

**Recommandation CM/Rec(2013)1
du Comité des Ministres aux Etats membres
sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias¹**

*(adoptée par le Comité des Ministres le 10 juillet 2013,
lors de la 1176e 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 n° 5) et ses protocoles doit être préservée sans distinction aucune, fondée notamment sur le sexe. Cette exigence est renforcée par le Protocole n° 12 à la Convention (STE n° 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. 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 4e 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).

¹ 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.

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. Etats membres

1. S'ils ne l'ont pas déjà fait, les Etats 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 Etats 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 Etats 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.

Instrument de référence

Comité des Ministres du Conseil de l'Europe

Recommandation Rec(84)17 relative à l'égalité entre les femmes et les hommes dans les médias

Recommandation Rec(90)4 sur l'élimination du sexisme dans le langage

Recommandation Rec(98)14 relative à l'approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes

Recommandation CM/Rec(2003)3 sur la participation équilibrée des femmes et des hommes à la prise de décision politique et publique

Recommandation CM/Rec(2007)2 sur le pluralisme des médias et la diversité du contenu des médias

Recommandation CM/Rec(2007)3 sur la mission des médias de service public dans la société de l'information

Recommandation CM/Rec(2007)11 sur la promotion de la liberté d'expression et d'information dans le nouvel environnement de l'information et de la communication

Recommandation CM/Rec(2007)13 relative à l'approche intégrée de l'égalité entre les femmes et les hommes dans l'éducation

Recommandation CM/Rec(2007)16 sur des mesures visant à promouvoir la valeur de service public de l'Internet

Recommandation CM/Rec(2007)17 sur les normes et mécanismes d'égalité entre les femmes et les hommes

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

Recommandation CM/Rec(2011)7 sur une nouvelle conception des médias

Déclaration et Recommandation CM/Rec(2012)1 du Comité des Ministres sur la gouvernance des médias de service public, adoptées le 15 février 2012

Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe

Résolution 1557 (2007) et Recommandation 1799 (2007) « Image des femmes dans la publicité »

Recommandation 1555 (2002) « Image des femmes dans les médias »

Résolution 1751 (2010) et Recommandation 1931 (2010) « Combattre les stéréotypes sexistes dans les médias »

Recommandation 1899 (2010) « Augmenter la représentation des femmes en politique par les systèmes électoraux »

Résolution 1860 (2012) « Faire progresser les droits des femmes dans le monde »