

**FICHE n°2****LES STÉRÉOTYPES DANS LES MÉDIAS**

Document réalisé par des  
agent·e·s volontaires,  
Réfèrent·e·s Égalité  
Femmes Hommes  
du Département du  
Pas-de-Calais  
Juin 2019

**COMMENT LUTTER CONTRE LES STÉRÉOTYPES DANS LES MÉDIAS ?****1 - Définition / Introduction**

L'image de la femme et de l'homme ainsi que leur rôle joué dans les médias sont fortement influencés par les normes sociales et culturelles existantes, dont les stéréotypes de genre.

À une époque où les moyens audiovisuels de communication prédominent, le contenu et la diffusion par les médias peuvent anéantir les progrès réalisés en matière d'égalité des sexes.

**2 - Rappel législatif**

- [Loi n°2014-873 du 04 août 2014](#) sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes confiant au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, la mission de veiller « d'une part à une juste représentation des femmes et des hommes dans les programmes des services de communication, d'autre part, à l'image des femmes qui apparaît dans ces programmes notamment en luttant contre les stéréotypes, les préjugés sexistes, les images dégradantes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple ».
- [Loi n°2017-86 du 27 janvier 2017](#) relative à l'égalité et à la citoyenneté. Le CSA s'est vu confier une nouvelle compétence en matière de représentation des femmes dans les messages publicitaires. La loi a inséré à l'article 14 la disposition suivante : « il veille au respect de la dignité de toutes les personnes et à l'image des femmes qui apparaissent dans ces émissions publicitaires ».

**3 - Les stéréotypes****Sur les professions dans les médias :**

Cela tend lentement à évoluer pour des femmes « stars », mais reste encore difficile pour les autres d'atteindre un poste de responsabilité égale aux hommes (elles sont plus souvent présentatrices, animatrices d'émissions moins « sérieuses » que les hommes...). On observe que sur l'ensemble des chaînes TV, [les femmes parlent moins longtemps que les hommes](#). Et sont rarement invitées en tant qu'expertes dans un domaine. Les journalistes femmes travaillent majoritairement dans la presse féminine et pour enfants. Dans les médias généralistes, elles sont souvent en charge des rubriques santé ou éducation. Leur apparence est également beaucoup plus critiquée. Une certaine tenue (tant vestimentaire qu'en termes d'attitude) est attendue.



## **Dans la publicité :**

Les 2/3 des publicités présentant une sexualisation des personnages, mettent en scène des femmes.

À cet égard, les secteurs de l'habillement, de la parfumerie et celui de l'automobile sont ceux qui ont le plus souvent recours à une représentation sexualisée des femmes.

Dans la publicité, les femmes sont souvent cantonnées à des rôles stéréotypés et réducteurs : séductrice, femme objet, femme soumise, femme mère (associé à la douceur, la protection), « godiche » ... De même, l'image et le corps des femmes sont souvent utilisés de façon abusive pour vendre des produits ordinaires (gel douche, produit laitier, voiture), leurs attributs physiques sont mis en avant.

### **Publicité stéréotypée**



Publicité pour la marque Sweet Pants  
Décembre 2018

### **Publicité non stéréotypée**



Publicité Lild - Juin 2019

## **4 - Les statistiques**

- **35%** de femmes parmi les expert·e·s invité·e·s dans les émissions TV, radio ou principaux hebdomadaires en 2017.
- **82%** des « experts » représentés dans les publicités à la télévision sont des hommes.

Les femmes sont reléguées à des rôles de consommatrices inactives souvent dénudées.

Source : rapport du CSA 2017.

## **5 - Les bonnes pratiques**

- L'autorité de Régularisation Professionnelle de la Publicité (ARPP) a réalisé une Charte sur le respect de l'image de la personne humaine dans la publicité ainsi qu'une Recommandation « Image de la personne humaine ».
- L'Union des Marques, soutenue par le Secrétariat d'Etat chargé du Numérique, a lancé le programme FAIRE, constitué de 15 engagements pour une communication responsable, notamment la lutte contre les stéréotypes.
- Être vigilant face au marketing genré et aux publicités sexistes.

---

## **Pour en savoir plus :**

- Site du CSA
- L'influence des médias sur les stéréotypes sexistes
- Site sur la femme et les médias
- Les stéréotypes féminins dans la publicité

