

# **Role des medias dans la promotion des femmes elues**

**SONJA LOKAR**

**CEE Network for Gender Issues**

**Executive Directrice**

**Introduction a la session 3**

**Conference internationale: Participation effective et durable des femmes dans les  
assemblees elues**

**Algerie, Alger, Decembre 10-11, 2013**

## **CE QU'IL N'EST PAS RAPPORTE DANS LES MEDIAS, CA N'EXISTE PAS**

- **L'INFLUENCE POLITIQUE COMMENCE, S'ENLARGE ET SE DETRUIT PAR LA PRESENCE D'UNE PERSONNE ELUE DANS LES MEDIAS**
- **LE RADIO, LA TELE, LA PRESSE POPULAIRE A CIRCULATION MASSIVE, LA PRESSE PLUS SERIEUSE ET ANALITIQUE, LES MEDIAS SOCIAUX DE PLUS EN PLUS, CE SONT DES VEHICULES DE LA VISIBILITE ET DE L'INFLUENCE PERSONNELLE POLITIQUE DES HOMMES ET DES FEMMES ELUS**
- **LES RECHERCHES GLOBALES SUR LA PRESENCE DES FEMMES EN GENERAL DANS LES MEDIAS, INDIQUENT QUE LES FEMMES N'ONT - AU MIEUX - QU'UN TIERS D'ESPACE QUI EST A LA DISPOSITION DES HOMMES**

## **QUATRES DEFIS LES FEMMES ELUES EXPERIENCENT A L'EGARD DES MEDIAS**

- **MANQUE DU POUVOIR POLITIQUE**
- **ENCADREMENT DES FEMMES ELUES DANS DES ISSUES D'IMPORTANCE MINIMALE A LA SI DITE POLITIQUE GRANDE**
- **LES IMAGES DES FEMMES DANS LES MEDIAS SONT STEREOTYPEES**
- **MISOGINIE OMNIPRESENTE**

# Carme Chacon, Femme ministre de la defence de l'Espagne, 2008-2011



# MANQUE DU POUVOIR POLITIQUE

**QUEL EST LE FOCUS DES MEDIAS? LES PERSONNES AVEC LE PLUS DE POUVOIR, D'ARGENT, DE GLOIRE QUELCONQUE**

**Parmi les personnes elues, ce sont:**

- **LES CHEFS D'ETATS -13 femmes**
- **LES PREMIER MINISTRES – 16 femmes**
- **LES LEADERS DES PARTIS POLITIQUES PARLEMENTAIRES**
- **LES MINISTRES AUX PORTEFEUILLES „DURS“ ET RICHES**
- **LES LEADERS DES ASSEMBLEES NATIONALLES**
- **LES PRESIDENTS DES COMITES PARLEMENTAIRES „LES PLUS IMPORTANTS“**
- **LES MAIRES DES GRANDES VILLES, SURTOT DE LA CAPITALE**

**LA STATISTIQUE GLOBALE EST IMPITOYABLE: LES FEMMES NE FONT QU'UNE MINORITE NEGLIGEABLE PARMIS LES PERSONNES AVEC CES POSTITIONS! CA REND LES FEMMES ELUES AU PARLIAMENT INVISIBLES**

**Voire: [Worldwide Guide to Women in Leadership](#), IPU Women in politics map 2012**

# **ENCADREMENT DES FEMMES ELUES DANS DES ISSUES D'IMPORTANCE MINIMALE A LA SI DITE POLITIQUE GRANDE**

- REPRESENTANCE EGALE DES FEMMES DANS LES LIEUX DE LA PRISE DES DECISIONS
- SANTE ET DROITS REPRODUCTIFS DES FEMMES
- FEMINISATION DE L'ILLITRICITE, DE CHAUMAGE, DE PAUVERETE
- DROITS ET BESOINS DES ENFANTS
- VIOLENCE CONTRE LES FEMMES

# **LES IMAGES DES FEMMES DANS LES MEDIAS SONT STEREOTYPEES**

- **UNE MANEQUENNE,**
- **UNE POP STAR,**
- **UNE GRANDE FEMME DU SPORT,**
- **UNE ARTISTE,**
- **UNE MERE,**
- **UNE VICTIME,**
- **UNE CONSOMMATRICE**
- **UNE PIECE DE LA VIANDE CRUE A VENDRE.**

**LA SEULE FEMME QUI N'EST PAS REPRESENTEE C'EST LA FEMME DE LA QUELLE DEPEND LA VIE REELLE DE TOUTES LES NATIONS – LA FEMME QUE LES FEMMES ELUES SE SENTENT RESPONSABLES DE LES REPRESENTER!**

# UNE IMAGE SURPTRENANTE – LA PREUVE QUE LES MEDIAS PEUVENT ETRE DIFFERENTS





# MISOGINIE OMNIPRESENTE CONTRE LES FEMMES QUI ONT EU LA PERTINENCE D'ENTRER DANS UN MONDE RESERVE QU'AUX HOMMES

- LA QUESTION FAVORABLE: COMMENT VOUS ARRIVEZ DE BALANCER VOTRE CARRIERE POLITIQUE ET VOTRE VIE PRIVEE?
- BELLE EST STUPIDE
- L'AGRESSIVE - BITCH
- DOUBLE STANDARDS: QUOT LICET IOVI NON LICET BOVI  
(Ce qui est permis a Jupiter n'est pas permis a un boeuf)

## COMMENT S'EN SORTIR?

- COMMENT REGLEZ LA REPRESENTATION DES FEMMES ELUES DANS LES MEDIA PUBLIQUES, SURTOUT AUX TEMPS DES CAMPAIGNES ELECTORARAUUX?
- COMMENT TRANSFORMER L'APPROCHE STEREOTYPEE A L+EGARD DES FEMMES ELUES DANS LES MEDIAS PUBLIQUES ET PRIVES?
- COMMENT OBLIGER LES PARTIS POLITIQUES DE FAIRE PLUS D'ESPACE DANS LES MEDIAS POUR LEURS FEMMES ELUES?
- COMMENT UNE FEMME ELUE SANS UNE POSITION FORTE DU POUVOIR SE PEUT FAIRE VISIBLE DANS LES MEDIAS?