

Distr.
GENERAL

E/CN.6/1996/4
23 January 1996
ARABIC
ORIGINAL : ENGLISH

المجلس الاقتصادي والاجتماعي



لجنة مركز المرأة

الدورة الأربعون

١١ - ٢٢ آذار / مارس ١٩٩٦

البند ٥ (أ) من جدول الأعمال المؤقت *

رصد تنفيذ استراتيجيات نرويجي التطلعية للنهوض بالمرأة

الموضوع ذو الأولوية : المساواة

القضاء على القوالب الفكرية الجامدة في وسائل الإعلام الجماهيري

تقرير الأمين العام

موجز

اختارت لجنة مركز المرأة، في دورتها الرابعة والثلاثين، موضوع "القضاء على القوالب الفكرية الجامدة لتصوير المرأة في وسائل الإعلام"، بوصفه موضوعاً ذا أولوية لدورتها الأربعين تحت عنوان "المساواة". وناقش هذا التقرير التغييرات في تصوير المرأة في وسائل الإعلام، بما في ذلك زيادة العنف، وينظر في مختلف التدابير التي اتخذت لتحقيق تصوير أكثر توازناً، مستفيداً من التوصيات الواردة في إعلان وخطة عمل بيجين، اللذين اعتمدا في المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة. وناقش التقرير أيضاً التطورات الأخيرة في قطاع الاتصالات، بما في ذلك التحديات التي تفرضها التكنولوجيات الجديدة. ويصف أيضاً الأنشطة التي اضطلعت بها الأمم المتحدة، ويحدد القضايا التي تحتاج إلى مزيد من الإيضاح والدراسة. ويميز بين التغييرات التي يمكن إحداثها باتخاذ تدابير في إطار بنى وسائل الإعلام الموجودة وتلك التي يمكن إدخالها من خارج هذه البنى.

قائمة المحتويات

الصفحة	الفقرات	
٣	٧ - ١	مقدمة
٥	١٠ - ٨	أولا - حرية الصحافة وحرية التعبير من حيث علاقتهما بحقوق الإنسان للمرأة
٦	١٩ - ١١	ثانيا - التغييرات في هياكل وعمل وسائط الإعلام وآثار هذه التغييرات على المرأة
٧	١٥ - ١٣	ألف - التحديات التي تفرضها التكنولوجيات الجديدة
٧	١٧ - ١٦	باء - العاملون في وسائط الإعلام
٨	١٩ - ١٨	جيم - وسائط الإعلام البديلة
٩	٢٩ - ٢٠	ثالثا - التغييرات في تصوير المرأة
٩	٢٣ - ٢٠	ألف - التقدم والانتكاس في تصوير الجنسين
١٠	٢٥ - ٢٤	باء - الدعايات والإعلانات
١٠	٢٦	جيم - المرأة في السياسة
١١	٢٩ - ٢٧	دال - زيادة تصوير العنف، لا سيما العنف الجنسي، ضد المرأة
١٢	٥٢ - ٣٠	رابعا - تدابير لتحسين وصول المرأة إلى وسائط الإعلام والقضاء على القوالب النمطية
١٢	٣٦ - ٣١	ألف - التغييرات من داخل وسائط الإعلام
١٤	٤٩ - ٣٧	باء - التغييرات من خارج وسائط الإعلام
١٨	٥٢ - ٥٠	جيم - الأنشطة في إطار منظومة الأمم المتحدة
١٩	٥٣	خامسا - أسئلة ختامية لمزيد من الدراسة

مقدمة

١ - شهد العالم على مدى العقود القليلة الماضية ثورة في ميدان الاتصالات - الإلكترونية والمطبوعة والبصرية والمسموعة. وأحرز تقدم في مجال تكنولوجيا الحاسوب، والإرسال والاستقبال التلفزيوني بواسطة التوايح الاصطناعية والكيلات والوصول إلى المعلومات على صعيد عالمي. وأنشئت فرص جديدة لمشاركة المرأة في وسائط الاتصال الجماهيري ونشر المعلومات عن المرأة. ولكن، على الرغم من جميع هذه التطورات، فإن التقدم في القضاء على التصوير النمطي للمرأة في وسائط الإعلام كان بطيئاً. وأخذاً لهذه المسألة في الحسبان، اختارت لجنة مركز المرأة، في دورتها الرابعة والثلاثين، موضوع القضاء على القوالب الفكرية الجامدة لتصوير المرأة في وسائط الإعلام، بوصفه موضوعاً ذا أولوية لدورتها الأربعين تحت عنوان "المساواة".

٢ - ركزت حركة المرأة في أيامها الأولى على اتخاذ موقف ناقد لوسائط الإعلام، التي اتهمت بأنها متورطة تورطاً كبيراً في ممارسة أنماط من التمييز ضد المرأة في المجتمع. وأدرك المنتقدون أن لدى وسائط الإعلام القوة لتغيير المفاهيم والمواقف وقد تكون أدوات مفيدة للنهوض بالمرأة وتعزيز المساواة بين الرجال والنساء. وبزيادة وسائل الاتصالات الجديدة، أصبحت وسائط الإعلام من بين أقوى العوامل الاجتماعية في المجتمع العصري، ودورها، سواء في تشكيل القوالب النمطية أو تعزيز تمثيل أعدل وأدق للمرأة، دور لا شك فيه. وكما جاء في منهاج عمل بيجين "الإمكانية متوفرة في كل مكان لكي تقدم وسائط الإعلام مساهمة أكبر بكثير في مجال النهوض بالمرأة."^(١)

٣ - الرجال والنساء على حد سواء مواضيع في وسائط الإعلام للقبولة النمطية القائمة على أساس نوع الجنس. فالمرأة غالباً ما تقدم في أدوار الأنوثة والرعاية البدائية أو بوصفها وسيلة لإشباع الجنس. وجاءت أشد الانتقادات للقوالب النمطية الخيالية للجمال التي تلتصق بالمرأة من جانب النساء اللواتي يواجهن حواجز تحول دون تقدمهن لأسباب تتعلق بالعرق والسن والإثنية والإعاقة. وطلبت الانتقادات السابقة ببساطة إزالة التصوير النمطي أو الصور السلبية للمرأة، دون أن تأخذ في الاعتبار أنه يجري تقييم أي انتقاد لما يسمى بالصور السلبية والصور الإيجابية. ويعكس منهاج بيجين تفكيراً جديداً حيث يقول "فوسائط الإعلام المطبوعة والإلكترونية في معظم البلدان لا توفر صورة متوازنة عن تنوع حياة المرأة ومساهماتها في المجتمع في عالم متغير."^(٢) ويدعو منهاج إلى "تقديم صورة متوازنة للمرأة والفتاة والأدوار المتعددة لهما"^(٣) ويشجع على "استخدام صور متوازنة ومتنوعة ولا تقوم على القوالب النمطية للمرأة في وسائط الإعلام."^(٤)

٤ - وقد لقيت القبولية النمطية للمرأة في وسائط الإعلام وتأثير وسائط الإعلام على الرأي العام إزاء دور المرأة قدراً كبيراً من الاهتمام في أعمال الأمم المتحدة الموجهة للنهوض بالمرأة. وكان عقد الأمم المتحدة للمرأة عاملاً حافزاً على الأنشطة في ميدان المرأة ووسائط الإعلام. واستهدفت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو) أول استعراض وبحث دوليين في هذا الميدان. وأبدت لجنة مركز المرأة منذ وقت طويل

اهتمامها بالمرأة ووسائل الإعلام، ابتداءً من الفترة التي سبقت عقد المؤتمر العالمي للسنة الدولية للمرأة، الذي انعقد في مدينة المكسيك في عام ١٩٧٥. وفي عام ١٩٧٩، عينت مقررته خاصة للاضطلاع بدراسة عن أثر وسائل الإعلام الجماهيري على الأدوار المتغيرة للرجل والمرأة؛ وقدمت الدراسة فيما بعد إلى المؤتمر العالمي لعقد الأمم المتحدة للمرأة، الذي انعقد في كوبنهاغن في عام ١٩٨٠. ^(٥) واعترف من البداية بأن بعض المواقف العميقة الجذور المستندة إلى أنماط ثقافية تمثل عقبات كأداء أمام النهوض بالمرأة. وقد مكن التقدم التكنولوجي في وسائل الإعلام الجماهيري من نشر هذه المواقف على نطاق واسع. وأدرك بالفعل أنه ينبغي للتدابير الهامة اللازمة لإحداث تغيير أن تشتمل على الرصد والتنظيم من قبل الحكومات بغية النهوض بمشاركة المرأة في وسائل الإعلام وتدعيم دور وسائل الإعلام بوصفها عوامل دمج.

٥ - وشددت استراتيجيات نيروبي التطلعية للنهوض بالمرأة على الدور الحاسم لوسائل الإعلام في النهوض بمركز المرأة ودورها في التنمية، ودعت إلى إزالة الصور الاستغلالية والنمطية للمرأة من مختلف أشكال وسائل الإعلام، بما فيها الإعلان. ^(٦) وكان النهج الذي اتخذته الاستراتيجيات تجاه المرأة ووسائل الإعلام قاصراً على التركيز على وسائل الإعلام البديلة، وشبكات الاتصال التي يديرها القطاع العام، والآثار الضارة التي قد يخلفها الإعلام على المواقف تجاه النساء وفيما بينهن. ومع أن الاستراتيجيات تطرقت إلى الصور التي تحط من شأن المرأة في المقالات والبرامج التي تنشر على نطاق عالمي، فإنه لم يجر الربط بين تصوير العنف ضد المرأة في وسائل الإعلام والعنف ضد المرأة في الأسرة والمجتمع إلا في الاستعراض الأول لتنفيذ الاستراتيجيات وتقييمه الذي أجري في عام ١٩٩٠. وأدرك أن استمرار وسائل الإعلام في نشر الصور النمطية، لا سيما تمجيد الأدوار التقليدية للرجل والمرأة، أضر النهوض بالمرأة بتوفير مبررات لوضع رهن تعوزه المساواة. وشدد المجلس الاقتصادي والاجتماعي في قراره ١٥/١٩٩٠ على أنه ينبغي للحكومات، بالتعاون مع المجموعات النسائية، أن تتخذ الخطوات اللازمة للإقلال من وضع المرأة في قوالب جامدة في وسائل الإعلام الجماهيري، سواء بقيام تلك الوسائل بفرض رقابة ذاتية على برامجها أو باتخاذ تدابير أخرى.

٦ - درس الاستعراض الثاني لتنفيذ استراتيجيات نيروبي التطلعية للنهوض بالمرأة وتقييمه، الذي اضطلع به في عام ١٩٩٥، إسهام وسائل الإعلام تجاه المرأة والتنمية، وشدد على الإنجازات في ميدان وسائل الإعلام البديلة ومشاركة النساء في وسائل الإعلام الرئيسية. وخلصت الدراسة إلى الاستنتاج بأنه يجري إدراك أن علاقة الترابط بين المرأة ووسائل الإعلام والتنمية تحتل مكاناً رئيسياً في الإجراءات والأبحاث وصنع القرار والتمويل وغيرها من الميادين على الأصعدة المحلية والوطنية والدولية. ^(٧)

٧ - وللبناء على الأعمال السابقة وعلى منهاج عمل تورونتو، ^(٨) ذهب المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، الذي انعقد في بيجين في عام ١٩٩٥، خطوة أخرى عندما اعتبر "المرأة والتنمية" مجالاً من بين مجالات الاهتمام الحاسمة الإثني عشر. ويحدد منهاج عمل بيجين الإجراءات الواجب اتخاذها في إطار هدفين استراتيجيين، هما:

(أ) زيادة مشاركة المرأة وتحسين فرصها للتعبير عن آرائها وصنع القرارات في وسائط الإعلام وتكنولوجيات الاتصال الجديدة ومن خلالها:

(ب) تشجيع تقديم صورة متوازنة وغير نمطية للمرأة في وسائط الإعلام.

ويحدد المنهاج بوضوح مختلف العناصر الفاعلة - الحكومات وشبكات وسائط الإعلام الوطنية والدولية والأجهزة الوطنية للنهوض بالمرأة والمنظمات غير الحكومية والرابطات المهنية لوسائط الإعلام - المسؤولة عن اتخاذ إجراءات في مجال مشاركة المرأة مشاركة كاملة ومتساوية في الوصول إلى وسائط الإعلام الجديدة واستخدامها وفي مكافحة القوالب النمطية. ويقدم منهاج عمل يبيح رأياً متشدداً إزاء تدابير مكافحة القوالب النمطية، بما فيها سن تشريعات مناسبة لمكافحة الإباحية وعرض العنف ضد المرأة، ووضع مبادئ توجيهية ومدونة لقواعد السلوك تكون متسقة مع حرية التعبير.^(٩) ويركز هذا التقرير على الهدف الاستراتيجي الثاني المحدد في برنامج العمل ويناقش تدابير يمكن استخدامها لتحقيق تصوير أكثر توازناً وإنصافاً للنساء والفتيات في أدوارهن المتعددة في المجتمع مما يسهم في النهاية في إحداث تغيير في تصوير الرجال والعلاقات بين الجنسين.

أولاً - حرية الصحافة وحرية التعبير من حيث علاقتهما بحقوق الإنسان للمرأة

٨ - أي حديث عن تنظيم محتوى وسائط الإعلام يواجه بالحاجة إلى ضرورة احترام الصحافة وحريتها واحترام حرية التعبير. وحق التمتع بحرية الرأي والتعبير، الذي يشمل الحق في اعتناق الآراء دون مضايقة وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود، منصوص عليه في المادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان. ويُعترف بحرية وسائط الإعلام من رقابة وقمع الدولة بوصفها شرطاً لقيام مجتمع ديمقراطي.

٩ - وحرية الصحافة وحقوق المرأة من حيث علاقتهما بوسائط الإعلام لا يمكن النظر إلى أي منهما بمعزل عن الأخرى. فإذا لم تتمتع المرأة بنفس فرص الرجل في الوصول إلى وسائط الإعلام وحرية التعبير فإن حرية الصحافة لم تتحقق. وتقول الصحافيات المنتميات إلى البلدان النامية إن هناك علاقة بين قمع المرأة في وسائط الإعلام وحصول وسائط الإعلام على الحرية ككل.^(١٠) وفي بعض البلدان، أدت زيادة مشاركة و بروز المرأة في وسائط الإعلام، وهو ما يرمز إلى زيادة مشاركة المرأة في الحياة العامة، في كثير من الأحيان إلى جعل النساء أهدافاً للعنف وعدم التسامح وحتى للإرهاب الموجه على أساس نوع الجنس.

١٠ - يتوفر الدليل على أن عمل الصحافيات في مناطق الحروب أضاف بعداً جديداً إلى مجالات التقارير الرئيسية عن النزاع. فعلى سبيل المثال، أسهمت الصحافيات من خلال تقاريرهن عن الحرب في يوغسلافيا

السابقة في تركيز اهتمام العالم بأسره على عمليات اغتصاب النساء بصورة منهجية في النزاعات المسلحة والاعتراف بأن هذه العمليات جرائم حرب.

ثانيا - التغييرات في هياكل وعمل وسائط الإعلام وآثار هذه التغييرات على المرأة

١١ - مرت هياكل وطريقة عمل وسائط الإعلام، على مختلف المستويات، بتغييرات جذرية على مدى العقدين الماضيين. وفي العديد من البلدان، التي كانت توجد فيها في السابق إذاعات حكومية تديرها الحكومة وتنظمها الدولة، لم يترك ظهور وسائط إعلام إلكترونية جديدة، تستطيع أن تبث بسهولة رسائل وبرامج عبر الحدود الوطنية، للحكومات الوطنية إلا قدراً ضئيلاً من السيطرة، إن كان قد ترك لها أي سيطرة على الإطلاق. فوسائط الإعلام المستندة إلى قوى السوق والتي تنظم نفسها ذاتياً والتطورات التكنولوجية جعلت نظام التدابير التنظيمية القديم لوسائط الإعلام، الذي وضعته الحكومات بهدف ضمان التنوع والإنصاف وحماية حقوق الأقليات، نظاماً بالياً. وواجه عدد من البلدان انتشار الإذاعات الخاصة. وفي وسائط الإعلام المكتوبة، أدت الدعوة إلى الديمقراطية إلى إحداث تغييرات جذرية وإلى زيادة المواد المطبوعة في بعض المناطق، مثل بلدان وسط أوروبا وأوروبا الشرقية.

١٢ - لا تزال ثورة المعلومات تعمل على استمرار العديد من أوجه عدم المساواة. ولئن حولت شبكات المعلومات والاتصالات العالمية العالم إلى "قرية عالمية"، فإن الغالبية العظمى من شعوب العالم لا تشارك على قدم المساواة في الانتاج أو الاستهلاك على حد سواء. وقد تكون هذه التغييرات قد فتحت أبواباً أمام المرأة لا سيما حصولها على المعلومات والعمل في وسائط الإعلام - إلا أن عدم المساواة لا يزال قائماً، وأصبح عرض القوالب النمطية منتشراً على صعيد عالمي. والسيطرة المتزايدة لحفنة من الشركات عبر الوطنية على وسائط الإعلام، لها قدرة على البث على صعيد عالمي، وتبث صوراً ومواد مطبوعة على صعيد الكرة الأرضية، جلبت معها تصدير النماذج والمعايير الثقافية، والمفاهيم والآراء المسبقة، بما فيها تلك المتصلة بالجنسين، والقوالب النمطية الثقافية والإثنية. فصور المعلومات والتسليّة الآتية من عدد قليل من البلدان المتقدمة تفرق حتى أقصى المناطق على وجه المعمورة. وقد كان لعملية التوجه التجاري أثر على مضمون ونوعية البرامج، وتغيرت أشكال الاتصالات تغييراً جذرياً. والحدود المميزة بين المعلومات والتسليّة، وبين الإنتاج والتوزيع آخذة في الاضمحلال. وقد يكون لهذه الاتجاهات أثر كبير على مستقبل الذين يعيشون في القرية العالمية. ^(١١) وقد أعربت بلدان نامية عديدة في إفريقيا وآسيا والشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي عن قلقها إزاء ما تبثه الشبكات العابرة للحدود من صور ورسائل غالباً ما تتعارض مع القيم والتقاليد المحلية وتفتقر إلى الواقعية والأهمية الاجتماعية. بيد أن الجمهور - ولا سيما النساء - غالباً ما يكون تجاوبه محبذاً لهذه الصور والرسائل.

ألف - التحديات التي تفرضها التكنولوجيات الجديدة

١٣ - يعمل ازدهار التكنولوجيات الجديدة على تحويل وسائط الاتصال بسرعة. ومن بين أهم التكنولوجيات الجديدة شبكات الحاسوب، بما فيها شبكات الوسائط البصرية والمطبوعة، التي تفتح طرائق جديدة للاتصالات وتتيح تبادل الاتصال على الصعيد المحلي أو العالمي، وتوفر الوصول إلى مصادر المعلومات البعيدة. ونظراً للتكاليف المنخفضة نسبياً للبنى الأساسية، فإن شبكات الحاسوب تصبح بصورة متزايدة في متناول اليد في بعض البلدان النامية. والتفاوت فيما بين المناطق وبين المناطق الحضرية والريفية آخذ في التزايد. ^(١٣)

١٤ - تحمل الشبكات الجديدة في ثناياها إمكانية إضعاف الطابع الديمقراطي على المعلومات والاتصالات، نظراً لطبيعتها التي تتسم بالتفاعل والمشاركة، ولكن المجموعات النسائية أثارَت التساؤلات إزاء وصول المرأة إليها واستخدامها. وتدل الشواهد على أن عدد النساء المتمكنات من التكنولوجيات الجديدة أقل من عدد الرجال؛ فعلى سبيل المثال، تشكل النساء حوالي ١٠ في المائة فقط من مستخدمي شبكة إنترنت (Internet) في الولايات المتحدة. ولا تتمتع المرأة بتكافؤ الفرص في الوصول إلى أجهزة الحاسوب في المدارس والبيوت، كما أن بيئة الحاسوب، بما فيها لغة الحاسوب ونظم تشغيله، غالباً ما تكون معادية للمرأة. ^(١٤) وقد انتقد عدد من مجموعات المستهلكين والمجموعات ذات الاهتمام الخاص وجود مواد جنسية فاضحة وتصوير العنف ضد المرأة على شبكة إنترنت.

١٥ - وأثناء الإعداد للمؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، استخدمت النساء سيبرسبيس (Cyberspace) بصورة متزايدة. وكما كان الحال في مؤتمرات عالمية أخرى، أقامت الأمم المتحدة ومجموعة المنظمات غير الحكومية عدداً من المعدات الفضائية والموصولة بأجهزة الحاسوب للاتصالات بين المنظمات النسائية. وللمساعدة على نشر المعلومات عن المؤتمر، أنشأت شعبة النهوض بالمرأة، بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، مركزاً لشبكة World Wide Web للمؤتمر على شبكة إنترنت. وعقد برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ونسق أيضاً مؤتمراً على الهواء قبل المؤتمر باستخدام مركز لشبكة Web وآلية للبحث عن المعلومات (gopher server). وكان الطلب على الخدمات كبيراً، إذ بلغ ١٦٠ ٠٠٠ طلب جاءت من ٦٨ بلداً مختلفاً، مقابل ١١ ٠٠٠ طلب فقط أثناء مؤتمر القمة الاجتماعي الذي انعقد في كوبنهاغن قبل ستة أشهر فقط.

باء - العاملون في وسائط الإعلام

١٦ - شهد عدد من البلدان على مدى العقدين الماضيين زيادة حادة في استخدام المرأة في وسائط الإعلام. وفي بعض البلدان، تضاعف عدد الصحافيات منذ السبعينيات. وأصبح وجود المرأة واضحاً بصورة متزايدة في وسائط الإعلام، لا سيما على التلفزيون. بيد أنها وراء الكواليس لا يزال تقدمها المهني يواجه عوائق ولا تستطيع الحصول إلا على عدد محدود من الوظائف. واستخدام المرأة في وسائط الإعلام ليس مجرد مسألة تكافؤ فرص

الوصول، بل إنه أيضاً تأثير على المخرجات على هيئة قدر أكبر من تنوع الصور والرسائل وتحديد مضمون الأخبار وتأكيد على تصوير المرأة والرجل وعلى تنوع هذا التصوير.

١٧ - لا يزال التباين بين فرص المرأة والرجل في التدريب والاستخدام قائماً. ففني إحصائية شملت ٧٠ بلداً، مثلت النساء في ثلثي هذه البلدان ما يزيد على ٥٠ في المائة من دارسي علوم الاتصالات. إلا أنها تشغل أقل من نصف الوظائف في وسائل الإعلام. ومع أن وجود النساء أصبح على مدى العقد الماضي أكثر وضوحاً، لا سيما كمقدمات برامج أو مذيعات أو مراسلات صحافيات في محطات الإذاعة والتلفزيون، فإنهن غير ممثلات تمثيلاً كاملاً في وظائف الإنتاج والابتكار والوظائف الفنية وفي المراكز الإدارية العليا حيث يمكن أن يكون لهن أثر على مضمون البرامج والمساعدة على كفاءة تغطية الشواغل ذات الأولوية للمرأة تغطية شاملة. ففني المنظمات الإذاعية في أوروبا الغربية، على سبيل المثال، تشغل النساء ٥ في المائة فقط من الوظائف الفنية، ولكنها تشغل حوالي ٥٠ في المائة من الوظائف الإدارية والسكرتارية المتدنية المستوى والوظائف التنظيمية الدنيا.^(١٣)

جيم - وسائل الإعلام البديلة

١٨ - أثناء العقد الماضي، شهدت معظم المناطق نمواً مطرداً في وسائل الإعلام البديلة للمرأة في جميع أشكالها، وشهدت وسائل الإعلام المطبوعة أول زيادة وأسرعها في جميع المناطق. (الاصطلاح "بديلة" يمكن أن يعني استخداماً بديلاً لوسائل الإعلام ووسائل الإعلام التي تقع خارج إطار وسائل الإعلام الرئيسية، كليهما). ووسائل الإعلام البديلة المستقلة التي تسيطر عليها المرأة تشمل الصحافة المكتوبة والأشرطة البصرية (الفيديو) والأفلام السينمائية والإذاعة، وبصورة متزايدة، تكنولوجيات الاتصالات الجديدة. كما أن وسائل الاتصال التقليدية، مثل المسرحيات الشعبية وبرامج الغناء والرقص، لا تزال تستخدم لخلق وعي اجتماعي وسياسي بين النساء. وقد أنشأت النساء واستخدمت قنوات بديلة للاتصالات لدعم جهودها والدفاع عن حقوقها ونشر أشكال التمثيل الخاصة بها والتشكيك في النموذج المهيمن على الثقافة الرئيسية. وازداد أيضاً الإنتاج البديل من قبل المرأة وللمرأة في إطار وسائل الإعلام الرئيسية.

١٩ - وتملك الرابطات النسائية والمنظمات غير الحكومية محطات إذاعة ودور نشر واستديوهات لإنتاج الأشرطة البصرية والأفلام السينمائية. ولا تزال محطات الإذاعة هي أرخص أشكال وسائل الإعلام وأوسعها انتشاراً في البلدان النامية. ومحطة الإذاعة Feminist International Radio Endeavour، التي أنشئت في عام ١٩٨٤، مثال على المبادرات النسائية الإذاعية الناجحة. ومرفق Women's Feature Service، وهو مرفق للخدمات الصحافية المستقلة المعنية بالمرأة، أنشئ في أواسط السبعينيات ويغطي جوانب إخبارية عديدة عن المرأة والمرأة. وأنشئت في كندا شبكة تلفزيونية للمرأة Women's Television Network ومنحت في عام ١٩٩٤ ترخيصاً بوصفها شبكة متخصصة. وهذه الشبكة، التي تمثل النساء ٩٨ في المائة من الأيدي العاملة فيها، تخصصت في البرامج التي تهم المرأة بشكل خاص.^(١٤)

ثالثاً - التغييرات في تصوير المرأة

ألف - التقدم والانتكاس في تصوير الجنسين

٢٠ - على الرغم من زيادة الاهتمام بإعطاء صورة منصفة للمرأة في وسائل الإعلام، فإنه لا توجد حالات نجاح كثيرة يمكن الحديث عنها. وأدت مجموعة تدابير رصد وإنفاذ وتثقيف في العديد من البلدان إلى إحداث بعض التغييرات في تصوير المرأة في وسائل الإعلام. ويمكن ملاحظة بعض التحسينات في زيادة عدد الشخصيات والخبراء ومصادر الأخبار من الإناث، وفي نقص حالات عزل النساء إلى الأدوار النمطية التقليدية. وانتشار محطات وسائل الإعلام في عدد من البلدان في السنوات الأخيرة وفُتِرَ فرصة أكبر لقيام المرأة بالإنتاج للمرأة وعن المرأة.

٢١ - بيد أنه توجد أيضاً مقاومة بل وحتى انتكاسة كبيرة. ويشير تحليل لأدوار الجنسين والقوالب النمطية أن المرأة استبعدت أو أسكتت في أشكال عديدة لوسائل الإعلام. ويظهر الرصد المنتظم لوسائل الإعلام في كندا والولايات المتحدة الأمريكية إحراز تقدم بطيء نسبياً نحو تحقيق التمثيل المتساوي للمرأة والرجل في وسائل الإعلام. وكجزء من عملية رصد على صعيد عالمي، في كانون الثاني/يناير ١٩٩٥، جرى تحليل ١٥ ٥٠٠ قصة من ٧١ بلداً؛ وتبين أن ١٧ في المائة فقط من الذين قوبلوا كن من النساء وأن ١١ في المائة فقط من التقارير تناولت قضايا تهم المرأة على وجه الخصوص أو تشتمل على أي مفهوم من وجهة نظر الجنسين.^(١١)

٢٢ - والسؤال الرئيسي المطروح هو ما إذا كانت وسائل الإعلام تقدم صورة دقيقة عن الأدوار المتعددة للمرأة في المجتمع. والسؤال الثاني هو لماذا تستمر القوالب النمطية على الرغم من عقدين من البحث والعمل بهدف تغييرها؟ تتشكل المخرجات النهائية لوسائل الإعلام بالمعايير والقيم المهنية، والهياكل والعمليات المؤسسية، وتصورات ما يفضله المستعمون وما يطلبه المعلنون، وهذه تتغير ببطء. ونتيجة لذلك، فإن تصوير المرأة والرجل في وسائل الإعلام متخلف عن حقيقة أنماط حياة وأدوار النساء والرجال. وتصور النساء والرجال في وسائل الإعلام يعكس الظروف الاجتماعية والاقتصادية التي تخضع لقوانينها الخاصة بها - لا سيما قانون السوق - ولكنها تعبر أيضاً عن عقيدة سياسية. وقد استخدمت صور النساء كرموز للتطلعات السياسية والتغيير الاجتماعي.^(١٢)

٢٣ - وتوفر بلدان وسط أوروبا وأوروبا الشرقية الاشتراكية سابقاً مثلاً على استخدام التصوير النمطي للمرأة كأداة للعقيدة للسياسية. وهنا، نجد أن تصوير المرأة انتقل من أقصى اليمين إلى أقصى اليسار: فالصور السابقة للمرأة في السياسة والمرأة العاملة حلت محلها، في العملية الديمقراطية، صورة عارضة الأزياء ومملكة الجمال والام. وفتحت الطبقات الوطنية من مجلات الأزياء والزينة اللامعة الدولية، التي لم يكن لها وجود في السابق، أسواقاً ضخمة في غضون سنوات قليلة فقط. وفي نفس الوقت، زاد انتشار الصور الإباحية زيادة كبيرة

جداً. ووصلت المطبوعات الإباحية ذروتها في الفترة ١٩٩١-١٩٩٢، وهي الفترة التي جرى فيها تحرير الصحافة بالكامل. وفي وسط أوروبا وأوروبا الشرقية، أصبحت صور الإناث سلعة مربحة في أسواق الاقتصاد السوقي الجديدة.^(١٥)

باء - الدعايات والإعلانات

٢٤ - الإعلان هو أقوى المؤسسات نفوذاً في تغيير السلوك الاجتماعي في المجتمعات الحديثة. وتؤكد دراسات عديدة استمرار استخدام الصور النمطية للمرأة والعلاقات بين الجنسين على نطاق واسع في الإعلان. وبصورة متعمدة، تصاغ الرسائل التي تنقل من خلال الإعلانات على أساس بحث مستفيض لأفضاليات ومواقف المستهلكين. في أحيان كثيرة يؤخذ بحل وسط بين نهج "الزبائن" الذي يرضي المواقف السائدة ونهج ارتيادي يعرض صوراً جديدة قد تثير غضب الذين يجدون أنفسهم ممثلين بطريقة غير عادلة أو نمطية. والحاجة إلى رصد وتنظيم الصور واللغة التي يمكن استخدامها في الإعلانات مقبولة على نطاق واسع في المجتمعات الديمقراطية. ويرى عدد كبير من النساء أن القوالب النمطية المفروطة في التركيز على الجنس واستغلال جسد المرأة محقرة أو مهينة للمرأة ويشتكين من أن شواغلهم لم تنل الاهتمام الكافي من الهيئات القائمة على الرصد، التي تركز على الأمانة والإنصاف والصدق أكثر مما تركز على تصوير الجنسين. وفي العديد من البلدان، يشتكى المستهلكون إذا شعروا أن نوعاً ما من الدعاية يثير غضبهم. وقد زاد عدد الشكاوى في السنوات الماضية، كرد فعل على زيادة حدة التهجم في الإعلانات من جهة وزيادة اهتمام الجمهور واستخدام آليات الضغط من جهة أخرى.

٢٥ - تمثل المرأة سوقاً هاماً في بيئة وسائط الإعلام التجارية المعاصرة. والنساء من فئة العمر ٢٥ إلى ٤٥ عاماً، ولا سيما العاملات في وظائف مهنية أو في وظائف إدارية متوسطة، هن أكثر المجموعات السكانية التي تجري محاولة استقطاب قوتها الشرائية وتأثيرها. ويصل إليهن المعلنون تقليدياً عن طريق المجلات النسائية، إلا أن قنوات تلفزيونية تجارية بدأت مؤخراً العمل ببرامج موجهة للنساء في المملكة المتحدة وألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية وأمريكا اللاتينية. وتقدم هذه البرامج النصائح والمشاهير والأشياء المستحدثة وغيرها من برامج التسلية التي تصور المرأة في أدوار نمطية.

جيم - المرأة في السياسة

٢٦ - بازدياد عدد النساء اللواتي أصبحن ناشطات في الميدان السياسي، أصبح تصويرهن بإنصاف ودقة في المراكز القيادية ذا أهمية خاصة. فقد ازداد عدد النساء في مراكز صنع القرار زيادة مطردة في الأعوام الماضية. وفي القرن العشرين، انتخبت ٢٥ امرأة، أكثر من نصفهن منذ عام ١٩٩٠، لمنصب رئيس الدولة أو الحكومة، ويشغل عدد من النساء لم يسبق له مثيل مراكز وزارية. وفي عام ١٩٩٤، كانت نسبة النساء في البرلمانات ٩ في المائة.

ونسبتهن في الوزارات ٥,٦ في المائة. ومع ذلك، فإن القصص التي تتناولها الأخبار عن النساء ذوات النفوذ لا تزال تركز على عوامل خارجية من قبيل تصفية الشعور والأحوال الأسرية. وخلصت دراسة أجريت مؤخراً عن تصوير القيادات في وسائل الإعلام إلى أن النساء أقل ظهوراً من نظرائهن من الرجال في الأخبار. ومع أنه لا يبدو أن الصحافيات يستخدمن القوالب النمطية الجنسية عندما يقمن بتغطية القيادات الجدد، فإنه لا يمكن إنكار أنهن لا يعرن في كثير من الأحيان اهتماماً لمؤهلات هؤلاء النسوة - تدريبهن وخبرتهن السابقة - بل يقمن بتقديمهن بوصفهن من خارج المؤسسات وحقن ما وصلن إليه من نفوذ داخل هذه المؤسسات عن طريق الصدفة أو من خلال ترتيب مؤقت أو من خلال علاقات أسرية. وعندما تسلمت القيادات السلطة لأول مرة، كان يجري تقديمهن في العادة بوصفهن عناصر تغيير يمثل تعيينهن فتحاً لجميع النساء. وبالتالي أقيمت على كواهلهن متطلبات مميزة، كان من الصعب عليهن تلبيةها.^(١٧)

دال - زيادة تصوير العنف، لا سيما العنف الجنسي، ضد المرأة

٢٧ - زاد في وسائل الإعلام تصوير العنف، لا سيما العنف الجنسي، ضد المرأة في السنوات الأخيرة زيادة كبيرة. فرفع القيود عن التلفزيون، بالإضافة إلى القنوات التي تبث عبر التوايح الاصطناعية ويتجاوز بثها الحدود الوطنية، أدى إلى زيادة الإباحية على التلفزيون في أوروبا على مدى العقد الماضي إلى عشرة أضعاف ما كانت عليه.^(١٨) فكثير من الإنتاج الذي يحتوي على عنف صارخ، بما في ذلك الأفلام والإنتاج التلفزيوني وما يسمى "رياضة الرجال"، يحتل أفضل ومعظم أوقات البث ويستهدف المستمعين من الذكور دون سواهم. ففي دراسة عن العنف على التلفزيون، اضطلع بها مركز آسيا للبحوث والمعلومات في مجال الاتصال الجماهيري وشملت ثمانية بلدان، صنف ٥٩ في المائة من جميع البرامج التي درست بوصفها برامج عنيفة، ووجد أن مستوى العنف مرتفع بشكل خاص في الهند وتايلاند والفلبين. وشهدت أوروبا، ولا سيما أوروبا الشرقية، زيادة حادة في المواد الجنسية الفاضحة. وأصبح إنتاج وتسويق هذه المواد عملاً تجارياً هاماً ذا صلة راسخة بالبغاء القسري والاتجار بالمرأة، الآخذ في الازدياد أيضاً بمعدلات تثير القلق ويتخذ أبعاداً عالمية بوصفه شكلاً من أشكال الجريمة المنظمة. فضلاً عن ذلك، أبلغ عن زيادة المنتجات الجنسية الفاضحة على شبكة Cyberspace، التي لا توجد قيود على الوصول إليها ولا تحديد لهوية من يصل إليها.^(١٩)

٢٨ - نوقشت مراراً وتكراراً العلاقة المزعومة بين الاستغلال الجنسي وصور العنف، بما فيها العنف الجنسي، ضد المرأة. ومسألة تأثير وسائل الإعلام واحدة من أعقد المسائل في بحوث الاتصالات. وخلصت بعض الدراسات النفسية عن العلاقة بين العنف على شاشة التلفزيون وموجات العنف أو السلوك العنيف لدى النظارة إلى أن مشاهدة مناظر عنيفة جداً تجعل المشاهد يرد على نحو أكثر عنفاً في حالات تعدد لاحقة؛ ويزعم آخرون أن لها أثراً في التنفيس عما يجيش في الصدور.

٢٩ - وأحد النهج المحددة التي يمكن الأخذ بها إزاء هذه المسألة هي دراسة أوجه التباين بين ردود فعل

الجنسين تجاه العنف على الشاشة. فمن غير المرجح أن تشاهد النساء برامج وأفلام العنف ومن غير المرجح أن تستمتع بها إذا شاهدتها. ولا تتحمل النساء مشاهدة مناظر العنف الجنسي ضد المرأة. وبغض النظر عما إذا كانت المرأة نفسها قد وقعت ضحية للعنف أم لا، تبين أن المرأة تخاف من رؤية المناظر العنيفة التي تشتمل على مناظر مخيفة، وأن الخوف من الاغتصاب منتشر بين النساء بشكل خاص. وتبين من الدراسات الاستقصائية والتقارير غير الرسمية أن النساء في جميع المناطق يعربن عن مستويات عالية من القلق إزاء العنف في وسائط الإعلام. وتشعر النساء بقلق خاص إزاء الأثر المحتمل للرسائل العنيفة على الأطفال.^(١٨)

رابعاً - تدابير لتحسين وصول المرأة إلى وسائط الإعلام والقضاء على القوالب النمطية

٣٠ - الخطوات الرامية إلى تحسين وصول المرأة إلى وسائط الإعلام وإزالة القوالب النمطية لتصوير المرأة يمكن تشجيعها إما في إطار هياكل وسائط الإعلام القائمة أو من خارجها. ويمكن جعل وسائط الإعلام تتحلى بالمسؤولية بتنظيم نفسها بنفسها طوعاً أو من خلال اتخاذ تدابير قانونية. ونطاق وفعالية كل من النهجين بحاجة إلى تمحيص.

ألف - التغييرات من داخل وسائط الإعلام

١ - مدونات قواعد السلوك والمبادئ التوجيهية للتنظيم الذاتي

٣١ - بصورة عامة، أدرك ما يتسم به من إلحاح وضع مدونة لأخلاقيات المهنة لوسائط الإعلام من حيث علاقتها بتصوير المرأة. ودعا منهاج عمل بيجين وسائط الإعلام ووكالات الإعلان إلى "وضع مبادئ توجيهية ومدونات قواعد سلوك للمهنيين وغيرها من أشكال التنظيم الذاتي، تتماشى مع حرية التعبير، لتشجيع تقديم صور للمرأة لا تقوم على القوالب النمطية"^(١٩) و "تناول المواد المتسمة بالعنف أو المهينة أو الإباحية المتصلة بالمرأة...".^(٢٠)

٣٢ - وتوجد بالفعل في إطار هياكل وسائط الإعلام عدة أنواع من مدونات قواعد السلوك. وعلى غرار مدونات أخلاقيات المهنة لدى العديد من وكالات الصحافة، توجد لدى الإذاعات مدونات للتنظيم الذاتي تشتمل على مجموعة من القواعد الطوعية التي تستهدف تلبية شواغل الجمهور. وفي حين أن هذه التدابير وضعتها مؤسسات وسائط الإعلام نفسها، فإنها طورت في معظم الأحيان كنتيجة لضغط خارجي. وحيثما وجدت هيئات تنظيمية ذاتية، مثل مجالس الصحافة، فإن بوسع الأفراد استخدام إجراءات التذمر إذا شعرو أن رسالة ما تنطوي على تمييز ضدهم. واعتمدت المنظمات الصحافية مدونات لقواعد السلوك أو الممارسة تحدد الأخلاق المهنية

في الصحافة. ووضعت بعض وكالات الصحافة الوطنية مبادئ توجيهية بشأن إعداد التقارير غير المتحيزة جنسياً سعياً منها لزيادة وعي أعضائها بقضايا الجنسين.^(٢١) ولبعض وسائل الإعلام سياسات وضوابط داخلية، مثل أمين المظالم في صحيفة Times of India.^(٢٢) بصورة عامة، لا توجد مبادئ توجيهية أو سياسات للتنظيم الذاتي فيما يتصل بتصوير المرأة إلا لدى حفنة من مؤسسات ووسائل الإعلام. فني دراسة استقصائية لشركات الإذاعة في ٢٣ بلداً، أجريت في عام ١٩٩٢ وردت عليها ٧٥ هيئة إذاعة، تبين أن ١٢ في المائة فقط لديها نوعاً ما من بيانات السياسة العامة المكتوبة بشأن هذه المسألة.^(٢٣)

٢٣ - حتى الآن، لم تُثبت آليات التنظيم الذاتي في وسائل الإعلام فعالية خاصة. وستتضمن مدونة قواعد السلوك تعهداً بعدم إنتاج قوالب نمطية أو صور مهينة للمرأة أو تسويغ العنف القائم على نوع الجنس، وتشجيع وسائل الإعلام على أن تعمل بنشاط على تشجيع تقديم، من منظور الجنسين، صورة أكثر إيجابية لأدوار المرأة المتعددة في المجتمع، وأن تشمل على أحكام لإشراك مزيد من النساء في صنع القرارات المتعلقة بالتوجيه والبرمجة والمضمون، بغية ضمان التنفيذ الفعال لمدونة قواعد السلوك هذه.^(٢٤) وتنطبق مدونة قواعد السلوك على مختلف مراحل الإنتاج والنشر وغالباً ما تشمل مدونات قواعد السلوك المهني التي وضعتها هيئات المهنيين العاملين في وسائل الإعلام ومؤسسات وسائل الإعلام والوكالات الصحافية والإذاعات. وقد يحدث تداخل وتكرار. والعديد منها لا يشتمل على جزاءات أو إجراءات تأديبية، لأنها لا تنشئ هيئات أو آليات رقابة لإنفاذها. وقد تجري التوضيحية بمدونات قواعد السلوك إذا ارتوي أن المسألة تتعلق باعتبارات اقتصادية أو بالربح.

٢ - استخدام المرأة

٣٤ - العقوبات الرئيسية أمام استخدام المرأة في وسائل الإعلام تشبه العقوبات التي تواجه استخدامها في مجالات أخرى: القوالب الفكرية الجامدة لدى زملائهن من الذكور بما في ذلك المضايقة الجنسية؛ والتباين بين الجنسين في القيم والأولويات فيما يتصل بالمواضيع المهنية؛ والتباين في المرتبات؛ والافتقار إلى الثقة بالنفس والطموح؛ الهياكل المهنية وظروف العمل التي لا تتيح التوفيق بين العمل ومسؤوليات الأسرة. وتوجد عدة تدابير، وهي ليست خاصة بقطاع الإعلام، من شأنها أن تساعد على التغلب على هذه العقبات: التنظيم والمراوضة (استعمال أساليب جماعات الضغط)؛ والرصد؛ وتغيير السياسات العامة والمواقف، بما في ذلك تحديد غايات وأهداف؛ وتحسين عملية اختيار وانتقاء الموظفين وتدريبهم والتطور المهني وظروف العمل؛ ورصد أنماط الاستخدام.^(٢٥) ومما له أهمية كبيرة إيجاد عدد كبير من النساء الماهرات، لأن هذا من المرجح أن يؤثر على اختيار المضمون.

٣ - المنظمات والشبكات

٣٥ - على جميع المستويات، بدءاً من المستوى المحلي إلى الإقليمي إلى الدولي، أنشأت المنظمات في ميدان

الاتصالات رابطات وشبكات مهنية خاصة للنساء فقط وأخرى مختلطة للدعوة لشواغلهم واتخاذ إجراء بشأن قضايا الجنسين في وسائط الإعلام. ولم يبدأ العديد منها أنشطته إلا في التسعينيات نتيجة لزيادة ظهور المرأة في وسائط الإعلام وزيادة وعي المرأة بحقوقها. وبالتنظيم، تمكنت العاملات في وسائط الإعلام من زيادة الوعي بقضايا النساء وتوفير التدريب والدعم المتبادل فيما بينهن بغية تعزيز الثقة بالنفس. ومن بين أدوار ومهام الرابطات المهنية للعاملات في وسائط الإعلام الدعوة إلى التدريب وظروف عمل أفضل وتحسين فرص الترقية والأجر المتساوي والمزايا الاجتماعية مثل إجازة الولادة ومرافق رعاية الأطفال.

٤ - التدريب

٣٦ - مع أن عدداً أكبر من النساء يدخلن كليات الصحافة ويدرسن الاتصالات والتوثيق، فإن البرامج والمقررات الدراسية لا تراعي بالضرورة احتياجات الجنسين. وتمثل النساء أكثر من ٦٠ في المائة من الطلاب المنخرطين في المستوى الثالث من دراسة الاتصالات في البلدان النامية، ٦٠ في المائة في أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي، و ٥٠ في المائة في آسيا ومنطقة المحيط الهادئ وأكثر من ٤٠ في المائة في إفريقيا. وتحتاج مواد المقررات الدراسية والتدريب المتصلة بالقوالب النمطية للجنسين إلى تطوير لكي تستخدم في التدريب الأكاديمي والمهني في مجال علم الاتصالات الجماهيري والصحافة. وهناك حاجة أيضاً للتدريب داخل المؤسسات نفسها وزيادة الوعي بشأن القوالب النمطية المتصلة بالجنسين للمستخدمين بالفعل في وسائط الإعلام.

باء - التغييرات من خارج وسائط الإعلام

١ - التشريعات واللوائح التنظيمية

٣٧ - ما فتئ نفوذ الدولة على وسائط الإعلام، من خلال اللوائح التنظيمية والتشريعات، يثير التساؤلات من حيث إمكانية تدخل الدولة في إحدى الحريات الأساسية، حرية التعبير، حتى عندما يعني هذا التدخل في مجتمع ديمقراطي كغالبية فرص الوصول والتمثيل المنصفين. وعندما يعمل مذيعو القطاع الخاص من خلال القنوات العامة التي يخضع الوصول إليها للتنظيم، فإن الدولة تمارس السيطرة عليها وسلطة منح التراخيص. ففي استراليا على سبيل المثال، بوسع محكمة الإذاعة، وهي هيئة تشريعية مستقلة أنشئت بموجب قانون الإذاعة لتنظيم البث الإذاعي، أن تمنح أو تجدد أو تعلق أو تسحب التراخيص الإذاعية وأن تضع معايير موحدة لبرامج محطات الراديو والتلفزيون، كليهما. (٢٥)

٣٨ - وفي حالة الإرسال العابر للحدود باستخدام التوايح الاصطناعية ووسائط الإعلام التي تستخدم الكمبيوتر، فإن مسألة السيطرة تصبح أكثر إشكالية؛ إذ لا يمكن تحقيقها إلا بحظر وسيلة الوصول إليها، كالأجهزة الفنية مثلا من قبيل أجهزة الاستقبال أو أطباق الاستقبال من التوايح الاصطناعية. ويمكن الحرمان من الوصول إلى المعلومات

بدعوى التدخل في المصالح الوطنية. ولكن إذا حدث هذا، فإنه ينتهك المادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي تنص على الحق في تلقي المعلومات بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود.

٣٩ - اتخذت بعض البلدان تدابير فعالة لمواجهة القوالب النمطية لتصوير المرأة من خلال التشريعات والمبادئ التوجيهية أو مدونات قواعد السلوك المهني. ووضعت إجراءات لتذمر المستهلكين، أو اقترحت تنظيم ذاتي من جانب العاملين في ميدان الإذاعة. ووضعت بعض البلدان لوائح تنظيمية فيما يتصل بتساوي الفرص في الاستخدام في وسائل الإعلام. وفي المملكة المتحدة، اعتبرت الحكومة إيجاد مناخ تحتل فيه النساء مراكز عليا في الإذاعة هو أكثر الوسائل فعالية لكفالة تمثيل المرأة تمثيلاً عادلاً وملائماً. واعتبر قانون الإذاعة متمشياً مع هذا الهدف.^(٣٦) وفي بلجيكا، ابتدأت هيئة خدمات الإذاعة الفلمنكية العامة سياسة تكافؤ الفرص في عام ١٩٨٩ ووضعت خطة عمل إيجابية تشتمل على التدريب وزيادة الوعي وتدابير مهنية.^(٣٧) وقدمت اللجنة الأوروبية، من خلال لجنتها التوجيهية المعنية بتكافؤ الفرص في العمل الإذاعي، إلى الدول الأعضاء مجموعة من المقترحات تتصل بالتدريب والتطوير المهني والتوظيف وأنماط العمل.^(٣٨)

٤٠ - إن حذف الكلمات والعبارات المتحيزة جنسياً من اللغة أداة أساسية للقضاء على عدم المساواة بين المرأة والرجل والتمييز ضد المرأة. فاللغة دور أساسي في تشكيل الهوية الاجتماعية للفرد ومرآة تعكس الآراء والمفاهيم. وفي عام ١٩٩٠، اعتمد المجلس الأوروبي توصية بشأن حذف الكلمات والعبارات المتحيزة جنسياً من اللغة، اعترف فيها بوجود تفاعل بين اللغة والمواقف الاجتماعية وبالذور الهام الذي تلعبه وسائل الإعلام في تشكيل المواقف. وشجع على استخدام لغة غير متحيزة في وسائل الإعلام.^(٣٩)

٤١ - أثار مسألة فرض قيود تنظيمية على المواد الفاضحة جنسياً الجدل في بلدان عديدة. والقيود التنظيمية مقبولة على نطاق واسع في حالة الصور الإباحية للأطفال أو إذا انطوت على عنف جسدي. وتقع هذه الأنشطة أيضاً في نطاق التشريع الأوسع المتصل بالإعتداء الجسماني أو سن القبول. وتتخذ بلدان عديدة إجراءات مشددة حيال جرائم الإباحية المتصلة بالأطفال، بما في ذلك إنتاج وامتلاك المواد الإباحية. فعلى سبيل المثال، نقحت النرويج في عام ١٩٨٥ قانون العقوبات الجنائية ليشمل الإباحية التي تنطوي على وحشية بالغة وتشويه للسمعة.^(٤٠) واتخذ عدد قليل من البلدان، من بينها أستراليا وكندا ونيوزيلاندا، مواقف جديدة أكثر صرامة تجاه تصوير العنف ضد المرأة على التلفزيون. وفي نيوزيلاندا، قدمت لجنة التحقيق في الإباحية الجنسية، التي عينتها الحكومة، تشريعاً في عام ١٩٩٢ يدين العنف والعنف الجنسي ضد النساء والأطفال.^(٤١) وتدور مناقشات حادة بشأن استخدام اللوائح التنظيمية وتعريف "مناف للأخلاق" أو "داعر". فوضع لوائح تنظيمية صارمة مخاطرة تنطوي على القضاء على الحريات المدنية، وقد تؤثر الرقابة على حرية مجموعات الأقلية في التعبير. ونحت المحكمة الكندية العليا في قرار مؤرخ في شباط/فبراير ١٩٩٢، منحى جديداً في تعريفها للدعارة. وسلّمت بأن ما يصيب النساء والأطفال والمجتمع من أذى نتيجة للإباحية يبرر تقييد حق منتجو المواد الإباحية في حرية التعبير، واستنتجت أن التعبير الموجود في المواد الداعرة يخرج عن نطاق ضمان حرية

التعبير. (٣٢) ونظراً لأن العنف الجنسي ضد المرأة انتهاك لحقوق الإنسان للمرأة، فإن المفهوم يتحول بعيداً عن مسألة الأخلاق. وتعريف العنف ضد المرأة، الوارد في الإعلان بشأن القضاء على العنف ضد المرأة، بأنه "أي فعل عنيف تدفع إليه عصبية الجنس ويترتب عليه، أو يرجح أن يترتب عليه، أذى أو معاناة للمرأة، سواء من الناحية الجسمانية أو الجنسية أو النفسية، بما في ذلك التهديد بأفعال من هذا القبيل أو القسر أو الحرمان التعسفي من الحرية، سواء حدث ذلك في الحياة العامة أو الخاصة"، يوفر صكاً شرعياً دولياً مفيداً ليستخدم في هذا السياق. (٣٣)

٤٢ - تحتاج طرق مواجهة صور العنف الجنسي ضد المرأة إلى مزيد من التفكير؛ والإجراء القانوني لا يوفر سوى نهج واحد. ويمكن أن تشمل التدابير الأخرى على حملات توعية جماهيرية وتثقيف في مجال الإعلام وعمل محدد موجه للمنتجين والمستهلكين. وشنت بالفعل مجموعات نسائية عديد من الحملات في وسائل الإعلام، مثل Tanzania Media Women's Association و Women's Media Watch في جامايكا حملات لمعالجة هذه المشكلة. (٣٤)

٧ - الرصد المستقل والمراوضة

٤٣ - نظراً لأن السوق هو الذي أصبح يقود وسائل الإعلام، فإن سيطرة الدولة تميل إلى التلاشي ويجري إعطاء مزيد من المسؤولية للمستهلك. وللاستفادة من هذا التحول، شكلت مجموعات مستقلة لمراقبة وسائل الإعلام في العديد من البلدان. ومن الأمثلة البارزة على مجموعات مراقبة وسائل الإعلام منظمة ميدياووتش، وهي منظمة نسائية طوعية في كندا لعبت دوراً أساسياً في التخفيف من استخدام الكلمات والعبارات المتحيزة جنسياً في وسائل الإعلام هناك، وتركز على عمل محدد لتغيير وسائل الإعلام، مثل استخدام لغة غير متحيزة جنسياً ومتوازنة، وتصوير المرأة والأسرة المعاصرة على نحو واقعي، وإنهاء تصوير المرأة بوصفها وسيلة لإشباع الجنس، وتقديم تدريب لمحو الأمية فيما يتصل بوسائل الإعلام لتمكين المستمعين. وترصد ميدياووتش وسائل الإعلام بصورة منتظمة وتعرض شواغلها في جلسات استماع تعقدتها اللجنة الكندية للراديو والتلفزيون والمواصلات السلوكية واللاسلكية.

٤٤ - وفي مثال آخر، لمواجهة الإعلانات المثيرة للغضب قام The Instituto de la Mujer، وهو جزء من وزارة الشؤون الاجتماعية الإسبانية، بإنشاء "آلية لرصد الإعلانات" مع خط هاتفي مجاني لاستخدام النساء إذا رغبن في الشكوى من إعلان معين يجدنه مهيناً. وتعرض الشكاوى على مجلس مكون من ١٥ عضواً يقرر في غضون ٤٨ ساعة ما إذا كان ينبغي سحب الإعلان أم لا. وإذا صوت ثلثا الأعضاء مؤيدين لسحب الإعلان، فإن المعلن يخطر بأنه ما لم يسحب إعلانه فإن الإخطار سيتبع بإجراء قانوني. ورد The Instituto de la Mujer على الاتهامات بأنه يمارس الرقابة بالتشديد على أن أولى أولوياته العمل مع المعلنين لإصلاح القوالب النمطية. (٣٥)

٣- التثقيف في مجال الإعلام

٤٥ - التثقيف في مجال الإعلام يشمل تثقيف المستمعين والمنتجين أيضاً. ويفترض أن المستمعين عناصر اجتماعية فاعلة قادرة على إعطاء معنى للرسائل والمعلومات التي تتلقاها. وفي الولايات المتحدة، يوفر عدد من المنظمات غير الحكومية، بما فيها The National Telemedia Council Center for Media Education، حلقات عمل حول وسائل الإعلام.

٤٦ - وفي أمريكا اللاتينية، اضطلع بأكثر المبادرات منهجية وأوسعها نطاقاً في ميدان التثقيف في مجال الإعلام، في مركز دراسات التعبير الثقافي والغني في شيلي الذي تحاول برامجه التثقيفية المعنية بمشاهدة التلفزيون مشاهدة فاعلة أن ترسخ في الأذهان معرفة أكثر نقداً بالرسائل التي تبث على التلفزيون مما يضغط على الإذاعيين للتفكير في الرسائل التي يقدمونها. وطبق هذا النهج بصورة خاصة على القصص والروايات التلفزيونية، في جهد تثقيفي مضاعف: لجعل المستمع يعي القوالب النمطية، ونقل تعليقات ناقدة إلى المنتجين.^(٣٦)

٤٧ - الرصد هو الخطوة الأولى للنهوض بالوعي الناقد بين المنتجين للآليات الخبيثة لتصوير القوالب النمطية للجنسين فيما تبثه وسائل الإعلام؛ والخطوة الثانية هي التثقيف والتدريب. ويضطلع عدد قليل من البلدان بأنشطة تثقيفية لصناعة الإعلان. وتوفر إدارة التصوير في هيئة الإذاعة الهولندية للمنتجين أمثلة سمعية بصرية على القوالب النمطية للجنسين. وتصدر أيضاً مبادئ توجيهية وتستمع إلى الشكاوى وترصد البرامج وتنشر تقارير وتطور استراتيجيات لإدخال مسألة القوالب النمطية للجنسين إلى غرف الأخبار. وتشرك الجمهور في الأنشطة. وهدفها هو تنقيح وتوسيع وإعادة تعريف القيم الصحفية للأخبار.^(٣٧)

٤٨ - فضلاً عن حملات التوعية، يلزم الأخذ بنهج منهجي لتطوير مناهج تعليمية ومواد للتدريب تبرز طبيعة وعواقب القوالب النمطية للجنسين في ما تنشره وسائل الإعلام.

٤ - حوافز أخرى

٤٩ - في العديد من البلدان، قدمت المصالح الخاصة والعامة حوافز من قبيل الجوائز إلى الذين يعرضون صورة منصفة للمرأة في وسائل الإعلام. وتقام مهرجانات الأفلام والأشرطة البصرية النسائية في جميع أنحاء العالم للاحتفال بإنتاج المرأة. ففي كندا، على سبيل المثال، توجد جائزة امرأة العام التي تقدمها العاملات الكنديات في مجال الاتصالات وجوائز سنوية أخرى تقدمها ميدياوتش.^(٣٨) ويقدم التلفزيون السويدي جائزة سنوية يطلق عليها Prix Egalia إلى البرنامج الذي يشجع، على أفضل وجه، المساواة بين المرأة والرجل. وأهم جائزة تقدم على مستوى أوروبا هي جائزة اللجنة الأوروبية Prix NIKI التي تقدم كل سنتين للبرامج التي تسهم في عرض صورة

أفضل للمرأة على التلفزيون بما في ذلك برامج الأطفال. وفي الميدان الإذاعي في ألمانيا تتخذ النساء في مجموعات وسائط الإعلام نهجاً مختلفاً حيث تختار أكثر البرامج إثارة للفضب لنيل جوائزها التي يطلق عليها Saure Gurke (الخيار الحامض).

جيم - الأنشطة في إطار منظومة الأمم المتحدة

٥٠ - ركز برنامج اليونسكو لأنشطة الاتصالات المعني بالمرأة أنشطته منذ إنشائه في عام ١٩٨١ على تصوير المرأة في وسائط الإعلام ومشاركة المرأة في عمل وسائط الإعلام. وفي حين أن البرنامج يركز على تدريب المرأة في مهن الاتصالات وترقية المرأة إلى مراكز أعلى، فإنه يهتم أيضاً بمساعدة شبكات معلومات وسائط الإعلام البديلة للمرأة، والرابطات المهنية الإقليمية والوطنية، وإنشاء قواعد بيانات، ودعم المجموعات النسائية والمنظمات غير الحكومية المهتمة بالمرأة وبوسائط الإعلام، وتشجيع التثقيف في مجال الإعلام. واعترف تقييم للبرنامج أثناء العقد ١٩٨١-١٩٩٠ بإنجازات البرنامج في المجالات التشغيلية ولكنه انتقد الافتقار إلى البحث والتحليل والضعف في نشر المواد التي أُنتجت.^(٣٨) وفي معرض الإعداد للمؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، نظمت اليونسكو ندوة دولية تحت عنوان المرأة ووسائط الإعلام: الوصول إلى التعبير وصنع القرار. واختتمت الندوة بسبع حلقات عمل تحضيرية إقليمية انعقدت أثناء عام ١٩٩٤. ومنهاج عمل تورونتو، الذي انبثق عن الندوة ويمثل إسهام اليونسكو الرئيسي في المؤتمر العالمي الرابع، يشتمل على اقتراحات مفصلة للقضاء على القوالب النمطية للمرأة واستخدام المرأة في وسائط الإعلام، وشبكات وسائط الإعلام للمرأة والتدريب على وسائط الإعلام. وتحث هيئات وسائط الإعلام المهنية على معالجة احتياجات الصحافيات. وتطلب أيضاً إلى مؤسسات وسائط الإعلام أن تطور، بالتعاون مع منظمات الصحافيين ومنظمات وسائط الإعلام الصحافية،^(٣٩) مبادئ توجيهية بشأن تصوير الجنسين.

٥١ - معهد الأمم المتحدة الدولي للبحث والتدريب من أجل النهوض بالمرأة ابتدأ برنامجه المعني بالمرأة والاتصالات في عام ١٩٨٨ عندما نظم الاجتماع الاستشاري الدولي المعني بالاتصالات في إدماج المرأة في التنمية. وفي عام ١٩٩١، اضطلع المعهد بمشروع شمل الأرجنتين والجمهورية الدومينيكية وكولومبيا معني بتطوير مواد اتصالات لإدماج المرأة في التنمية. وأعد المعهد دليلاً لوسائط الإعلام لمساعدة العاملين في برمجة وسائط الاعلام واتخاذ القرارات ليصبحوا أكثر وعياً بمراعاة الجنسين في استخدام اللغة والصور.^(٣٩)

٥٢ - بالنسبة للربط بين وسائط الإعلام والعنف، أبرز مؤتمر الأمم المتحدة التاسع لمنع الجريمة ومعاملة المجرمين أهمية الدور الذي تلعبه وسائط الإعلام في منع الجريمة. ودرست حلقة عمل حول وسائط الإعلام الجماهيري ومسائل منع الجريمة استخدام اللوائح التنظيمية وإنفاذها للحد من العنف في وسائط الإعلام، بما في ذلك العنف ضد المرأة، وفعالية هذه اللوائح. وحثت الأمم المتحدة في توصياتها على مساعدة وسائط الإعلام

على تشجيع تطوير تدابير وآليات مناسبة تسهم في استئصال العنف ضد المرأة في الوقت الذي تعيد فيه التأكيد على أهمية الصحافة الحرة بوصفها جزءاً من العملية الديمقراطية.^(٤٠)

خامساً - أسئلة ختامية لمزيد من الدراسة

٥٢ - الأسئلة التالية، التي انبثقت عن النظر في تنفيذ إعلان ومنهاج عمل بيجين في ميدان المرأة ووسائل الإعلام، تستحق مزيداً من النظر فيها من لجنة مركز المرأة في دورتها الأربعين :

(أ) هل ينبغي للحكومات، من خلال آلياتها الوطنية للنهوض بالمرأة وغيرها من الآليات وبالتعاون مع وسائل الإعلام، أن تساعد في تحديد مدونات قواعد السلوك بتقديم مقترحات مفصلة مثلاً؟

(ب) ما هي الأهداف التي ينبغي أن يصب عنها في مدونات قواعد السلوك هذه لوسائل الإعلام: لتجنب اللغة المتحيزة جنسياً وعدم استنساخ القوالب النمطية والصور للمرأة التي تشوه السمعة وعدم تسويق العنف القائم على نوع الجنس، وأن تشجع عرض صورة أكثر إيجابية لأدوار المرأة المتعددة في المجتمع، وأن تشرك مزيداً من النساء في صنع القرارات المتصلة بتوجيه وسائل الإعلام وبرمجتها ومضمونها؟

(ج) ما هي آليات الإنفاذ التي ينبغي إنشاؤها لضمان تنفيذ هذه المدونات تنفيذاً فعالاً؟

(د) كيف ينبغي توجيه اهتمام خاص لطرق تخفيض تصوير العنف ضد المرأة أو القضاء عليه بما يتمشى والإعلان بشأن القضاء على العنف ضد المرأة؟

(هـ) كيف يمكن استخدام التثقيف في مجال الإعلام لتثقيف المستمعين والمنتجين أيضاً، لا سيما في زيادة الوعي بالعنف ضد المرأة؟

(و) كيف يمكن تشجيع وتيسير تنظيم المنتجات والصحافيات وإنشاء شبكات اتصال فيما بينهن؟

(ز) كيف يمكن تحسين مجموعات رصد انتشار وسائل الإعلام، بما فيها مجموعات رصد الإعلان، وكيف يمكن إنفاذ إجراءات تقديم الشكاوى؟

(ح) كيف يمكن جعل التدريب على الاتصالات أكثر حساسية للجنسين؟ وكيف يمكن تحسين التدريب في الوظيفة والتدريب داخل المؤسسة في جميع أشكال وسائل الإعلام؟

(ي) كيف يمكن، على أفضل وجه، تحسين وصول الجمهور إلى شبكات الحاسوب ومرافق تدريب المرأة على تكنولوجيات الاتصالات الجديدة وتقديم التدريب في البلدان والمناطق ذات الوصول الضعيف؟

(ك) ما هي الأدوار والمسؤوليات المحددة للمجتمع الدولي في مجال المرأة ووسائط الإعلام؟

الحواشي

- ١- تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، بيجين، ٤ - ١٥ أيلول/سبتمبر ١٩٩٥، (A/CONF.177/20)، الفصل الأول، المرفق الثاني، الفصل الأول، الجزء ١، الفقرة ٢٣٤.
 - ٢- المرجع نفسه، الفقرة ٢٣٦.
 - ٣- المرجع نفسه، الفقرة ٢٤٢ (أ).
 - ٤- المرجع نفسه، الفقرة ٢٤٢ (ج).
 - ٥- تأثير وسائط الاتصال الجماهيري على المواقف إزاء دوري المرأة والرجل في المجتمع المعاصر (A/CONF.94/BP.19).
 - ٦- تقرير المؤتمر العالمي لاستعراض وتقييم منجزات عقد الأمم المتحدة للمرأة، المساواة والتنمية والسلام، نيروبي، ١٥ - ٢٦ تموز/يوليه ١٩٨٥ (منشور الأمم المتحدة، رقم المبيع A.85.IV.10) الفقرات ٢٠٦ - ٢٠٨ و ٣٦٦ - ٣٧٢.
 - ٧- الاستعراض الثاني لتنفيذ استراتيجيات نيروبي التطلعية للنهوض بالمرأة وتقييمه ((E/CN.6/1995/3/Add.8).
 - ٨- اعتمدها ندوة دولية نظمها اليونسكو تحت عنوان "المرأة ووسائط الإعلام: الوصول إلى التعبير وصنع القرار" في تورونتو، ٢٨ شباط/فبراير - ٣ آذار/مارس ١٩٩٥.
 - ٩- تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، بيجين، ٤ - ١٥ أيلول/سبتمبر ١٩٩٥، (A/CONF.177/20)، الفصل الأول، المرفق الثاني، الفصل الأول، الجزء ١.
 - ١٠- Gwen Lister "Freedom of Press and the role of women journalists in leadership positions in Africa"، ورقة لم تنشر أعدت لشعبة النهوض بالمرأة في الأمانة العامة للأمم المتحدة، ١٩٩٥.
 - ١١- Margaret Gallagher, "Lipstick imperialism and the new world order: Women and media at the close of the twentieth century"، ورقة لم تنشر أعدت لشعبة النهوض بالمرأة في الأمانة العامة للأمم المتحدة، كانون
- .../...

الأول/ديسمبر ١٩٩٥.

- ١٢- Sally Burch, "Women and the media in the era of new communications technologies", ورقة لم تنشر أعدت لشعبة النهوض بالمرأة في الأمانة العامة للأمم المتحدة، تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٥.
- ١٣- Margaret Gallagher, "An Unfinished story: Gender Patterns in Media Employment, UNESCO, Reports and Papers of Mass Communications No. 110 (Paris, 1995)
- ١٤- Liss Jeffrey: Progress in Canada Towards Women's Equality and the Media: Access to Expression and Decision-Making. Report prepared for Status of Women Canada.
ورقة معلومات عامة للندوة الدولية التي نظمتها اليونسكو تحت عنوان "المرأة ووسائل الإعلام : الوصول إلى التعبير وصنع القرار" في تورونتو، ٢٨ شباط/فبراير - ٣ آذار مارس ١٩٩٥ .
- ١٥- Nadezhda Azhgikhina, "Woman as presented in the Russian media" ورقة لم تنشر أعدت لشعبة النهوض بالمرأة في الأمانة العامة للأمم المتحدة، كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٥ .
- ١٦- Pippa Norris, "A splash of color in a photo op: Women leaders worldwide" women, the Media, and Politics, Pippa Norris, ed. (New York, Oxford University Press, forth coming).
- ١٧- Council of Europe, Proceeding of the seminar on Human Rights and Gender: The Responsibility of the Media, Strasbourg, 29 June - 1 July 1994, P.25.
- ١٨- Margaret Gallagher, "Critical perspectives on the responsibility of the media vis-a-vis the notion of equality between the sexes", paper presented at a seminar of the council of Europe Steering Committee on Mass Media, entitled Human Rights and Gender: the Responsibility of the Media, held at strasbourg, 29 June - 1 July 1994.
- ١٩- تقرير المؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، بيجين، ٤ - ١٥ أيلول/سبتمبر ١٩٩٥، (A/CONF.177/20) الفصل الأول، المرفق الثاني، الفصل الأول، الجزء ١، الفقرة ٢٤٥ (أ).
- ٢٠- المرجع نفسه، الفقرة ٢٤٥ (ز).

- ٢١- Bettina Peters, "Value and limits of a self-regulatory approach to gender equality in the media", ورقة قُدمت في الندوة الدولية التي نظمتها اليونسكو تحت عنوان "المرأة ووسائل الإعلام: الوصول إلى التعبير وصنع القرار" في تورونتو، ٢٨ شباط/فبراير - ٣ آذار/مارس ١٩٩٥.
- ٢٢- Vijayalakshmi Balakrishnan, "Indigenous social norms and women in Asian media", in Women's Tribune Center, Women Empowering Communication, Margaret Gallagher and Lilia Quindoza-Santiago, eds., (New York, 1994).
- ٢٣- ورقة قدمت في المؤتمر التحضيري للمؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة الذي عقدته الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي، توليدو، ١٤ - ١٦ نيسان/أبريل ١٩٩٤.
- ٢٤- Margaret Gallagher, "An Unfinished story: Gender Patterns in Media Employment, UNESCO, Reports and Papers of Mass Communications No. 110 (Paris, 1995). P. 53.
- ٢٥- التقرير الدوري الثاني المقدم من أستراليا (CEDAW/C/AUL/2)
- ٢٦- تقرير وطني مقدم من المملكة المتحدة إلى شعبة النهوض بالمرأة في معرض الإعداد للمؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، ص ٩٢ من النص الإنجليزي.
- ٢٧- تقرير وطني مقدم من بلجيكا إلى شعبة النهوض بالمرأة في معرض الإعداد للمؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، ص ١٩ من النص الإنجليزي.
- ٢٨- اللجنة التوجيهية للجنة الأوروبية المعنية بتكافؤ الفرص في العمل الإذاعي، "توصيات تكافؤ الفرص، ١٩٨٦ - ١٩٩١" (V/1356/94-EN).
- ٢٩- توصية المجلس الأوروبي 4 (90) R : حذف الكلمات والعبارات المتحيزة جنسياً من اللغة.
- ٣٠- تقرير وطني مقدم من النرويج إلى شعبة النهوض بالمرأة في معرض الإعداد للمؤتمر العالمي الرابع المعني بالمرأة، ص ١١٤ من النص الإنجليزي.
- ٣١- بيع الأطفال وبغاء الأطفال واستخدام الأطفال في إنتاج المواد الإباحية، مذكرة من الأمين العام (A/50/456).

- Susan M. Easton, *The Problem of Pornography: Regulation and the Right to Free speech*, -٣٢
(London/ New York, Routledge, 1994).
- قرار الجمعية العامة ١٠٤/٤٨ . -٣٣
- Margaret Gallagher and Lilia Quindoza-Santiago, eds., *Women Empowering Communication* -٣٤
(New York, Women's Tribune Center, 1994).
- Kate Holman, "Analysis of the tension between editorial autonomy and the promotion of equality -٣٥
between the sexes", in the council of Europe, Proceedings.
- Olga Bustos Romero, "Educational models for critical/active audience in respect to gender -٣٦
stereotypes portrayed on television,
ورقة لم تنشر أعدت لشعبة النهوض بالمرأة في الأمانة العامة للأمم المتحدة، كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٥.
- "Beautiful or bold: The NOS Portrayal Department looks at Dutch drama". هيئة الإذاعة الهولندية، -٣٧
Hilversum, 1994
- تقييم تأثير أنشطة الاتصال المنفذة لصالح النساء خلال العقد الماضي (١٩٨١-١٩٩١) (139/EX/5). -٣٨
- معهد الأمم المتحدة للبحث والتدريب من أجل النهوض بالمرأة، -٣٩
Content, Discontent: Towards a Fair Portrayal of Women in the Media (Santo Domingo, 1995).
- مؤتمر الأمم المتحدة التاسع لمنع الجريمة ومعاملة المجرمين، القاهرة، ٢٩ نيسان/إبريل - ٨ أيار/مايو ١٩٩٥ -٤٠
(A/CONF.169/16).