



QU'EST-CE QUE EVALUATION-MEDIAS/MEDIAWATCH?

Evaluation-Médias

MediaWatch, founded in 1981, is a national women's organization which seeks to improve women's portrayal in the media. This article outlines Media-Watch activities, and encourages all women to involve themselves through the submission of complaints about sex-role stereotyping in advertising.

Fondé en 1981, Évaluation-Médias/MediaWatch est un organisme national de femmes qui a pour but d'améliorer l'image des femmes et des jeunes filles dans les médias. Il vise à éliminer les images sexistes et pornographiques et à encourager la diffusion d'images qui reflètent l'évolution des femmes et les rôles divers qu'elles assument dans la société canadienne.

Cet organisme a été fondé par des femmes de toutes conditions sociales. Elles ont pris conscience de la nécessité d'une voix unifiée afin que les annonceurs, les diffuseurs et les gouvernements reconnaissent le fait que beaucoup de gens sont insultés et choqués par la fausse représentation des femmes dans les médias. En ce sens les efforts de Évaluation-Médias/MediaWatch ont déjà un impact sur les politiques des médias quant aux stéréotypes sexistes. Plusieurs de ses fondatrices représentaient le public dans le groupe de travail du CRTC (Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes) sur les stéréotypes sexistes dans les médias. Le rapport de ce groupe "Images des femmes" (1982) établissait des directives à suivre pour les médias et leur donnait

23209

A qui de droit:

Ma compréhension des stéréotypes sexistes concorde avec la définition du Conseil de la Radiodiffusion et des Télécommunications Canadiennes, telle qu'énoncée dans son rapport "Images des Femmes". Conséquemment, je veux dire quelque chose à propos:

| | | |
|--|---|---|
|  RADIO Lettres d'appel de la station _____ Emission ou annonce publicitaire _____ Jour & heure _____ <small>Média Canadien seulement</small> |  TELEVISION Lettres d'appel de la station _____ Emission ou annonce publicitaire _____ Jour & heure _____ <small>Média Canadien seulement</small> |  IMPRIME Nom de la publication _____ Article ou annonce publicitaire _____ Edition (date) _____ <small>Média Canadien seulement</small> |
|--|---|---|

Mon commentaire est le suivant:

Nom _____
 Adresse _____

LES STEREOTYPES SEXISTES SONT:

- De ne pas représenter des femmes de couleurs, de différents âges, et de différents grands et grosseurs.
- De ne pas tenir compte du fait que l'expérience de vie des femmes est de plus en plus diversifiée.
- De ne pas présenter au public un éventail complet des professions, aujourd'hui occupées par les femmes.
- L'invisibilité des femmes dans les discussions sur plusieurs sujets.
- De présenter les femmes comme objets sexuels et objets de courtoisie.
- L'invisibilité de femmes spécialistes et de femmes qui prennent des décisions.
- D'utiliser un langage qui suggère que toute personne, à moins de spécification contraire, est un homme.

Les stéréotypes sexistes sont nuisibles aux femmes parce qu'ils les déshumanisent, les dénaturent et les dégradent. La forme extrême de cette déformation est la pornographie.



ÉVALUATION-MÉDIAS
 ÉVALUATION-MÉDIAS/MEDIA WATCH
 Évaluation Nationale des Images des Femmes dans les Médias

S. V. P. Veuillez conserver une copie pour vos dossiers et envoyez une copie supplémentaire à: Évaluation-Médias/Media Watch: Évaluation-Médias C.P. 1687, Succ. H Montréal, Que. H3G 2N6 MEDIAWATCH: 209-636 West Broadway, Vancouver, B.C. V5Z 1G2

une période de deux ans afin d'améliorer leur représentation des femmes. Évaluation-Médias/MediaWatch a également présenté des mémoires au CRTC concernant la télévision payante, le prévenant qu'une programmation "adulte" mal définie et non-réglée, ouvrirait la voie à la pornographie dans les foyers. En janvier 1983, ces prévisions se sont réalisées.

Évaluation-Médias/MediaWatch s'est engagé à travailler dans cinq champs d'activité:

Assistance

- fournir des représentantes locales à travers le Canada qui éduqueront et feront évoluer l'opinion publique en ce qui a trait au sexisme et à la pornographie dans les médias.
- fournir les ressources et les procédures qui assureront que l'industrie des communications et les gouvernements sont au courant de l'opinion publique.
- regrouper les femmes qui se sont senties isolées et inefficaces et qui veulent faire partie d'un groupe imposant et productif.

Education

- conscientiser les Canadiennes et Canadiens qui ne sont pas sensibilisé(e)s aux effets néfastes du sexisme sous toutes ses formes.
- familiariser le public avec les directives données aux industries de la publicité, de la radiodiffusion et de la télédiffusion sur les stéréotypes sexistes et avec l'engagement du CRTC d'évaluer l'efficacité de l'auto-réglementation de l'industrie des communications après la période d'essai de deux ans.

Communication

- fournir des personnes ressources, de l'information, des publications et du matériel audio-visuel afin de stimuler la participation des Canadiennes et des Canadiens à l'amélioration de l'image des femmes dans les médias.

Recherche

- fournir aux groupes de volontaires des moyens de surveiller la programmation de la radio et de la télévision locales afin d'évaluer les progrès de l'auto-réglementation.

Interventions

- améliorer l'image des femmes dans les médias par la présentation de mémoires, etc., dans le but d'influencer les législateurs (trices), les dirigeant(es) ainsi que celles et ceux qui prennent les décisions dans le secteur privé.

Quelques exemples de stéréotypes sexistes:

- ne pas représenter des femmes de couleur, de différents âges, de différentes tailles;
- ne pas tenir compte que l'expérience de vie des femmes est de plus en plus diversifiée;
- ne pas présenter au public un éventail complet des postes occupés par les femmes;
- l'invisibilité des femmes dans les discussions sur plusieurs sujets;
- présenter les femmes comme appâts sexuels et objets décoratifs;
- l'invisibilité de femmes spécialistes et de femmes qui prennent des décisions;
- utiliser un langage qui suggère que toute personne, à moins de spécification contraire, est un homme.

Toute plainte mérite d'être acheminée à Évaluation-Médias/MediaWatch par le biais de la formule ci-jointe à l'adresse suivante:

ÉVALUATION-MÉDIAS
C.P. 1687, succ. H
Montréal, Québec
H3G 2N6

RESIDUALS

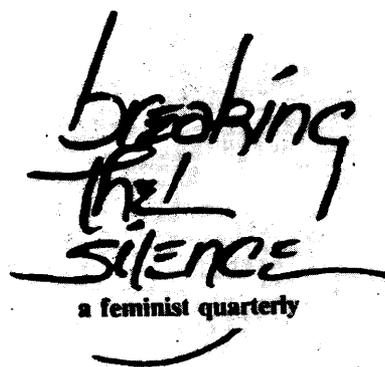
if we could erase
all sexual images
which depict violence
degrade women
men and children
sex and intimacy

if we could separate out
good images
from bad ones
right from wrong
sex from violence

if we could decide
what was truly erotic
not distorted
or unreal
or fused with pain

would there be any sound left
any visual image
any
thing

Judith Posner
Toronto, Ontario



**Justice # Poverty # Race and Class #
Lesbianism # Motherhood # Global
Issues # Social Policy # Sexuality # Peace #
Older Women # Labour # and more!**

\$10 individual \$20 institutions \$20+ supporting

Breaking the Silence Box 4857 Station E Ottawa, Ontario K1S 5J1