



Conseil économique et social

Distr. générale
14 janvier 2003
Français
Original: anglais

Commission de la condition de la femme

Quarante-septième session

3-14 mars 2003

Point 3 c) i) de l'ordre du jour provisoire*

Suivi de la quatrième Conférence mondiale sur les femmes et de la session extraordinaire de l'Assemblée générale intitulée « Les femmes en l'an 2000 : égalité entre les sexes, développement et paix pour le XXI^e siècle » : réalisation des objectifs stratégiques, mesures à prendre dans les domaines critiques et nouvelles mesures et initiatives : participation et accès des femmes aux médias et aux technologies de l'information et de la communication, leur influence sur la promotion de la femme et le renforcement du pouvoir d'action des femmes et leur utilisation à cette fin

Déclaration présentée par le Radin Institute for Family Health Education and Promotion, organisation non gouvernementale dotée du statut consultatif spécial auprès du Conseil économique et social

Le Secrétaire général a reçu la déclaration suivante, dont le texte est distribué conformément aux paragraphes 36 et 37 de la résolution 1996/31 du Conseil économique et social, en date du 25 juillet 1996.

* * *

Promotion et autonomisation de la femme : médias, technologies de l'information et de la communication et santé féminine

La présente déclaration a pour objet l'image des filles et des femmes que véhiculent les médias – télévision, cinéma, publicité, journaux et magazines – et le lien qui existe entre cette image et la santé de la femme et de la fille. Tout en soulignant l'importance des questions abordées dans l'initiative Beijing+5 ainsi que celle des objectifs de la Déclaration du Millénaire, nous estimons que l'élément

* E/CN.6/2003/1.



promotion et autonomisation de la femme doit être dûment pris en compte dans le programme de travail du Sommet mondial sur la société de l'information, qui se tiendra à Genève en 2003 ainsi que celui du Groupe d'étude sur les technologies de l'information et des communications.

Les médias sont pour les femmes la principale source d'information concernant la santé. Des études ont montré par ailleurs que filles et femmes sont influencées par l'image d'elles-mêmes que véhiculent les médias. La santé et l'éducation constituent deux domaines critiques en matière de promotion et d'autonomisation de la femme. Pour renforcer les programmes préventifs en matière de santé féminine, il faut mettre l'accent sur l'atout que représente une démarche éducative lorsqu'il s'agit de modifier des comportements. Les technologies de l'information de la communication (TIC) et les médias peuvent se révéler fort utiles dans ce domaine dans la mesure où ils permettent d'assurer une large diffusion à des programmes d'éducation sanitaires adaptés à la culture locale. Dans presque toutes les cultures, la femme (la mère) est le principal dispensateur de soins; si elle a acquis son autonomie et participe activement, elle peut contribuer pour beaucoup au succès de ces programmes.

Les TIC peuvent être utilisées pour promouvoir efficacement des comportements sains tout au long de la vie de la femme, au cours de sa petite enfance, pendant son adolescence et lorsqu'elle est en âge de procréer. Il faut donc considérer comme autant d'obstacles éventuels le manque d'accès aux TIC et l'absence des capacités nécessaires pour les utiliser dans un but éducatif, et prendre les mesures voulues pour créer un environnement porteur dans ce domaine. Nous devons faire en sorte que ces problèmes soient définis plus clairement dans une optique d'égalité entre les sexes.

Il est indispensable de donner aux associations féminines les compétences voulues pour accéder aux médias, de replacer les problèmes de santé dans un contexte social et de promouvoir des politiques idoines. Il faut pour cela comprendre comment la presse, le monde du spectacle et les milieux publicitaires présentent les questions sociales et de santé. La confusion qui règne dans la presse au sujet de la santé de la femme est dorénavant inextricablement liée à l'actualité dans le domaine de la santé. Les médias devraient aider à faire la lumière sur les deux grandes causes de décès que sont, pour les femmes, les maladies cardiaques et le cancer, or c'est le contraire qui se produit. Priorité devrait être donnée à des initiatives en matière de santé féminine à tous les stades de la production des organes de presse, à commencer par la planification des programmes.

Le message de violence et de détérioration de la situation sanitaire de la femme que véhiculent les médias et les TIC risque de mettre en péril la réalisation des objectifs de la Déclaration du Millénaire en matière d'autonomisation et de promotion de la femme. Il est indispensable de lui substituer un message de tolérance et de promotion de la santé féminine et de réunir dans un partenariat actif les médias, les institutions responsables des TIC, les gouvernements et la société civile. Des mesures doivent être prises pour rapprocher deux branches d'activité très importantes – le secteur sanitaire et les médias – afin d'étayer leur entente et d'améliorer leurs relations. Il est crucial que les responsables de ces secteurs se penchent sur l'image de la femme dans les médias et s'emploient ensemble à braquer les phares sur ce problème. Pour faire adopter par les médias et les TIC une démarche soucieuse de la promotion de la santé féminine, pouvoirs publics et

secteur privé doivent prendre une décision globale fondée sur une compréhension profonde des objectifs de la Déclaration du Millénaire.

Pour autonomiser et promouvoir la femme, il faut relever le défi que représente l'adoption par les médias et par les TIC d'une attitude favorable à la promotion de la santé féminine.
