulgarie	Conseil national sur l'égalité des femmes et des hommes
Danemark	Ministère de l'Égalité

ÉTAT MEMBRE	ORGANISMES CENTRAUX CHARGÉS DE LA COORDINATION ET / OU DE LA PROMOTION DES QUESTIONS D'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES
Espagne	Ministère de la Présidence, des Relations parlementaires et de l'Égalité Secrétariat d'État chargé de l'égalité (au sein du ministère) qui contient deux directions générales : l'Institut de la femme et de l'égalité des chances et la Délégation du Gouvernement à la violence de genre
Finlande	Unité de l'égalité de genre, ministère des Affaires sociales et de la Santé
France	Secrétariat d'État chargé de l'égalité entre les femmes et les hommes
Géorgie	Equipe interinstitutionnelle sous l'autorité du Conseil des droits humains
Grèce	Secrétariat général pour l'égalité de genre
Hongrie	Autorité en faveur de l'égalité de traitement
Islande	Direction de l'égalité de genre
Irlande	Ministère de la Justice et de l'égalité
Lettonie	Ministère des Affaires sociales
Lituanie	Bureau de la médiation pour l'égalité des chances
Luxembourg	Ministère de l'égalité entre les femmes et les hommes
Malte	Commission nationale pour la promotion de l'égalité
Monténégro	Ministère des Droits humains du Droit des minorités – Service de l'égalité de genre
Norvège	Ministère de la Culture, et institution de médiation pour l'Égalité et la non-discrimination
Pologne	Plénipotentiaire du Gouvernement pour l'égalité de traitement Institution de médiation
République de Moldova	Conseil chargé de prévenir et d'éliminer la discrimination, et de garantir l'égalité Commission gouvernementale pour l'égalité de genre Ministère de la Santé, du Travail et de la Protection sociale
Roumanie	Agence nationale de l'égalité des chances pour les femmes et les hommes
Royaume-Uni	Office gouvernemental de l'égalité
Serbie	Organe de coordination pour l'égalité de genre Ministère du Travail, de l'Emploi et des Questions sociales (secteur de la politique de lutte contre la discrimination et de la promotion de l'égalité de genre)

ÉTAT MEMBRE	ORGANISMES CENTRAUX CHARGÉS DE LA COORDINATION ET / OU DE LA PROMOTION DES QUESTIONS D'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES
République slovaque	Ministère du Travail, des Affaires sociales et de la Famille (Service de l'égalité entre les femmes et les hommes et de l'égalité des chances) Commission pour l'égalité de genre (groupe consultatif intergouvernemental) Centre méthodique de coordination pour la prévention de la violence à l'égard des femmes
Slovénie	Ministère du Travail, de la Famille, des Affaires sociales et de l'Égalité des chances, Division de l'égalité de genre, institution de défense du principe d'égalité
Suède	Agence suédoise pour l'égalité de genre
Suisse	Bureau fédéral de l'égalité entre les femmes et les hommes
Turquie	Ministère du Travail, des Services sociaux et de la Famille, Commission sur l'égalité des chances pour les femmes et les hommes
Ukraine	Ministère de la Politique sociale

La plupart des dispositions sur l'égalité entre les femmes et les hommes sont limitées aux organismes de radiodiffusion et figurent plutôt dans une loi générale sur l'égalité entre les femmes et les hommes que dans une loi spécifique sur les médias. Cela peut s'expliquer par la réticence de certains États membres à interférer avec la liberté des médias et à promulguer des législations qui pourraient être contradictoires. Cependant, des mesures non contraignantes sont plus souvent utilisées pour encourager plus d'équilibre entre les femmes et les hommes dans les reportages. À cette fin, un grand nombre d'États membres interrogés ont élaboré des politiques et lancé des initiatives spécifiques pour soutenir des actions de sensibilisation et développer une culture plus sensible à l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur des médias.

Cette section met également en évidence les disparités dans les législations concernant les régulateurs et les différentes compétences dont ils disposent en matière de réglementation de l'égalité entre les femmes et les hommes dans le secteur audiovisuel.

A. Législation

1. Type de législation adoptée pour la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias

Les législateurs ont été très prudents par rapport à l'inclusion de dispositions sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans la législation relative aux médias, et l'analyse des réponses montre que les dispositions spécifiques sur les médias sont beaucoup plus susceptibles d'être incluses dans les lois sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans de nombreux États membres du Conseil de l'Europe. Le tableau 2 détaille les différentes législations nationales sur l'égalité entre les femmes et les hommes selon les pays.

Tableau 2 - Législation nationale sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias

ÉTAT MEMBRE	DIGNITÉ HUMAINE DANS LA CONSTITUTION ¹⁹	LOI RELATIVE À L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES	LOI CONTRE LA VIOLENCE FONDÉE SUR LE GENRE
Allemagne			
Andorre	-	-	-
Arménie	-	-	-
Autriche		X	
Azerbaïdjan		X	
Bosnie-Herzégovine		X	
Bulgarie		X	
Danemark			
Espagne		X	X
Finlande			
France		X	
Géorgie	-	-	-
Grèce			
Hongrie	X	X	
Islande		X	
Irlande		X	
Lettonie	-	-	-
Lituanie	X	X	
Luxembourg		X	
Malte	-	-	-
Monténégro		X	
Norvège	-	-	-
Pologne		X	
République de Moldova		X	
Roumanie		X	
Royaume-Uni		X	
Serbie			
République slovaque			
Suède			
Suisse		X	
Turquie	-	-	-
Ukraine		X	

19. Alors que de nombreux pays font référence à la dignité humaine dans leur Constitution, un seul pays l'a mentionnée dans sa réponse. Cette section du questionnaire était une question ouverte et a conduit à différentes contributions selon les pays.

	LOI SUR LA RADIODIFFUSION / LOI SUR LES MÉDIAS DE RADIODIFFUSION DE SERVICE PUBLIC	LOI SUR LES MÉDIAS	LOI ANTI-DISCRIMINATION	LOI RELATIVE À LA PUBLICITÉ
	X			X
	-	-	-	-
	-	-	-	-
	X			X
			X	X
	X			X
				X
	X			X
				X
	-	-	-	-
	X			X
	X	X		X
	-	-	-	-
		X		
	X	X		X
	-	-	-	-
	X	X		
	-	-	-	-
	X		X	X
	X			
				X
		X		X
	X			X
			X	
	X			
	-	-	-	-
				X

Légende

- X Incline dans la législation
- Absence de législation
- Absence de réponse au questionnaire

(a) Un nombre limité de lois relatives aux médias comprenant des dispositions sur l'égalité entre les femmes et les hommes

Les questions d'égalité entre les femmes et les hommes concernent deux aspects des médias : l'égalité au sein des entreprises médiatiques (questions relatives à l'emploi, à l'égalité des chances et de traitement, à l'égalité d'accès aux postes de décision) et l'égalité de représentation entre les femmes et les hommes dans le contenu des médias²⁰.

Tous les États membres n'ont pas adopté de loi de nature générale sur les médias et ils sont encore moins à avoir inclus des dispositions spécifiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes dans ces lois relatives aux médias.

Les États membres sont particulièrement prudents concernant la réglementation du contenu des médias. La presse écrite, en particulier, est généralement un domaine où les gouvernements démocratiques s'abstiennent de légiférer de peur d'être accusés d'ingérence politique. Sept pays ont souligné l'absence de législation spécifique concernant l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias : l'Arménie, la Finlande, la Géorgie, la Norvège, la Slovaquie, la Suède et la Turquie.

Certains États membres mentionnent les dispositions générales comprises dans leur cadre juridique national et leur Constitution nationale pour garantir le respect de la dignité humaine (Hongrie) ou l'interdiction de toute discrimination fondée sur le sexe (Bosnie-Herzégovine²¹ et Suède²²).

Cinq pays ont indiqué que leur législation relative aux médias fait spécifiquement référence à l'égalité entre les femmes et les hommes. L'Islande²³ appelle les prestataires de services médiatiques à prendre des mesures pour lutter contre les stéréotypes de genre, et au Luxembourg²⁴, en Serbie²⁵ et en Lituanie²⁶, les lois sur les médias interdisent la discrimination fondée sur le sexe. Au Monténégro, la législation sur les médias électroniques interdit la discrimination fondée sur le sexe, le genre ou l'orientation sexuelle²⁷.

En Suède, la loi sur la radiodiffusion ne traite pas de l'égalité entre les femmes et les hommes en tant que telle, mais elle oblige les radiodiffuseurs à « veiller à ce que l'ensemble des services de médias reflètent les concepts fondamentaux d'une société

20. Conseil de l'Europe, « Toolkit » sur la mise en application de la Recommandation CM/Rec(2013)1, (p. 11).

21. Lois n° 59/09 et 66/16 sur l'interdiction de la discrimination.

22. Loi sur la discrimination, 2009.

23. Loi sur les médias 38/2011.

24. Loi sur les médias électroniques du 27 juillet 1991.

25. Loi sur l'information publique et les médias, 2014.

26. Loi sur l'information du public, 2 juillet 1996 - n° I-1418, modifiée en dernier lieu le 1^{er} juin 2017 - n° XIII-396 « Il est interdit de publier dans les médias des informations qui propagent de la propagande de guerre, provoquent la guerre ou la haine, le ridicule, l'humiliation, suscitent la discrimination, la violence, le traitement physique violent d'un groupe de personnes ou d'une personne leur appartenant en raison de l'âge, du sexe, de l'orientation sexuelle, l'origine ethnique, la race, la nationalité, la citoyenneté, la langue, l'origine, le statut social, la croyance, les convictions, opinions ou la religion. » <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/911eb75251d611e78869ae36ddd5784f?jfwid=-1d3h0wfy9b>

27. Loi sur les médias électroniques, 2011.

démocratique, le principe selon lequel toutes les personnes sont d'égale valeur, ainsi que la liberté et la dignité de l'individu²⁸.»

Le secteur audiovisuel, cependant, est généralement soumis à une réglementation plus stricte, étant donné l'impact important des médias de masse sur l'opinion publique. Cela donne aux États membres plus de latitude pour encourager les radiodiffuseurs à garantir un reportage juste, exact et inclusif. Un certain nombre de pays ont inclus une référence spécifique à l'égalité entre les femmes et les hommes dans leur législation sur la radiodiffusion, à savoir l'Allemagne²⁹, l'Autriche³⁰, la Bulgarie³¹, l'Espagne³², la Grèce³³, l'Islande³⁴, le Luxembourg, la République de Moldova³⁵, la République slovaque³⁶ et la Suisse³⁷. Cela peut également s'expliquer par le fait que le secteur audiovisuel est surveillé de plus près par les régulateurs des médias, ce qui permet de suivre la mise en œuvre de toute norme ou directive en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. En outre, les radiodiffuseurs de service public sont spécifiquement réglementés et doivent respecter un certain nombre de critères de fonctionnement stricts, y compris le principe de non-discrimination.

Le traité de radiodiffusion allemand mentionne le respect des dispositions constitutionnelles³⁸ concernant l'égalité entre les femmes et les hommes. L'accord de radiodiffusion interétatique (Rundfunkstaatsvertrag) est la loi nationale sur les licences de stations de radio et de télévision en République fédérale d'Allemagne. Il stipule explicitement que les sociétés de radiodiffusion privées «doivent œuvrer en faveur» d'une société exempte de discrimination³⁹. Les lois sur les médias des États fédéraux (Länder) contiennent également des règles visant à contribuer à la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes. Par exemple, les programmes de radio et de télédiffusion devraient contribuer à la réalisation de l'égalité des droits pour les femmes et les hommes.

(b) Tendances générales : l'inclusion de dispositions relatives aux médias dans la législation sur l'égalité entre les femmes et les hommes

L'analyse des réponses montre que les lois sur l'égalité entre les femmes et les hommes contiennent souvent des éléments spécifiques sur les médias, traitant généralement des questions d'égalité des chances, de l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes, de publicité, et parfois de contenu sexiste. Ces

28. Radio and Television Act, No. 2010:696, 17 June 2010, Chapter 5.

29. Rundfunkstaatsvertrag (RstV).

30. Loi fédérale sur les services de médias audiovisuels.

31. Loi bulgare sur la radio et la télévision, article 8.

32. Loi 7/2010 du 31 mars.

33. Décret présidentiel 109/2010.

34. Loi sur les services de radiodiffusion nationaux no 23/2013.

35. Code relatif aux services de médias audiovisuels, 8 novembre 2018.

36. Loi 308/2000.

37. La loi fédérale sur la radio et la télévision fait référence aux «droits constitutionnels fondamentaux, qui englobent l'égalité entre les femmes et les hommes».

38. Traité inter-Länder sur la réglementation de la radiodiffusion et des «télémedias».

39. Le RStV fait la distinction entre les diffuseurs publics et privés. L'article 41 de la RStV stipule explicitement que les sociétés de radiodiffusion privées «doivent œuvrer en faveur» d'une société exempte de discrimination.



dispositions peuvent être utilisées pour compenser l'absence d'exigences spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans les lois sur les médias.

La législation de la Bosnie-Herzégovine sur l'égalité entre les femmes et les hommes⁴⁰ rappelle que tout le monde doit avoir accès aux médias, en d'autres termes, que toute personne a le droit d'avoir accès à l'information communiquée par les médias sans distinction de genre. Cette législation interdit tout affichage public dégradant d'une personne en raison de son genre. Au Monténégro, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes appelle spécifiquement les médias à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes « par l'orientation de leurs programmes ». En République de Moldova, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes⁴¹ comprend une disposition spécifique sur l'égalité des chances dans les médias, qui encourage les émissions « favorisant les changements dans les modes de comportement socioculturels ». La loi française sur l'égalité entre les femmes et les hommes adoptée en 2014⁴² fait spécifiquement mention des médias audiovisuels et confère à l'organisme de régulation des médias (le Conseil supérieur de l'audiovisuel, CSA) le droit d'intervenir dans ce domaine. La loi ukrainienne sur l'égalité des droits et des chances entre les femmes et les hommes encourage spécifiquement les médias à adopter un code de déontologie pour prévenir les violences sexistes⁴³. En Azerbaïdjan, la loi de 2006 sur l'égalité entre les femmes et les hommes « vise à éliminer toutes les formes de discrimination fondée sur le genre et à assurer l'égalité entre les femmes et les hommes sur le plan politique, économique, social et culturel »⁴⁴.

40. Loi no 32/10 sur l'égalité entre les femmes et les hommes.

41. Loi no 5 du 9 février 2006.

42. Législation sur l'égalité entre les femmes et les hommes, 4 août 2014.

43. Loi sur l'égalité des droits et des chances pour les femmes et les hommes (2006), article 21.1.

44. Loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes, 10 octobre 2006.

Bonne pratique – Islande

L'article 23 de la loi n° 38/2011 sur les médias exige que tous les médias soumettent chaque année un rapport à la Commission des médias contenant diverses informations, notamment concernant la représentation des femmes et des hommes dans les personnes interviewées, et la répartition des deux sexes parmi leur personnel.

Bonne pratique – Royaume-Uni

En vertu de la loi sur l'égalité de 2017⁴⁵, toutes les entreprises dépassant une certaine taille (y compris les sociétés de médias) doivent publier leurs données sur les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes. La réglementation est entrée en vigueur le 6 avril 2017. Elle s'applique aux organisations du secteur privé et associatif employant au moins 250 personnes. Les grands médias de service public se sont ainsi retrouvés sous le contrôle et la pression de l'opinion publique. A la suite de la publication de ses données concernant l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes, de la réaction de l'une de ses principales correspondantes et de l'action du Syndicat national des journalistes, la BBC a pris des mesures pour corriger une partie de son écart de rémunération. Les choses sont encore en train d'évoluer, mais l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes a commencé à se réduire, principalement grâce à l'augmentation du nombre de femmes aux postes décisionnels et en réglant certains problèmes spécifiques de rémunération.

(c) Dispositions visant à lutter contre la publicité sexiste

Plusieurs législations nationales traitent de la publicité sexiste, soit par le biais de la législation sur l'égalité entre les femmes et les hommes, des lois sur les services médiatiques ou de la législation sur la publicité. C'est le cas de l'Allemagne⁴⁶, l'Autriche⁴⁷, la Bosnie-Herzégovine, la Bulgarie, du Danemark, la Finlande, l'Espagne⁴⁸, la Grèce⁴⁹, l'Islande⁵⁰, la Lituanie⁵¹, le Luxembourg, la Pologne⁵², la Roumanie⁵³, la Serbie, la République slovaque⁵⁴ et de l'Ukraine⁵⁵.

45. Loi britannique de 2010 sur l'égalité des femmes et des hommes (informations sur les écarts de rémunération liés au genre). Réglementation de 2017 ; loi sur l'égalité de 2010 (obligations spécifiques et autorités publiques). Réglementation de 2017.

46. § 7 (1) No. 2 de la RStV interdit toute publicité qui contient ou encourage la discrimination fondée (entre autres) sur le sexe dans les diffuseurs publics et privés. Selon l'article 54, paragraphe 1, de la RStV, la télémedia doit être conforme à la Constitution, là où l'Art. 3 de la Constitution entre en jeu. Cependant, les règles sur la publicité de l'article 7 de la RStV couvrent également la télémedia.

47. Loi fédérale sur les services de médias audiovisuels, BGBl I 2001.

48. Loi 34/1988 du 11 novembre.

49. Loi 4604/2019.

50. Loi sur l'égalité de statut et des droits des femmes et des hommes no 10/2008.

51. Loi sur l'égalité des chances des femmes et des hommes.

52. Loi sur la radio et la télévision, 29 décembre 1992, Article 1-b.

53. Loi no 202 sur l'égalité des chances et de traitement, 19 avril 2002.

54. Loi 147/2001 sur la publicité.

55. Loi sur la publicité, article 8.

D'autres pays comme l'Espagne⁵⁶ traitent des mesures contre la violence fondée sur le genre dans une loi spécifique. En Espagne, la législation destinée à lutter contre la violence fondée sur le genre comporte un volet spécifique sur les médias qui diffusent des publicités donnant une image dégradante ou discriminatoire des femmes ou violant la dignité de la personne. Un certain nombre d'organismes sont habilités à saisir la justice concernant le retrait de « matériel publicitaire jugé illégal, car il utilise l'image des femmes de manière dégradante »⁵⁷.

En Roumanie, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes interdit les annonces publicitaires qui portent atteinte à la dignité humaine sur la base du de genre. Elle demande aux agences de publicité de respecter l'égalité de traitement et des chances pour éradiquer les stéréotypes de genre dans leurs productions.

2. Législation adoptée en réponse à la Recommandation CM/Rec(2013)1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias du Conseil de l'Europe

Sept pays ont expressément déclaré qu'ils avaient adopté leur législation en réponse à la Recommandation CM/Rec(2013)1, à savoir l'Arménie, la Bulgarie (loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes), la Grèce, la République de Moldova, la Serbie (loi sur les médias adoptée en 2014), la Suisse et l'Ukraine (loi de 2017 visant à « garantir l'égalité des droits et des chances entre les femmes et les hommes »).

En Suisse, depuis 2018, l'octroi de la licence au radiodiffuseur public SRG SSR (Société Suisse de Radiodiffusion et télévision)⁵⁸ est assorti de l'obligation d'atteindre une « représentation appropriée des deux sexes dans ses programmes éditoriaux ». Dans la note explicative, il est expliqué que l'octroi de la licence est basé sur une « représentation équitable des deux sexes » et que cette représentation équitable contribuera également à « sensibiliser le personnel de la SSR ».

La Recommandation du Conseil de l'Europe sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias n'a pas seulement influencé la législation, mais a également conduit à une série de mesures de discrimination positive et de soutien. En 2017, le Gouvernement moldave a approuvé une stratégie visant à assurer l'égalité entre les femmes et les hommes pour la période 2017-2021. Son plan d'action comprend une série de prérogatives dévolues à l'autorité de l'audiovisuel qui sont conformes à la recommandation, comme celles concernant les licences de radiodiffusion et le respect du principe de non-discrimination, y compris l'égalité entre les femmes et les hommes. En Grèce, la recommandation a été prise en compte dans l'élaboration du plan d'action national pour l'égalité entre les femmes et les hommes (2016-2020). En Serbie, la recommandation a également servi d'outil pour les activités relatives à l'éducation aux médias et à l'égalité entre les femmes et les hommes menées par le ministère de la culture et de l'information.

56. Loi organique 1/2004 du 28 décembre sur les mesures de protection intégrale contre les violences fondées sur le genre.

57. Loi 1/2004 du 28 septembre sur les mesures de protection intégrale contre les violences fondées sur le genre, article 10.

58. <https://www.srgssr.ch/fr/accueil/>

3. Législation sur les régulateurs des médias comprenant des dispositions spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes et travaux des régulateurs des médias dans ce domaine

Les autorités régulatrices des médias sont traditionnellement chargées de surveiller et d'appliquer la réglementation relative aux médias visant à assurer l'existence d'un large éventail de médias indépendants et autonomes dans le secteur audiovisuel. Récemment, certaines autorités régulatrices ont également reçu des compétences en matière de surveillance des médias en ligne.

On observe une grande diversité dans les attributions des régulateurs des médias, mais certaines de leurs tâches essentielles comprennent l'octroi de licences de radiodiffusion, le contrôle de la conformité des programmes aux obligations légales, y compris celles relatives à la publicité, l'adoption de codes de pratiques et de réglementations concernant le pluralisme, la protection des mineur-e-s, la promotion de la diversité sociale et culturelle ou la lutte contre le discours de haine.

La législation régissant les régulateurs des médias dans le domaine de l'égalité entre les femmes et les hommes «*est généralement de portée minimale ou très générale*»⁵⁹, mais les régulateurs peuvent également s'appuyer sur les principes de diversité, de pluralisme et de non-discrimination pour soutenir leurs actions en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Seuls 14 États membres sur 33 ont répondu à cette section du questionnaire sur les régulateurs des médias, mais 17 régulateurs ont répondu à la partie du questionnaire consacrée spécifiquement à leurs activités. Leurs réponses combinées fournissent une base solide pour analyser les compétences et les responsabilités des régulateurs des médias dans le domaine de l'égalité entre les femmes et les hommes. Cet aspect est traité dans la partie du présent rapport relative aux régulateurs des médias.

4. Législation sur les médias de service public comportant des exigences spécifiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes

La plupart des législations sur les médias de service public comportent des exigences spécifiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (tableau 3). Cela peut s'expliquer par le fait que ces organismes de radiodiffusion ont une mission de service public et par la nécessité particulière de fournir des informations fiables et des programmes éducatifs, des spectacles et des divertissements de qualité aux divers groupes de la société sans discrimination et dans le respect de leurs droits fondamentaux.

59. «Toolkit» sur la mise en application de la Recommandation CM/Rec(2013)1, Conseil de l'Europe, page 17.

Tableau 3 – Exigences en matière d'égalité entre les femmes et les hommes dans la législation sur les médias de service public

ÉTAT MEMBRE	PROTECTION DE LA DIGNITÉ HUMAINE	PROTECTION DES DROITS HUMAINS	ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES	REPRÉSENTATION DES FEMMES ET DES HOMMES DANS LES PROCESSUS ÉLECTORAUX	DISCRIMINATION FONDÉE SUR LE SEXE/ GENRE	
Allemagne			X			
Autriche						
Bosnie-Herzégovine			X	X	X	
Bulgarie			X			
Espagne			X			
Finlande			X			
France			X			
Géorgie			X			
Grèce						
Islande			X		X	
Lituanie			X		X	
Luxembourg						
Pologne					X	
République de Moldova			X			
Roumanie	X				X	
Royaume-Uni						
Serbie		X			X	
République slovaque	X				X	
Suède			X			
Suisse						
Turquie			X		X	

	VIOLENCE À L'ÉGARD DES FEMMES	HAINE FONDÉE SUR LE SEXE / GENRE	STÉRÉOTYPES / SEXISME	ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES DANS LEURS PROPRES STRUCTURES	LANGAGE SEXISTE	REPRÉSENTATION / TRAITEMENT ÉQUITABLES DES FEMMES ET DES HOMMES	DIVERSITÉ
		X		X		X	
		X		X		X	
		X					
	X		X	X	X		
			X				
	X	X					
						X	
	X	X	X				
				X			
				X			
	X				X		
				X			
							X
	X						
						X	

(a) Égalité entre les femmes et les hommes dans le contenu et les structures internes des médias de service public

Plus de la moitié des personnes ayant répondu au questionnaire (12 sur 21) indiquent des dispositions spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans la législation sur les médias de service public. Six pays interdisent l'incitation à la haine fondée sur le genre et trois ont adopté des règles spécifiques concernant les structures internes des médias de service public.

Alors que le Royaume-Uni se réfère principalement au principe de la diversité dans ses lois sur les médias de service public, un certain nombre de pays ont inclus des dispositions dans leur loi sur la radiodiffusion qui obligent les médias de service public à respecter soit la dignité humaine (Roumanie, République slovaque), les droits humains (Serbie), l'égalité entre les femmes et les hommes (Allemagne, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Espagne, Finlande, France, Géorgie, Islande, Lituanie, République de Moldova, Suède, Turquie), ou une représentation égale des femmes et les hommes lors des élections (Bosnie-Herzégovine). Certains pays ont également évoqué une législation plus spécifique en matière d'égalité entre les femmes et les hommes qui interdit l'incitation à la violence sexiste / à la violence à l'égard des femmes (Géorgie, Lituanie, République de Moldova, République slovaque), la discrimination fondée sur le genre / sexe dans les programmes (Bosnie-Herzégovine), les stéréotypes sexistes (France, Islande, Espagne), l'incitation à la haine fondée sur le genre / le sexe (Autriche, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Géorgie, Lituanie, République de Moldova) ou l'utilisation d'un langage sexiste (Espagne).

Plusieurs États membres ont également adopté des lois strictes contre la discrimination fondée sur le sexe dans la publicité applicables aux médias de service public. La loi sur la radio et la télévision en Bosnie-Herzégovine introduit certains principes en matière de publicité et de marketing concernant la nécessité de ne pas compromettre la dignité humaine et de prévenir la discrimination fondée sur la race, le sexe et la nationalité. Dans d'autres pays comme la République slovaque, le Conseil des normes publicitaires a également publié des lignes directrices et des manuels sur la publicité sexiste.

Enfin, l'Autriche, la Bosnie-Herzégovine et l'Espagne ont adopté des règles internes spécifiques concernant la représentation égale des femmes et des hommes dans leurs structures internes, forçant ainsi les radiodiffuseurs à atteindre la parité et à promouvoir l'équilibre entre les femmes et les hommes au travail. La réponse fournie par la Bosnie-Herzégovine souligne le nombre limité de femmes candidates au Conseil d'administration (3 sur 16 en 2016). Il serait intéressant d'étudier plus en détail la manière dont ces postes sont annoncés afin de déterminer comment toucher plus de femmes dans ces processus.

(b) Suivi de la mise en œuvre de la législation dans les médias de service public

Le suivi et l'établissement de rapports sont principalement effectués par des organismes nationaux de régulation (Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, France, Grèce, Islande, Irlande, République de Moldova, Pologne, Serbie, Turquie, Suisse, Royaume-Uni). Dans certains États membres, les tâches de surveillance sont confiées à des organismes gouvernementaux (Luxembourg), ou aux radiodiffuseurs eux-mêmes,

par le biais de leur propre suivi (République de Moldova), ou même via la publication du rapport annuel du diffuseur (Allemagne, Islande, Irlande, Royaume-Uni), dont beaucoup sont directement disponibles sur les sites web des radiodiffuseurs.

B. Politiques de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias

1. Programmes ou projets visant à améliorer ou à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans les contenus médiatiques

La Recommandation CM/Rec (2013)¹ encourage les États membres à « *soutenir les initiatives et campagnes visant à sensibiliser aux stéréotypes sexistes dans les médias et à les combattre* ». Les réponses au questionnaire montrent qu'il existe une réelle tendance parmi les États membres à soutenir les initiatives et les politiques en faveur de plus d'égalité entre les femmes et les hommes dans le contenu des médias et la publicité.

Sur les 33 États membres ayant répondu, 25 ont adopté des plans ou des stratégies spécifiques pour l'égalité entre les femmes et les hommes comprenant un volet sur les médias et considèrent que les médias jouent un rôle crucial pour éliminer les stéréotypes de genre et sensibiliser les personnes.

En Espagne, par exemple, le Pacte national contre la violence fondée sur le genre adopté en 2017, désigne les médias comme instruments majeurs de sensibilisation et d'influence sur la société. Certains pays ont alloué des fonds spécifiques pour soutenir l'égalité entre les femmes et les hommes et lancé des programmes de cofinancement pour soutenir les médias qui incluent une composante d'égalité entre les femmes et les hommes (Irlande, Lituanie, Serbie et Slovaquie).

La question de la violence fondée sur le genre est présente dans de nombreuses activités mises en œuvre par des États membres dans le cadre de formations ou de conférences (Azerbaïdjan, Espagne, Grèce, Turquie, Ukraine).

Plusieurs États membres ont également élaboré des lignes directrices spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias (Bosnie-Herzégovine, Espagne, Géorgie, Luxembourg, République de Moldova, Serbie, République slovaque, Ukraine), bien qu'il ne soit pas toujours facile de déterminer si des professionnel-le-s des médias ont participé à un stade quelconque de ces processus. En effet, si de telles directives n'ont pas été élaborées lors d'un processus participatif impliquant un large éventail de parties prenantes, leur impact pourrait être limité.

Certaines chaînes de télévision ont également adopté des programmes spécifiques sur l'égalité de genre et les femmes comme en Azerbaïdjan et en Irlande.

La sensibilisation de la prochaine génération de journalistes est une condition préalable pour garantir une représentation plus équilibrée des femmes et des hommes dans les médias. La France et la Lituanie ont encouragé des initiatives dans les écoles de journalisme visant à sensibiliser les étudiantes et étudiants à l'égalité entre les femmes et les hommes et à développer leur pensée critique lorsqu'ils et elles traitent des questions de genre.

La collecte régulière de données est indispensable pour orienter les activités relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes et mesurer les progrès accomplis. Plusieurs États membres ont soutenu les recherches menées dans le cadre de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias, notamment concernant la place des femmes dans les news, et financé les équipes chargées d'assurer le suivi (Finlande, Allemagne). En France, une étude publiée en mars 2019 par l'Institut national de l'audiovisuel sur le temps de parole des femmes a mis en évidence que les hommes parlaient deux fois plus que les femmes à la télévision et à la radio⁶⁰. En 2018, la République de Moldova a élaboré une méthodologie de suivi comportant de nouveaux indicateurs relatifs au sexisme, à l'égalité entre les femmes et les hommes et à l'incitation à la haine.

Point moins positif de l'analyse, on note peu d'initiatives visant à développer la parité dans les salles de rédaction. Rares sont les États membres qui se penchent sur les inégalités entre les femmes et les hommes dans le personnel des médias. À l'exception de la législation applicable à toutes les entreprises comme la réglementation du Royaume-Uni exigeant que les grandes entreprises présentent leurs données sur l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes⁶¹, les États membres abordent rarement cette question de manière spécifique, même en ce qui concerne les radiodiffuseurs de service public. Il convient toutefois de saluer certaines initiatives, telles que le label français Égalité professionnelle décerné à France Télévision, l'initiative *Pro quote Medien* en Allemagne en faveur des femmes qui occupent des postes de direction au cinéma et à la télévision, le projet irlandais sur les femmes à l'antenne et, enfin, l'audit des médias réalisé en Suède pour garantir le respect de la loi anti-discrimination sur le harcèlement.

Bonne pratique – Belgique (Fédération Wallonie-Bruxelles)

La Fédération Wallonie-Bruxelles en Belgique a financé deux études, l'une sur le fait d'être une femme journaliste (« *Être femme et journaliste en Belgique francophone* », 2018⁶²), qui analyse la place des femmes dans le journalisme à travers une vaste enquête ciblant à la fois les journalistes et les leurs employeurs. Cette étude très riche comprend des informations sur les défis auxquels les femmes journalistes sont confrontées dans l'exercice de leurs activités professionnelles, dans leurs conditions d'emploi et de travail, dans la construction de leur carrière ainsi que dans l'équilibre entre leur travail, leur famille et leur vie privée.

Une autre étude porte sur la couverture médiatique de la violence à l'égard des femmes (« *Le traitement médiatique des violences faites aux femmes : une étude et des recommandations aux journalistes* », 2018⁶³). Elle comprend une analyse des ressources médiatiques et fournit des recommandations spécifiques aux journalistes notamment sur la manière de couvrir le sujet, de contextualiser les faits ou sur le soin à donner aux choix terminologiques.

60. https://presse.ina.fr/etude_temps_de_parole_hommes_femmes_ina/

61. Voir le point A sur la législation ci-dessus.

62. Plus d'informations : <http://www.ajp.be/journalistesfemmes/>

63. Plus d'informations : <http://www.ajp.be/violencesfemmes-l-etude>

Bonne pratique – Bosnie-Herzégovine

En 2017, le Conseil des ministres a adopté le Plan d'action pour l'éducation aux droits humains des journalistes et des professionnel-le-s des médias pour la période 2016-2019. Ce plan d'action comprend des mesures concrètes destinées à améliorer l'accès aux médias des groupes marginalisés et minoritaires, et leur présentation médiatique, y compris des lignes directrices sur la couverture des questions d'égalité des femmes et des hommes. Le Conseil de la presse et l'association des journalistes ont également participé à la préparation du plan d'action.

Bonne pratique – Espagne

L'Observatoire de l'égalité de la société de radiotélévision espagnole (CRTVE) a été créé pour faire progresser l'égalité entre les femmes et les hommes et lutter contre la discrimination fondée sur le sexe et contre l'une de ses pires expressions, la violence fondée sur le genre. Ses objectifs sont les suivants :

- ▶ Promouvoir le respect, la connaissance et la diffusion du principe d'égalité entre les femmes et les hommes, afin d'éviter toute forme d'inégalité et de discrimination fondée sur le sexe dans les activités de la CRTVE.
- ▶ Encourager la promotion de l'égalité, de la pluralité et de la parité entre les femmes et les hommes, sans stéréotypes ou normes de beauté sexistes, et de la participation active des femmes à différents rôles dans toutes les sphères de la vie, en portant une attention spéciale au contenu des émissions destinées aux enfants et au jeune public.
- ▶ Veiller à l'existence et à l'application de codes de déontologie en faveur de la promotion de l'égalité et de la prévention de la violence fondée sur le genre dans les activités de la CRTVE.
- ▶ Veiller à ce que le contenu des émissions diffusées par les médias de la CRTVE ne justifie pas, ne banalise pas ou n'incite pas à la violence à l'égard des femmes.
- ▶ Encourager l'emploi d'un langage non sexiste.
- ▶ Collaborer aux campagnes institutionnelles visant à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes et à éradiquer la violence fondée sur le genre.

Le groupe CRTVE a également créé un poste de rédactrice/rédacteur sur l'égalité dont la mission est de garantir le respect de l'égalité entre les femmes et les hommes tant en matière de présence que de contenu dans les radios et télévisions publiques. Certains journaux nationaux (support papier et numérique), tels que *eldiario.es* ou *El País* ont eux aussi nommé des rédactrices/rédacteurs de l'égalité.

Bonne pratique – Serbie

La Serbie organise annuellement des appels visant le cofinancement de projets d'information concernant les minorités nationales et les personnes en situation de handicap et qui encouragent la production de contenus médiatiques en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes et de l'élimination de la double discrimination à l'encontre des femmes et des membres de communautés et de groupes sociaux minoritaires.

2. Initiatives liées à l'égalité entre les femmes et les hommes dans la publicité

Plusieurs États membres ont lancé ou soutenu des initiatives concernant l'égalité entre les femmes et les hommes dans la publicité. En 2018, le CSA, organe français de régulation, a publié une Charte contre les stéréotypes sexistes dans la publicité qui a été signée par les annonceurs⁶⁴. En Autriche, des groupes de veille publicitaire ont été formés dans plusieurs États fédéraux et sont souvent soutenus par les autorités locales. En République slovaque, l'initiative «*Mélange des genres*» a été lancée par une ONG en 2016 en vue de sensibiliser l'opinion au sexisme dans les publicités des médias.

Bonne pratique – Allemagne

Projet de veille des publicités sexistes en Allemagne lancé par Pinkstinks

Pinkstinks e.V. est une ONG basée à Hambourg qui fait campagne contre le sexisme et le marketing fondé sur le genre. Le projet évalue la persistance et la prévalence des publicités sexistes et comprend des mesures visant à supprimer les publicités sexistes dans les médias (annonces ou clips vidéo, presse écrite et contenus en ligne). Le public a la possibilité de dénoncer les publicités sexistes en prenant des photographies et en les communiquant à Pinkstinks et en indiquant l'emplacement de l'annonce et le motif de la plainte par le biais d'un formulaire web. Pinkstinks examine ensuite la plainte et la place sur une carte de sa page d'accueil. Cette carte indique également :

- ▶ Si Pinkstinks estime que la publicité est sexiste ou stéréotypée ;
- ▶ Ce que Pinkstinks a entrepris ;
- ▶ Si l'entreprise a retiré la publicité.

Ce projet de veille a pour but de visualiser le sexisme et les stéréotypes dans la publicité, d'en enregistrer les signalements dans une base de données et de réduire ces annonces par le biais de divers modules de sensibilisation et d'éducation.

Le projet comprend également :

- ▶ Le développement de ressources éducatives, par exemple pour aider les agences publicitaires locales à mettre un terme à la production d'annonces sexistes ;
- ▶ Des campagnes et du matériel éducatif pour les écoles et les agences de publicité, afin d'expliquer pourquoi le sexisme est un problème ;
- ▶ Des lettres d'information et des articles de blog.

Le projet Pinkstinks bénéficie du soutien du ministère fédéral de la Famille, des Personnes âgées, des Femmes et de la Jeunesse.

Plus d'informations : www.pinkstinks.de

64. <https://www.csa.fr/Informer/Toutes-les-actualites/Actualites/Retrouvez-la-charte-contre-les-stereotypes-sexistes-dans-les-publicites>

Bonne pratique – Espagne

En Espagne, l'Observatoire de l'image des femmes de l'Institut des femmes⁶⁵ répond aux plaintes relatives aux publicités sexistes dans les médias. Il a reçu 945 plaintes en 2018. En 2019, l'Observatoire a aussi soutenu la production de deux publications #OVER⁶⁶ et «Hello, you do not know me»⁶⁷ par l'association publicitaire Club de Creativos/as, destinée à éradiquer les stéréotypes de genre discriminatoires dans la publicité. Ces publications sont distribuées à des entités et institutions, bibliothèques, centres pour les femmes, universités, organisations et professionnel-le-s du secteur de la publicité, et à des associations de consommateurs et consommatrices. En outre, une exposition itinérante de ces publications sera organisée.

C. Indicateurs de l'égalité entre les femmes et les hommes

L'introduction d'indicateurs permet d'évaluer une situation spécifique et offre, en définissant un calendrier clair, la possibilité de contrôler les changements. La Recommandation CM/Rec(2013)1 encourage «*l'adoption et l'application d'indicateurs nationaux de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias*», en associant «*les parties prenantes concernées*» au processus et préconise également aux États membres d'«*actualiser régulièrement les indicateurs de l'égalité entre les femmes et les hommes*».

Dix des États membres ayant répondu ont indiqué qu'ils avaient élaboré des formes d'indicateurs. Le tableau 4 montre que ceux-ci sont très divers, allant d'indicateurs simples à des plans en faveur de l'égalité entre les femmes et les hommes en passant par une méthodologie de suivi. La majorité de ces États membres n'ont pas associé les médias au processus.

Trois États membres (Grèce, Serbie et République slovaque) ont indiqué qu'ils s'étaient inspirés des indicateurs de l'Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE)⁶⁸.

65. <http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observlmg/home.htm>

66. <https://www.clubdecreativos.com/over/>

67. <https://www.clubdecreativos.com/hola-tu-a-mi-no-me-conoces/>

68. Institut européen pour l'égalité entre les hommes et les femmes (EIGE), Promouvoir la participation équilibrée des femmes et des hommes à la prise de décision dans le domaine des médias: <https://eige.europa.eu/publications/advancing-gender-equality-decision-making-media-organisations-report>, 2013 (anglais uniquement).

Tableau 4 – Indicateurs des États membres sur l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias

ÉTAT MEMBRE	INDICATEURS
Allemagne	Nombre de femmes dans les postes de direction, écart de rémunération entre les femmes et les hommes, présence féminine dans les comités de supervision et disponibilité de services de garde d'enfants.
Autriche	Plan d'égalité pour les radiodiffuseurs de service public (personnel, formation requise) comprenant des mesures contraignantes pour accroître la part des femmes dans l'organisation.
France	Indicateurs généraux qui s'appliquent aux entreprises de plus de 1 000 personnes : écart de rémunération entre les femmes et les hommes, promotion, augmentations salariales, y compris après le congé de maternité, rémunérations des femmes.
Grèce	Utilisation des indicateurs définis par EIGE ⁶⁹ : proportion de femmes aux postes de décision dans les organisations de médias, proportion de femmes et d'hommes dans les conseils d'administration des organisations de médias, politiques visant à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans les organisations de médias.
Hongrie	Apparence des femmes dans les médias, % de locuteurs/locutrices passifs des deux sexes, montant des financements pour les études sur le genre ; représentations stéréotypées, femmes représentées de manière dégradante.
Irlande	Le financement des productions sonores et visuelles dépend des données ventilées par sexe concernant les équipes de tournage et les postes décisionnels. Les télévisions commerciales sous licence doivent fournir des données ventilées par sexe et les radiodiffuseurs communautaires doivent atteindre une proportion de 60/40 de femmes et d'hommes dans leurs conseils d'administration.
République de Moldova	Méthodologie de suivi des prestataires de services médiatiques couvrant le sexisme dans la publicité, l'égalité entre les femmes et les hommes et l'incitation à la haine.
Serbie	Indice de l'égalité des femmes-hommes inspiré par EIGE (2014, 2016).
République slovaque	Stratégie nationale pour l'égalité entre les femmes et les hommes 2014-2019 et Plan d'action national pour la prévention et l'élimination de la violence à l'égard des femmes (éliminant toute représentation dégradante et violente du corps des femmes) ; rapport de suivi sur les médias et la publicité s'agissant de la violence à l'égard des femmes et de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, en s'appuyant sur la méthodologie de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias ; indicateurs annuels de synthèse sur l'égalité entre les femmes et les hommes, fondés sur les indicateurs de EIGE.
Turquie	Recherche relative à la presse écrite (données sur le personnel ventilées par sexe).

69. Ibid.

Les indicateurs adoptés portent principalement sur la participation des femmes dans les organisations de médias et dans la prise de décision, la représentation du genre, la couverture de la violence à l'égard des femmes, le genre dans les équipes de tournage, les salaires et les écarts de rémunération entre les femmes et les hommes et la publicité sexiste.

L'Irlande est le seul pays qui dispose d'indicateurs spécifiques sur le financement et l'octroi de licences. En effet, le financement des productions sonores et visuelles dépend de données de genre concernant le personnel de tournage et de prise de décision.

Bonne pratique – République slovaque

En vertu de son Plan d'action national pour la prévention et l'élimination de la violence à l'égard des femmes pour 2014–2019, la République slovaque a pour but de « *renforcer l'autonomie et l'intégrité physique des femmes, en éliminant les représentations dégradantes et violentes de leur corps* ». Le Plan d'action met l'accent sur la violence à l'égard des femmes et la violence domestique dans les médias et la publicité, et exige le suivi annuel de médias sélectionnés « *pour accroître l'efficacité de la loi sur les médias et de l'autorégulation* ».

Au cours des dernières décennies, le suivi régulier des médias a été présenté sous le titre « Rapport de suivi sur les médias et la publicité s'agissant de la violence à l'égard des femmes et de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes » et s'est appuyé sur la méthodologie de l'Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias⁷⁰. La méthode a permis d'obtenir des données sexospécifiques pertinentes pour évaluer le traitement médiatique de la violence à l'égard des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes, la pertinence de ces questions, la représentation des femmes et des hommes dans les médias, l'utilisation d'un langage sensible au genre, et comparer les données au cours de la période de suivi.

D. Diffusion de la Recommandation du Conseil de l'Europe sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias

Peu d'États membres ayant répondu ont diffusé la Recommandation, mais plusieurs d'entre eux ont pris des initiatives pour la mettre en œuvre et la faire connaître dans le cadre de séminaires et de manifestations publiques faisant intervenir les médias (Autriche, Azerbaïdjan, Malte, République de Moldova, Serbie, Ukraine) et la traduire dans les langues nationales (Bulgarie, Espagne, Grèce, Ukraine).

D'autres pays ont utilisé la Recommandation pour élaborer un plan d'action national (Irlande, Luxembourg, Turquie) ou l'ont publiée sur leur site web. Certains États membres (Espagne, Lettonie, Roumanie, Serbie) ont précisé qu'ils avaient communiqué la Recommandation aux parties prenantes intéressées. La Suisse a adopté une approche intéressante qui inclut la sensibilisation à propos de la

70. <http://whomakesthenews.org/gmmp>

Recommandation lors des négociations sur l'octroi de licences avec les organismes de radiodiffusion.

Quatorze des États membres ayant répondu n'ont fait état d'aucune initiative pour diffuser la Recommandation.

Conclusions

Ce chapitre montre que la question de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias est traitée de façon diverse dans les États membres et que l'inclusion des questions liées aux médias dans la législation sur l'égalité entre les femmes et les hommes est généralement le moyen le plus courant de le faire.

De plus, les médias de service public sont généralement tenus de respecter l'égalité entre les femmes et les hommes dans leurs programmes. Davantage pourrait être fait pour renforcer la culture de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias en collectant régulièrement des données et en impliquant les équipes éditoriales dans le processus. L'absence de politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes et la manière dont elles sont élaborées est un autre problème qui mérite une réflexion plus approfondie.

Le travail des régulateurs des médias sur l'égalité entre les femmes et les hommes est très diversifié et plusieurs pays montrent des pratiques prometteuses qui ont produit des résultats significatifs. La plupart d'entre eux ont agi sur la base de leurs obligations légales, mais certains ont, de leur propre initiative, contribué au changement et à améliorer la sensibilisation aux questions d'égalité entre les femmes et les hommes.

Enfin, les États membres ont participé activement à l'élaboration de politiques et d'initiatives pour traiter de la question de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias. Il serait intéressant de mesurer les progrès accomplis et d'étudier plus avant la manière dont les organisations de médias ont été associées au développement de telles initiatives pour assurer un réel progrès.



Partie II

RÉGULATEURS DES MÉDIAS

Dix-sept organismes interrogés ont répondu à cette partie du questionnaire (tableau 5).

Tableau 5 - Régulateurs des médias ayant répondu au questionnaire

ÉTAT MEMBRE	RÉGULATEUR
Allemagne	Medienanstalten
Arménie	Ministère de la Justice
Belgique	Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)
Chypre	Autorité de la radio et de la télévision (CRTA)
Danemark	Agence danoise de la culture, Division des médias (SLKS)
Estonie	Autorité estonienne de surveillance technique (TTJA)
France	Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)
Hongrie	Autorité nationale des médias et de l'infocommunication
Italie	Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)
Macédoine du Nord	Agence des services de médias audio et audiovisuels (AVMU)
Pays-Bas	Commissariaat voor de Media
Pologne	Krajowa Rady Radiofonii i Telewizji – KRRiT
Portugal	Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)
République tchèque	Conseil de l'audiovisuel (RRTV)
Slovénie	Agence des réseaux et services de communication (AKOS)
Suède	Autorité de la presse et de la radiodiffusion
Suisse	Office fédéral de la communication (OFCOM)



La majorité des 17 organismes ayant répondu ont indiqué qu'ils avaient peu progressé en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. Sept d'entre eux reconnaissent qu'ils n'ont pas commencé à mettre en œuvre les réglementations dans ce domaine, cinq se placent à un degré d'avancement intermédiaire et un explique qu'il vient d'entamer le processus. Seuls cinq États membres ont indiqué qu'ils avaient atteint un degré avancé, en l'occurrence l'Arménie, la Belgique, la France, la Macédoine du Nord et la Suède. Il convient toutefois de noter que l'Arménie n'a fourni aucune preuve d'un tel avancement.

Les informations supplémentaires fournies par les États membres, qui ont complété cette section, montrent qu'un certain nombre d'États ont promulgué une législation conférant aux régulateurs des médias différents types de compétences en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, allant des sanctions à l'élaboration de campagnes et au contrôle du sexisme dans la publicité.

Cependant, seuls quelques régulateurs sont soumis à des obligations légales en termes de promotion de l'égalité des femmes et les hommes dans leurs rapports, y compris dans leur rapport annuel, et ont la responsabilité de veiller à ce que les médias de service public respectent un certain nombre de prescriptions relatives au genre dans leurs pratiques.

A. Égalité entre les femmes et les hommes dans la prise de décision des régulateurs des médias

1. Cadres juridiques

La Recommandation CM / Rec (2013) 1 appelle les États membres à « *garantir, par des moyens appropriés, que les régulateurs des médias respectent les principes d'égalité entre les femmes et les hommes dans leur prise de décision et leur pratique* ».

La législation de neuf des pays ayant répondu accorde aux régulateurs des capacités de surveillance sous la forme de licences (Bosnie-Herzégovine, Royaume-Uni)

et/ou la possibilité d'imposer des sanctions (administratives ou financières) pour non-respect des dispositions relatives à l'incitation à la haine et à la discrimination (Bosnie-Herzégovine⁷¹, Bulgarie⁷², France⁷³, Islande, Lituanie, Luxembourg⁷⁴, Pologne⁷⁵ et Serbie⁷⁶).

Très peu de cadres nationaux mentionnent spécifiquement l'obligation pour le régulateur de garantir une représentation équilibrée des femmes et des hommes. En France, la loi du 4 août 2014⁷⁷ a largement étendu les compétences de l'autorité de régulation, le CSA en matière de promotion des droits des femmes et de l'égalité entre les femmes et les hommes. Une autre loi de janvier 2017⁷⁸ confère une compétence spécifique au CSA pour lutter contre la publicité sexiste.

En Espagne, la loi sur l'égalité entre les femmes et les hommes⁷⁹ et la loi sur la protection intégrée contre la violence fondée sur le genre⁸⁰ exigent également que l'autorité audiovisuelle adopte des mesures pour garantir que les femmes soient représentées « *conformément aux principes et valeurs constitutionnels* ». En Suède, la loi sur les médias demande à tous les radiodiffuseurs de tenir compte de l'impact de la télévision au moment de choisir le thème et la nature des émissions ainsi que leur horaire, en particulier pour les émissions portant sur la violence, le sexe et la drogue. Il est aussi interdit de diffuser des programmes insultants sur la base du sexe de la race ou de l'orientation sexuelle. Cette disposition s'applique également à la publicité.

Concernant l'inclusion de l'égalité entre les femmes et les hommes dans la fonction de surveillance dévolue aux régulateurs des médias, quatre régulateurs ont l'obligation légale de faire rapport sur l'égalité entre les femmes et les hommes, à savoir en France, en Grèce, en Suède et en Suisse. Deux États membres ont souligné le rôle des régulateurs dans la publication de lignes directrices et dans la conduite de campagnes sur l'égalité entre les femmes et les hommes (Grèce et Lituanie).

2. Mesures de suivi

La plupart des régulateurs des médias ayant répondu (11) ont indiqué qu'ils supervisaient ou mettaient en œuvre la réglementation liée à l'égalité entre les femmes et les hommes, y compris concernant la lutte contre les stéréotypes de genre. Cependant comme le tableau 6 le montre, la portée des tâches de suivi des régulateurs et le niveau d'autorité qui leur est conféré sont très divers.

71. Loi sur la communication n° 31/03, 75/06, 32/10 et 92/12 <https://www.vzs.ba/index.php/vijece-za-stampu/kodeks-za-stampu-i-online-medije>

72. Article 8, paragraphe 1, et 75, paragraphe 5, de la loi bulgare sur la radio et la télévision (Radio and Television Act).

73. Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes.

74. L'Autorité Luxembourgeoise indépendante de l'audiovisuel (ALIA) a été créée en 2013.

75. Loi nationale du 29 décembre 1992 sur la radio et la télévision (art.18.1 et 47h).

76. Livre de règles sur la protection des droits humains dans le domaine des services aux médias.

77. Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes.

78. Loi n° 86-1067 du 27 janvier 2017.

79. Loi organique 3/2007 du 22 mars.

80. Loi organique 1/2004, 28 décembre.

Tableau 6 – Suivi du contenu médiatique dans la législation sur les régulateurs des médias

ÉTAT MEMBRE	SANCTIONS CONTRE LE DISCOURS DE HAINE ET LA DISCRIMINATION FONDÉE SUR LE GENRE, LE SEXISME	DISPOSITION SUR L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES DANS LEURS STRUCTURES INTERNES	INTERDICTION DE DIFFUSER CERTAINES ÉMISSIONS
Allemagne		x	
Autriche		x	
Bosnie-Herzégovine		x	
Bulgarie	x		
Espagne ⁸¹	n/a	n/a	n/a
France	x		
Grèce			
Islande			x
Lituanie	x		
Luxembourg	x		
Pologne	x		
Royaume-Uni		x	
Serbie	x		
Suède		x Perspective d'égalité de genre dans sa propre organisation	
Suisse		x Nominations ciblées	

81. Il n'y a pas de régulateur national des médias en Espagne ; cependant, il existe des régulateurs des médias dans certaines régions autonomes, comme la Catalogne, l'Andalousie ou Valence.

	LE SYSTÈME D'OCTROI DE LICENCES PREND EN COMPTE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES / INTERDICTION DE DIFFUSER CERTAINES ÉMISSIONS	AUTORISÉ À PRENDRE DES MESURES POUR GARANTIR UNE REPRÉSENTATION ÉQUITABLE DES FEMMES	LIGNES DIRECTRICES / SENSIBILISATION À L'APPROCHE INTÉGRÉE DE L'ÉGALITÉ ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES ET À LA NON-DISCRIMINATION BASÉE SUR LE SEXE / GENRE	PUBLICITÉ
	x			x
	n/a	n/a	n/a	n/a
			x	x
			x	
	x			

Le Conseil bulgare sur les médias électroniques, par exemple, effectue des contrôles réguliers et occasionnels et prononce des sanctions administratives en cas de contenu médiatique haineux et discriminatoire. En Islande, la Commission des médias peut demander aux médias de faire des rapports, mais elle n'a pas la capacité de demander des informations supplémentaires en suivi et ne dispose que de moyens limités en cas de non-respect des obligations. En Lituanie, les régulateurs (le Contrôleur de l'éthique du journalisme et la Commission de la radio et de la télévision) conduisent des enquêtes analytiques tous les deux ans. Toutefois, il n'y a pas d'obligation d'intégrer le thème de l'égalité entre les femmes et les hommes dans ces rapports. Il appartient aux régulateurs de décider si l'inclusion de ces informations serait « *pertinente* ». En Suède, le suivi se fait à travers des dialogues annuels entre le ministère de la Culture et le régulateur. En outre, le régulateur suédois surveille spécifiquement la violence basée sur le genre dans le contenu des médias. En Suisse, une commission de la diversité contrôle la mise en œuvre des règles de diversité et publie un rapport annuel sur les réalisations et les progrès accomplis. En Serbie, le régulateur a publié en 2015 son premier rapport sur l'égalité et les stéréotypes de genre⁸².

Un autre aspect du suivi est la collecte régulière de données. Les conseils supérieurs de l'audiovisuel belge et français (CSA) ont réalisé un travail remarquable en produisant des rapports annuels analysant la présence des femmes et des hommes ainsi que la diversité dans les programmes audiovisuels. Plusieurs régulateurs ont également pris des mesures spécifiques pour renforcer leur propre travail sur l'égalité entre les femmes et les hommes au-delà des exigences légales.

Un rapport comparatif publié en 2018 par la Plateforme européenne des instances de régulation (EPRA)⁸³ offre un aperçu intéressant du rôle et des approches adoptés par les régulateurs nationaux pour promouvoir une participation et une représentation plus équilibrées des femmes et des hommes. Ce rapport explique précisément comment certains régulateurs ont agi de manière proactive pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes alors qu'un grand nombre d'entre eux n'étaient pas soumis à des obligations légales à cet égard. Le régulateur de Macédoine du Nord, AVMU en fait partie. Il a par exemple inclus un bandeau sur son site web sur le genre et les médias pour traiter plus spécifiquement cette question⁸⁴. Le rapport de l'EPRA souligne que bien que le régulateur de Macédoine du Nord n'ait aucune obligation légale de collecter ou de préparer des données sur la représentation des femmes et des hommes, il utilise les résultats de ses enquêtes annuelles sur ce thème pour sensibiliser et dialoguer avec les médias.

Certains régulateurs ont également adopté des stratégies internes spécifiques sur l'égalité entre les femmes et les hommes. C'est le cas du régulateur portugais ERC, qui a adopté en 2014 un Plan d'action pour la promotion de l'égalité entre les hommes et les femmes et la lutte contre les stéréotypes de genre. L'autorité

82. <http://rem.rs/uploads/files/izvestaji-o-nadzoru/Rodna-ravnopravnost-RTS-1.pdf>

83. Vers une plus grande diversité dans l'audiovisuel – point focal sur le genre ; avantages et meilleures pratiques, EPRA, 2018.

84. <https://avmu.mk/en/home-en/>

surveille le contenu télévisuel et a mis en place des groupes de travail travaillant sur des analyses comparatives, des lignes directrices et des recommandations.

Enfin, certains régulateurs ont une compétence spécifique pour surveiller la publicité et s'assurer qu'elle ne comprend pas de discrimination fondée sur le sexe. C'est le cas en République tchèque, au Danemark et en France. En Finlande, le Conseil d'éthique publicitaire, un comité d'autorégulation, publie des déclarations sur l'acceptabilité des publicités individuelles. Ses décisions, qui traitent parfois également de l'égalité entre les femmes et les hommes, sont principalement suivies par les annonceurs.

3. Rapports annuels sur l'égalité entre les femmes et les hommes produits par les régulateurs des médias

Alors que la Recommandation 2013 CM/Rec(2013)¹ recommande expressément aux États membres de « *prescrire aux régulateurs des médias (...) d'inclure dans leurs rapports annuels une évaluation de la mise en œuvre des politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias* », peu d'entre eux ont satisfait à cette demande en pratique.

Seules les instances de régulation belge, française et suédoise indiquent qu'elles effectuent des rapports sur l'égalité entre les femmes et les hommes sur une base annuelle, conformément à la législation en vigueur. En Hongrie, où cette obligation légale n'existe pas, le régulateur indique que son rapport annuel comprend une section sur la diversité de genre dans les services de médias.

Les mêmes conclusions s'appliquent aux radiodiffuseurs. Seuls les radiodiffuseurs de service public belges, néerlandais, français et suédois sont tenus d'établir un rapport annuel sur leurs résultats en matière d'égalité entre les femmes et les hommes.

4. Plaintes sur l'égalité entre les femmes et les hommes reçues par les régulateurs des médias

Les régulateurs des médias belge, chypriote, tchèque, français, hongrois, polonais, portugais, suédois, et ukrainien ont indiqué qu'ils ont reçu des plaintes du public sur l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années. Le CSA français a même constaté une nette augmentation du nombre de plaintes, vraisemblablement suite au mouvement #MeToo, à savoir une proportion de 19 % de plaintes déposées pour ce motif en 2018.

Les plaignantes et plaignants visaient principalement des comportements ou des observations sexistes, la façon de décrire les violences à l'égard des femmes, la représentation de femmes comme objets sexuels, l'identification de victimes de violences sexuelles et la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle. En République tchèque et en Ukraine, les régulateurs ont également répondu à des plaintes relatives à des publicités sexistes.

5. Publication des procédures et des décisions

Si l'on excepte l'Arménie, l'Allemagne, l'Italie et les Pays-Bas, tous les régulateurs des médias ayant répondu ont mis leur formulaire et leur procédure de plainte à disposition sur leur site web, publié des communiqués de presse pour faire état de leurs décisions et inclus dans leurs rapports la liste détaillée des plaintes.

B. Équilibre entre les femmes et les hommes dans les structures internes des régulateurs

1. Cadres juridiques

Seules quelques législations prévoient des objectifs en matière d'égalité entre les femmes et les hommes dans les structures internes des régulateurs (Bosnie-Herzégovine, Suède, Suisse et Royaume-Uni). En Suède, la législation oblige l'Autorité suédoise de la presse et de la radiodiffusion à intégrer la perspective de l'égalité entre les femmes et les hommes et de la diversité de genre dans son organisation. Au Royaume-Uni, la loi de 2003 sur la communication demande à l'OFCOM⁸⁵ (Office fédéral de la communication) de prendre les mesures qu'il juge appropriées pour promouvoir l'égalité des chances entre les femmes et les hommes dans les emplois et les formations des services de radiodiffusion et de télévision. Au titre de la licence fournie par l'OFCOM, les radiodiffuseurs sont également tenus de prendre des dispositions pour promouvoir l'égalité des chances dans l'emploi pour leur personnel. En Bosnie-Herzégovine, la loi sur les communications⁸⁶ exige que les élections menées au sein même de l'organe de régulation obéissent à des règles spécifiques par rapport à l'égalité entre les femmes et les hommes, y compris en termes d'égalité de participation. Toutefois selon le régulateur, le conseil de l'agence de régulation des communications (l'organe chargé de la gestion stratégique) n'a jamais eu de membre femme. S'agissant des postes de direction, seule une femme a été nommée sous-directrice.

Les lois générales sur l'égalité entre les femmes et les hommes s'appliquent également aux régulateurs des médias et peuvent influencer leurs structures. Ainsi, en Autriche, la loi fédérale sur l'égalité de traitement contient des dispositions applicables qui interdisent la discrimination fondée sur le sexe pour l'accès à l'emploi, les conditions de travail, les avantages sociaux ou les licenciements.

2. Règlements et pratiques internes

En général, peu est fait pour améliorer l'équilibre entre les femmes et les hommes dans le fonctionnement des régulateurs. Alors que la législation impose parfois

85. Le Bureau des communications, Royaume-Uni

86. Voir les articles 36, 39 et 43 de la loi sur les communications. Art 36.4 « lors de la nomination et de la nomination des membres du Conseil de l'Agence, une représentation égale des deux sexes est encouragée, et le pourcentage de participation des sexes dans les organes de l'agence, en règle générale, indique une représentation égale des sexes »

à l'autorité de refléter la diversité de ses citoyen-ne-s (Macédoine du Nord), des exigences plus strictes ne sont pas imposées. Cependant, dans un cas, la réglementation interne prévoit un quota par sexe.

Bonne pratique – Suisse

L'OFCOM (Office fédéral de la communication) a fixé un objectif de 39-40 % de femmes dans son personnel.

Certains autres régulateurs ont souligné les efforts déployés pour formuler les offres d'emploi de façon sensible au genre (Allemagne), pour établir des barèmes de salaires visant à combler l'écart de rémunération entre les femmes et les hommes (CSA belge) ou pour offrir de la flexibilité aux personnes aidantes (République tchèque). Plusieurs régulateurs ont souligné l'équilibre entre le nombre de femmes et d'hommes au sein de leur conseil d'administration.

Bonne pratique – Suède

L'Autorité suédoise de la presse et de la radiodiffusion produit une analyse annuelle (documents de politique, avantages sociaux, salaires, et heures de travail) pour examiner toute différence entre les femmes et les hommes. Le groupe chargé de mener l'analyse est composé à parts égales de femmes et d'hommes.

Pratiquement aucun régulateur n'a dispensé de formation sur l'égalité entre les femmes et les hommes à son personnel, à l'exception de l'AVMU de la Macédoine du Nord, qui a organisé une formation de sensibilisation à l'égalité entre les femmes et les hommes pour l'ensemble de son personnel en 2018, et de la NRADA ukrainienne, qui a organisé un séminaire d'expert-e-s dans le cadre d'un projet de coopération du Conseil de l'Europe. Cependant, plusieurs des personnes interrogées ont souligné la création de groupes de travail ou la rédaction de lignes directrices sur l'égalité entre les femmes et les hommes comme preuve de la volonté de provoquer le changement.



Partie III

ORGANISMES D'AUTORÉGULATION

La création de mécanismes indépendants visant à contrôler le contenu des médias et à répondre aux plaintes du public permet de renforcer la confiance du public, de préserver l'indépendance éditoriale et de minimiser l'ingérence de l'État.

La Recommandation CM/Rec(2013)1 encourage les organismes de médias 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 ». Elle encourage également les tierces parties à « défendre sans relâche l'égalité entre les femmes et les hommes en saisissant les organismes d'autorégulation ».

Sur plus de 30 conseils de la presse existants en Europe⁸⁷, seuls quatre organismes d'autorégulation ont répondu au questionnaire (Belgique, Espagne-Catalogne, Irlande et Suisse), mais la présente section renvoie également aux compléments d'information extraits des réponses des États membres qui ont fourni des précisions sur les conseils de la presse. Cela concerne le Conseil de la presse d'Azerbaïdjan, le Conseil de presse de la Bosnie-Herzégovine, le Conseil finlandais des médias, la Charte géorgienne d'éthique journalistique, la Commission lituanienne d'éthique, et le Conseil de la presse suédois.

Seules deux des réponses indiquent l'adoption de politiques visant à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes. En Belgique, le Conseil de déontologie journalistique (CDJ) a adopté des politiques de lutte contre la discrimination concernant le conseil d'éthique et son propre processus de recrutement. Le Conseil de la presse suédois a fixé un quota pour les membres de son conseil d'administration (un minimum de 8 membres de chaque sexe sur 21 membres).

87. Voir la liste des conseils de la presse dans le site de l'Alliance des conseils de presse indépendants d'Europe <http://www.aipce.net/>

Tous les organismes insistent sur l'importance d'atteindre la parité au sein de leur conseil, mais seules la Suisse et la Suède ont adopté des critères contraignants. La problématique de l'égalité femmes-hommes est prise en compte en cas de « candidatures multiples » en Belgique et uniquement pour les candidat-e-s autres que ceux et celles proposé-e-s par les médias en Irlande. La législation suédoise demande à toutes les autorités, y compris le Conseil de la presse, d'intégrer une « perspective d'égalité entre les femmes et les hommes et de diversité » dans leur organisation.

Les codes de déontologie permettent d'encadrer la gestion des plaintes du public. Rares sont les organisations qui incluent un principe d'égalité entre les femmes et les hommes dans leur code, mais plusieurs d'entre elles renvoient au principe de non-discrimination fondée sur le sexe ou le genre. C'est le cas de la Belgique, de la Géorgie, de l'Irlande, de la Catalogne en Espagne et de l'Ukraine. En Bosnie-Herzégovine, le Code de la presse et des médias en ligne présente plusieurs définitions spécifiques pour guider les journalistes, concernant la terminologie autour de termes tels que « discrimination » ou « égalité entre les femmes et les hommes ». En Azerbaïdjan, le Conseil de la presse a modifié, en novembre 2018, son code de déontologie pour inclure la « protection du principe d'égalité entre les femmes et les hommes et la lutte contre la discrimination ».

Les organismes d'autorégulation qui ont répondu ont reçu très peu de plaintes relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes au cours des cinq dernières années. En Catalogne en Espagne, l'organisme de régulation a reçu une plainte à propos de l'utilisation de langage déplacé. En Bosnie-Herzégovine, le Conseil de la presse a émis des recommandations pour les médias sur la façon de couvrir les questions de genre et sur le langage sensible au genre.

Tous les organismes interrogés ont affirmé que leur mécanisme de plainte était à la disposition du public par la voie de sites web, de publications, et à la demande.

Il convient aussi de mettre en avant l'exemple espagnol de « rédactrice/rédacteur sur l'égalité », un nouveau mécanisme d'autorégulation en place chez le diffuseur public RTVE et dans les journaux *eldiario.es* et *El País*. Ce concept a suscité des réactions très positives de la part de l'industrie des médias et pourrait être mis en place ailleurs. Le *New York Times* a également nommé une rédactrice sur l'égalité.

Bien que le peu de réponse des organismes d'autorégulation rende difficile de tirer des conclusions générales, des recherches documentaires supplémentaires ont montré que la jurisprudence existante limitée concernant les questions d'égalité entre les femmes et les hommes rend la contribution de ces organismes au changement de discours difficile.

Une meilleure conscientisation du public sur le rôle de ces organismes, davantage de publicité autour de leurs décisions et une composition plus équilibrée entre les femmes et les hommes devraient contribuer à ce que les organismes d'auto-régulation reçoivent davantage de plaintes relatives à des représentations biaisées ou déplacées en termes de genre et à ce que ces plaintes contribuent à des changements de pratiques des médias.

Bonne pratique – Association des Journalistes professionnels, Belgique (Fédération Wallonie-Bruxelles)

L'Association des Journalistes professionnels a présenté en juin 2019 sa troisième étude portant sur l'égalité et la diversité dans les quotidiens de la Fédération Wallonie-Bruxelles en Belgique. Par rapport aux deux précédentes études (menées en 2011 puis en 2013-2014) on note peu de progrès significatifs, quelques régressions et de la stagnation sur quasiment tous les critères. Six quotidiens (*Le Soir, La Libre, La Dernière Heure, L'Echo, Nord Eclair et Le Courrier de l'Escaut*) ont été analysés, soit un échantillon de 1596 articles, 18.697 intervenant-e-s, étudiés sur cinq axes (le genre, l'origine, l'âge, la catégorie socioprofessionnelle et le handicap) selon 26 critères. L'échantillon s'étale sur trois périodes en 2018. Plus d'infos et résultats: <http://www.ajp.be/diversite/#rech1>

Bonne pratique – Union Européenne de Radio-Télévision (UER)

Le rapport «*Toutes choses égales*» publié en décembre 2019 par l'Union Européenne de Radio-Télévision contient des conseils et des études de cas très concrets tirés des initiatives des membres de l'UER pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes. Le rapport explore en profondeur les stratégies réussies qui sous-tendent une organisation médiatique respectueuse de l'égalité entre les femmes et les hommes: collecte de données à propos du milieu de travail et retours du personnel pour diagnostiquer les problèmes, élaboration de politiques d'emploi claires pour soutenir l'égalité des chances et création d'une culture de travail positive grâce à la flexibilité, au leadership et aux changements de comportements pour conserver le talent. Le rôle des hommes dans le processus est considéré comme «*essentiel au succès*»⁸⁸.

88. Voir: https://www.ebu.ch/publications/position-paper/login_only/guide/all-things-being-equal---gender-equality-guidelines-from-public-service-media



Partie IV

ORGANISATIONS DE MÉDIAS

La Recommandation CM/Rec(2013)1 invite les organisations de médias 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 (...); une participation équilibrée des femmes et des hommes aux postes de direction (...); à une image, un rôle et une visibilité des femmes et des hommes sans stéréotypes ». La recommandation encourage également la mise à disposition de mécanismes de plainte en cas de contenu médiatique jugé contraire au principe d'égalité entre les femmes et les hommes.

Seules trois organisations de médias ont répondu au questionnaire, à savoir le Community Media Forum Europe (CMFE), l'organisation irlandaise Near Media Co-op et l'Association moldave de la presse indépendante. Bien que le nombre limité de réponses ne permette pas de tirer des conclusions claires, les réponses ont mis en lumière certaines tendances générales qui sont très pertinentes pour l'industrie.

Les personnes interrogées ont fait état des faibles progrès accomplis en matière d'égalité entre les femmes et les hommes, reconnaissant qu'aucune politique d'égalité entre les femmes et les hommes n'avait été adoptée en interne, ni aucune charte ou aucun code comprenant des dispositions sur l'égalité entre les femmes et les hommes. Ceci est confirmé par d'autres études⁸⁹. Toutefois, l'organisation irlandaise Near Media Co-op a adopté une politique de lutte contre le harcèlement, conformément à la loi et indiqué, comme l'Association moldave de la presse indépendante, qu'elle organisait des formations, des campagnes de sensibilisation et des débats au sein des rédactions sur la façon de représenter les questions liées au genre.

89. Sur l'existence de codes, de politiques, de mise en œuvre et de mécanismes de suivi pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'UE, voir *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media – Advancing gender equality in decision-making in media organisations*, EIGE 2013 (anglais uniquement). Sur le « trolling » en ligne, voir le sondage de la Fédération internationale des journalistes <https://www.ifj.org/media-centre/news/detail/category/press-releases/article/ifj-survey-one-in-two-women-journalists-suffer-gender-based-violence-at-work.html>

Les trois personnes interrogées ont indiqué le peu ou l'absence d'impact du mouvement #MeToo sur la production d'informations et sur la gestion des ressources humaines.

Cette section montre la nécessité d'étudier plus avant le niveau d'avancement des organisations de médias dans le domaine de l'égalité entre les femmes et les hommes. En particulier, il serait intéressant d'étudier la qualité des politiques qui ont été adoptées pour renforcer l'égalité entre les femmes et les hommes et de voir quelle a été la coopération avec les rédactions en la matière. Certains des aspects clés du changement de la culture des médias sont la collecte de données, le suivi régulier de la mise en œuvre des politiques et un engagement fort des responsables des organisations des médias. Ces questions mériteraient d'être examinées dans un exercice futur.

Bonne pratique : Agence France-Presse (France)

Faisant suite à certaines préoccupations exprimées par des femmes journalistes, l'agence France-Presse (AFP) a adopté de nouvelles directives destinées à refléter la diversité et à améliorer la représentation des femmes dans ses productions. Ces directives incluent des informations sur le langage sensible au genre, sur la publication d'images positives des femmes, des mécanismes sur la couverture adéquate des cas de violence fondée sur le genre et le recours accru à des expertes. L'agence a également tenu des séances de formation sur ces thèmes destinées au personnel et invité à des réunions des expertes des questions relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes.

Bonne pratique : Diffuseur néerlandais NPO

Le diffuseur néerlandais NPO a signé un accord de performance⁹⁰ avec le gouvernement néerlandais qui prévoit une présence équilibrée des femmes sur et hors écran. Il a une obligation de rapport annuel. Selon l'accord, NPO mesure chaque année ce que le public néerlandais pense de la représentation des femmes dans le contenu télévisé et radiophonique de NPO.

En 2018, les résultats ont mis en évidence que l'audience de NPO était principalement satisfaite de la représentation des femmes dans leurs programmes. Pour les programmes télévisés, 53% des répondant-e-s étaient satisfait-e-s de la représentation des femmes. Le rapport montre cependant un pourcentage relativement élevé de répondant-e-s exprimant leur incapacité ou leur réticence à répondre à l'ensemble des questions sur l'égalité entre les femmes et les hommes⁹¹.

Représentation des femmes

	INSUFFISANTE	ASSEZ INSSUFFISANTE	ASSEZ SUFFISANTE	SUFFISANTE	NE SAIT PAS / PAS DE RÉPONSE
TV	2,5%	5,7%	20,2%	53,1%	18,5%
NPO Radio 1	4%	8%	21%	40%	27%
NPO Radio 2	6%	7%	21%	32%	35%
NPO 3FM	4%	8%	20%	34%	35%
NPO Radio 4	6%	9%	15%	26%	45%
NPO Radio 5	5%	7%	17%	30%	41%
NPO FunX	2%	9%	21%	50%	18%

90. <https://over.npo.nl/organisatie/onze-waarde-voor-nederland/prestatieovereenkomst>

91. [file:///C:/Users/IFJ/Downloads/terugblik_2018_npo_1%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/IFJ/Downloads/terugblik_2018_npo_1%20(4).pdf), page 21



CONCLUSIONS

L'analyse des réponses au questionnaire sur la mise en œuvre de la Recommandation du Conseil de l'Europe CM/Rec(2013)1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias fait apparaître une sensibilisation accrue et quelques initiatives solides prises par les États membres en vue d'améliorer l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias. Il en est de même pour un certain nombre d'organes de régulation qui ont fait des progrès importants, en grande partie de leur propre initiative, pour mieux contrôler et mettre en œuvre l'égalité entre les femmes et les hommes dans les contenus des radiodiffuseurs.

La nécessité de respecter la liberté d'expression et la liberté des médias est l'un des arguments avancés par certains États membres pour expliquer la portée limitée de nombreuses initiatives et politiques. Cependant, il convient de noter que la liberté d'expression est étroitement liée à d'autres droits et peut les soutenir et les amplifier. Comme la liberté d'expression, l'égalité entre les femmes et les hommes fait partie intégrante des droits humains et de toute véritable démocratie. Dans ce contexte, l'égalité entre les femmes et les hommes et la liberté d'expression doivent être considérées comme des droits liés plutôt qu'opposés lors de l'adoption et de la mise en œuvre de politiques et de législations.

De plus, les médias jouent un rôle particulièrement important en influençant l'opinion publique et même en façonnant les agendas politiques, étant donné leur potentiel pour toucher un plus large public. Ils peuvent et doivent donc être encouragés à faire entendre leur voix et utiliser leur pouvoir pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes, dénoncer la violence domestique et la violence à l'égard des femmes ainsi que les stéréotypes de genre et le sexisme.

Les organisations des médias et les organismes d'autorégulation ont un rôle essentiel à jouer pour le respect de l'égalité entre les femmes et les hommes, à la fois en interne et dans le contenu qu'ils produisent et les décisions qu'ils prennent, mais la recommandation du Conseil de l'Europe n'a eu qu'un impact limité sur leurs activités. Cela s'explique peut-être par le fait que peu d'actions ont été déployées notamment au niveau national pour promouvoir la recommandation. Il faut aussi noter que peu d'organisations des médias et d'organismes d'autorégulation ont répondu au questionnaire.

Toutefois, des recherches documentaires supplémentaires montrent que certains acteurs du secteur ont pris des initiatives importantes pour améliorer la situation. En France, *Prenons la Une*, un groupe de femmes journalistes, travaille pour dénoncer les inégalités entre les femmes et les hommes et a tenu sa première assemblée en 2018. En Espagne, la section journalistes du syndicat espagnol CCOO a publié des directives spécifiques préconisant l'établissement de rapports sur les personnes LGBTQ+. En Belgique, l'Association des journalistes professionnels a fait paraître des recommandations sur le reportage de la violence à l'égard des femmes en 2018 et publié, avec le concours des universités de Bruxelles et de Mons, une première étude mettant en lumière les raisons pour lesquelles les femmes journalistes quittent la profession. En 2018, l'initiative 50/50 de la BBC a posé pour objectif ambitieux d'atteindre la parité à l'écran⁹². La majorité des émissions ont rempli cet objectif en avril 2019⁹³. Le rapport 2019 de l'UER *Toutes choses égales par ailleurs*, qui rassemble des bonnes pratiques et des conseils des médias européens de service public pour renforcer l'égalité entre les hommes et les femmes est un autre signe clair que cette partie de l'industrie a commencé à réfléchir à ses propres pratiques et se prépare au changement.

Alors que le monde célèbre le 25^e anniversaire du Programme d'action de Beijing des Nations Unies et en amont d'une nouvelle Étude mondiale sur l'image des femmes dans les médias en 2020, l'heure est venue pour plus d'efforts et de changements dans l'industrie des médias, pour qu'elle offre une image équilibrée et juste des femmes et des hommes ainsi que les salles de presse exemptes de discrimination et de harcèlement pour toutes et tous. Cela nécessite également la prise en compte de la notion d'intersectionnalité et d'examiner comment tous les aspects des identités sociales (par exemple, le sexe, le genre, la race, l'origine sociale, l'orientation sexuelle, l'identité de genre, l'âge ou le handicap) peuvent renforcer la discrimination. Il serait également indispensable de lutter de manière adéquate contre la violence à laquelle les femmes journalistes sont confrontées, à la fois dans les rédactions et en ligne, et de traiter les conséquences de cette violence sur la liberté de la presse et le pluralisme.

Pour permettre ces changements, il est indispensable de disposer d'un état des lieux complet. La collecte de données représente encore un véritable défi et les organisations des médias et leurs responsables doivent impérativement participer au processus. Plus le processus sera inclusif, plus les organisations et les professionnel-le-s des médias auront accès aux résultats et plus ils/elles seront disposés à contribuer au changement. Ce processus devrait s'accompagner d'une plus large sensibilisation des organisations de médias et des journalistes aux normes du Conseil de l'Europe, en particulier à la Recommandation CM/Rec(2013)1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias.

92. <https://www.bbc.com/aboutthebbc/reports/policies/5050>

93. <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2019/5050-project-results>



ANNEXE

Recommandation CM/Rec(2013)1 du Comité des Ministres aux Etats membres sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias⁹⁴

(adoptée par le Comité des Ministres le 10 juillet 2013, lors de la 1176^e réunion des Délégués des Ministres)

L'égalité entre les femmes et les hommes est une condition indispensable à la pleine jouissance des droits de l'homme. La jouissance des droits énoncés dans la Convention européenne des droits de l'homme (STE no 5) et ses protocoles doit être préservée sans distinction aucune, fondée notamment sur le sexe. Cette exigence est renforcée par le Protocole no 12 à la Convention (STE no 177) qui garantit la jouissance de tout droit reconnu par la loi sans discrimination.

Une véritable démocratie requiert l'égalité participation des femmes et des hommes dans la société. La démocratie et l'égalité entre les femmes et les hommes sont interdépendantes et se renforcent mutuellement. L'inclusion des femmes et des hommes dans le respect de l'égalité des droits et des chances est une condition essentielle de la gouvernance démocratique et d'une bonne prise de décision.

94. Dans cette recommandation, le terme « média(s) » se réfère à la terminologie utilisée dans la Recommandation CM/Rec(2011)7 sur une nouvelle conception des médias, adoptée le 21 septembre 2011.

L'égalité entre les femmes et les hommes signifie une même visibilité, autonomie, responsabilité et participation des femmes et des hommes dans tous les domaines de la vie publique, y compris les médias. Atteindre l'égalité entre les femmes et les hommes est une condition préalable pour réaliser la justice sociale. Il ne s'agit pas de l'intérêt seul des femmes, mais de celui de la société tout entière. Le Conseil de l'Europe a accordé une grande importance à ces questions au cours des dernières décennies, comme en témoigne, entre autres, la Déclaration de 1988 du Comité des Ministres sur l'égalité entre des hommes et des femmes ainsi que la Déclaration de 2009 du Comité des Ministres « Faire de l'égalité entre les femmes et les hommes une réalité dans les faits ».

La liberté des médias (y compris la liberté éditoriale) et l'égalité entre les femmes et les hommes sont intrinsèquement liées. L'égalité entre les femmes et les hommes fait partie intégrante des droits de l'homme. La liberté d'expression, en tant que droit fondamental, est indissociable de l'égalité entre les femmes et les hommes. En outre, l'exercice de la liberté d'expression peut faire progresser cette égalité.

La question de l'égalité entre femmes et hommes est une dimension du pluralisme des médias et de la diversité de leurs contenus. La Recommandation [CM/Rec\(2007\)2](#) sur le pluralisme des médias et la diversité du contenu des médias réaffirme que le pluralisme et la diversité sont essentiels au fonctionnement d'une société démocratique, pour stimuler le débat public, le pluralisme politique et la sensibilisation à des opinions diverses, exprimées par différents groupes de la société. Les médias ont un rôle central dans la formation des perceptions, des idées, des attitudes et des comportements de la société. Ils devraient refléter la réalité des femmes et des hommes dans toute leur diversité.

Les médias peuvent soit freiner soit accélérer les changements structurels en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. Les inégalités au sein de la société sont reproduites dans les médias. Cela est vrai notamment de la sous-représentation des femmes dans la propriété des médias, dans la production de l'information et le journalisme, dans les salles de rédaction et aux postes de direction. C'est encore plus flagrant s'agissant de la faible visibilité des femmes, sur les plans quantitatif et qualitatif, dans les contenus des médias, du rare recours à l'expertise de femmes et de l'absence relative des points de vue et des opinions de femmes dans les médias. La couverture médiatique des manifestations politiques et des campagnes électorales est particulièrement parlante à cet égard, de même que la persistance des stéréotypes sexistes et la rareté des contre-stéréotypes. De plus, quand elles travaillent dans les médias, les femmes sont souvent confrontées à des inégalités de salaire, au « plafond de verre » et à des conditions d'emploi précaires.

Dans les sociétés modernes, les médias peuvent être un puissant vecteur de changement social. Leur potentiel pour promouvoir et protéger les libertés et les droits fondamentaux des femmes et contribuer à leur progression a été reconnu lors de la 4^e Conférence mondiale sur les femmes de l'Onu (Pékin, 1995). Dix ans plus tard, la Commission de la condition de la femme des Nations Unies a constaté que les objectifs fixés n'avaient pas été pleinement atteints. Pour aider à la réalisation de ces objectifs, l'Unesco a publié en décembre 2012 un utile cadre d'indicateurs intitulé « Indicateurs d'égalité des genres dans les médias » (GSIM).

Les médias de service public doivent être à l'avant-garde du système médiatique moderne et au service de tous les groupes de la société. Cela impose de porter une attention particulière à l'égalité des genres, en termes de participation et d'accès aux médias de service public, ainsi qu'aux contenus et à la façon dont ils sont traités et présentés. Les médias de service public sont, ou devraient être, un facteur de cohésion sociale et d'intégration de tous les individus, et ont un rôle important à jouer pour faire progresser l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias et à travers eux. Les médias associatifs ont également un potentiel considérable de promotion d'un dialogue ouvert et direct entre tous les groupes sociaux, notamment par le biais des plateformes numériques (voir la Recommandation [CM/Rec\(2007\)3](#) sur la mission des médias de service public dans la société de l'information, la Déclaration du Comité des Ministres sur le rôle des médias associatifs dans la promotion de la cohésion sociale et du dialogue interculturel, adoptée le 11 février 2009, et la Recommandation [CM/Rec\(2012\)1](#) sur la gouvernance des médias de service public, adoptée le 15 février 2012).

Des mesures pour une mise en œuvre efficace des normes adoptées peuvent contribuer à l'égalité entre les femmes et les hommes et combattre l'inégalité. Dans sa Recommandation [CM/Rec\(2007\)17](#) sur les normes et mécanismes d'égalité entre les femmes et les hommes, le Comité des Ministres a souligné que les Etats devraient encourager des mesures efficaces afin que l'égalité entre les femmes et les hommes, en tant que principe des droits de la personne humaine, soit respectée dans les médias, conformément à la responsabilité sociale liée au pouvoir qu'ils détiennent dans les sociétés modernes. Dans sa Déclaration de 2009 « Faire de l'égalité entre les femmes et les hommes une réalité dans les faits », le Comité des Ministres a appelé à prendre des mesures pour encourager les professionnels des médias et, plus généralement, le secteur de la communication à présenter une image non stéréotypée des femmes et des hommes. La perspective de genre est soulignée dans plusieurs instruments élaborés par le Conseil de l'Europe et elle est particulièrement mise en avant en ce qui concerne le nouvel écosystème médiatique dans la Recommandation [CM/Rec\(2011\)7](#) sur une nouvelle conception des médias.

Compte tenu de ce qui précède et eu égard à la nécessité d'apporter une perspective d'égalité des genres dans la mise en œuvre des normes établies dans le domaine des médias, le Comité des Ministres, en vertu de l'article 15.b du Statut du Conseil de l'Europe, recommande aux gouvernements des Etats membres :

1. d'adopter des politiques adaptées, conformes aux lignes directrices annexées, qui puissent créer des conditions appropriées pour permettre aux médias de promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes comme principe fondamental de leurs activités et de leur organisation institutionnelle dans le nouvel environnement multidimensionnel des médias ;
2. de diffuser largement cette recommandation et ses lignes directrices, et de sensibiliser les parties prenantes et les médias, plus particulièrement sur le rôle central de l'égalité entre les femmes et les hommes pour la démocratie et la pleine jouissance des droits de l'homme ;

3. de porter cette recommandation à l'attention du secteur des médias, des journalistes et autres acteurs, de leurs organisations respectives, ainsi que des instances de régulation des médias et des nouveaux services de communication et d'information, aux fins de la préparation ou de la révision de leurs stratégies de régulation et d'autorégulation, et de leurs codes de conduite, conformément aux lignes directrices ci-annexées.

Annexe à la Recommandation CM/Rec(2013)1

Lignes directrices

A. États membres

1. S'ils ne l'ont pas déjà fait, les États membres devraient adopter un cadre juridique approprié visant à faire respecter le principe de la dignité humaine ainsi que l'interdiction dans les médias de toute discrimination fondée sur le sexe et de toute incitation à la haine ou à toute forme de violence fondée sur le genre.
2. Les États membres devraient en particulier s'assurer, par des moyens appropriés, que les régulateurs des médias respectent le principe de l'égalité entre les femmes et les hommes dans leur prise de décision et dans leur pratique.
3. Les États membres devraient soutenir les initiatives et campagnes visant à sensibiliser aux stéréotypes sexistes dans les médias et à les combattre.

B. Organismes de 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.

C. Mesures de mise en œuvre

5. Les mécanismes ci-après pour la mise en œuvre des stratégies et des politiques visant à atteindre les objectifs d'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias devraient être pris en considération :

Examen et évaluation des lois et politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes

- i. Régulièrement examiner et actualiser le cadre juridique concernant les médias dans une perspective d'égalité entre les femmes et les hommes.
- ii. Prescrire aux régulateurs des médias et demander aux médias de service public d'inclure dans leurs rapports annuels une évaluation de la mise en œuvre des politiques en matière d'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias.

Adoption et application d'indicateurs nationaux de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias

- iii. Débattre avec les parties prenantes concernées de l'opportunité d'élaborer et d'adopter, le cas échéant, des indicateurs nationaux fondés sur les normes internationales et des bonnes pratiques; organiser des auditions et des débats publics sur le sujet.
- iv. Procéder à une surveillance et à des évaluations régulières de la situation de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias au plan national, sur la base des indicateurs adoptés.
- v. Actualiser régulièrement les indicateurs de l'égalité entre les femmes et les hommes.

Fourniture d'informations et promotion de bonnes pratiques

- vi. Encourager les médias à informer le public de façon simple et claire (par exemple en ligne) sur la procédure de recours à suivre relative à des contenus médiatiques que ce public estime contraires aux principes de l'égalité entre les femmes et les hommes.
- vii. Appuyer et promouvoir des bonnes pratiques par la mise en place de réseaux et de partenariats entre différents organes de presse, afin de faire progresser l'égalité entre les femmes et les hommes dans les différents secteurs d'activité du nouvel écosystème médiatique.

Mécanismes de responsabilité

- viii. Encourager les organisations non gouvernementales, les associations de médias, les particuliers et toute autre partie prenante à défendre sans relâche l'égalité entre les femmes et les hommes en saisissant les organismes d'autorégulation ou autres organismes spécialisés (conseils de presse, commissions d'éthique, conseils de la publicité, commissions de lutte contre les discriminations, par exemple).
- ix. Encourager l'actualisation des mécanismes de responsabilité des médias existants et leur utilisation effective en cas de non-respect de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias.
- x. Encourager la création de mécanismes de responsabilité des médias et de responsabilité citoyenne innovants, comme des forums de débat public

ou l'ouverture de plateformes en ligne et hors ligne, afin de permettre des échanges directs entre citoyens.

Recherche et publication

- xi. Promouvoir des travaux de recherche actifs sur les questions relatives à l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias, notamment en ce qui concerne l'accès aux médias, la représentation, la participation (profil quantitatif et qualitatif) et les conditions de travail dans les médias; axer les recherches non seulement sur les femmes, mais également sur les relations entre hommes et femmes; publier régulièrement les conclusions de ces travaux.
- xii. Promouvoir une recherche active sous l'angle de l'égalité des genres sur la couverture médiatique de certains domaines particulièrement sensibles dans une démocratie pluraliste, comme la couverture des sujets politiques et des campagnes électorales, et en publier les résultats; organiser des débats en vue d'améliorer les lois et les politiques.
- xiii. Promouvoir des recherches sur l'impact des médias dans la formation des valeurs, des attitudes, des besoins et des intérêts des femmes et des hommes.

Education aux médias et citoyenneté active

- xiv. Promouvoir une éducation aux médias intégrant les questions de genre à l'intention des jeunes générations et préparer les jeunes à aborder avec responsabilité différentes formes de contenus médiatiques, afin de leur permettre de porter un regard critique sur les représentations des femmes et des hommes dans les médias et de décoder les stéréotypes sexistes; renforcer la dimension de l'égalité entre les femmes et les hommes dans les programmes d'éducation aux médias pour les jeunes de différents âges en tant que vecteur d'une solide éducation aux droits de l'homme et d'une participation active aux processus démocratiques.
- xv. Elaborer des outils spécifiques de sensibilisation par le biais des médias ainsi qu'à leur sujet à l'intention des adultes, y compris les parents et les enseignants; ce seront d'importants facteurs de développement de l'éducation aux questions de genre et de la citoyenneté active dans la société de l'information.
- xvi. Sensibiliser les professionnels et les étudiants des médias, et renforcer leurs capacités, en offrant régulièrement des programmes éducatifs et de formation professionnelle axés sur l'acquisition de connaissances approfondies concernant l'égalité entre les femmes et les hommes et son rôle essentiel dans une société démocratique.

” *Les médias peuvent soit freiner soit accélérer les changements structurels en matière d'égalité entre les femmes et les hommes. Les inégalités au sein de la société sont reproduites dans les médias. Cela est vrai notamment de la sous-représentation des femmes dans la propriété des médias, dans la production de l'information et le journalisme, dans les salles de rédaction et aux postes de direction. C'est encore plus flagrant s'agissant de la faible visibilité des femmes, sur les plans quantitatif et qualitatif, dans les contenus des médias (...). Dans les sociétés modernes, les médias peuvent être un puissant vecteur de changement social.*

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

www.coe.int

Le Conseil de l'Europe est la principale organisation de défense des droits de l'homme du continent. Il comprend 47 États membres, dont l'ensemble des membres de l'Union européenne. Tous les États membres du Conseil de l'Europe ont signé la Convention européenne des droits de l'homme, un traité visant à protéger les droits de l'homme, la démocratie et l'État de droit. La Cour européenne des droits de l'homme contrôle la mise en œuvre de la Convention dans les États membres.