

联合国
经济及社会理事会



Distr.
GENERAL

E/CN. 6/1996/4
23 January 1996

CHINESE
ORIGINAL: ENGLISH



妇女地位委员会
第四十届会议
1996年3月11日至22日
临时议程项目5(a)

监测《提高妇女地位内罗毕前瞻性战略》的
执行情况

优先主题：平等

消除大众传播媒体的成见

秘书长的报告

E/CN. 6/1996/1。

96-01415

摘 要

妇女地位委员会在其第三十四届会议上选择了“消除大众传播媒体对妇女的成见”作为其第四十届会议“平等”这一议程下的优先主题。本报告讨论了大众传播媒体在妇女形象描绘上的变化，其中包括对暴力行为的描绘的增加，并根据第四次妇女问题世界会议上通过的《北京宣言》和《行动纲要》中所载的建议，对各种旨在争取对妇女作出更平衡的描绘的措施进行了审议。本报告还讨论了传播部门最近的动态，其中包括新技术提出的挑战。确定了需要进一步澄清和调查的问题。对能够通过现有大众传播媒体内部采取的措施实现的变化与通过外部实施的措施实现的变化进行了辨别。

目 录

	<u>段 次</u>	<u>页次</u>
导言		4
一、关于妇女人权问题的新闻自由和言论自由	1— 7	6
二、大众传播媒体的结构和职能的改变及其对妇女的影响	8—10	7
A. 新技术的挑战	13	8
B. 传播媒体工作队伍	16—17	9
C. 备选的传播媒体	18—19	9
三、妇女形象描绘的变化	20—29	10
A. 男女形象描绘的进步和后退	20—23	10
B. 商品和广告	24—25	11
C. 妇女参与政治的情况	26	13
D. 暴力行为描绘的增加，特别是对妇女的性暴力行为的描绘增加	27—29	13
四、改善妇女接触和参与媒体的机会和消除成见的措施	30—52	14
A. 从传播媒体内部进行改变	31—36	14
B. 从传播媒体外部进行改变	37—49	16
C. 联合国系统的活动	50—52	20
五、确定需要进一步审查的问题	53	21

导 言

1. 在过去几十年中,全世界的通信领域——包括电子,印刷以及视听领域——经历了一场革命。计算机技术,卫星通信和有线电视以及全球获取信息的机会方面都取得了进步。已经为妇女参与传播媒体以及有关妇女的消息的传播创造了新的机会。然而,尽管取得了上述种种发展,但是在消除传播媒体中对妇女的成规定型的形象描绘方面进展缓慢。考虑到这一点,妇女地位委员会在其第三十四届会议上选择了“消除大众传播媒体对妇女的成见”作为该委员会第四十届会议上的“平等”这一议程下的优先主题。

2. 在早期,妇女运动对大众传播媒体确实采取了一种批评的态度,因为大众传播媒体被认为与社会上对妇女的歧视有着重大的关系。批评家认为,大众传媒有能力改变观念和态度,可以成为提高妇女地位并促进男女平等的有力工具。随着新的通信手段的增加,大众传媒已经成为现代社会最为有力的社会化媒体之一,毫无疑问,它们所起的作用,或者是对妇女形成成规定型的形象描绘,或者是促进对妇女的公平和准确的描绘。正如《北京行动纲要》中所说的那样,“媒体可在世界各地发挥潜力,为提高妇女地位作出更大贡献”。¹

3. 男子与妇女同样都是媒体对性别进行成规定型的描绘的对象。妇女往往被描绘成典范的柔弱的哺儿育女的角色或者是性发泄的对象。对妇女的优点的荒谬成见一直受到由于种族、年龄、民族和残疾的原因而使其地位的提高面临障碍的妇女的最强烈的批评。早期的批评家仅仅要求消除对妇女的成规定型的形象描绘或妇女的消极形象的描绘,并没有考虑到一种重要的评价与任何对所谓的消极和积极形象的批评有关。《北京行动纲要》反映了一种新的思想:它认为“大多数国家的印刷和电子媒体没有以均衡的方式描绘妇女在不断变化的世界中的不同生活和对社会的贡献。”²它要求“对妇女和女孩及其多方面作用作出平衡描绘”,并且“鼓励媒体采用

非成规定型，平衡地描绘妇女的多方面形象”。⁴

4. 媒体对妇女的成见以及媒体对关于妇女作用的公众舆论的影响已经在联合国有关提高妇女地位的工作中受到相当大的重视。联合国国际妇女十年（1975-1985）对妇女和传媒领域的活动起到了一种催化剂作用。教科文组织主动在该领域发起了第一次国际性审查和研究。1975年在墨西哥城举行了国际妇女年世界会议，早在这次会议之前，妇女地位委员会就一直对妇女问题和媒体深感兴趣。1979年，指定了一名特别报告员对大众传播媒体对于改变男子和妇女的地位作用进行了研究；该报告后来提交给了1980年在哥本哈根举行的联合国妇女十年世界会议。⁵会议一开始就承认，由于文化模式而形成的对妇女的某些根深蒂固的态度是对提高妇女地位的严重障碍。大众传播媒体的技术发展使得能够大规模传播这种态度。已经认识到，重要措施应当包括各国政府的监测制度和规章条例，以提高妇女对媒体的参与率，并加强媒体作为一体化代理人的作用。

5. 《提高妇女地位内罗毕前瞻性战略》强调，媒体对提高妇女地位至为重要，并强调了媒体在发展以及在要求各种形式的媒体，包括广告中消除对妇女是受剥削形象的陈旧观念过程中的作用。⁶《前瞻性战略》对妇女以及所采取的媒体的态度限于集中在可供选择的媒体上，公众运营的交流网络和广告宣传可能给对待妇女的态度以及在妇女中带来不利的影响。尽管《前瞻性战略》提到了在世界范围内传播的文章和节目中关于贬低妇女形象的问题，但是仅仅在1990年第一次审查和评价《前瞻性战略》的执行情况时，才把媒体中关于对妇女暴力行为的描绘与家庭中和社会上对妇女的暴力行为联系起来。《前瞻性战略》承认，大众传播媒体的根深蒂固的陈旧观念，特别是对男女的传统作用的颂扬，延误了通过为不平等的现状提供证明来提高妇女地位的进程。经济及社会理事会在其第1990/15号决议中坚持认为，各国政府应当与妇女团体共同采取步骤，不论通过传媒方面自律的办法还是通过其他方法，以减少大众传播媒体对妇女的成见。

6. 1995年进行了第二次审查和评价《内罗毕前瞻性战略》的执行情况。这次审评审查了传播媒介对妇女和发展所作出的贡献，强调了可供选择的传媒所取得的成就以及妇女对主流传媒所作出的贡献。第二次审评认为，妇女、传媒及发展之间的关系最终正在被认为是地位、各国和国际在研究、决策、供资及其他领域中所采取的行动的一个中心组成部分。⁷

7. 1995年在北京举行了第四次妇女问题世界会议。这次会议在以前的工作和《多伦多行动纲要》的基础上更加前进了一步，认为：“妇女与传播媒体”是12个至为重要的领域之一。《北京行动纲要》根据两项战略目标确定了行动：(a) 在媒体和新的通信技术内并通过媒体和新的通信技术增强妇女参加表达意见和作出决策的能力；(b) 促进媒体对妇女作出平衡和非成规定型的描绘。它明确确定了各个行动者，其中包括各国政府、各国和国际传播媒体系统、各国提高妇女地位机构、非政府组织和传媒专业团体以及私营部门，这些行为者都对妇女充分和平等参与传播媒体和妇女获得并利用新的传媒以及消除陈旧观念方面的行动负有责任。《北京行动纲要》强烈赞成消除成规定型观念的措施，其中包括对色情制品制定适当的法规，推测对妇女的暴力行为，并强烈赞成旨在制定专门的指导方针和行为守则的措施，而且这种方针和准则应当与言论自由原则相一致。⁹ 本报告着重讨论《行动纲要》中确定的第二项战略目标，并讨论可以用来使妇女和女孩在社会上的多方面角色作用的形象描绘更加平衡和公正，从而最终促使男子和性别关系的形象描绘发生改变的措施。

一、 关于妇女人权问题的新闻自由和言论自由

8. 任何关于传媒内容的管制问题的讨论都面临着需要尊重新闻以及新闻和言论自由的问题。主张和发表意见的自由的权利包括持有主张而不受干涉的自由以及通过任何媒介和不论国界寻求、接受和传递消息和思想的自由。这项权利载于《世界人权宣言》第19条。使媒体不受国家审查制度限制和压制被认为是民主社会的一项

条件。

9. 对于新闻自由和妇女参与媒体的权利不能相互孤立看待。如果妇女没有享有与男子相同的参与和言论自由的机会,新闻自由就不会实现。来自发展中国家的女记者一直声称,传媒中压制妇女言论与实现整个传媒自由之间存在着联系。¹⁰在某些国家,由于增加了妇女参与传媒的机会及其在媒体中的可见度,常常使她们成为因为性别而遭受暴力的目标,尽管这是她们越来越多地参与公共领域的一个象征。

10. 有证据表明,在战区工作的女记者给关于冲突的主流报道带来了新的见解。例如,女记者关于发生在前南斯拉夫的战争的报道使得全世界都把注意力集中在武装冲突中妇女遭受的有计划的强奸,并承认妇女是战争的牺牲品。

二、 大众传播媒体的结构和职能的改变 及其对妇女的影响

11. 过去二十年中,大众传播媒体的结构和职能在不同程度上发生了明显的变化。在许多以前广播系统是公营的、政府经营的和国家管制的国家,由于新的电子媒体的出现,使得消息和节目能够迅速得以传送,从而使得国家政府控制新闻的能力变得非常有限或者完全失去。基于市场的自律和技术发展使得配有政府为确保多样化、公平性并保护少数民族利益而制定的管理措施的老的传媒秩序已经过时。许多国家都已经迅速扩大了私营广播系统。在印刷媒体中,实现民主化的要求已经导致一些地区的印刷制品发生根本性变化并有所增加,例如中欧和东欧国家就是如此。

12. 尽管发生了信息革命,但是许多不公平现象仍然继续存在。如果全球的信息和通信系统已经使得这个世界变成一个“地球村”,那么全世界大多数人无论作为消费者还是作为生产者,都不是在平等地参与。这种变化可能已经为妇女打开了大门——特别是在获得消息和获取传媒就业机会方面——但是不平等现象仍然存在,成规定型的描绘已经扩大到全球一级。传播媒体日益集中在少数几个全球范围的跨国

公司手里,这些公司在全世界范围传送形象和印刷制品,随之带来的是文化模式及其准则、观念和偏见的出口,其中包括对性别、文化和种族的成见。来自少数几个发达国家的新闻——娱乐形象正在冲击世界最边远地区。商业化过程对节目内容和节目质量起到了一定的影响,通信方式发生了根本变化。信息与娱乐、生产与销售之间的旧的区分界线正在受到侵蚀。这些趋势可能会对居住在地球村的人们的将来产生相当大的影响。¹¹非洲、亚洲、中东和拉丁美洲以及加勒比地区的许多发展中国家都对跨国网络的形象和消息表示关注,因为它们提供的形象和消息与当地的价值观和准则大相径庭,缺乏社会现实性和关联性。不过,公众——尤其是妇女——往往对这些形象消息表示赞同。

A. 新技术的挑战

13. 新技术的迅速发展正在迅速改变传统的通信手段。最为重要的新技术中有计算机网络,其中包括影视和印刷媒体。这些新技术正在开始新的通信方式,使得当地或全球一级能够进行交互式通讯,并提供了获取远距离信息源的机会。由于基本基础设施的成本相对较低,因此,在某些发展中国家,计算机网络正在变得越来越易于加入。地区与地区之间以及城市地区与农村地区之间的差别正在日益扩大。¹²

14. 新的网络由于其交互性和分享性而有可能实现信息和通信民主化,但是一些妇女团体对妇女接触与使用交互式网络的机会提出了疑问。证据表明,妇女掌握新技术的人数少于男子;例如,在美国,妇女仅占交互式网络用户的大约10%。她们无论在学校还是在家里,都得不到与男子同等的接触计算机的机会,计算机环境(包括其语言和操作系统)常常不利于妇女。¹¹一些消费者团体和特殊利益集团已经提出批评说,交互式网络存在明显属于色情的材料和对妇女的暴力行为的画面。

15. 在筹备第四次妇女问题世界会议期间,妇女越来越多地利用了计算机的空间。正如其他全球性会议中的情况一样,联合国和非政府组织团体为妇女组织之间相

互交流创造了若干空间和联机装置。为了帮助传递关于会议的消息,提高妇女地位司在开发计划署的合作下在交互式网络上为会议建立了一个世界范围的 Web 网点。在第四次妇女问题世界会议召开之前,开发计划署还利用 Web 网点和一个服务装置安排了一次联机会议并对之进行了协调。对这些服务提出的需求量很大,68个不同的国家对信息提出了160,000项要求,而在仅仅6个月之前于哥本哈根举行的社会问题首脑会议期间,只提出了11000项这类要求。

B. 传播媒体工作队伍

16. 在过去二十年,许多国家的传播媒体中妇女就业人数明显增加。在一些国家中,自1970年代以来女记者的比例增加了一倍。妇女在传媒中、性别是在电视上的可见率日益增加。不过,实质上,她们在求职过程中仍然面临着种种障碍,只能获得有限的就业机会。妇女在媒体中就业不仅是一个平等参与的问题,而且从形象和消息进一步多样化角度来看还会影响到产生,还会影响到新闻内容和重点的定义以及对妇女和男子的描绘多样化。

17. 妇女和男子在培训和就业机会方面仍然存在差别。对70个国家进行的一项调查表明,在三分之二的国家中,通信专业的学生中50%以上为女性。然而,她们在媒体就业人数中所占比例却不到一年。尽管妇女的可见率提高,特别是在过去十年中,妇女以节目主持人、播音员和记者的形象在无线电和电视上的可见率明显增加,但是她们在节目制作、创造性和技术性工作以及高级管理职务中的就业人数仍然不足,尽管她们可以对节目内容起到影响作用,并有助于确保更加全面地覆盖妇女所优先考虑的问题。例如,在西欧的广播机构中,只有5%的技术工作雇用的是妇女,但是在行政工作、低级秘书工作以及低级管理工作中高达50%。¹³

C. 备选的传播媒体

18. 在过去十年中,大多数地区的可供妇女选择的媒体从所有形式看都出现持

续增长，在所有地区，印刷媒体的增长最早最快。“备选的”一词既可能意指可选择使用媒体，也可意指使用除去主流媒体以外的媒体。妇女控制的独立的可供选择的媒体包括文字出版物，录相，电影，无线电广播，以及越来越多的新的大众传播技术。传统的传播手段，例如街头演出，歌曲和舞蹈节目，继续被用来增进对社会和政治的了解。妇女已经创立并使用可供选择的传播通道来支持她们进行的努力，捍卫她们的权利，传播她们自己的描绘方式，并对处于控制地位的主流文化模式提出质疑。主流媒体内由妇女制作的和为妇女制作的制品也已经增加。

19. 妇女联合会和非政府组织拥有无线电台，出版社，电视和电影制片厂。在发展中国家，无线电广播仍然是成本最低，使用最普遍的媒体通信方式之一。建立于1984年的《主张男女平等国际无线电台努力》(FIRE)是一个女性创办广播电台取得成功的实例。《妇女特色服务》(WFS)成立于1970年代中期，是一份为妇女服务的独立的报纸，覆盖大量有关妇女的和为妇女提供的消息。加拿大的《妇女电视网》(WIN)开办于1994年，取得了专门许可证。它的工作人员98%为女性，专门制作妇女特别感兴趣的节目。¹⁴

三、 妇女形象描绘的变化

A. 男女形象描绘的进步和后退

20. 虽然传播媒体加强注意了对妇女形象的公正描绘，但是可报道的成功实例并不多。许多国家都采取了各种监测，加强和教育措施，这些措施已经促使媒体对妇女形象的描绘有了些许改变。已经有了一些改进，关于这一点，从以下几个方面可以看出：女性角色，女专家和以女性为题材的新闻的数量有了增加，另外，把妇女归入传统的成规定型的角色的描绘已经减少。在许多国家，近年来媒体输出有了扩大，这为由妇女制作制品，为妇女制作制品以及制作有关妇女的制品提供了更多的机会。

21. 不过，还是存在着抵制现象，甚至还存在严重的后退现象。对性别作用和

陈旧观念进行的一项分析表明,许多媒体形式对妇女持排斥或沉默态度。加拿大和美利坚合众国对媒体进行的定期监测表明,媒体在对妇女和男子作出公正描绘方面取得的进展相对较慢。作为1995年1月在71个国家进行的一项全球性监测行动的一部分,对15,500个实例进行了分析;发现被调查的人当中妇女只占17%,只有11%的报告讨论妇女所特别关注的问题或载有关于性别的观点。¹¹

22. 一个关键的问题是,媒体是否准确描绘妇女在社会中的多方面作用。第二个问题是,为什么为改变陈旧定型的观念已经花费了二十年时间进行研究并采取了行动,而这些观念却仍然继续存在?最后的媒体是通过专业标准和价值观,体制结构和过程,观念喜好的感受和广告的需要形成的,而所有这些都变化缓慢。因此,媒体中对妇女和男子形象的描绘落后于妇女和男子的实际生活和作用方面的现实情况。妇女和男子在媒体中的形象不仅反映了社会经济情况,而社会情况是遵循其自己的规则——尤其是市场规则——变化的,而且还反映了政治思想。妇女的形象已被看作政治愿望和社会改革的一个象征。¹¹

23. 前中欧和东欧社会主义国家提供了一个对妇女的成规定型的描绘如何可被用作一种政治思想手段的实例。在那里,对妇女形象的描绘从一个极端走向了另一个极端:以前的政治妇女和工作妇女的形象在民主化过程中已被时装模特,美丽皇后和美丽母亲的形象所取代。以前没有的用有光纸印刷的国际性时装和美容杂志的国内版本仅仅在短短几年之内就占领了巨大的市场。与此同时,色情出版物大量涌入。1991-1993年,色情出版物达到顶峰,这与出版业完全自由化相吻合。在中欧和东欧,女性形象在新的市场经济中已经成为一种有利可图的商品。¹⁵

B. 商品和广告

24. 广告是现代社会中最有影响力的社会化制度之一。许多研究报告证实,广告中继续存在着对妇女和性别关系的极其成规定型的描绘。通过广告传递的信息往

往是在对顾客的喜好和态度进行了彻底研究的基础上按照设计制作的。常常是,代表普遍态度的中间派“顾客”的态度和预示着新形象的先锋派态度,都可能会冒犯那些认为自己受到一种不公正的或成规定型的描绘的人。民主社会已普遍认为有必要对广告宣传所使用的形象和语言进行监测和管制。许多妇女发现了性别歧视的成见以及利用妇女的身体来侮辱并贬低妇女,并申诉说,她们所关注的问题没有得到监测机构的足够重视,这些机构更加注重的是诚实性,公正性和真实性,而不是性别描绘。在许多国家,如果消费者认为自己受到了某种广告宣传的侵犯,可以提出申诉。在过去几年中,申诉的案例有所增加,这些案例一方面是对广告宣传中出现的越来越多的侵犯作出的反应,另一方面提出了公众关心的问题 and 利用运动议员的办法。

25. 妇女代表了今天的商业性媒体环境中的一个重要市场。25-45岁年龄组,特别是职业妇女和中层管理部门妇女,是购买力和及其影响受到最认真研究的人口小组。广告客户一向是通过妇女杂志使妇女看到广告的,但是在联合王国、德国、英国和拉丁美洲,近年来已经开办了以妇女为对象的商业性电视节目频道。这些节目的特色是提供咨询、拜访知名人士、播放电视小说以及反映妇女成规定型作用的其他娱乐性节目。

C. 妇女参与政治的情况

26. 由于参与政治的妇女人数增多,因此公正而准确地描绘担任领导职务的妇女的形象已经具有特殊重要意义。过去几年中,担任决策职务的妇女人数持续增长。在二十世纪,已有25名妇女被选为国家或政府首脑,其中半数是从1990年开始担任的,担任部长职务的妇女人数更多,而且时间更早。1994年,国会议员中女性占9%,内阁部长中有5.6%是妇女。然而在新闻媒体中,关于有影响女性的报道仍然集中于诸如发型款式和家庭情况等外源因素上。最近进行的关于媒体中对女领导人的形象描绘的一项研究总结说,她们在新闻中露面的次数少于男性领导人。尽管看来没有什

么证据表明新闻记者在报道新上任的女领导人时使用了简单的对性别的成规定型观念，但是不可否认的是，他们往往不信任妇女的资格——她们的培训和以前的经历——把她们描绘成局外人，好像她们获得权力地位是出于偶然，是一种临时性安排，或者把她们描绘成是通过家庭关系。当女领导人初次上台时，她们通常被描绘成改革的代理人，她们的任命对所有妇女来说是一个突破。因此，对她们提出了她们难以达到的要求。¹⁶

D. 暴力行为描绘的增加，特别是对妇女的性暴力行为的描绘增加

27. 过去几年里，媒体中对妇女暴力行为、特别是对妇女性暴力行为的描绘大量增加。在欧洲，由于对电视解除了管制，再加上跨界卫星频道，结果导致过去10年中电视播送的色情艺术增加了10倍。¹⁷许多制品含有明显的暴力内容，其中包括电影和电视片，还有所谓的“男子体育运动”，都占用了黄金播放时间，专门以男性观众为收视对象。亚洲大众传播研究和信息中心就亚洲的电视暴力问题进行了一次八国研究。研究结果表明，归类为具有暴力内容的节目占所研究的全部节目的59%，其中印度、泰国和菲律宾的暴力节目程度尤其地高。在欧洲，尤其是在东欧，明显含有色情内容的制品急剧增加。这种题材的制品制作和销售已成为一项重要的经营，并已与被迫卖淫和贩卖妇女建立了联系。被迫卖淫和贩卖妇女是一种有组织的犯罪行为，也正在以一种令人震惊的速度迅速增长，并正在扩大到全球范围。此外，据报告，电脑空间的明显含有性内容的制品也有增加，而接触这种制品是不受限制的，而且接触的人是不留下姓名的。¹¹

28. 性广告与暴力形象、包括对妇女的性暴力形象之间的潜在联系常常引起辩论。媒体作用问题是大众传播研究中最复杂的问题之一。一些关于电视屏幕上的暴力行为与电视观众的暴力冲动或暴力行为之间的心理研究发现，接触严重暴力行为镜头会使人们在以后受攻击的情况下作出更加狂暴的反应；另一些研究报告声称是

一种净化效果。

29. 解决这个问题的一项具体办法是考虑两性对屏幕上出现的暴力行为的不同反应。妇女观看暴力节目和电影的可能性低于男子,即使观看,也不大可能欣赏这类节目和电影。她们不能容忍对妇女的性暴力镜头。不论其本身是否是暴力行为的受害者,发现妇女惧怕暴力镜头,尤其普遍的是害怕强奸。调查和非正式报告发现,所有地区的妇女都对媒体中的暴力内容表示高度的忧虑。妇女们对有关暴力行为的消息对儿童们可能产生的影响尤其忧虑。¹⁸

四、 改善妇女接触和参与媒体的机会和消除成见的措施

30. 推动改善妇女接触和参与媒体的机会和消除对妇女形象描绘中的成规定型观念的步骤,或者可以从目前的媒体结构内部做起,或者可以从目前的媒体结构外部做起。传媒可以在自愿和自律的基础上或通过法律措施来完成自己的职责。必须对这两种手法的范围和有效性加以甄别。

A. 从传播媒体内部进行改变

1. 行为守则和自律准则

31. 普遍承认急需为传播媒体拟订有关对妇女形象描绘的道德守则。《北京行动纲要》要求大众媒体和广告机构“在符合言论自由原则下,制订专业准则和行为守则及其他的自律形式以促进表现非成规定型的妇女形象”¹⁹并“……解决……涉及对妇女的暴力、有辱人格或色情材料的问题……”。²⁰

32. 在传媒结构内,已经存在几种行为守则。与许多新闻出版机构的道德守则相似的是,广播业的自律守则含有一套旨在对公众所关注的问题作出反应的自愿规则。尽管这些措施是传媒机构自己实施的,但是制订这些措施往往出于外界的压力。在存在自律机构的地方,例如新闻出版理事会,如果个人认为受到某条消息的歧视,

便可使用指控程序。新闻记者组织已经采用了界定新闻工作中的伦理道德的行为或业务守则。一些全国性新闻记者组织已经制定了关于不得报道涉及到性的内容的准则，以努力使其成员增进对两性问题的认识。²¹一些传媒机构已经制定了内部政策和管制措施，例如由巡视官对《印度时报》进行监督。²²总的说来，只有极少数传播媒体制订了有关对妇女形象描绘的自律准则或政策。1993年对23个国家的广播公司进行了一次调查。调查结果发现，在75个接受调查的机构中，只有12%有关于这一问题的书面政策报告。²³

33. 迄今为止，传媒中的自律机制尚未表明特别有效。行为守则将包括以下保证：不复制对妇女的侮辱性成规定型的形象描绘和无端的基于性别的暴力行为制品；鼓励传媒从性别角度出发积极宣传妇女在社会上的多方面作用的更加积极的形象；并载有使更多妇女参与有关制定方向、节目编排和内容的决策，以保证守则的有效执行。¹²行为守则适用于传媒制品制作和传播的各个阶段，常常包括传媒专业人员组织、传媒企业、新闻机构或广播业制订的行为的道德守则。可能会有重复和重叠。许多守则没有制裁措施或纪律程序，因为它们没有建立监测机构或执行机制。如果发现经济上的考虑和利益处于危险，那么就可能牺牲自愿的行为守则。

2. 妇女就业

34. 妇女在传媒领域的就业问题的主要障碍与其他领域的障碍相似：男性同事的成规定型的态度，其中包括性骚扰；两性在关于专业课题的价值观和优先次序方面的差别；缺乏自信心和雄心大志；职业结构和工作条件不容许对工作和家庭责任进行协调。各种各样的措施——这些措施并不专门用于传媒部门——将会有助于克服这些障碍。它们是：成立组织并运动议员；请贤明人士做顾问；改变政策和态度，包括制定具体的目标和指标；改进招聘和甄选制度，提供培训，提供职业发展机会，改善工作条件；监测就业办法。²⁴形成一个由女性专业人员组成的批评团体相当重要，因

为这样有可能确保对关于内容方面作出的选择产生影响。

3. 机构和网络

35. 从地方到区域和国际所有各级,女通讯员都成立了只有妇女参加的和男女混合的职业团体和网络,以提出她们所关注的问题并对传媒中的两性问题采取行动。许多团体和网络都在1990年代主动开展了活动,这仅仅是由于传媒对妇女的压力增加以及它们对妇女的权利的认识提高的结果。通过成立组织,在传媒领域工作的妇女已经能够增加对妇女问题的了解,并提供培训,相互支持,以提高自信心。妇女的职业传媒联合会的一项特殊的任务和义务是提倡:培训、改进工作条件、改善晋升机会、同酬、提供如产假和儿童保育设施等社会福利。

4. 培训

36. 尽管有更多的妇女正在进入新闻工作学校并从事大众传播和文件编制研究,但是课程和课程安排未必考虑到两性的不同。在发达国家,妇女在进入大众传播学科三年级的学生中占60%以上,拉丁美洲和加勒比地区占60%,亚洲和太平洋地区占50%,非洲占40%以上。需要为大众传播和新闻工作领域的学术和职业培训编制有关对两性的成规定型的描绘问题的课程和培训材料。还必须为那些已经就业于传媒机构的妇女提供企业内培训,并提高对有关两性的成规定型的描绘问题的认识。

B. 从传播媒体外部进行改变

1. 法规和条例

37. 人们总是从其对基本的言论自由可能产生的干涉作用——即使在一个民主社会里这种干涉旨在确保平等接触传媒和公正的描绘——的角度,对国家通过管制和立法对传媒的影响作用提出怀疑。当私营广播公司通过公共频道——使用这种频道是受到管制的——运作时,国家就行使管制权,并有权颁发许可证。例如,在澳

大利亚，根据广播法为管制广播活动而成立的独立的法定机构——广播法庭可以授予、更换、吊销或废除广播许可证，并为无线电和电视制定节目标准。²⁵

38. 就跨国卫星转播和计算机传媒而言，控制问题更加不可预断；只有通过禁止接收手段才能实现控制，例如诸如接收器或卫星天线等技术装置。对于获取消息的机会可以用干涉国家利益的理由拒绝提供。但是，如果这样做的话，就违背了《世界人权宣言》第十九条的规定，该项条款表示有通过任何媒介和不论国界接受消息的权利。

39. 一些国家已经通过立法和传媒准则或道德守则来采取积极措施，以消除对妇女的成规定型的形象描绘。已经为顾客制定了指控程序，或者建议广播业采取自律措施。一些国家已经规定了关于传媒领域的平等就业机会的规章条例。在联合王国，政府认为创造一种让妇女在广播界担任更多的高级职务的气候是确保媒体对妇女作公正的和富有同情心的描绘的最有效办法。该国政府认为《广播法》与这项目标是相一致的。²⁶在比利时，佛兰德语公共服务广播组织于1989年开始实施平等机会政策，并制定了一项主动行动计划，其中包括培训、提高认识和职业措施。²⁷欧洲委员会通过其关于广播业平等机会指导委员会着手实现关于培训和职业发展、招聘以及成员国工作方式的一系列建议。²⁸

40. 消除语言中的性别歧视是消除男女不平等现象和对妇女的歧视的一项基本手段。语言对形成个人的社会特性起着根本的作用，并反映了思想和观念。1990年，欧洲理事会通过了一项关于消除语言中的性别歧视的建议。它在该项建议中承认了语言与社会态度之间存在的相互作用，并承认传媒在形成态度过程中所起的重要作用。它鼓励传媒使用无性别歧视语言。²⁹

41. 对明显含有色情内容的材料强制采取管制措施问题已经在许多国家引起辩论。普遍认为应当对儿童色情制品问题或涉及到肉体暴力问题进行管制。这种活动也属于关于强奸或承诺年龄的更广义的立法范围。许多国家对儿童色情制品犯罪行

为包括其制作和占有作出了强烈的反应。例如，在1985年，挪威对刑法进行了修订，以涵盖严重的、残忍的和侮辱人格的色情制品问题。³⁰一些国家，其中包括澳大利亚、加拿大和新西兰，已经对电视上对妇女暴力行为的描绘采取了新的、更加严厉的立场。在新西兰，由政府委任的色情制品问题调查委员会于1992年提出了立法，谴责了对妇女和儿童的暴力行为和性暴力行为。³¹使用规章条例并确定“下流”或“淫秽”的定义极为有用。任何严格的规章制度都有扼杀公民自由的危险，审查制度可能会影响到少数人种集团的言论自由。加拿大最高法院在1992年2月的一项决定中对淫秽一词的定义采取了一项新的方针。它认为，从色情制品给妇女、儿童和社会带来的危害来看，证明限制色情制品制作者言论自由权利是正确的，并总结说，淫秽材料中可找到的言论与保障言论自由的核心相距甚远。³²既然对妇女的性暴力行为是侵犯妇女的人权，那么这种观点就不属于道德问题。《消除对妇女的暴力行为宣言》中给对妇女的暴力行为所下的定义如下：“对妇女造成或可能造成身心方面或性方面的伤害或痛苦的任何基于性别的暴力行为，包括威胁进行这类行为、强迫或任意剥夺自由，而不论发生在公共生活还是私人生活中。”这一定义提供了可用于这一方面的一项有用的国际法律文书。³³

42. 消除对妇女的性暴力行为形象描绘的方法需要进一步考虑；法律行动仅仅提供了一种手段。其他措施应当包括：提高公众认识运动、传媒教育以及针对制作者和消费者的具体行动。许多妇女传媒团体，如坦桑尼亚传媒妇女联合会和牙买加的妇女传媒监测，已经发动了运动以解决这一问题。³⁴

2. 独立监测和运动议员

43. 由于传媒越来越受制于市场主导，因此，国家控制趋向于缩减，而向客户赋予更多的责任。为了从这种转变中得到好处，许多国家都已经成立了独立的传媒监测小组。一个突出的例子是传媒监视，这是加拿大的一个女性志愿人员组织，在减少

加拿大传媒中的性别歧视过程中起到了根本性作用。它侧重于为传媒改革采取具体行动，例如使用无性别歧视的相同语言，真实地描绘妇女和当代家庭，制止把妇女作为性对象进行描绘，以及提供扫盲培训以便把权力授予观众。传媒监视定期对传媒进行监测，并在加拿大无线电、电视和电信委员会听证会上提出它所关注的问题。

44. 再举一个例子。为了反对无礼的广告，西班牙社会事务部的一个机构妇女协会成立了“广告观测台”，该观测台为妇女提供了一条免费电话线，如果有妇女要提出指控说她们发现了某一条广告对妇女无礼，便可给该观测台打电话。她们的申诉被提交给一个由15个人组成的理事会，理事会在48个小时之内决定这条广告是否应当撤销。如果三分之二多数人赞成，则向广告客户发出通知：除非将广告撤销，否则将采取法律行动。妇女协会已经对审查制度提出的指控作出了反应，强调说，它的第一项优先任务是在改变成见方面与广告商携手合作。³⁵

3. 传媒教育

45. 传媒教育包括对观众的教育以及对制作人的教育。人们认为观众是一个积极的社会主体，能够对接收到的消息和信息起到重要作用。在美国，一些非政府组织，其中包括全国电视传媒理事会传媒教育中心，举办了传媒问题研讨会。

46. 在拉丁美洲，智利的文化和艺术表现调查中心已经采取了一项主动行动，这是传媒教育方面最有计划的、范围最广的主动行动之一。该国的关于主动对电视进行监测的教育方案试图强行更加严格地控制电视播送的消息，并对广播电台施加压力，使其重新考虑它们播送的消息。这种方法尤其适用于电视小说，因为可以起到双重教育作用：可以使观众了解成规定型的形象描绘，同时可向制作人传达严厉的批评意见。³⁶

47. 若要促进尽快提高制作人对传媒内容中对两性的成规定型形象描绘的敏感机制的认识，首要步骤是监测；第二个步骤是教育和培训。一些国家着手为广告业

开办教育活动。荷兰广播公司形象描绘部为制作人提供了一些关于对两性的成规定型的形象描绘的视听实例。它还颁布准则,听取指控,监测节目,公布报告并制定战略,以便把对两性的成规定型的形象描绘问题提交给新闻编辑室。它使公众介入这些活动。它的目标是修正、扩大并重新界定新闻记者的新闻价值。³⁷

48. 除了提高认识运动以外,还需要采取一项有计划的方法,以编制强调传媒内容中对两性的成规定型的形象描绘的实质和所产生的影响。

4. 其他鼓励措施

49. 在许多国家,私营和公营企业对那些在传媒中公正描绘妇女形象的人给予鼓励,例如给予奖励。世界各地都举行妇女电影和电视节,以庆祝妇女制作的作品。例如,在加拿大,有由加拿大大众传播妇女颁发的“获得年奖的妇女”和传媒监测颁发的其他年度奖。³⁴瑞典电视每年向为促进男女平等作出最大贡献的节目颁发一次平等奖金。从欧洲来说,最重要的奖励是欧洲委员会的两年一次 NIKI 奖金,这种奖金是颁发给一些为改善电视中妇女形象作出贡献的节目的,其中包括儿童节目。德国广播领域的传媒集团中的妇女采取了不同的方法,她们挑选最无礼的节目获取酸黄瓜奖。

C. 联合国系统的活动

50. 自从 1981 年创建以来,教科文组织的妇女通信活动方案一直侧重于传媒对妇女形象的描绘和妇女参与传媒工作。在强调妇女在通信专业方面的培训和把妇女提升到高一級职务的同时,还注意帮助建立妇女的可选择的传媒信息网络以及区域性和全国职业联合会,建立数据库,并且支助妇女团体及与妇女和传媒有关的非政府组织,此外,还推动传媒教育。1981-1990 十年方案评价承认了该方案在业务活动方面所取得的成就,但是批评说缺乏研究和分析,还批评说,在公布它所制作的材料方面优柔寡断。³⁸在筹备第四次妇女问题世界会议期间,教科文组织举办了一次题

为“妇女与传媒：参与发表意见和决策的机会”的国际性专题讨论会。这次讨论会是1994年期间举行的7次区域性筹备性研讨会的最高潮。这次专题讨论会的一项结果是产生了《多伦多行动纲要》，这是教科文组织对第四次世界会议的重大贡献。它载有关于消除传媒中对妇女的成规定型的形象描绘以及关于妇女就业的建议，还载有关于妇女传媒网络和传媒培训的建议。《行动纲要》促请专业性传媒机构讨论女记者的需要，还要求传媒企业与新闻记者和传媒专业机构合作，制定关于两性形象描绘的准则。⁸

51. 联合国提高妇女地位国际研究和训练所于1988年开始执行其关于妇女与传播的方案，并在同一年组织举行了妇女参与发展传播问题国际协商会议。1991年，该研训所执行了一项有阿根廷、哥伦比亚和多米尼加共和国参加的关于编制妇女与发展的传播材料的项目。提高妇女地位研训所编写了一本传媒手册，以帮助那些在传媒节目编制和决策部门工作的人们进一步了解在语言使用和形象描绘方面存在的性别偏见。³⁹

52. 关于传媒与暴力之间的关系问题，第九届联合国预防犯罪和罪犯待遇大会强调了传媒在预防犯罪方面所起的重要作用。大众传媒和预防罪行问题专题讨论会对传媒中使用规章并强调性控制暴力行为、其中包括对妇女的暴力行为问题以及传媒的有效性进行了审查。专题讨论会在建议中促请联合国帮助传媒促进制定适当的措施和机制，为根除对妇女的暴力行为作出贡献，同时还重申了新闻自由作为民主过程一部分的重要性。⁴⁰

五、 确定需要进一步审查的问题

53. 在审议《北京宣言》和《行动纲要》在妇女和传媒领域的执行情况过程中产生了以下问题，这些问题值得妇女地位委员会在其第四十届会议上作进一步审查：

(a) 政府是否应当通过本国的提高妇女地位机构和其他机制并在大众传媒的

合作下帮助确定行为守则？例如可以提供具体的建议。

- (b) 为传媒制定的这种行为守则应当有些什么目标？审议结果认为应当有以下几项目标：避免使用性别歧视语言；不得复制对妇女有污蔑性的成规定型的形象描绘的制品和表现无端的基于性别的暴力行为制品；宣传妇女在社会中的多方面作用的更加积极的形象；使更多的妇女参与关于传媒的方向、节目制作和内容的决策。
- (c) 应当创立哪一种执行机制来保证这种守则得以有效执行？
- (d) 应当如何遵照《消除对妇女的暴力行为宣言》特别注意减少或消除对妇女的暴力行为的描绘？
- (e) 如何才能利用传媒教育来教育观众以及制作人，特别是提高对妇女遭受的暴力行为的认识？
- (f) 如何才能鼓励并促进女制作人和女记者互相组织并建立网络？
- (g) 如何才能改进传媒监测团体、包括广告监测团体触及的范围？如何着手执行查控程序？
- (h) 如何才能使通信培训对性别更加敏感？如果才能改进在职和企业内培训？
- (i) 如何才能使接触和使用计算机机会极其缺乏的国家和地区的公众加入计算机网络机会以及利用培训妇女掌握新型通信技术的设施的机会得以最好的提供或改进？
- (j) 国际社会在妇女及传媒领域的特殊作用和责任是什么？

注

¹ 《第四次妇女问题世界会议的报告，1995年9月4日至15日，北京》(A/CONF.177/20)，第一章第1(j)节，第234段。

² 同上，第236段。

³ 同上，第 243 (a) 段。

⁴ 同上，第 243 (c) 段。

⁵ “大众传播工具对于一般人对妇女和男子在今日社会的地位所采取之态度的影响” (A/CONF. 94/BP. 19)。

⁶ 《审查和评价联合国妇女十年：平等、发展与和平成就世界会议的报告，1985 年 7 月 15 日至 26 日，内罗毕》(联合国出版物，出售品编号：E. 85. IV. 10)，第 206 - 208 段，第 366 - 372 段。

⁷ “第二次审查和评价《提高妇女地位内罗毕前瞻性战略》”(E/CN. 6/1995/3/Add. 8)。

⁸ 在题为“妇女与传媒：参与发表意见和决策的机会”的国际研讨会上通过，1995 年 2 月 28 至 3 月 3 日，多伦多（加拿大）。

⁹ 《第四次妇女问题世界会议的报告，1995 年 9 月 4 日至 15 日，北京》(A/CONF. 177/20)，第一章，第 1 (J) 节。

¹⁰ 格温·利斯特，“非洲的新闻自由和女记者在领导职务中的作用”，为联合国秘书处提高妇女地位司编写的未发表的论文，1995 年。

¹¹ 玛格丽特·加拉格尔，“口红帝国主义和世界新秩序：二十世纪末的妇女与传媒”，为联合国秘书处提高妇女地位司编写的未发表的论文，1995 年 12 月。

¹² 萨利·伯奇，“新的通信技术时代的妇女与传媒”，为联合国秘书处提高妇女地位司编写的未发表的论文，1995 年 10 月。

¹³ 玛格丽特·加拉格尔，《一个没有完成的故事：传媒就业中的性别格局》，教科文组织的关于大众传播问题的报告和论文，第 110 号（1995 年，巴黎）。

¹⁴ 利斯·杰弗里，《加拿大在妇女平等与传媒方面取得了进展：参与发表意见和决策的机会》，为加拿大妇女地位编写的报告，这是供教科文组织题为“妇女与传媒：参与发表意见和决策的机会”的国际研讨会讨论的背景文件，多伦多，1995 年 2 月

28日至3月3日。

¹⁵ 阿日吉欣·娜杰日达，“俄罗斯传媒中对妇女形象的描绘”，为联合国秘书处提高妇女地位司编写的未发表的论文，1995年12月。

¹⁶ 皮帕·诺里斯，“为摄影作品增添了一些色彩：世界各地的女领导人”，载于《妇女、传媒和政治》，皮帕·诺里斯编辑，纽约，牛津大学出版社，即将出版。

¹⁷ 欧洲理事会，《关于人权和性别问题研讨会议事录：传媒的责任，1994年6月29日至7月1日，斯特拉斯堡》，第25页。

¹⁸ 玛格丽特·加拉格尔，“关于传媒对男女平等意识应负责任的批评性看法”，欧洲理事会大众传媒指导委员会在题为“人权与性别：传媒的责任”的研讨会上提交的文件，1994年6月29日至7月1日，斯特拉斯堡。

¹⁹ 《第四次妇女问题世界会议报告》(A/CONF.177/20)，第一章，第1(J)节，第245(a)段。

²⁰ 同上，第245(b)段。

²¹ 贝蒂纳·彼得斯，“传媒中的自律方法对性别平等的重要性和局限性”，在教科文组织举办的题为“妇女与传媒：参与发表意见和决策的机会”的国际研讨会上介绍的论文，多伦多（加拿大），1995年2月28日至3月3日。

²² 维贾亚拉克希米·巴拉克里希南，“亚洲传播媒介中的当地社会准则和妇女”，载于妇女论坛中心的《妇女能够通信》，玛格丽特·加拉格尔和利利亚·金多扎-圣地亚哥编写（纽约，1994年）。

²³ 玛格丽特·加拉格尔，“妇女与传媒，1985-1994年：发展十年？”，在为第四次妇女问题世界会议召开的欧洲联盟成员国筹备会议上提交的论文，托莱多，1994年4月14日至16日。

²⁴ 加拉格尔，《一个没有完成的故事：……》，第53页。

²⁵ 澳大利亚提交的第二份定期报告 (CEDAW/C/AUL/2)。

²⁶ 联合王国向提高妇女地位司提交的为第四次妇女问题世界会议编写的国别报告，第 92 页。

²⁷ 比利时向提高妇女地位司提交的为第四次妇女问题世界会议编写的国别报告，第 19 页。

²⁸ 欧洲委员会广播中平等机会问题指导委员会，“关于促进平等机会的建议，1986 - 1991 年”（V/1356/94 - EN）。

²⁹ 欧洲理事会，建议 R（90）4：消除语言中的性别歧视。

³⁰ 挪威向提高妇女地位司提交的为第四次妇女问题世界会议编写的国别报告，第 114 页。

³¹ 参见“买卖儿童、儿童卖淫和儿童色情制品”（A/50/456）。

³² 苏珊·M. 伊斯顿，《色情制品问题：管制与自由言论权》（伦敦/纽约，鲁特利奇，1994 年）。

³³ 大会第 48/104 号决议。

³⁴ 玛格丽特·加拉格尔和利利亚·金多扎-圣地亚哥合编的《妇女能够通信》（纽约，妇女论坛中心，1994 年）。

³⁵ 凯特·霍尔曼，“对编辑自主权与促进男女平等之间紧张局面的分析”。

³⁶ 奥尔加·巴斯托斯·罗梅罗，“为有鉴定力的/积极的观众制定的关于电视对两性的成规定型形象描绘的教育模式”，向联合国秘书处提高妇女地位司提交的未发表的论文，1995 年。

³⁷ 荷兰广播公司，“美丽还是大胆：荷兰广播公司形象描绘部对荷兰戏剧进行审查”。希尔维瑟姆，1994 年。

³⁸ “过去 10 年（1981 - 1991 年）中为妇女的利益开展的通信活动作用评价”（139/EX/5）。

³⁹ 提高妇女地位研训所，《令人不满的内容：传媒应当走向公正描绘妇女形象》

E/CN.6/1996/4

Chinese

Page 26

(圣多明各, 1995年)。

⁴⁰ “第九届联合国预防犯罪和罪犯待遇大会报告, 开罗, 1995年4月29日至5月8日” (A/CONF.169/16)。
