



ЧЕТВЕРТАЯ МИРНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПО ПОЛОЖЕНИЮ ЖЕНЩИН

Distr.
LIMITED

A/CONF.177/L.5/Add.14
13 September 1995
RUSSIAN
ORIGINAL: ENGLISH

Пекин, Китай

4-15 сентября 1995 года

Пункт 9 повестки дня

ПЛАТФОРМА ДЕЙСТВИЙ

Доклад Главного комитета

Добавление

1. На _____ заседании ____ сентября 1995 года Главный комитет утвердил раздел J главы IV проекта платформы действий и рекомендовал его для принятия Конференцией. С заявлениями выступили представители _____.

2. Текст раздела J главы IV гласит:

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

234. 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 поведение людей, особенно детей и молодежи. Везде существует потенциальная возможность для того, чтобы средства массовой информации вносили гораздо больший вклад в улучшение положения женщин.

235. Сейчас в области средств коммуникации работает больше женщин, но лишь немногие из них достигли уровня принятия решений или являются членами правлений или органов, оказывающих влияние на политику в области средств массовой информации. Об

отсутствии внимания к гендерной проблематике в средствах массовой информации свидетельствует неспособность искоренить стереотипизацию по признаку пола, которую можно обнаружить в государственных и частных местных, национальных и международных средствах массовой информации.

236. Необходимо изменить продолжающуюся практику изображения женщин в отрицательном или унижительном свете в материалах средств 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 социальный вклад в меняющемся мире. Кроме того, картины насилия и унижающая достоинство или порнографическая продукция средств массовой информации также отрицательно воздействуют на положение женщин и их участие в жизни общества. 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 девочек и женщин всех возрастов.

237. Следует усиливать роль женщин путем расширения их трудовых навыков, знаний и доступа к информационной технике. Это укрепит их способность бороться на международном уровне с отрицательным изображением женщин и со случаями злоупотребления влиятельностью этой все более важной отрасли экономики. Необходимо создать и укрепить саморегулирующиеся механизмы для средств массовой информации и разработать подходы, устраняющие тенденциозное с гендерной точки зрения программирование. Большинство женщин, особенно в развивающихся странах, не имеют эффективного доступа к расширяющимся каналам электронной информации и поэтому не могут создавать сети, обеспечивающие их альтернативными источниками информации. Поэтому необходимо вовлекать женщин в процесс принятия решений относительно разработки новых технологий, с тем чтобы они в полной мере участвовали в их становлении и деятельности.

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

[Повышение роли традиционных и современных средств массовой информации
в целях эффективной пропаганды равенства женщин и мужчин]

Стратегическая цель J.1. Расширение возможностей и доступности для женщин
выражать свои мнения и участвовать в принятии
решений в средствах массовой информации и
технологически новых средствах коммуникации

Деятельность, которая должна осуществляться

239. Правительствами:

- а) содействие образованию, профессиональной подготовке и занятости женщин, содействие равноправию женщин для достижения доступа ко всем областям и уровням в средствах массовой информации;

- b) 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 гендерной проблематики;
- c) содействие полному и равноправному участию женщин в деятельности средств массовой информации, включая управление, составление программ, просвещение, подготовку кадров и проведение исследований;
- d) целенаправленное обеспечение сбалансированной представленности женщин и мужчин при назначении во все консультативные, управленческие, регулирующие или контрольные органы, в том числе органы, связанные с частными и государственными или общественными средствами массовой информации;
- e) поощрение, в масштабах, соразмерных свободе выражения мнения, этих органов к увеличению числа программ, составляемых для женщин и женщинами, с целью обеспечить надлежащее рассмотрение их потребностей и проблем;
- f) поощрение и признание сетей женских средств массовой информации, включая электронные сети и другие новые коммуникационные технологии, 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 коммуникации;
- g) поощрение творческого использования программ в национальных средствах массовой информации для распространения сведений о различных формах культуры коренных народов и о разработке социальных и образовательных вопросов в этой связи в рамках внутригосударственного права и обеспечение средств и стимулов для этого;
- h) обеспечение гарантий свободы средств массовой информации и ее последующей защиты в рамках национального права [и поощрение позитивного участия средств массовой информации в решении вопросов развития и социальных вопросов].

240. Национальными и международными системами массовой информации:

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

241. Правительствами, когда это необходимо, или национальными механизмами по улучшению положения женщин:

- a) содействие разработке для женщин общеобразовательных и учебных программ с целью подготовки информации для средств массовой информации, включая финансирование экспериментальных работ, и использованию новых коммуникационных технологий, киберпространства и спутниковых средств связи, будь то в государственном или частном секторах;

- b) поощрение использования систем коммуникации, в том числе новых технологий, как средства усиления участия женщин в демократических процессах;
- c) содействие составлению справочника о женщинах-экспертах в области средств массовой информации;
- d) поощрение участия женщин в разработке профессиональных руководящих принципов и кодексов поведения или других соответствующих саморегулирующихся механизмов с целью содействия созданию сбалансированного и нестереотипного образа женщин в средствах массовой информации.

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

- a) содействие созданию в средствах массовой информации наблюдательных групп, которые могут наблюдать за средствами массовой информации и проводить с ними консультации с целью обеспечения должного отражения потребностей и проблем женщин;
- b) обучение женщин методам более широкого использования информационной техники в области связи и средств массовой информации, в том числе на международном уровне;
- c) создание сетей и разработка информационных программ для неправительственных организаций, женских организаций и профессиональных организаций средств массовой информации с целью признания конкретных потребностей женщин в средствах массовой информации и содействия расширению участия женщин в коммуникационном процессе, особенно на международном уровне, в поддержку диалога Юг-Юг и Север-Юг между этими организациями, в частности в целях укрепления прав женщин и равенства между женщинами и мужчинами;
- d) поощрение развития индустрией средств массовой информации и учебными заведениями, а также учреждениями по подготовке кадров для средств массовой информации, на соответствующих языках, традиционных, свойственных коренным народам и других, присущих этническим группам, форм общения, таких, как устное творчество, театр, поэзия и пение, [отражающих их культуры] [отражающих их собственные культурные ценности] [отражающих их духовные, нравственные и религиозные ценности] и использование этих форм коммуникации 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

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

- a) содействие исследованиям и осуществлению стратегии в области информации, просвещения и коммуникации, направленной на поощрение создания сбалансированного образа женщины и девочки и освещение их многочисленных ролей;
- b) поощрение разработки средствами массовой информации и рекламными агентствами конкретных программ, направленных на повышение информированности о Платформе действий;
- c) поощрение профессиональной подготовки с учетом гендерных аспектов специалистов средств массовой информации, включая владельцев и руководителей средств массовой информации, в целях содействия созданию и использованию нестереотипных, сбалансированных и разнообразных образов женщин в средствах массовой информации;
- d) поощрение средств массовой информации к тому, чтобы они воздерживались от изображения женщин как неполноценных людей и не использовали их в качестве объекта для удовлетворения сексуальных потребностей и товара, а представляли их в качестве творческих человеческих личностей, ключевых участниц процесса развития, которые вносят в него вклад и пользуются его благами;
- e) пропаганде идеи о том, что преподносимые средствами массовой информации негативные стереотипные образы женщин являются по своему характеру дискриминационными и унижающими достоинство, а также оскорбительными;
- f) принятие или введение эффективных мер, включая принятие надлежащего законодательства, которые были бы направлены на борьбу с порнографией и изображением насилия в отношении женщин и детей в средствах массовой информации.

244. Средствами массовой информации и рекламными агентствами:

- a) разработка, сообразно с принципом свободы волеизъявления, руководящих принципов и кодексов профессионального поведения и других форм саморегулирования в целях содействия презентации нестереотипного образа женщины;
- b) установление, сообразно с принципом свободы волеизъявления, руководящих принципов и кодексов профессионального поведения в отношении насилия, унижающих достоинство или порнографических материалов, касающихся женщин, в средствах массовой информации, включая рекламу;
- c) учет гендерной проблематики в контексте решения всех проблем, вызывающих озабоченность общин, потребителей и гражданского общества;
- d) расширение участия женщин в процессе принятия решений на всех уровнях средств массовой информации.

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

- a) 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 грубого обращения в отношении одного из супругов и детей и всех форм насилия в отношении женщин, включая насилие в семье;

- b) подготовка и/или распространение помещаемых в средствах массовой информации материалов о руководителях-женщинах, в частности как о руководителях, которые приносят в свою работу на этом посту многочисленный и разнообразный жизненный опыт, включающий, но не ограничивающийся опытом в деле разумного сочетания рабочих и семейных обязанностей в качестве матерей, как о профессиональных работниках, о менеджерах и предпринимателях из числа женщин, для создания образцов для подражания, в особенности для молодых женщин;
- c) содействие широкомасштабным кампаниям с использованием государственных и частных учебных программ в целях распространения информации и повышения осведомленности о правах женщин;
- d) содействие созданию и финансирование, в зависимости от обстоятельств, новых альтернативных средств массовой информации и использование всех средств коммуникации для распространения информации среди женщин и о женщинах и их проблемах;
- e) разработка подходов и профессиональная подготовка экспертов по вопросам применения гендерного анализа в отношении программ средств массовой информации.
