



Экономический и Социальный

Distr.
LIMITED

E/CN.6/1995/L.17/Add.13
5 April 1995
RUSSIAN
ORIGINAL: ENGLISH

КОМИССИЯ ПО ПОЛОЖЕНИЮ ЖЕНЩИН

Тридцать девятая сессия

Нью-Йорк, 15 марта-4 апреля 1995 года

Пункт 3е повестки дня

ПОДГОТОВКА К ЧЕТВЕРТОЙ ВСЕМИРНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ПО ПОЛОЖЕНИЮ ЖЕНЩИН: ДЕЙСТВИЯ В ИНТЕРЕСАХ РАВЕНСТВА, РАЗВИТИЯ И МИРА

Проект Платформы действий

Дополнение

Глава IV

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ И МЕРЫ

J. Неравенство в отношении доступа женщин ко всем системам коммуникаций и участия в них, особенно в средствах массовой информации, и недостаточная мобилизация этих средств для содействия участию женщин в жизни общества [Мобилизация средств массовой информации на отображение вклада женщин в общество] [Ответственность средств массовой информации за влияние их содержания на женщин] [Женщины и средства массовой информации]

161. На протяжении последнего десятилетия достижения в области информационной техники способствовали развитию глобальной сети связи, которая выходит за рамки национальных границ и оказывает воздействие на государственную политику, взгляды и модели поведения частных лиц, особенно детей и молодежи. Везде существует потенциальная возможность для того, чтобы средства массовой информации вносили гораздо больший вклад в улучшение положения женщин.

162. Сейчас в области связи работает большее количество женщин, но лишь немногие из них достигли уровня принятия решений или являются членами руководящих советов или органов, оказывающих влияние на политику средств массовой информации. Об отсутствии внимания к женской проблематике в средствах массовой информации свидетельствует

неспособность искоренить основывающийся на признаках пола стереотип, сложившийся в государственных и частных, местных, национальных и международных средствах массовой информации.

163. Необходимо изменить продолжающуюся практику изображения женщин в отрицательном или унижительном свете в средствах массовой информации – электронных, печатных и аудиовизуальных. Печатные и электронные средства массовой информации в большинстве стран не создают сбалансированный образ женщин, ведущих активную и разнообразную жизнь, и их вклад в общество в изменяющемся мире. Кроме того, картины насилия и унижающая достоинство или порнографическая продукция средств массовой информации [также отрицательно воздействует] [могут также отрицательно воздействовать] на женщин и их участие в обществе. Столь же ограничивающими могут быть и программы, закрепляющие традиционную роль женщин. Глобальная тенденция к потребительству создала обстановку, в которой реклама и коммерческие передачи зачастую изображают женщин главным образом в качестве потребителей и неадекватным образом выбирают в качестве целевых групп девушек и женщин всех возрастов.

164. Следует усиливать роль женщин путем расширения их трудовых навыков, знаний и доступа к информационной технике. Это укрепит их способность бороться с отрицательным изображением женщин в международном плане и со случаями злоупотребления властью в этой все более важной отрасли экономики. Необходимо создать и укрепить саморегулирующиеся механизмы для средств массовой информации и разработать подходы, устраняющие основанные на признаках пола программы [и чрезмерный контроль или влияние транснациональных корпораций]. Большинство женщин, особенно в развивающихся странах не имеют эффективного доступа к расширяющимся потокам электронной информации и поэтому не могут создавать сети, снабжающие их альтернативными источниками информации. Поэтому женщины должны принимать участие в выработке решений по вопросам разработки новых технологий, с тем чтобы обеспечить себе полное участие в их росте и влиянии.

164 бис. При рассмотрении вопроса о мобилизации средств массовой информации правительства и другие участники этого процесса должны содействовать разработке активной и открытой политики включения женской проблематики в основное русло политики и программ.

Стратегическая цель J.1. Расширение участия и улучшение доступа женщин к учреждениям, обеспечивающим выражение мнения и принятие решений в средствах массовой информации и новых технологиях связи и через них

Деятельность, которая должна осуществляться

165. Правительствами:

) Содействие образованию, профессиональной подготовке и занятости женщин [обеспечение большего доступа женщин] [содействие равноправию женщин] для достижения доступа ко всем областям и уровням в средствах массовой информации;

) содействие изучению всех аспектов вопроса о женщинах и средствах массовой информации с целью определения областей, требующих внимания и принятия мер, и обзор существующей политики средств массовой информации с целью включения в нее женской проблематики;

а) содействие [полному и] равноправному участию женщин в деятельности средств массовой информации, включая управление, составление программ, просвещение, подготовку кадров и проведение исследований;

б) назначение женщин на паритетной основе во все консультативные, управленческие, регулирующие или контрольные органы, в том числе органы, связанные с частными и государственными или общественными средствами массовой информации;

б) бис. поощрение, в масштабах, соразмерных свободе выражения, этих органов к увеличению числа программ, составляемых для женщин и женщинами, с целью выяснения того, надлежащим ли образом рассматриваются их потребности и проблемы;

с) поощрение и признание сетей женских средств массовой информации, включая электронные сети и другие новые технологии связи, в качестве средств распространения информации и обмена взглядами, в том числе на международном уровне, и оказание с этой целью поддержки группам женщин, действующим во всех средствах массовой информации и системах связи;

новый d) [Поощрение и предоставление средств для творческого использования в средствах массовой информации присущих коренным народам форм культуры для распространения информации о развитии и социальных вопросах и поощрение развития местных средств массовой информации и программ;]

е) обеспечение гарантии свободы средств массовой информации и ее последующая защита в рамках национального права и поощрение положительного участия средств массовой информации в процессе развития и социальных вопросах;

165 бис. Национальными и международными системами массовой информации:

) разработка, с учетом свободы выражения, регулирующих механизмов, в том числе добровольных, которые содействовали бы сбалансированному и разностороннему изображению женщин в средствах массовой информации и международных системах связи и содействовали бы расширению участия женщин и мужчин в производстве и принятии решений.

166. Правительствами (в тех случаях, когда это необходимо) или национальными механизмами по улучшению положения женщин:

а) содействие разработке для женщин общеобразовательных и учебных программ с целью подготовки информации для средств массовой информации, в том числе финансирование экспериментальных работ и использование новых технологий связи, кибернетики, космической и спутниковой техники как в государственном, так и частном секторах;

а) бис. поощрение использования систем связи, в том числе новых технологий, как средства укрепления участия женщин в демократических процессах;

б) содействие составлению справочника о женщинах-экспертах в области средств массовой информации;

с) поощрение участия женщин в разработке [профессиональных руководящих принципов и кодексов проведения] [соответствующих регулирующих механизмов] с целью создания сбалансированного и [нестереотипного] образа женщин в средствах массовой информации.

167. Неправительственными организациями и профессиональными ассоциациями в области средств массовой информации:

а) содействие созданию в средствах массовой информации контрольных групп, которые могут наблюдать за средствами массовой информации и проводить с ними консультации с целью обеспечения должного отображения потребностей и проблем женщин;

б) [рассмотреть вопрос о том, чтобы обеспечить] обучение женщин методом использования информационно-технических средств в области связи и средств массовой информации;

с) создание сетей и разработка информационных программ для неправительственных организаций, женских организаций и организаций профессиональных средств массовой информации с целью признания конкретных потребностей женщин в средствах массовой информации и улучшения связи, в частности на международном уровне, для содействия диалогу Юг-Юг и Север-Юг между этими организациями;

д) [поощрение сектора средств массовой информации и учебных заведений, а также учреждений по подготовке кадров для средств массовой информации к развитию, на соответствующих языках, традиционных, свойственных коренным народам и других, присущих этническим группам, форм общения, таких, как устные рассказы, драма, поэзия и песня, и использование этих форм связи для распространения информации о процессе развития и социальных вопросах;]

Стратегическая цель J.2. Содействие созданию [положительного] [сбалансированного и нестереотипного] образа женщины в средствах массовой информации

Деятельность, которая должна осуществляться

168. Правительствами и международными организациями, в той степени, в какой это согласуется со свободой выражения мнений:

а) содействие исследованиям и осуществлению стратегии в области информации, просвещения и коммуникации, направленной на поощрение создания сбалансированного образа женщины и девушки и освещение их многочисленных ролей;

б) поощрение средств массовой информации и рекламных агентств к разработке конкретных программ, направленных на повышение информированности о Платформе действий;

новый д) поощрение к проведению профессиональной подготовки с учетом гендерного фактора для специалистов средств массовой информации, включая владельцев и менеджеров средств массовой информации, в целях содействия созданию и использованию [положительных] [нестереотипных] образов женщин в средствах массовой информации;

д) bis. [поощрение средств массовой информации к тому, чтобы они воздерживались от изображения женщин как неполноценных существ, используемых в качестве объекта для удовлетворения сексуальных потребностей и в качестве товара, а изображали их в качестве творческой человеческой личности, ключевого участника процесса развития, который вносит в него вклад и пользуется его благами;]

новый е) содействие распространению концепции, согласно которой преподносимые средствами массовой информации негативные стереотипные образы женщин являются по своему характеру дискриминационными и унижающими достоинство, а также оскорбительными;

новый f) принятие эффективных мер или разработка таких мер, включая принятие надлежащего законодательства, которые запрещали бы порнографию и изображение насилия в отношении женщин и детей в средствах массовой информации;

169. Средствами массовой информации и рекламными агентствами:

а) разработка [надлежащих регулирующих механизмов] [руководящих принципов и кодексов профессионального поведения] и других форм саморегулирования в целях содействия презентации нестереотипных образов женщин;

б) [подготовка руководящих принципов и кодексов профессионального поведения, связанных с насилием, унижающими достоинство или порнографическими материалами, касающимися женщин, в средствах массовой информации, включая рекламу;]

с) учет женской проблематики в контексте решения всех проблем, вызывающих озабоченность общин, потребителей и гражданского общества.

а) bis. расширение участия женщин в процессе принятия решения на всех уровнях средств массовой информации.

170. Средствами массовой информации, неправительственными организациями и частным сектором в сотрудничестве, когда это целесообразно, с национальными механизмами по улучшению положения женщин:

а) поощрение справедливого распределения семейных обязанностей с помощью проводимых средствами массовой информации кампаний, в рамках которых [особое внимание уделяется равенству полов и нестереотипному распределению ролей женщин и мужчин в семье] и распространяется информация, нацеленная на искоренение злоупотреблений в отношении одного из супругов и детей и всех форм насилия в отношении женщин, включая насилие в семье;

б) подготовка и/или распространение помещаемых в средствах массовой информации материалов о руководителях-женщинах, в частности, [как о заботливых матерях, приносящих счастье в семье] о менеджерах и предпринимателях из числа женщин как образцах для подражания, в особенности для молодых женщин;

б) bis. содействие широкомасштабным кампаниям с использованием государственных и частных учебных программ в целях распространения информации о правах человека женщин [о правах женщин, предусмотренных в международных документах по правам человека] для расширения информированности женщин об их правах человека;

с) [содействие созданию новых альтернативных средств массовой информации и использование всех средств коммуникации для распространения информации среди женщин и о женщинах и их проблемах.] [Создание и финансирование новых альтернативных средств массовой информации и использование всех средств коммуникации для распространения информации среди женщин и по женской проблематике и об их проблемах.]

с) *bis.* разработка подходов и профессиональная подготовка экспертов по вопросам применения гендерного анализа в отношении программ средств массовой информации.
