

Commission des Droits de la Femme dans les Pays Euro-méditerranéens

Lisbonne (Portugal): 11 et 12 mai 2015

PROJET - PROJET - PROJET - PROJET - PROJET - PROJET

RECOMMANDATIONS

Déposée au nom de la **Commission des Droits de la Femme dans les Pays Euro-méditerranéens**

Sur le thème : « Femmes et médias »

La Commission des Droits de la Femme
de l'Assemblée Parlementaire de l'Union pour la Méditerranée :

- 1) Réaffirme que le principe de l'égalité des droits de l'homme et de la femme dans les domaines politique, économique, social, culturel et civil favorise la Démocratie, l'Etat de Droits et garantit le respect de la Dignité humaine. C'est ainsi que la commission appelle à la mobilisation des différents acteurs politiques, médiatiques et sociaux-économiques à s'impliquer davantage dans la consolidation et la promotion de la culture de l'égalité des genres et de l'équité sur tous les plans notamment médiatique, ainsi que la condamnation de toutes les formes de discrimination et de violence à l'égard des femmes ;
- 2) Regrette que l'image médiatique des femmes se focalise sur son rôle traditionnel en tant qu'épouse, mère et femme au foyer et consacre une image stéréotypée de la femme tout en négligeant son statut social en tant que partenaire à part entière surtout dans ces circonstances cruciales où la femme souffre encore de la marginalisation et subit davantage d'actes de violence. Par conséquent, il sera nécessaire de lancer des campagnes de sensibilisation aux niveaux régional, national et global afin de construire une nouvelle image des femmes qui valorise les femmes et les véritables rôles qu'elle jouent dans la société ;
- 3) Constate que l'image de la femme est utilisée en tant que produit médiatique à des fins commerciales dans la publicité des produits de propreté, de beauté ainsi que des grandes marques de parfums, de prêt-à-porter, de voitures de luxe et de tout autre type de secteur, qui sexualise souvent l'image des femmes. C'est pourquoi, elle condamne fermement ces pratiques et toute pratique qui vise l'exploitation d'une image sexualisée des femmes dans un but lucratif ;
- 4) Attire l'attention sur le fait que le discours des médias au sujet de la femme dans la région euro-méditerranéenne est orienté et influencé par les tendances politiques et religieuses conservatrices. Souvent, ces discours affaiblissent le rôle de la femme dans la société. La commission insiste sur le fait qu'il est temps de maintenir un discours médiatique progressiste qui remette en cause les stéréotypes sexistes et qui transmet une image objective et équilibrée sur la femme. Constate que le système éducatif joue un rôle clé dans la communication d'instruments de connaissances adéquats destinés à éliminer les inégalités entre les genres ;
- 5) Rappelle que les médias constituent un pouvoir jouant un rôle important et influent sur l'opinion publique, et partant de ce principe, les professionnels des médias aussi bien les

femmes que les hommes doivent assumer leurs responsabilités en vue d'améliorer l'image de la femme dans la société, en mettant en exergue son rôle dans les circuits de production et leur contribution dans les domaines social, politique, culturel et créatif tout en s'employant à faire passer leurs voix, révéler leurs conditions dans les zones de conflits, et garantir leurs droits en période de guerre, d'occupation étrangère et de conflits sanglants ;

- 6) Appelle à la nécessité de promouvoir la situation des femmes exerçant dans le secteur des médias, et de les impliquer davantage dans la prise de décision suivant des critères transparents basés sur la compétence professionnelle et l'égalité des chances, et propose à ce propos la création du prix « Média ami de la femme », qui sera décerné par la commission des droits de la femme tous les trois ans à la meilleure personnalité ou programme ou institution d'information et communication défendant la femme et son image positive dans la société, tout en réfléchissant sur les sources de financement de ce prix et les critères de son attribution ;
- 7) Souligne l'importance du rôle de la femme dans la lutte contre l'hégémonie de la culture masculine et considère que remanier son image dépend en premier lieu de son combat continu intellectuel et pratique en vue d'enraciner les principes de liberté et d'équité tout en rappelant que c'est un devoir de garantir le droit des femmes à la liberté d'expression et de défendre leurs causes en travaillant avec elles de manière adéquate, en toute objectivité et professionnalisme ;
- 8) Appelle à renforcer la coopération et à développer la communication entre les organisations de la société civile et les associations féministes d'une part, et les médias d'autre part, à même de contribuer à rehausser la conscience quant à la cause de la femme, et ce en organisant des campagnes de sensibilisation et de plaidoirie pour mobiliser toutes les composantes de la société quant à la nécessité d'éradiquer toute forme de discrimination à l'égard des femmes et d'introduire et d'amender les législations consacrant cette discrimination. Ces campagnes devraient insister sur la nécessité de changer la manière dont les filles sont dépeintes dans l'espace public qui diminue l'estime dans laquelle la société les tient et encourage la violence contre les filles. Condamne fermement la pratique des crimes d'honneur, de la torture, des viols, des lapidations et des humiliations publiques ; souligne la nécessité d'utiliser les médias pour combattre la violence contre les femmes dans les pays euro-méditerranéens ;
- 9) Loue l'expérience des instances de régulation des médias dans bon nombre de pays membres de l'Assemblée et soutient l'idée de créer « un groupe des régulateurs euro-méditerranéens des médias » à l'instar du « groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels », composé de professionnels du secteur ainsi que d'experts dans le

domaine de l'égalité homme-femme, et ce dans le but d'archiver toutes les violations à l'égard de la femme, d'observer et condamner toutes les violences dont elle est victime. La commission appelle à un suivi de l'image de la femme dans les médias afin de saisir tout préjudice à son égard et soumettre un rapport aux parties prenantes ;

- 10) Exhorte les gouvernements dans les pays euro-méditerranéens à développer des stratégies nationales dans le secteur de l'information et la communication qui s'appuient sur l'approche du genre social et à encourager les recherches sur l'égalité entre les deux sexes dans les productions audiovisuelles. Elle insiste également à donner une plus grande importance au rôle de l'éducation et de l'enseignement dans la consécration de la culture des droits des femmes et à la formation des femmes dans les domaines des technologies de l'information et de la communication. La commission recommande l'adoption d'une législation punitive contre l'exploitation humiliante des femmes dans les médias sans porter atteinte au principe de la liberté de la presse et de l'information ; invite les pays euro-méditerranéens à adopter un cadre législatif national qui équilibrera davantage la participation des femmes et des hommes dans les postes à responsabilités dans le domaine des médias, en particulier dans la gestion, la programmation et les organes de régulation ;

- 11) Appelle à multiplier les ateliers de formation des journalistes sur les questions des droits de la femme dans la région euro-méditerranéenne pour éveiller les consciences quant au respect de ces droits et pour une meilleure vulgarisation de toutes les conventions internationales en la matière. Elle insiste sur l'importance de partager les expériences et les expertises entre les journalistes des pays du Nord et du Sud de la Méditerranée, et ce en vue de tirer profit des bonnes pratiques et accélérer ainsi les changements allant vers une image plus objective et réelle digne de la femme dans les médias et la valorisation de son rôle dans la société.
