

Report on the Image of

According to the report conclusions, despite some progress, women are still too invisible or on a secondary level in all French media. The report highlights the differences between today's women's life and the images and roles in the media as well as the high number of stereotypes still existing. The reports result says that ' are anonymous, less experienced, and more frequently victims'.

Key information on EU or National policies/legislation on women's' representation on the Media:

- Law of July 1881 on Freedom of Press which opunish all infractions committed on a Journal or any other Media tool or publication, recently modified by the law of 2004 which created the HALDE ; This amendement also introduced new disposition punishing gender based discrimination acted by journal, advertising on tv, radio, newspaper and web
- la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication dans le domaine audiovisuel, plusieurs fois modifiée également, et qui organise les compétences précises du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), comme nous le verrons ci-dessous. A noter également les dispositions de la loi Boyer, en cours d'adoption, sur les incitations à une maigreur extrême ou à l'anorexie.
- la loi du 21 juin 2004 relative à la confiance dans l'économie numérique qui fixe, notamment, les régimes de responsabilité des intermédiaires techniques vis-à-vis des contenus accessibles au public.

Key information on trends and challenges on women and the media:

In a study in 2006, women were mentioned in only 17.7% of news topics mentioned on the radio, TV and press (83.3% for men) (p .46). On the radio, the air time given to men varied between 59-93%, depending on the radio station (p .47). On the television, men had 68% of air time (p. 51)

Key stakeholders mentioned:

Secrétaire d'Etat à la solidarité, media organizations (press, TV, web), le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel), l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP), le Forum des droits sur l'internet (FDI), l'Institut des Sciences de la Communication (ISCC) du CNRS, l'INSEE.

Format: pdf; 196 p.

Related title/resource:

Weblinks

Website



Metadata

TYPE: Publication

CREATOR/AUTHOR: Commission de réflexion sur l'image des femmes dans les médias

CONTRIBUTOR: Reiser, Michele; Grésy, Brigitte

PUBLISHER: La documentation Française

LANGUAGE: French

COVERAGE: France

KEYWORDS: [gender stereotypes](#)