

رسانه ها نقشی کلیدی در دستور کار برابری جنسیتی بر عهده دارند



مدیر اجرایی نهاد زنان سازمان ملل: رسانه ها نقشی کلیدی در دستور کار برابری جنسیتی بر عهده دارند.

مترجم: کامران شفق

(، در دومین سمپوزیوم Phumzile Mlambo-Ngcuka بیانیه مطبوعاتی مدیر اجرایی نهاد زنان سازمان ملل ، فومزیلا ملامبو ننگوکا) در خصوص جنسیت در رسانه ها و ارائه نتیجه مطالعه جهانی در مورد کلیشه های جنسیتی فیلم، مکان: نیویورک، 22 سپتامبر 2014 (مطابق با 31 شهریور ماه 1393)

همکاری دارد. "تبعیض جنسیتی بدون مرز" نهاد زنان سازمان ملل مفتخر است که در موضوع

مطالعات اخیر انجام شده، منعکس کننده حقایق ناگواری است:

ظلم تعمیق یافته و کلیشه جنسیتی که زنان و دختران تقریباً تمامی جوامع با آن دست به گریبان هستند. مطالعات نشان می دهد که چگونه اغلب سازندگان فیلم ها این گونه نگاه کلیشه ای را استمرار داده اند.

فیلم نقشی کلیدی در شکل دادن و تبلور بخشیدن به هنجارهای اجتماعی دارد. با عنایت به نقش قدرتمند آنها در شکل دادن به درک و استنباط مخاطبین، رسانه ها بازیگر اصلی دستور کار برابری جنسیتی تلقی می شوند.

که در شهر پکن چین برگزار شد گردهم آمدند و برنامه اقدام "زن" با موضوع سال 1995 میلادی، 189 دولت در کنفرانسی بین المللی پکن را به تصویب رساندند. این برنامه بعدها به نقشه راه بین المللی برای برابری جنسیتی تبدیل شد. این برنامه خواستار مناصب تصمیم گیری بیشتر برای زنان در رسانه ها و همچنین تدوین منشور اخلاقی در این خصوص برای پرهیز از کلیشه های رایج و تحقیر آمیز چهره زن بود. پس از نزدیک به بیست سال این درخواست همچنان پا برجاست.

آنچه که در مورد سینما و فیلم گفته شد در مورد رسانه های دیگری همچون رسانه های خبری نیز صدق می کند. تحقیقات نشان زنان در مراحل که تقریباً سه چهارم کلیه موقعیت های شغلی مدیریتی در حوزه رسانه ها هنوز در دست مردان است. تاثیر نبودن اند داده از تنوع در تصمیم گیری شده است. تنها بخشی از و بهره مند نشدن تصمیم گیری برای رسانه ها، منجر به نادیده گرفته شدن نقش آنان اخبار بر روی موضوع زنان تمرکز دارد و فقط یک چهارم افرادی که مصاحبه می شوند و یا صدایشان شنیده می شود زن هستند. نتایج مطالعات امروز ما بر این نکته تاکید دارد که داشتن نماینده در سطح تصمیم گیری با محتوای رسانه رابطه دارد. همچنین در مورد صنعت فیلم، مطالعات بیانگر این است که چگونه رهبری زنان، افزایش میزان حضور کاراکتر زن بر پرده نمایش را تسهیل می کند.

رهبری داشت؟ سوال این است: چگونه می توان موقعیت بیشتری برای زنان در رده های

بر اساس نتایج مطالعات صورت گرفته در کشورهای اروپایی که زنان بلند ترین گام ها را از نظر رهبری در رسانه های خبری در این جوامع برداشته اند، نیمی از کمپانی هایی که مورد بررسی قرار گرفته اند دارای سیاست هایی معین در مورد برابری جنسیتی بودند. در سطح ملی، سیاست هایی در خصوص مقابله با تبعیض در محیط کار و همچنین قوانینی حمایتی برای مراقبت و نگهداری از کودکان والدین شاغل،

اتخاذ شد. ما نیازمند اقدامات کنشگرانه ای هستیم که ترویج کننده تعادل جنسیتی در صنعت باشد. در عین حال اتخاذ سیاست های مناسب توسط دولت ها در رسانه ها و فراتر از رسانه ها نیز از اهمیت مشابهی برخوردار است.

مطالعه انجام شده در واقع یک بیدارباش است و سمت و سوی تغییر مورد نیاز را نشان می دهد. ما علاقه مند به کارکردن با شرکای خود در (Emma Watson و سفیر حسن نیت ما، اما واتسون Geena Davis این صنعت رسانه ها هستیم) از جمله افرادی مانند: جینا دیویس برای نیل به تغییرات ما نیازمند داریم که سبک های زندگی را متحول کنیم و به سمت الگوهای مثبتی از جهان نشانه گیری کنیم که در آن برابری جنسیتی یک واقعیت باشد.

!متشکرم

برای مطالعه بیشتر در خصوص این برنامه علاوه بر انتشارات نهاد سازمان ملل به سایت زیر نیز می توانید مراجعه کنید.

<http://www.unwomen.org/en/news/stories/2014/9/ed-remarks-gender-in-media#sthash.Vbl8ZhbA.dpu>
f