

Учебное пособие
по гендерно-этической журналистике
и надлежащей политике медиакомпаний

Книга 1: **Концептуальные вопросы**



Учебное пособие по гендерно-этической журналистике и надлежащей политике медиакомпаний

Книга 1: Концептуальные вопросы

Редакторы

Сара Макарайа и Памела Мориниер

Выпускающий редактор

Филип Ли

Авторы статей

Книга 1

I. Обоснование. *Амму Джозеф*

II. Гендерная проблематика в современной журналистике. *Д-р Сара Макарайа*

III. Ситуационные исследования

1. Руководящие принципы по представлению гендерных образов в телерадиовещании Канады. *Д-р Кэтлин Кросс*
2. Кодекс гендерной этики в СМИ Танзании. *Глэднесс Мунуо Хемеди*
3. Привлечение внимания к проблеме гендерного равенства и изменение ситуации. *Сабина Заккаро*

Книга 2

Руководящие принципы гендерно-этической журналистики

- | | | |
|---|--|---|
| 1. Изменение климата.
<i>Марсела Габии</i> | 4. Здоровье: сексуальное и репродуктивное
здоровье.
<i>Марсела Габии и Клаудия Флорентин</i> | 7. Политика и правительство: статьи и
репортажи о женщинах, занимающих
государственные должности.
<i>Марсела Габии и Клаудия Флорентин</i> |
| 2. Освещение бедствий.
<i>Сувендрини Какучи</i> | 5. Права человека женщин: торговля людьми.
<i>Марсела Габии и Клаудия Флорентин</i> | 8. Насилие в отношении женщин: статьи
и репортажи о сексуальном насилии.
<i>Минди Ран</i> |
| 3. Женщины в экономических
новостях.
<i>Амму Джозеф</i> | 6. Мир и безопасность.
<i>Шэрон Бхагван Роллс</i> | |

Научные сотрудники

Патти Эдду Федерика Касо

Финансовая поддержка

 **BROT FÜR ALLE**
Анонимный спонсор, Нидерланды

 **eed**
Evangelischer
Entwicklungsdienst

 **WACC**  communication FOR all

 **IFJ**

Публикация Всемирной ассоциации христианских коммуникаций (BAXK), www.waccglobal.org,
и Международной федерации журналистов (МФЖ), www.ifj.org.
2012 г.

Оформление: Брэд Колликотт

Свободная лицензия «Attribution-NonCommercial-NoDerivs» 2.5. Не для коммерческого использования. Запрещается использовать данную работу с целью получения прибыли. Запрещается создавать производные произведения на основе данного пособия. Запрещается вносить изменения в данную работу, преобразовывать её и создавать произведения на ее основе. При использовании или распространении этой работы следует чётко донести до третьих сторон лицензионные условия данного произведения. Вышесказанное никак не влияет на правомерное использование данной работы и иные ваши права.

Содержание

Предисловие	2
I. Обоснование	6
Почему именно женщины?	7
Гендерная линза	9
Гендерно-этическая журналистика	10
Журналистика и демократия	12
Список литературы	13
II. Гендерная проблематика в современной журналистике	14
1. Гендерный вопрос в новостных СМИ	15
Данные Проекта мониторинга глобальных СМИ	15
2. Гендерный статус в этических кодексах СМИ	20
Типология кодексов: определение гендера в нормах профессиональной этики СМИ	23
3. Признаки всеобъемлющих кодексов	29
Список литературы	30
Приложение 1. Исследование политики в области СМИ и кодексов профессиональной этики (2011 г.)	31
Приложение 2. Гендерные аспекты в политике СМИ: оценочный контрольный список	38
III. Ситуационные исследования	40
1. Руководящие принципы по представлению гендерных образов в телерадиовещании Канады	42
Исторический обзор	42
Разработка руководящих принципов	42
Опыт реализации	43
Извлечённые уроки	44
Список литературы	44
2. Кодекс гендерной этики в СМИ Танзании	45
Исторический обзор	45
Разработка Кодекса гендерной этики в СМИ	46
Опыт реализации	47
Список литературы	49
3. Привлечение внимания к проблеме гендерного равенства и изменение ситуации	50
Усиление связи между СМИ и гражданским обществом	50
От наращивания потенциала	51
... К написанию статей	52
Мультимедийная платформа для охвата многочисленной аудитории	53
Список ресурсов	56

Предисловие



Настоящее «Учебное пособие по гендерно-этической журналистике и надлежащей политике медиакомпаний» является результатом работы, направленной на устранение указаний на гендерное неравенство в содержании новостных средств массовой информации, проведенной совместно Всемирной ассоциацией христианских коммуникаций (ВАХК) и Международной федерацией журналистов (МФЖ).

С момента принятия Пекинской платформы действий (1995), призывающей учитывать гендерные аспекты в средствах массовой информации и применять механизмы саморегулирования, нацеленные на ликвидацию дискриминационного программирования в отношении женщин, был достигнут лишь незначительный прогресс. Такие исследования, как Проект мониторинга глобальных СМИ (ПМГСМИ¹), показывают, насколько неизменным остаётся уровень маргинализации женщин в новостях. В 2010 году, по данным ПМГСМИ, женщины составляли всего 24% от общего числа людей, которых можно было увидеть либо о которых можно было услышать или прочитать в новостях.

МФЖ начала реализацию Инициативы этической журналистики² с целью противодействия проявлениям дискриминации в новостях и напоминания журналистам об их назначении путём внедрения основных этических норм. Борьба с сенсационностью и стереотипами, проверка фактов, соблюдение норм поведения, поддержка независимых органов саморегулирования — вот некоторые из мер, призванных обеспечить качество СМИ и возродить доверие общества к новостям. Добросовестное освещение гендерных аспектов должно обрести приоритетное значение, если СМИ ставит своей задачей полноценно отображать роль женщин в обществе. Нельзя оставлять без внимания широкое использование социальных сетей, блогов и развитие онлайн-новостей. Существуют многочисленные примеры ненадлежащего и некорректного освещения гендерных вопросов на фоне малого числа инициатив, направленных на выработку этических норм и недопущение несправедливых и устаревших стереотипов.

Учебное пособие призвано стать ответом на гендерный пробел в содержании новостей и отсутствие механизмов саморегулирования с целью противодействия гендерной предвзятости. Пособие разделено на две книги, которые можно читать отдельно друг от друга. В *Книге 1* обсуждаются вопросы концептуального характера, касающиеся гендерной тематики, СМИ и профессиональной этики, в то время как в *Книге 2* представлены руководящие принципы гендерно-этической журналистики в разных тематических областях.

Как гендерная этика может иметь важное значение для деятельности СМИ в демократическом обществе? Какое влияние может оказывать на новостной материал использование «гендерной линзы»? Насколько раскрытой является гендерная тема в мировых новостных СМИ сегодня, и как ситуация изменилась с 1995 года? Насколько строго моральные кодексы для СМИ предписывают включение гендерной проблематики в деятельность СМИ? На эти и другие вопросы даётся ответ в *Книге 1*, посвящённой концептуальным проблемам, касающимся гендера, СМИ и профессиональной этики. В ней также представлены ситуационные исследования опыта внедрения и реализации гендерно-ориентированных медийных норм в 2 странах — Канаде и Танзании. В третьем разделе изучается опыт Международной пресс-службы в осуществлении новаторской инициативы по выпуску статей и репортажей о гендерном равенстве и расширении возможностей женщин в целях реализации третьей Цели развития тысячелетия (ЦРТЗ). На основе всех исследований были выделены основные уроки, полученные в ходе ситуационного анализа. *Книга 1* предназначена для лиц, принимающих решения в области СМИ, а также общественных деятелей, заинтересованных во внедрении или улучшении гендерно-ориентированной медийной политики.

Книга 2 представляет интерес для работников СМИ — журналистов, репортёров и редакторов, — а также для работников сферы образования и представителей гражданского общества, участвующих в мониторинге гендерных аспектов в СМИ. В ней содержатся практические рекомендации по ведению гендерно-этической журналистской деятельности в восьми тематических областях: изменение климата, освещение бедствий, женщины в экономических новостях, сексуальное и репродуктивное здоровье,

1. ПМГСМИ — это многолетнее исследование и инициатива по адвокации гендерного равенства в мировых СМИ, координирование которых на глобальном уровне осуществляет Всемирная ассоциация христианских коммуникаций. Исследование проводилось пятилетними циклами с 1995 года и отслеживало изменения по определённым гендерным показателям в содержании новостных СМИ. В рамках четвёртого исследования в 2010 году сбор данных осуществлялся в 108 странах. Отчёт размещён по адресу http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf.
2. <http://ethicaljournalisminitiative.org/en>

Книга 1: Концептуальные вопросы

торговля людьми, мир и безопасность, политические новости (сообщения о женщинах в правительстве) и сексуальное насилие. О каких гендерных аспектах климатических изменений должен знать журналист при освещении соответствующей темы? Какова гендерная сторона в, казалось бы, «гендерно-нейтральных» экономических сюжетах? Каких наиболее распространённых ошибок следует избегать при написании статьи о женщинах, занимающих государственную должность? Как журналисту учесть гендерный фактор в статье об охране сексуального и репродуктивного здоровья? Какие возникают проблемы при донесении информации о насилии в отношении женщин? В книге даётся разъяснение по этим и другим вопросам. Пособие может быть адаптировано для различных социальных контекстов и реалий, а использующиеся в нём базовые принципы могут послужить основой для разработки гендерно-этических подходов при подготовке сюжетов по другим темам.

Это пособие появилось благодаря усилиям экспертов в области гендерных исследований и СМИ из Африки, Азии, Карибского региона, Европы, Латинской Америки, Северной Америки и Океании/Тихоокеанского региона. В книге сведены их знания и представления как сотрудников СМИ, работников сферы образования или исследователей в области коммуникации, преданных делу профессионализации журналистской практики с точки зрения гендерной этики. В этой связи мы благодарим д-ра Кэтлин Кросс (Канада), лицензиата Марселу Габиу (Аргентина), проф. Максимилиано Гузмана (Пуэрто-Рико), лицензиата Клаудию Флорентин (Аргентина), Глэднесс Мунуо Хемеди (Танзания), Амму Джозеф (Индия), Сувендрини Какучи (Япония), Минди Ран (Нидерланды), Шэрон Бхагван Роллс (Фиджи) и Сабину Заккаро (Италия) за их вклад в различные разделы пособия и/или предоставление важных комментариев для его улучшения. Мы также благодарим Группу поддержки женского движения из Азуай (ГАММА), Эквадор, за то, что она выступила в качестве нашего партнёра в этом исследовании.

Существует ряд общепринятых руководств для СМИ и кодексов профессиональной этики журналистов, предписывающих недопустимость дискриминации по половому признаку. Это пособие не заменяет их. Скорее, оно даёт работникам СМИ, органам отчётности СМИ, профсоюзам и ассоциациям журналистов, а также работодателям практические рекомендации, когда таковые отсутствуют, по увеличению представленности женщин в медийном контенте, установлению гендерного паритета среди авторов статей и стимулированию диалога внутри структур СМИ, а также между органами саморегулирования и группами гражданского общества.

Отражение гендерных аспектов не является проблемой женщин. Добросовестное и этичное освещение гендерной тематики станет возможным, только если это станет заботой каждого сотрудника в отделе новостей и за его пределами. Журналисты, фотографы, редакторы новостей, телеоператоры, карикатуристы, работодатели СМИ, органы саморегулирования, школы журналистики, ассоциации и профсоюзы — перед всеми ними стоит задача сделать СМИ настоящим зеркалом общества. Общественные деятели могут оказать поддержку этому процессу путём мониторинга, ведения диалога и установления положительных партнёрских отношений со СМИ.

Среда создания медийного контента полна трудностей структурного, идеологического и практического характера, и в совокупности они приводят к проявлениям гендерного неравенства. Формирование гендерной культуры в СМИ должно приобрести приоритетное значение, для того чтобы устранить влияние гендерной предвзятости на представление общества о женщинах и мужчинах и отношениях между ними. Внедрение руководящих принципов и усиление этических норм с учётом гендерного фактора являются только первыми шагами. Также необходимо уделять внимание справедливой и прозрачной политике приёма на работу, постоянному обучению (за счёт работодателя) всех специалистов и регулярному мониторингу прогресса.

Памела Мориниер,
МФЖ

Сара Макарайа, д-р наук,
ВАХК

I. Обоснование



Одной из наиболее значимых новостей в 2011 году было крупномасштабное длительное стихийное бедствие в Японии. В пятницу 11 марта 2011 года в 14:46 по токийскому времени на северо-восточном побережье острова Хонсю произошло землетрясение магнитудой 8,9. Мощнейшее землетрясение, когда-либо поражавшее Японию с начала ведения наблюдений, вызвало массивное цунами, обрушившее стены воды на прибрежные города региона. Волны высотой в 10 метров устремились к берегу и на несколько километров продвинулись вглубь суши, захватывая яхты, автомобили и здания.

Тысячи домов были разрушены, многие дороги стали непроезжими, остановилось движение поездов и автобусов, прекратилось электро и водоснабжение, перестали работать мобильные сети. Привыкшие к частым землетрясениям японцы были ошеломлены магнитудой этого землетрясения и более чем сотней толчков, следовавших на протяжении следующих нескольких недель, многие из которых приравнивались к крупным землетрясениям. По оценкам, землетрясения и цунами унесли жизни примерно 20 000 человек, не считая тысяч раненных и около полумиллиона лишённых крова.

Ещё более ситуация усугубилась тем, что был нанесён серьёзный ущерб атомной электростанции «Фукусима-Дайчи». Стало ясно, что стихийное бедствие привело к крупнейшей ядерной аварии

в мире за последние 25 лет. Спустя месяц после аварии на АЭС правительство Японии повысило степень серьёзности кризиса с 5 до 7 — это наиболее высокий международно признанный аварийный уровень.

В конце 2011 года более 80 000 жителей оставались эвакуированными по всей стране без надежды на возвращение в ближайшее время в свои разрушенные или покинутые дома или на рабочие места. Местная экономика несла урон от разрушительных последствий бедствия. Негативное влияние на промышленность, сельское хозяйство и туризм в регионе оказывало то, что название региона — Фукусима — ассоциировалось с радиоактивным загрязнением.

Тройное бедствие в Японии, как и следовало ожидать, широко освещалось средствами массовой информации всего мира на протяжении нескольких недель. Сюжеты для широкой публики об оставшихся в живых, их положении и стойкости начали появляться в первые дни кризиса. Спустя год после катастрофы внимание международных СМИ продолжала притягивать по-прежнему угрожающая ситуация вокруг реакторов Фукусимской АЭС и отрицательное влияние бедствия на японскую экономику. Тем не менее на протяжении всего периода без внимания остался важный аспект катастрофы, а именно её значение и последствия для женщин.

Почему именно женщины?

Одному журналисту, который выразил недовольство по поводу скудного освещения проблем женщин после цунами в Индийском океане в декабре 2004 года, в ходе международной конференции по роли СМИ в ликвидации последствий бедствия задали вопрос: «Почему СМИ должны сосредотачивать внимание на женщинах? Погибли люди, а не только женщины»¹.

Также и в Японии мужчины, женщины и дети в районах, пострадавших от бедствия, потеряли жизни, своих любимых, дома, имущество и средства к существованию. Так можно ли хоть как-то обосновать заявление о том, что журналисты должны выяснить, оказало ли бедствие и его последствия какое-то особое влияние на женщин? Ответ — да.

Возьмём, к примеру, аварию на АЭС и радиоактивные осадки. Для начала рассмотрим следующие факты:

- В результате облучения женщина подвергается значительно более высокому риску развития онкологических заболеваний и смерти от них, чем мужчина, получивший такую же дозу ионизирующей радиации².
- Ионизирующее излучение уже долгое время считается наиболее распространённым экологическим фактором риска развития рака молочной железы³.
- Женщины репродуктивного возраста подвергаются значительному риску воздействия радиации на свой организм

1. Deepa Kandaswamy, «Media forgets female face of tsunami», Women's E-News, 27 July 2005, <http://www.womensenews.org/article.cfm/dyn/aid/2390>.

2. Mary Olson, «Atomic radiation is more harmful to women», Briefing Paper, Nuclear Information and Resource Service, October 2011, <http://www.dianuke.org/nuclear-radiation-is-more-harmful-to-womennew-nirs-briefing-paper/>

3. «Women and nuclear power, nuclear weapons», Nuclear-news, May 2010, <http://nuclear-news.net/information/women/>.

Книга 1: Концептуальные вопросы

и репродуктивную систему. Исследования показывают, что у женщин, подвергнувшихся радиоактивному облучению, может нарушиться детородная функция и наступить преждевременное старение¹.

- Облучение беременных женщин даже в малых дозах может привести к задержке и порокам развития плода, нарушению функции мозга или последующему развитию рака у рождённых от этих женщин детей².

А теперь взглянем на следующие факты:

- Несмотря на то, что женщины редко участвовали в процессе принятия решений в области атомной энергии, они были первыми, кто выступал против неё³.
- Матери находятся в первых рядах различных общественных движений, совместная деятельность которых с 2012 года направлена на прекращение работы всех атомных электростанций в Японии⁴.
- «Наше движение (против атомной электростанции в Кунадукуламе в Индии) набрало силу после того, как к нему проявили активный интерес женщины. Сейчас они почти его возглавляют»⁵.
- Опросы общественного мнения, проводимые на протяжении многих лет и во многих странах, неизменно показывают, что против атомной энергии и ядерного оружия выступают женщины⁶.
- Влияние ядерной промышленности на здоровье и окружающую среду больше волнует женщин, чем мужчин⁷.
- Опросы, проведённые спустя несколько дней после начала ядерной аварии в Японии, показали, что в то время как большинство американских мужчин высказались в пользу строительства новых атомных электростанций в Соединённых Штатах, значительная часть американских женщин выступила против⁸.

Очевидно, что радиоактивные утечки на атомных электростанциях могут определённым образом оказывать серьёзное и негативное влияние на здоровье женщин и здоровье их родившихся или ещё не родившихся детей. И создаётся впечатление, что половая принадлежность может являться одним из факторов, определяющих мнение людей в отношении атомной энергии и оружия. Не будет ли тогда логичным и целесообразным для журналистов рассмотреть такие значительные аспекты при подготовке сюжета?

Ущерб, нанесённый ядерным реакторам, представляет собой всего лишь одну, хоть и чрезвычайно важную, сторону данной конкретной катастрофы. А что насчёт других аспектов мартовского бедствия 2011 года и, по сути, бедствий в целом? Широко признанным в последнее время стал тот факт, что бедствия стихийного либо иного происхождения склонны носить глубоко дискриминационный характер. Независимо от места, где они происходят, ввиду существующих социально-экономических структур и условий одни члены общества в большей или меньшей степени подвержены последствиям кризиса, чем другие.

Гендер является одной из нескольких социально-экономических переменных, таких как класс и каста, раса или этническая принадлежность, возраст и состояние здоровья, которые влияют на то, как люди переживают бедствия, а также на их доступ к получению помощи в преодолении последствий и восстановлении прежнего образа жизни. «Гендер» в данном случае означает «социальные роли, нормы поведения, виды деятельности и характеристики, которые конкретное общество считает приемлемыми для мужчин и женщин»⁹, в то время как «пол» означает «биологические и физиологические характеристики, различающие мужчин, женщин и транссексуальных/интерсексуальных лиц».

В последнее время гендерные различия в том, какое влияние оказывают бедствия, всё чаще подтверждаются документальными доказательствами¹. Тем не менее при освещении происходящих в мире бедствий средства массовой

1. Whitney Graham and Elena I. Nicklasson, «Maternal Meltdown: From Chernobyl to Fukushima», Inter Press Service, 26 April 2011, <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=55391>.

2. Там же.

3. «Women and nuclear power, nuclear weapons», Nuclear-news, May 2010, <http://nuclear-news.net/information/women/>.

4. Suvendrini Kakuchi, «Mothers Rise Against Nuclear Power», Inter Press Service, 22 December 2011, <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=106282>.

5. Jeemon Jacob, «The movement gathered momentum only after women took an interest», Tehelka, 24 September 2011, http://www.tehelka.com/story_main50.asp?filename=Ws240911NUCLEAR.asp.

6. «Women and nuclear power, nuclear weapons», Nuclear-news, May 2010, <http://nuclear-news.net/information/women/>.
«Women and nuclear power, nuclear weapons», Nuclear-news, May 2010, <http://nuclear-news.net/information/women/>.

7. Там же.

8. Robert Drago, «The gender of nuclear disaster», MomsRising.org, 18 March 2011, <http://www.momsrising.org/blog/the-gender-of-nuclear-disaster/>.

9. Всемирная организация здравоохранения, <http://www.who.int/gender/whatisgender/en/index.html>.

информации продолжают страдать «гендерной слепотой». И это несмотря на тот факт, что при изображении бедствий в СМИ в качестве основных жертв мы видим, как правило, женщин и детей.

В Информационном бюллетене «Оксфам» за март 2005 года, посвящённом влиянию цунами в Индийском океане на женщин, говорится: «Существует масса размышлений и комментариев о последствиях стихийного бедствия, обрушившегося на побережья ряда азиатских стран 26 декабря 2004 года. СМИ... рассмотрели эту тему почти со всех возможных точек зрения: влияние на туризм, влияние на окружающую среду, обнаружение подводных деревень, даже влияние на животный мир. Единственная тема, которой... было уделено меньше всего внимания,— это гендерные последствия цунами и его влияние на женщин в частности»².

Гендерная линза

Основная причина недостаточного освещения гендерной проблематики в СМИ состоит в том, что гендерный вопрос всё ещё не включён в повестку новостей. В профессиональном кругу по-прежнему бытует мнение, что «гендерный вопрос» — это в лучшем случае узкопрофильная тема, которую следует оставить тем, кто специализируется на таких «мягких» сюжетах, и которая не должна волновать журналистов, освещающих «жёсткие», читай «важные», новости. Пока ещё не имеет широкого признания тот факт, что учёт гендерной проблематики может оказать благоприятное воздействие на освещение событий и тем, традиционно относящихся к важным новостям, таких как конфликты и бедствия, политика и бизнес, преступление и наказание.

Настало время для новостных СМИ и работников данной сферы осознать важность гендерного вопроса как основной линзы, через которую необходимо рассматривать все события и темы для того, чтобы излагаемая история была полной. Для того чтобы сообщаемая информация была комплексной и сбалансированной, не только репортёры/корреспонденты, но и ряд специалистов, вместе формирующих медийный контент, в том числе визуальный, должны осознавать необходимость включения гендерных факторов в процесс принятия решения о том, что следует освещать и как.

Гендерная линза даёт журналистам возможность посмотреть на мир глазами женщин и таким образом рассказать об опыте, интересах и потребностях женщин, отразить их мнение и помочь женщинам рассказать свои истории своими устами. Гендерная линза может показать, влияет ли событие или процесс каким-либо образом на женщин и мужчин, девочек и мальчиков, тем самым позволяя репортёрам взглянуть на него с точки зрения гендерной проблематики и открыть в сюжете ещё одну значимую и яркую грань. Гендерная линза также может помочь обрести более широкое и глубокое понимание ряда событий и тем, освещаемых в СМИ.

Гендерная линза может показать, влияет ли событие или процесс каким-либо образом на женщин и мужчин, девочек и мальчиков, тем самым позволяя репортёрам взглянуть на него с точки зрения гендерной проблематики и открыть в сюжете ещё одну значимую и яркую грань.

1. См., напр., Ammu Joseph, «Disasters, conflicts and gender», in Missing Half the Story: Journalism as if Gender Matters, ed. Kalpana Sharma. (India: Zubaan Books, 2010); Ammu Joseph, «Gender and disasters: Tracing the link», in Communicating Disasters: An Asia Pacific Resource Book, ed. Nalaka Gunawardene and Frederick Noronha, (TVE Asia Pacific and UNDP Regional Centre, Bangkok, 2007), http://www.tveap.org/disastercomm/Chapters_in_seperate_PDFs/Chap-16.pdf; World Health Organisation, «Gender and disaster», http://www.searo.who.int/EN/Section13/Section390_8282.htm; Women Thrive Worldwide, «Women, natural disaster, and reconstruction», Fact Sheet http://www.women thrive.org/index.php?option=com_kb&page=articles&articleid=5; «Women and disaster: What's the connection?» <http://www.gdnonline.org/resources/womenanddisasterbrochure.pdf>; Gender and Disaster Network, <http://www.gdnonline.org/>; Joni Seager, «Eye of the storm», The Daily Beast, 4 November 2011, <http://www.thedailybeast.com/articles/2011/11/04/climate-change-and-natural-disasters-whywomen-get-hit-hardest.html>
2. «The tsunami's impact on women», Oxfam Briefing Note, March 2005, http://www.oxfam.org.uk/resources/policy/conflict_disasters/downloads/bn_tsunami_women.pdf.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Важно признать тот факт, что женщины не представляют собой однородную группу. При попытке использовать гендерную линзу журналисты должны осознавать необходимость учёта опыта и точек зрения женщин различного социального, культурного и экономического происхождения (принимая во внимание, например, класс, расу/касту/этническую принадлежность, религию, возрастную группу, местонахождение, уровень образования и состояние здоровья), чтобы максимально полно отразить сложную структуру общества, к которому принадлежат женщины.

В равной степени важно уделять внимание проблемам, которые стоят не только перед женщинами, но также и другими традиционно уязвимыми группами в обществе, такими как дети, пожилые люди, расовые/этнические или религиозные меньшинства, лица с инвалидностью и иные лица, испытывающие социальные и/или экономические тяготы. Разумеется, и в рамках этих групп женщины и девочки, скорее всего, будут претерпевать дополнительные трудности.

Кроме того, важно помнить, что гендерная проблематика касается не только женщин, но и мужчин, а также сексуальных меньшинств. В документе «Сети гендерных аспектов и бедствий» (Gender Disaster Network), посвящённом гендерной проблематике и бедственным ситуациям, за февраль 2010 года говорится: «Пол и гендер определяют жизнь мужчин до, во время и после бедствий. В то время как гендерные отношения, как правило, дают мужчинам возможность принимать решения наряду с большей, по сравнению с женщинами, степенью контроля над ключевыми ресурсами, гендерная идентичность и гендерные нормы могут также увеличить их уязвимость»¹.

Гендерно-этическая журналистика

Женщины традиционно попадают в центр дискуссий о гендерно-этической журналистике, и это обусловливается тем, что в подавляющей доле новостей основное внимание продолжает уделяться мужчинам. Это положение было подтверждено Проектом мониторинга глобальных СМИ в 2010 году². В целом в гендерной иерархии мужчины по-прежнему располагаются выше женщин. Тем не менее, поскольку власть и привилегии определяются сложным набором факторов, таких как экономическое положение, раса/этническая принадлежность, возраст, образование и другие социальные и культурные маркеры, некоторые категории мужчин занимают менее удачное место в рамках других иерархий, и их опыт и точки зрения также зачастую не представлены в СМИ должным образом. И, разумеется, сексуальные меньшинства всего лишь недавно обрели определённую «видимость» и были приняты в некоторых частях мира, оставаясь при этом маргинализированными во многих других странах.

Сотрудники СМИ — не только репортёры, но также редакторы и режиссёры, фотографы и видеооператоры, исследователи и лица, отвечающие за проверку фактов, даже дизайнеры и иллюстраторы — должны помнить о том, что

1. «Women, gender & disasters: Men & masculinities», Gender Note #3, Gender Disaster Network, 8 February 2010, <http://www.awid.org/News-Analysis/Special-Focus-Crisis-in-Haiti/Disasters-from-a-women-s-rights-perspective2/Gender-Note-3>.

2. World Association for Christian Communication, Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010, (Toronto: WACC, 2010) http://www.whomakesthenews.org/images/stories/web-site/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf.

большинство событий, явлений и политических мер имеют разное значение для различных слоёв общества. В конечном счёте журналистика — это повествование с определённой целью. А цель освещения событий в СМИ заключается не только в том, чтобы сообщать о новостях по мере того, как они происходят, но и, несомненно, показывать влияние произошедшего на различные затронутые группы населения (особенно те, которые подвергаются наибольшему риску), с тем чтобы меры, направленные на разрешение ситуации, могли быть справедливыми и отвечали особым потребностям различных групп.

Например, обращая внимание на неизбежные социальные, экономические и медико-санитарные последствия бедствий, СМИ могут разъяснить как обществу, так и властям влияние события и его последствий на различные слои затронутого населения, включая различные категории женщин. В то же время они также могут подчеркнуть важность учёта опыта, мнений, потребностей, слабых и сильных сторон и ресурсов различных групп людей в процессе оказания помощи, реабилитации и реконструкции. Если правительственные организации и другие учреждения не уделяют особого внимания женщинам и другим уязвимым группам, то задача СМИ как «сторожевого пса общества» состоит в том, чтобы спросить у них, почему они этого не делают, и объяснить необходимость и ценность таких действий.

В первые дни освещения сенсационных событий, таких как крупное бедствие, у журналистов не всегда есть возможность учитывать гендер и иные факторы. Тем не менее осознание того факта, что гендерные (и иные) факторы могут повлиять на то, как люди переживают данное событие и его последствия, может помочь им найти особые запоминающиеся, ценные и заслуживающие похвалы сюжеты. С другой стороны, не имея представления о том, как гендерный и иные признаки могут влиять на жизнь, не интересуясь тем, что имеют сказать пострадавшие женщины (помимо выражения первоначального шока и горя), работники СМИ могут упустить значимые и к тому же трогательные сюжеты. Пытаясь выйти на женщин, разговаривая с ними о том, как они перенесли бедствие, конфликт или другое событие, интересуясь их мнением, журналисты не только выполняют профессиональный долг, но и добавляют своим сюжетам неординарности и, следовательно, повышают вероятность того, что их материал будет выделяться на фоне стремительно меняющегося медийного контента.

Поэтому гендерно-этическая журналистика призвана не только поддерживать профессиональные стандарты и нормы морали. Она также благоприятно сказывается на перспективах служебного роста журналиста, поскольку позволяет находить эксклюзивные и интересные сюжеты. Но это ещё не всё: одним из руководящих принципов этической журналистики является право общества на получение информации.

Пытаясь выйти на женщин, разговаривая с ними о том, как они перенесли бедствие, конфликт или другое событие, интересуясь их мнением, журналисты не только выполняют профессиональный долг, но и добавляют своим сюжетам неординарности и, следовательно, повышают вероятность того, что их материал будет выделяться на фоне стремительно меняющегося медийного контента.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Журналистика и демократия

Гендерно-чувствительная, этическая журналистика соответствует традиционной ключевой роли новостных СМИ в демократическом обществе: создание так называемой «публичной сферы», где предоставляется информация, необходимая гражданам для участия в государственной и общественной жизни, и где рассматриваются и обсуждаются важные для общества вопросы. Демократия критическим образом зависит от информированного населения, принимающего политические решения. Совершенно ясно, что для этого в СМИ должен быть представлен широкий спектр точек зрения и жизненных ситуаций, а также должны быть представлены интересы и нужды всех слоёв общества, включая тех, кто обладает наименьшими полномочиями.

На протяжении многих лет результаты Проекта мониторинга глобальных СМИ, а также других исследований во многих странах мира показывали большое количество изъянов. Следует существенно изменить многие аспекты освещения событий в новостях, если мы хотим получить реалистичный и точный образ общества и добиться пропорционального и справедливого представления женщин в новостных СМИ.

Журналистика задаёт контекст для общенационального обсуждения важных событий и, следовательно, влияет на то, как общество воспринимает социально-экономические и политические вопросы, а не только те, которые принято считать «женскими». Определяя, кому давать голос в дебатах, а кому нет, какие вопросы будут обсуждаться и в какие они будут помещены рамки, СМИ в состоянии поддерживать статус-кво или бросить вызов господствующему порядку. Новостные СМИ, выполняя свою проверенную временем фундаментальную функцию четвёртой власти, сторожевого пса общества, защитников общественных интересов, обязаны отражать опыт, заботы и мнения различных слоёв населения, включая женскую половину человечества.

Как отмечается в передовой статье ежедневной газеты, подготовленной в ходе заседания для обзора прогресса, достигнутого за десять лет после принятия Пекинской платформы действий (март 2005, штаб-квартира ООН, Нью-Йорк): «Учреждения, которые не меняются, не могут быть проводниками перемен. Подобно тому, как гендерный вопрос должен стать основным в работе правительства, таким он должен стать и в работе СМИ»¹.

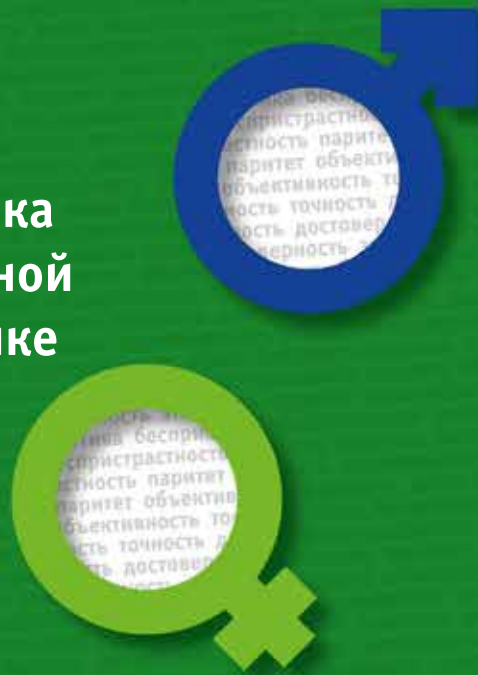
В конечном итоге если гендерный вопрос не будет признан одним из факторов того, как люди воспринимают едва ли не всё происходящее, и если гендерный подход не будет использоваться в освещении событий, сюжеты, раскрываемые СМИ, по-прежнему будут оставаться неполными, о чём бы они ни были.

1. Gender and Media Initiative Partners, Editorial, «Ignoring the media a big mistake», Gem News @ Beijing Plus 10, 9 March 2005. <http://oldsite.genderlinks.org.za/dedi1086.nur4.host-h.net/docs/beijing/9-march-p8.pdf>.

Список литературы

- Drago, Robert. «The gender of nuclear disaster», MomsRising.org, 18 March 2011. <http://www.momsrising.org/blog/the-gender-of-nuclear-disaster>.
- Gender and Disaster Network. «Women and disaster: What's the connection?» <http://www.gdnonline.org/resources/womenanddisasterbrochure.pdf>.
- Gender Disaster Network. «Women, gender & disasters: Men & masculinities», Gender Note #3, 8 February 2010. <http://www.awid.org/News-Analysis/Special-Focus-Crisis-in-Haiti/Disastersfrom-a-women-s-rights-perspective2/Gender-Note-3>.
- Gender and Media Initiative Partners. Editorial, «Ignoring the media a big mistake». Gem News @ Beijing Plus 10, 9 March 2005. <http://oldsite.genderlinks.org.za/dedi1086.nur4.host-h.net/docs/bejing/9-march-p8.pdf>.
- Graham, Whitney and Elena I. Nicklasson. «Maternal Meltdown: From Chernobyl to Fukushima», Inter Press Service, 26 April 2011. <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=55391>.
- Jacob, Jeemon. «The movement gathered momentum only after women took an interest», Tehelka, 24 September 2011. http://www.tehelka.com/story_main50.asp?filename=Ws240911NUCLEAR.asp.
- Joseph, Ammu. «Disasters, conflicts and gender», в Missing Half the Story: Journalism as if Gender Matters, ed. Kalpana Sharma, (India: Zubaan Books, 2010).
- . «Gender and disasters: Tracing the link», in Communicating Disasters: An Asia Pacific Resource Book, ed. Nalaka Gunawardene and Frederick Noronha, (TVE Asia Pacific and UNDP Regional Centre, Bangkok, 2007). http://www.tveap.org/disastercomm/Chapters_in_seperate_PDFs/Chap-16.pdf.
- Kakuchi, Suvendrini. «Mothers Rise Against Nuclear Power», Inter Press Service, 22 December 2011 <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=106282>.
- Kandaswamy, Deepa. «Media forgets female face of tsunami», Women's E-News, 27 July 2005. <http://www.womensenews.org/article.cfm/dyn/aid/2390>.
- Nuclear news. «Women and nuclear power, nuclear weapons». <http://nuclear-news.net/information/women>.
- Olson, Mary. «Atomic radiation is more harmful to women», Briefing Paper, Nuclear Information and Resource Service, October 2011. <http://www.dianuke.org/nuclear-radiationis-more-harmful-to-women-new-nirs-briefing-paper>.
- OXFAM. «The tsunami's impact on women», Oxfam Briefing Note, March 2005. http://www.oxfam.org.uk/resources/policy/conflict_disasters/downloads/bn_tsunami_women.pdf.
- Seager, Joni. «Eye of the storm», The Daily Beast, 4 November 2011. <http://www.thedailybeast.com/articles/2011/11/04/climate-change-and-natural-disasters-why-women-get-hit-hardest.html>.
- Women Thrive Worldwide. «Women, natural disaster, and reconstruction», Fact Sheet. http://www.womenthrive.org/index.php?option=com_kb&page=articles&articleid=5.
- World Association for Christian Communication. «Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010» (Toronto: WACC, 2010). http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf.
- World Health Organisation «Gender, women and health: Gender and disaster», http://www.searo.who.int/EN/Section13/Section390_8282.htm.
- . «Gender, women and health». <http://www.who.int/gender/whatisgender/en/index.html>.

II. Гендерная проблематика в современной журналистике



1. Гендерный вопрос в новостных СМИ

Одной из ключевых целей *«Учебного пособия по гендерно-этической журналистике и надлежащей политике медиакомпаний»* является оказание содействия и поддержки в принятии и внедрении комплексной гендерно-ориентированной политики и практики медиакомпаний при создании новостного контента.

В этом разделе современная медийная среда представлена в двух отношениях. Во-первых, в разделе приводится обзор гендерного вопроса в новостных СМИ на основании результатов ПМГСМИ 2010 года, инициативы по отслеживанию нескольких гендерных показателей в мировых новостных СМИ. Во-вторых, в нём представлены результаты исследования, проведённого в 2011 году с целью определения гендерных аспектов в кодексах профессиональной этики мировых СМИ.

В январе 2012 года коалиция женских групп в Великобритании воспользовалась удобным случаем, чтобы подать заявление в Комиссию по жалобам на прессу, созданную для того,

чтобы расследовать неподобающее с точки зрения этики поведение британских новостных медиакомпаний. «СМИ создают, отражают и навязывают настроения в обществе. Те, кто работает в СМИ, должны понимать это и всячески избегать создания настроений, потворствующих насилию в отношении женщин или девочек¹». Коалиция потребовала принять меры против дискриминации по признаку пола, ненадлежащего освещения случаев насилия в отношении женщин и распространения сексуализированных образов женщин в печатных новостных СМИ.

Критика коалиции, направленная в основном на таблоидные издания и их вклад в обострение проблемы гендерного насилия, также применима и в отношении качественной журналистики по всему миру, рассматривающей профессиональную этику через линзу, не оснащённую гендерным фильтром. Речь идёт о журналистике, в которой игнорируются вопросы гендерной справедливости в понимании и применении принципов истинности, баланса и беспристрастности.

Данные Проекта мониторинга глобальных СМИ

Данные Проекта мониторинга глобальных СМИ свидетельствуют о недостатке гендерной этики в новостной журналистике по всему миру. Каждые пять лет, начиная с 1995 года, ПМГСМИ фиксировал однодневные данные по гендерному содержанию материалов новостных СМИ, собирая сведения об образе и представленности женщин в сравнении с мужчинами.

В 1995 году исследование, проведённое ПМГСМИ в области печатных и вещательных новостных СМИ в 71 стране, показало, что среди героев новостей, т.е. людей, которых можно увидеть, услышать или о которых можно прочесть, доля женщин составила всего 17%, тем самым характеризуя СМИ как пространство, предназначенное в основном для мужчин. Исследование в 76 странах, проведённое десять лет спустя, выявило некоторый прогресс в отношении присутствия женщин в новостях — они составляли 21% героев новостей. Дальнейший анализ выявил неожиданные факты: несмотря на положительное изменение, хоть и небольшое,

всего 3% сюжетов были посвящены проблеме гендерных стереотипов, в то время как подавляющее большинство (97%) их либо укрепляли стереотипы, либо никак не пытались пошатнуть текущее положение дел.

В последнем исследовании ПМГСМИ, опубликованном в 2010 году, анализ 17 795 статей и репортажей из 1365 газет, с новостных веб-сайтов, из радио- и теленовостей в 108 странах показал дальнейший прогресс в увеличении присутствия женщин в новостях в качестве выразителей мнения или участников событий. Женщины составили 24% от числа людей, присутствующих в новостях, что означает второе увеличение этого показателя за 5-летний период. У этих результатов также есть характерная особенность: прирост в основном обусловливается увеличением присутствия женщин в темах меньшей важности для программы новостей, а также за счёт предоставления слова женщинам как «простым» людям, выражающим личное или общественное мнение в новостях:

1. Цитирование слов Марай Лараси (Marai Larasi) из организации «End Violence Against Women», которая совместно с представителями организации «Equality Now, Eaves, Object» подала заявление в национальную инспекцию по вопросам СМИ в связи со скандальным случаем нарушения профессиональной этики. Статья «Leveson inquiry must address sexist media stereotypes, say women's groups» автора Александры Топпинг была опубликована в онлайн-версии «The Guardian» по адресу http://www.guardian.co.uk/media/2012/jan/24/leveson-inquiry-sexist-mediastereotypes?CMP=tw_t_gu, 24 января 2012 г.

Книга 1: Концептуальные вопросы

«... прирост присутствия женщин в сюжетах о «науке и здоровье» (с 22% от числа новостных героев в 2005 году до 32% в 2010) во многом объясняет увеличение присутствия женщин в новостях. На самом деле, эта тема занимает наименее важное место в программе новостей в сравнении с другими. Расширение присутствия женщин в новостях менее ощутимо в наиболее приоритетных темах для программы новостей: женское присутствие в сюжетах о политике и правительстве выросло с 14 до 19% за данный период, в то время в сюжетах об экономике их представленность осталась без изменения — на уровне 20%»¹.

Межрегиональные сходства становятся заметны, когда речь идёт о присутствии женщин в двух основных темах, а именно: новости об обществе/праве и науке/здоровье². Одна или обе эти темы содержат наиболее высокую сравнительную долю женских персонажей в новостях во всех регионах (табл. 1).

Межрегиональные сходства наблюдаются и в относительной незаметности женщин, по сравнению с мужчинами, в новостных сюжетах о политике и правительстве. На момент проведения мониторинга наиболее выраженным это расхождение было в регионе Ближнего Востока и Северной Африки, где женщины составили всего 10% людей, фигурировавших в политических новостях, хотя, вероятно, разрыв мог сократиться за счёт активного участия женщин в политических восстаниях, именуемых «Арабской весной», начавшихся в декабре 2010 года. Североамериканский регион выбивается из общей тенденции, имея сравнительно высокий процент женского присутствия в политических новостях.

Таблица 1. ПМГСМИ, 2010 г. Доля женских персонажей новостей по регионам и основным темам (%)

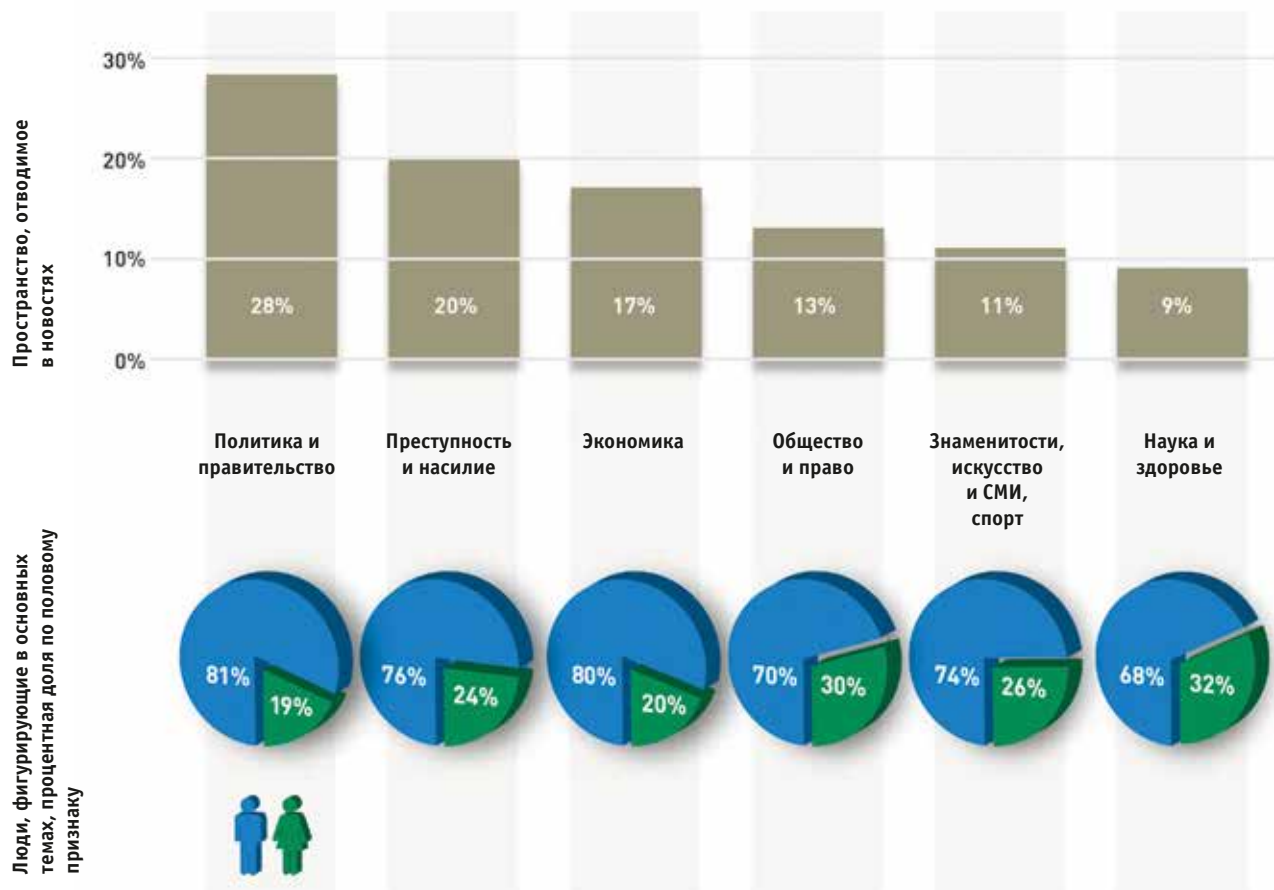
	Африка	Азия	Карибский регион	Европа	Латинская Америка	Ближний Восток и Северная Африка	Северная Америка	Зона Тихого океана	В среднем по миру	Доля темы в программе новостей
Политика и правительство	15	16	17	21	20	10	31	20	19	28
Преступность и насилие	22	22	21	28	31	21	20	33	24	20
Экономика	17	15	19	22	29	20	37	24	20	17
Общество и право	20	29	31	31	36	23	37	31	30	13
Знаменитости, искусство и СМИ, спорт	13	24	32	29	27	35	31	12	26	11
Наука и здоровье	31	28	50	36	38	18	21	27	32	9
Другое*	11	36	26	42	45	28	15	40	38	2
Девочка-ребёнок*	53	70	89	50	82	82	100	67	69	*
В среднем по миру	19	20	25	26	29	16	28	25	24	

* Количество сюжетов менее 1% от общего объёма

1. World Association for Christian Communication, Who makes the news? Global Media Monitoring Project 2010, (Toronto: WACC, 2010). http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf
2. За исключением сюжетов, попадающих в категорию «девочка-ребёнок» и «другое», на которые приходится менее 1% от общей выборки.

Общие данные свидетельствуют о тенденции к уменьшению присутствия женщин по мере роста значимости новостей, что видно из того, сколько пространства отводится под тему (рис. 1).

Рисунок 1. ПМГСМИ, 2010 г. Процентная доля основных тем в новостях и присутствие женщин и мужчин в каждой теме



Исследование ПМГСМИ 2010 года показало, что:



Женщины приближаются к паритету в ситуациях, когда в новостях проводится опрос общественного мнения: 44% от числа опрошенных по сравнению с 34% в 2005 году. Присутствие женщин в качестве людей, дающих комментарии на основании собственного опыта, в качестве представителей группы (высказывающихся от имени других людей) и в качестве экспертов (чьи комментарии основываются на специальных знаниях) существенно увеличилось. Несмотря на этот прогресс, женщины составляют всего 19% представителей групп и 20% экспертов¹. 

1. WACC. В упомянутой работе.

Книга 1: Концептуальные вопросы

В изменениях по географическим регионам наблюдается разнородность (табл. 2). Процентная доля женщин, выступающих в качестве экспертов, выразителей общественного мнения и в иных ролях, увеличилась во всех интервьюируемых категориях в Европе, Латинской Америке и Северной Америке, чего нельзя сказать в отношении других регионов, где в разных категориях интервьюируемых лиц фиксировалось как увеличение, так и уменьшение.

Разрыв в соотношении женщин и мужчин, выступающих в качестве экспертов, резко сократился в Карибском регионе за 5-летний период; доля женщин-экспертов в новостях увеличилась на 13% и достигла 32%, что более чем в два раза превышает второй по величине прирост — 6% в европейских новостях. Разрыв между мужчинами и женщинами, выступающими в качестве представителей групп, наиболее заметно сократился в новостях Латинской Америки: доля женщин увеличилась на 11% и достигла 23% на фоне увеличения разрыва в регионах Ближнего Востока/Северной Африки и Карибского бассейна.

Доля женщин, высказывающих своё мнение исходя из личного опыта, увеличилась более чем на 10% в Африке (+20%), Карибском регионе (+13%), Европе (+13%) и Латинской Америке (+11%) и снизилась на 5% в Азии. За исключением Тихоокеанского региона, результаты исследования в котором следует толковать в свете значительно более высокой численности выборки в 2010 году, доля женщин, выражающих общественное мнение, существенно возросла в Европе (+19%), при этом наиболее заметно этот показатель снизился в Карибском регионе (-12%).

Таблица 2. ПМГСМИ, 2005 г. и 2010 г.
Роли женщин в новостях по регионам (%)

		Африка	Азия	Карибский регион	Европа	Латинская Америка	Ближний Восток	Северная Америка	Зона Тихого океана	В среднем по миру
Представители	2005	15	11	22	14	12	17	21	21	14
	2010	15	16	18	21	23	12	27	24	19
Эксперты	2005	19	15	19	16	20	14	21	19	17
	2010	17	14	32	22	22	19	26	16	20
Выразители личного мнения	2005	14	37	26	26	28	24	33	39	31
	2010	34	32	39	39	39	31	37	39	36
Очевидцы	2005	36	29	22	24	39	34	25	69	30
	2010	33	17	31	32	43	49	33	47	29
Выразители общественного мнения	2005	38	33	46	35	45	36	27	10	34
	2010	34	35	34	54	51	30	29	37	44

Другие показатели, рассмотренные в рамках исследования ПМГСМИ 2010 года, направлены на отражение гендерной проблематики в медийном контенте, включая рассмотрение вопросов гендерного (не)равенства и создание гендерных стереотипов в репортажах. Общеизвестно, что в рамках

профессиональной этики журналисты должны отвечать перед общественностью и содействовать социальным преобразованиям на пути построения более демократического общества¹. Учитывая тот факт, что женщины составляют более 50% этого общества, лишение их возможности полноценного участия в общественной жизни продолжает вызывать обеспокоенность. Из этого следует, что журналистская практика, ставящая вопросы гендерного неравенства в центр внимания, соответствует требованиям, предъявляемым к журналистам, и нормам профессиональной этики. Доля сюжетов, в которых

упускается возможность поднять вопрос неравенства, крайне высока: исследование показало, что всего в 6% сюжетов освещаются проблемы гендерного равенства или неравенства, что тем не менее является улучшением по сравнению с 2005 годом, когда только 4% сюжетов освещали вопросы (не) равенства. Новости в Латинской Америке занимают высокие позиции по этому показателю, с небольшим отрывом за ней следуют новости в Северной Америке и Карибском регионе: 12, 10 и 9% сюжетов соответственно поднимают вопросы гендерного равенства и неравенства (рис. 2).

Рисунок 2. ПМГСМИ, 2005 г. и 2010 г. Сюжеты, в которых поднимаются вопросы гендерного (не) равенства по регионам



Гендерная стереотипизация в СМИ — это освещение событий и создание образов, в которых чрезмерная маскулинность и чрезмерная феминность выдаются за действительность, когда на самом деле это карикатурные образы, не существующие в реальной жизни. Чрезмерная маскулинность — это отображение излишне подчеркнутых манер поведения или особенностей, ассоциируемых с мужественностью, таких как насилие, господство и сила, в то время как чрезмерная феминность связана с преувеличенными и противоположными чертами, ассоциируемыми с женственностью, такими как покорность, подчиненность и слабость. К сюжетам, оспаривающим такие стереотипы, относятся

Рисунок 3. ПМГСМИ, 2005 г. и 2010 гг. Доля сюжетов, явным образом опровергающих гендерные стереотипы



сюжеты, в которых опровергаются общепринятые предположения в отношении женщин и мужчин в плане ожидаемой от них роли и поведения. В 2010 г. было выявлено только 6% сюжетов, явным образом оспаривающих гендерные стереотипы, что на 3% больше, чем в 2005 году. Примечательно, что 13% латиноамериканских и 9% североамериканских новостей явным образом опровергали гендерные стереотипы (рис. 3). В течение 5-летнего периода (2005–2010 гг.) наблюдалась тенденция к увеличению (в некоторых случаях незначительному, а в некоторых — существенному) числа сюжетов, опровергающих восприятие гендерных ролей во всех географических регионах.

1. Международные принципы профессиональной этики в журналистике. http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism

Книга 1: Концептуальные вопросы

Гендерный вопрос в интернет-новостях:

Пилотный мониторинг интернет-новостей, проведённый ПМГСМИ в 2010 году, дал основания заключить, что недостаточная представленность женщин в традиционных новостных СМИ распространилась и на виртуальный мир новостей. В ходе пилотного мониторинга анализировались сюжеты, взятые с 76 национальных авторитетных новостных веб-сайтов в 16 странах и 8 международных новостных веб-сайтов. Женщины составляли всего 23% всех фигурантов онлайн-новостей, что представляет собой незначительное отличие от 24%, которые были выявлены в совокупности в печатных, телевизионных и радионовостях. Всего 4% сюжетов в интернет-новостях бросали вызов гендерным стереотипам в сравнении с 6% сюжетов в традиционных новостных СМИ. По каждому изученному показателю гендерный статус в онлайн-новостях был сопоставим,

а иногда был хуже по сравнению с таковым в сюжетах, представленных в традиционных СМИ. Исходя из этого, мы можем заключить, что интернет-новости служат увеличительной линзой, через которую гендерная предвзятость, распространяемая посредством традиционных новостных СМИ, становится ещё более заметной. Для подтверждения этих результатов необходимо провести дальнейшие исследования с большей выборкой. Резкий рост популярности Интернета в качестве источника новостей заставляет задуматься о необходимости создания гендерно-ориентированных норм профессиональной этики в области онлайн-новостей.

Обширный отчёт о результатах исследования опубликован в докладе Проекта мониторинга глобальных СМИ 2010 года «Кто делает новости?» (*Who Makes the News? Проект мониторинга глобальных СМИ, 2010 г*) (ВАХК).

2. Гендерный статус в этических кодексах СМИ

Учебное пособие уделяет центральное внимание гендерно-ориентированным этическим кодексам СМИ, а также руководящим принципам надлежащего сообщения информации как инструментам содействия гендерно-этической журналистике. Такое внимание не должно минимизировать роль, выполняемую системными факторами внутри и за пределами медийной среды, содействующими гендерной предвзятости и неравенству в журналистской деятельности. Скорее, такой акцент на кодексах и руководящих принципах обуславливается осознанием того, что эти факторы взаимодействуют с вековой журналистской практикой создания и поддержания гендерной предвзятости и неравенства. Прочные гендерно-ориентированные этические кодексы СМИ потенциально могут регламентировать особый тип практики, учитывающий и реагирующий на гендерную проблематику. Инструменты — это первый шаг на пути реализации гендерно-этической практики.

В 2011 году было проведено исследование для определения гендерного статуса в этических кодексах СМИ в мире. Исследование выявило, что в мире существует более 400 общих этических кодексов СМИ¹. Эти кодексы имеют ключевое значение для

обеспечения ответственности журналистов при условии, что в профессиональных кругах известно о существовании этих кодексов, а также при условии их соблюдения и мониторинга их применения. Несмотря на изобилие кодексов, анализ указывает на существенные пробелы в выполнении их положений. Эти пробелы объясняются, помимо прочих факторов, отсутствием чётких формулировок, недостаточным пониманием и отсутствием практических руководств для их реализации.

Тем не менее кодексы по-прежнему играют важную роль в качестве руководств для работников СМИ по этическому мышлению, они также способствуют увеличению профессиональной ответственности и, что не менее важно, позволяют обществу призывать СМИ к ответу за свою работу².

Результаты исследований: гендерные аспекты в этических кодексах и отраслевых руководствах СМИ

Работники СМИ, члены союзов и ассоциаций журналистов, общественные группы по гендерной проблематике и коммуникации и исследователи из более чем 100 стран были приглашены принять участие в исследовании, непосредственной

1. <http://www.rjionline.org/MAS-Codes-of-Ethics>

2. http://journalismethics.info/research_ethics/codes.htm

целью которого было выявить гендерно-ориентированные этические кодексы, отраслевые политические и руководящие принципы. Данная работа была дополнена исследованием ресурсов профессионального развития журналистов, касающихся гендерных аспектов.

Исследование выявило соответствующие отраслевые руководства и этические кодексы медиакомпаний и вещательных компаний в 65 странах. Кодексы, в которых не упоминалось слово «гендер» (или «пол»), были исключены из выборки. Была проведена оценка более 30 гендерно-ориентированных учебных ресурсов для журналистов, и они включены в список ресурсов в приложении к этому пособию.

С точки зрения гендерной проблематики было выявлено основание, позволяющее классифицировать кодексы с учётом сходства формулировок соответствующих положений. Таким образом, к пониманию кодексов и разработке системы классификации была применена аналитическая основа, центральное место в которой отводилось объёму, направленности, степени детализации и тону положений, касающихся гендерных аспектов¹. Классификация необходима для проведения сравнений, выявления пробелов и в целом содействия более глубокому пониманию кодексов.

Была создана простая база данных, в которую были внесены кодексы и положения, касающиеся гендерных аспектов. Кодексы, полностью посвящённые гендерной тематике, были внесены в базу данных и описаны. Из типологии кодексов, полученной в результате анализа, можно извлечь рекомендации по усовершенствованию существующих или разработке новых кодексов с учётом гендерного вопроса, что и является главной целью настоящего учебного пособия. В рамках типологии кодексы группируются по количеству положений, касающихся гендера (или пола), направленности и полноте (или отсутствию) разъяснений и общему тону предписаний. Типология варьируется от наиболее простых формулировок (одно положение, без разъяснений или с минимальным их количеством, умеренный тон) до более сложных (несколько положений, обширные разъяснения, обязательное требование исполнения). Ниже приводится обзор ключевых результатов с обсуждением разработанной типологии.

Обзор ключевых результатов

1. Многочисленные респонденты заявляли о том, что им не было известно о положениях, касающихся гендерной проблематики, в кодексах профессиональной этики, или утверждали, что в действительности таких кодексов не существует. Такие результаты напрямую противоречат данным исследования: на самом деле на уровне отрасли и ассоциаций существуют кодексы, содержащие положения о гендерно-этической практике в странах, в которых респонденты категорично заявляли об отсутствии таких положений. Это противоречие свидетельствует о проблеме нераспространения и непубликации этических кодексов, а также отсутствии информированности об этих кодексах в сферах, в которых они, по сути, присутствуют. Несомненно, факторы внутри медийной сферы и за ее пределами препятствуют широкому распространению кодексов и информированности о них, включая конкурирующие интересы, отсутствие приверженности как со стороны руководящих кругов СМИ, так и практикующих журналистов, а также иные барьеры структурного характера.
2. Политика, вырабатываемая на уровне отрасли и ассоциаций, в большей мере учитывает гендерную проблематику в журналистской деятельности, хотя такое внимание постепенно снижается в ходе преобразования политики в реализуемые кодексы и руководящие принципы медиакомпаний. Изучение различных документов показало, что этические кодексы и руководства для СМИ чаще всего не учитывают гендерные аспекты журналистской деятельности. В тех немногочисленных случаях, когда делается акцент на гендерную беспристрастность, паритет и чувствительность, положения зачастую носят обобщённый и неопределённый характер. Этот недостаток чаще всего встречается в кодексах советов по делам прессы и организаций СМИ. В политике, вырабатываемой на уровне отрасли СМИ, гендерным вопросам уделяется больше внимания, хоть и с разной аналитической глубиной. Однако большая часть политических принципов остается остаётся на уровне поверхностной абстракции, и только в некоторых из них даются полезные, подробные указания.

1. Схожий подход к изучению этических кодексов предлагают Гаумниц и Лер (Gaumnitz and Lere) в «A Classification Scheme for Codes of Business Ethics», Journal of Business Ethics, том. 49, №4 (февраль 2004 г.): 329-335.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Предписания, общие для всех уровней политики, включают гендерно-корректное использование речевых средств, разнообразие в изображении ролей, гендерную беспристрастность и равноправие при распределении сюжетов. Чего там явно не хватает, так это разумного руководства, т.е. порядка действий — заполнить этот пробел ставит своей целью данное учебное пособие.

3. Практические рекомендации по донесению информации с использованием гендерной линзы сосредоточены на малом количестве тем. Во-первых, это подача информации о гендерном насилии — проблеме, которая, по-видимому, привлекла наибольшее внимание с учётом ресурсов, доступных для журналистов, освещающих эту тематику. Во-вторых, освещение политических событий через гендерную линзу, и, в частности, упоминание женщин в новостях, касающихся выборов, правительства и политики в целом. Третья тема относится к ВИЧ и СПИДу. Исследование не обнаружило фактов, свидетельствующих о заинтересованности в других темах, при этом гендерная предвзятость и стереотипное освещение событий присутствовали в репортажах на любую тему.

Учебное пособие вносит значительный вклад в эту область, предоставляя конкретные рекомендации по подаче информации с учётом гендерных аспектов по ряду ключевых тем. Ввиду взаимосвязи между медийным дискурсом и реальностью эти рекомендации имеют существенное значение, поскольку они предоставляют краткое практическое справочное руководство для работников СМИ по использованию критического подхода, подрывающего зачастую не вызывающую сомнений журналистскую практику, лежащую в основании гендерно-предвзятой, несбалансированной и дискриминирующей подачи информации.

4. Зачастую отсутствуют механизмы реализации и обеспечения исполнения предписаний. Исследование выявило повсеместное отсутствие мер по обеспечению исполнения или отсутствие мер по восстановлению справедливости либо устранению недостатков в случаях пренебрежения предписаниями.
5. С одной стороны, учебные ресурсы для журналистов изобилуют анализами гендерных аспектов в репортажах и программах СМИ, а также практическими упражнениями, призванными помочь студентам приобрести важные гендерно-ориентированные навыки. С другой стороны, «гендер» как концепция, означающая социально определяемые понятия феминности и маскулинности, ведущие к неравенству возможностей между женщинами и мужчинами, по-прежнему не находит должного понимания со стороны СМИ. Проблемы интерпретации могут по-разному проявляться в зависимости от контекста. Наиболее проблемные толкования представлены в виде упрощённых трактовок, в рамках которых «гендер» сводится к значению «женщины» и медийному контенту, касающемуся «женских проблем», под которыми понимаются вопросы, относящиеся к социальной репродуктивной роли женщин.

Данное пособие призвано преодолеть разрыв между учебными ресурсами для журналистов и инструментами, находящимися в распоряжении работников СМИ, в качестве постоянных учебных и справочных ресурсов.

Типология кодексов: определение гендера в нормах профессиональной этики СМИ

В результате анализа было выявлено как минимум пять подходов к внедрению и определению понятия «гендер» в политику и кодексы СМИ. Несмотря на то, что положения, касающиеся гендерных аспектов¹, могут содержать элементы двух и более подходов, эти положения, как правило, чётко вписываются в рамки одного конкретного подхода. Данная типология представлена ниже (табл. 3). Она охватывает как наиболее простые, так и весьма сложные формулировки, выделяя элементы каждого подхода. В дальнейшем обсуждении каждый подход сопровождается примерами этических кодексов СМИ, выявленных в ходе исследования.

Таблица 3. Типология кодексов

	Тип	Описание
Простая/ базовая формулировка ↑ ↓ Подробная формулировка	Гендерные аспекты в форме общих норм	Гендерные аспекты упоминаются в положениях в широком значении в виде общих человеческих ценностей, уважения человеческого достоинства или иных основных прав человека. Положения, как правило, носят упрощённый характер и содержат мало (или вовсе не содержат) рекомендаций по их интерпретации
	Гендерные аспекты в форме обязательства соблюдать этические нормы	Положения сформулированы в форме обязательств или договорённости между журналистами учитывать гендерные аспекты этических норм в процессе выполнения ими своей работы
	Гендерные аспекты в форме рекомендаций	Гендерные аспекты сформулированы в виде рекомендаций о том, что является предпочтительным, зачастую с использованием мягких предписаний в форме «не следует» или иногда описательных утверждений в форме «следует»
	Гендерные аспекты в форме обязательства	Положения не ограничиваются утверждениями типа «следует» и описывают более широкие социальные последствия несоблюдения кодекса
	Гендерные аспекты в форме строгих предписаний	Положения, как правило, носят более жёсткий и всеобъемлющий характер, чем в предыдущих категориях. Гендерные аспекты упоминаются в свете ответственности журналистов как членов общества, в котором правила поведения предусмотрены существующими нормами, правами, обязанностями и обязательствами.

1. В большинстве случаев гендерные аспекты содержатся в положениях в рамках более обширных кодексов, отсюда акцент в анализе на «положениях». В обсуждении упоминаются редкие случаи, когда кодексы полностью сосредоточены на гендерной проблематике.

Книга 1: Концептуальные вопросы

1. Гендерные аспекты в форме общих норм

Гендерные аспекты в положениях этой категории помещены в широкий контекст прав человека. В этих положениях говорится о человеческих ценностях, уважении к человеческому достоинству или иных основных правах человека. Положения, как правило, носят упрощённый характер, сформулированы в виде простых утверждений и содержат мало (или вовсе не содержат) рекомендаций по их интерпретации.

Таблица 4.

Страна или регион	Название кодекса (и год принятия в случае нового кодекса или последней редакции, если это указано)	Описание положений, касающихся гендерных аспектов
Армения	Кодекс Армении: Ереванский пресс-клуб (2002)	Одно положение об общих человеческих ценностях, в частности о недопущении «дискриминации по гендерному и языковому признаку, насилия, порнографии»
Украина	Кодекс профессиональной этики украинского журналиста (2002)	Одно общее положение, в котором говорится, что «никого нельзя дискриминировать по половому признаку...». В то же время в положении утверждается о возможности идентификации человека, если эта информация «является важной частью сюжета»

2. Гендерные аспекты в форме обязательства соблюдать этические нормы

Положения в данной категории сформулированы в форме обязательств или договорённости между работниками СМИ учитывать гендерные аспекты этических норм в журналистской практике.

Таблица 5.

Страна или регион	Название кодекса (и год принятия в случае нового кодекса или последней редакции, если это указано)	Описание положений, касающихся гендерных аспектов
Армения	Кодекс профессиональной этики журналистов г. Гюмри (2002).	Одно положение в форме обязательства: «Мы не приемлем в нашей работе дискриминацию по половому, религиозному, этническому, расовому, психическому, физическому или иному признаку». Формулировка свидетельствует о коллективных размышлениях, направленных на достижение и принятие изложенных точек зрения».
Бельгия	Кодекс принципов журналистской деятельности (1982).	Одно положение, касающееся достижения баланса между тремя разными, а порой противодействующими, правами и свободами: уважение разнообразия мнений, право прессы публиковать различные точки зрения и уважение фундаментальных прав человека.

3. Гендерные аспекты в форме рекомендаций

Гендерные аспекты сформулированы в виде рекомендаций о том, что является предпочтительным, зачастую с использованием мягких предписаний в форме «не следует» или иногда описательных утверждений в форме «следует».

Таблица 6.

Страна или регион	Название кодекса (и год принятия в случае нового кодекса или последней редакции, если это указано)	Описание положений, касающихся гендерных аспектов
Австралия	Заявление о принципах, Совет австралийской прессы	Одно положение, запрещающее необоснованное акцентирование внимания на различиях, с оговоркой, что акцентирование внимания допустимо, где это уместно и если это отвечает интересам общества
Карибский регион	Кодекс профессиональной этики Ассоциации карибских работников СМИ	Один общий запрет на оскорбительные и необоснованные высказывания и дискриминацию в отношении человека на основании его отличительных черт, включая его пол
Центральная Азия	Кодекс Центральной Азии: Кодекс профессиональной этики, Узбекистан, Кыргызстан и Таджикистан	Одно положение, рекомендующее средствам массовой информации избегать публикации «информации, содержащей элементы дискриминации по расовому, половому, религиозному, этническому или политическому признаку»
Гана	Кодекс профессиональной этики Ассоциации журналистов Ганы (1994)	Подчёркиваются различные формы разнообразия в одном положении, касающемся дискриминации в процессе деятельности
Гонконг	Объединённый кодекс профессиональной этики четырёх организаций журналистов, Гонконг	Одно положение, рекомендующее журналистам избегать новостных сообщений, которые приведут к дискриминации по различным признакам, включая половую принадлежность и сексуальную ориентацию
Кения	Кодекс поведения в области журналистской деятельности в Кении (2007)	Одно положение, рекомендующее придерживаться равного отношения к женщинам и мужчинам. Несмотря на название «кодекс поведения», документ не даёт никаких указаний по реализации или соблюдению норм
Нигерия	Кодекс профессиональной этики нигерийских журналистов (1998)	Одно положение, рекомендующее журналистам воздерживаться от уничижительных высказываний в отношении индивидуальных черт, включая половую принадлежность
Южная Африка	Кодекс профессиональной практики прессы, Южная Африка (2006)	Рассматриваются различные формы разнообразия в двух положениях, касающихся дискриминационных высказываний, с оговоркой о допустимости определения личности с помощью её характеристик, если такая информация расширяет понимание читателей. В кодексе упоминается сексуальная ориентация и предпочтения
Уганда	Кодекс профессиональной практики прессы	Этот кодекс содержит два значимых положения. В одном перечисляются некоторые формы разнообразия и содержатся предупреждения в отношении дискриминационных высказываний. Во втором вводится оговорка, разрешающая упоминать характерные черты человека в случаях, когда это расширяет понимание читателей

Книга 1: Концептуальные вопросы

4. Гендерные аспекты в форме обязательства

Положения, включённые в эту категорию, выходят за рамки утверждений типа «следует»; они подчёркивают социальные последствия несоблюдения кодекса.

Таблица 7.

Страна или регион	Название кодекса (и год принятия в случае нового кодекса или последней редакции, если это указано)	Описание положений, касающихся гендерных аспектов
Азербайджан	Кодекс профессиональной этики журналистов	Одно положение, запрещающее журналистам «осуждать людей» на основании определённых различий или преувеличивать такую информацию
Болгария	Кодекс профессиональной этики журналистов (1999)	Одно положение, запрещающее журналистам излагать сюжет в манере, которая бы провоцировала дискриминацию на основании определённых различий, включая гендерную принадлежность и сексуальную ориентацию
Острова Кука	Кодекс Островов Кука: Кодекс журналистской деятельности Комиссии по делам СМИ	Одно положение о дискриминации, запрещающее «необоснованное акцентирование внимания» в публикациях на определенных различиях, включая половую принадлежность, помимо случаев, когда это уместно и делается в интересах общества (в таких ситуациях допускается выражение мнения)
Грузия	Профессиональные стандарты в СМИ (2003)	Одно положение о дискриминации, в котором говорится, в каком случае журналист может раскрыть личность человека, а именно в ситуациях, когда «эта информация напрямую связана с освещаемой проблемой»
Косово	Кодекс прессы Косово	Два положения, рекомендуемые сотрудникам СМИ «прилагать все усилия, чтобы не провоцировать и не разжигать ненависть или не способствовать дискриминации» в результате презрительного отношения к людям или использования уничижительных высказываний на основании индивидуальных особенностей, включая половую принадлежность. Положения содержат оговорки о том, что упоминание характерных черт допускается, только если это напрямую связано с освещаемым событием
Македония	Нормы поведения (2001)	Одно положение, запрещающее журналистам работать с информацией, нарушающей права и свободы человека и способствующей дискриминации на основании определённых различий, включая сексуальную идентичность и сексуальную ориентацию
Молдова	Кодекс профессиональной этики журналистов (1999)	Одно положение, говорящее о профессиональном поведении, обязанности журналиста «минимизировать вред», защищать демократические принципы и противодействовать дискриминации на основании определённых различий
Швейцария	Декларация обязанностей и прав журналиста (1999)	Одно положение, связанное с уважением человеческого достоинства, обязывающее журналистов избегать упоминания индивидуальных особенностей, которые могут быть дискриминационными
Зимбабве	Кодекс поведения работников СМИ в Зимбабве	Одно положение, в котором выражается беспокойство по поводу разжигания ненависти в результате журналистской деятельности

5. Гендерные аспекты в форме строгих предписаний

В отличие от предыдущих категорий положения этих кодексов, как правило, носят более исчерпывающий характер и имеют более строгую формулировку. Гендерные аспекты упоминаются в свете ответственности журналистов как членов общества, в котором правила поведения предусмотрены существующими нормами, правами, обязанностями и обязательствами. В эту категорию попадают наиболее продуманные с точки зрения гендерной проблематики кодексы.

Таблица 8.

Страна или регион	Название кодекса (и год принятия в случае нового кодекса или последней редакции, если это указано)	Описание положений, касающихся гендерных аспектов
Албания	Кодекс профессиональной этики албанских СМИ (2006)	Одно положение, говорящее о недопущении дискриминации и уважении различных мнений в контексте содействия демократии с оговоркой о том, что высказывание не должно «противоречить принципу соблюдения фундаментальных прав человека»
Австралия	Австралийский кодекс: Кодекс вещательных корпораций	Два положения с указаниями по исполнению предписаний, направленных на недопущение дискриминации путём «неиспользования языковых оборотов или образов, которые бы порочили или дискриминировали какое-либо лицо или группу населения на основании» определённых различий, включая половую принадлежность и сексуальные предпочтения. Есть оговорка, разрешающая транслировать фактическое, искреннее мнение, допустимые формы юмора, сатиры, драматические произведения, в которых могут приводиться доводы в пользу несоблюдения этих норм (иными словами, люди имеют право высказываться как в пользу, так и против гендерной этики). Во втором положении излагаются способы, с помощью которых можно избегать стереотипов, с подробным описанием разнообразия ролей и гендерного паритета при выборе экспертов и комментаторов
	Отраслевой кодекс принципов деятельности коммерческого телевидения. Управление по вопросам коммуникаций и СМИ Австралии (2010)	Гендерные аспекты учитываются в документе в целом. Внимание уделено гендерному равенству и должному представлению гендерных образов; кроме того, в документе присутствует раздел, посвящённый равному представлению образов женщин и мужчин на телевидении, гендерному равенству в новостях и рекламе. Кодекс даёт определение техническим терминам по мере их использования в тексте, исключая возможность двусмысленного или неверного толкования. Документ даёт чёткие указания касательно этических норм и их исполнения
Ботсвана	Кодекс гендерной этики. Совет по делам прессы Ботсваны (2011)	В кодексе, основанном на международных, региональных, субрегиональных и национальных политических стратегиях, утверждается, что члены совета «признают, что гендерное равенство является неотъемлемым компонентом свободы слова, что все женщины и мужчины имеют право на выражение своего мнения, интересов и потребностей» и что «предоставление возможности высказаться» имеет большое значение для института гражданства, участия в жизни страны и динамичности системы управления. В кодексе излагаются основные принципы подачи информации с учётом гендерной проблематики и приводятся положения о равном отношении к женщинам и мужчинам при освещении событий в СМИ. Он охватывает проблему гендерных стереотипов и гендерного насилия в рамках более обширного положения о минимизации вреда. Кодекс содержит словарь терминов

Книга 1: Концептуальные вопросы

Продолжение таблицы 8.

Страна или регион	Название кодекса (и год принятия в случае нового кодекса или последней редакции, если это указано)	Описание положений, касающихся гендерных аспектов
Босния и Герцеговина	Кодекс прессы Боснии и Герцеговины (2011)	Вместо конкретных статей о гендерных и иных различиях в начальных общих положениях говорится о необходимости интерпретации всего кодекса в свете журналистской этики, обязанности защищать право на беспристрастную критику и критическую журналистику, а также об обязательстве соблюдать права человека, повышать осведомлённость в области гендерного равенства, содействовать защите прав человека и при этом отстаивать право на информацию в интересах общества (Общество имеет право на информацию, которая иногда нарушает право отдельного человека на неприкосновенность личной жизни – в этом состоит дилемма для журналиста).
Канада	Кодекс принципов представления объективных образов, Канадская ассоциация вещателей (2008) ¹	Данный всеобъемлющий кодекс является преемником Кодекса принципов представления половых ролей в теле- и радиопрограммах (1990). Он полностью посвящён проблеме объективного изображения всех групп. В нём содержится справочная информация о разработке кодекса, заявление о намерениях и руководящие принципы исполнения и регулирования. В кодексе рассматриваются проблемы прав человека, представления негативных образов, создания стереотипов, стигматизации и виктимизации, высмеивания мифов, традиций или обычаев, использования уничижительных материалов, эксплуатации, языка и терминологии и контекстуальных соображений. Более того, в кодексе запрашиваются сведения о понятности текста и необходимости пополнения списка групп, к которым его следует применять
Гватемала	Кодекс профессиональной этики Ассоциации журналистов Гватемалы.	Данный кодекс всецело посвящён вопросам социальной справедливости, инклюзивного общества ² и демократии. В трёх статьях гендерные аспекты помещаются в контекст содействия правам человека и человеческим ценностям с точки зрения обязанности журналиста вносить вклад в построение инклюзивного общества, нравственного долга журналиста отвергать «насилие, дискриминацию и все стереотипы», основанные на определённых индикаторах различий, включая половую принадлежность, а также обязанности журналиста вносить вклад в демократизацию СМИ посредством уважения свободы слова для достижения заявленных целей
Румыния	Кодекс профессиональной этики журналистов	Одно положение, в котором недопущение дискриминации и разжигания ненависти и насилия на основании различий помещается в контекст обязанности журналиста или профессиональной этики
Танзания	Кодекс гендерной этики в СМИ, Танзания ³	Кодекс всецело посвящён вопросу гендерного равенства в СМИ. Он содержит определения технических терминов и обсуждение таких вопросов, как точность, беспристрастность, гендерный паритет, достоверность, ответственность и гендерное стереотипирование, а также обзор порядка применения кодекса.

1. См. исследование в области руководящих принципов представления гендерных образов в канадском вещании.

2. Здесь инклюзивность — включённость всех в жизнь общества.

3. См. исследование, в котором рассматривается процесс разработки кодекса и опыт его внедрения.

3. Признаки всеобъемлющих кодексов

Кодексы, которые можно считать всеобъемлющими с точки зрения гендерной проблематики, содержат следующие элементы:

1. Признание различных форм многообразия в контексте исполнения кодекса. В кодексах говорится о различиях с привязкой к местонахождению, например расовая, этническая принадлежность, пол, дееспособность, сексуальная ориентация, возраст и социальный класс.
2. Чёткое определение недопустимой для журналистики практики, включая:
 - дискриминационные и/или порочащие высказывания в адрес человека/группы;
 - подачу информации о человеке/группе в предвзятой и/или уничижительной форме;
 - опубликование материала, направленного на разжигание враждебности/ненависти в адрес человека или группы на основании их характерных особенностей;
 - опубликование материала, содействующего унижению достоинства человека/группы;
 - опубликование материала, содействующего дискриминации на основании характерных особенностей группы;
 - представление человека/группы в негативном свете посредством необоснованного выделения их характерных особенностей;
 - унижение человека/группы;
 - порицание людей на основании их отличительных черт;
 - содействие ненависти, нетерпимости, дискриминации и насилию в отношении человека/группы на основании их характерных особенностей;
 - использование оскорбительных выражений, способных нанести моральный или физический ущерб;
 - создание или обработку информации, ставящей под угрозу права и свободы человека.
3. Признание и уважение принципа разнообразия мнений.
4. Возложение ответственности на работников СМИ за повышение осведомлённости о гендерном равенстве как неотъемлемом компоненте прав человека.
5. Акцентирование внимания на недопущении дискриминации как обязанности журналиста.
6. Определение необходимости содействия демократизации СМИ как обязанности журналистов с целью расширения участия людей в жизни общества, усиления самосознания и формирования культуры мира (в противоположность культуре войны).
7. Чёткое определение:
 - сторон, ответственных за применение кодекса;
 - сторон, принимающих запросы;
 - сторон, рассматривающих запросы;
 - порядка подачи и рассмотрения жалоб.
8. Наличие положений, учитывающих гендерные аспекты и направленных на решение следующих проблем:
 - создание справедливых гендерных образов;
 - уважение прав человека;
 - создание отрицательных образов;
 - создание гендерных стереотипов;
 - стигматизация людей по гендерному признаку;
 - ненадлежащее или неуместное приращение значения гендерной принадлежности, физическим характеристикам, семейному положению или гражданскому состоянию;
 - виктимизация;
 - эксплуатация;
 - деградация;
 - выбор языка и терминологии;
 - гендерный паритет среди комментаторов и экспертов;
 - равное отношение.

Пять способов повысить полезность кодексов для роста профессионализма СМИ с точки зрения гендерной проблематики:

1. Обеспечить чёткость и однозначность положений.
2. Объяснить причины необходимости данного положения.
3. Предоставить комплексное руководство по применению.
4. Опубликовать положения как для журналистов, так и для общества в целом.
5. Установить механизмы ответственности с целью содействия соблюдению кодекса.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Корни гендерной дискриминации в СМИ

■ ■ СМИ вовсе не придерживаются политики дискриминации в отношении женщин. Такая реакция мужчины-руководителя медиакомпания на результаты глобального исследования по гендерной дискриминации в новостных СМИ символизирует общую несостоятельность соответствующих работников СМИ в вопросе устранения гендерного неравенства.

Феминистские теоретики считают, что принципы патриархата внедрены во все современные основные структуры общества и что работа всей системы направлена на обеспечение господства мужчин и подчинения женщин. СМИ, являясь одной из таких структур, также подвергаются влиянию патриархальных обычаев и установок, что проявляется в сравнительной неизменности журналистской деятельности, несмотря на реальные успехи женщин в сокращении гендерного разрыва. Таким образом, решения журналистов о том, как изображать женщин по отношению к мужчинам, кого интервьюировать, и иные подобные решения могут привести к образованию глубоких расхождений между реальностью и ее отражением в СМИ.

Поэтому, несмотря на отсутствие явной политики, направленной на гендерную дискриминацию и маргинализацию женщин, исторически сложившееся неравенство продолжает существовать из-за использования традиционных подходов к ведению деятельности, которые не учитывают и не исправляют подчинённое положение женщин, включая маргинализацию менее влиятельных групп населения. Кодексы профессиональной этики и принципов журналистской деятельности, помещающие гендерные аспекты в рамки профессиональной ответственности и обязанностей журналистов, могут направить преобразования в русло более сбалансированной, не отягощённой стереотипами, более объективной и репрезентативной журналистики. ■ ■

Список литературы

Институт журналистики им. Дональда У. Рейнольдса, Университет Миссури. Кодекс профессиональной этики. <http://www.rjionline.org/MAS-Codes-of-Ethics>.

Gaumnitz, Bruce R. and John C. Lere. «A Classification Scheme for Codes of Business Ethics», *Journal of Business Ethics*, 49:4, (2004): 329-335. <http://www.jstor.org/stable/25123179>.

Международные принципы профессиональной этики в журналистике. http://ethicnet.uta.fi/international/international_principles_of_professional_ethics_in_journalism.

«Журналистская этика для гражданина мира», Центр журналистской этики Школы журналистики и массовых коммуникаций при Висконсинском университете в Мэдисоне. http://journalismethics.info/research_ethics/codes.htm.

Topping, Alexandra. «Leveson inquiry must address sexist media stereotypes, say women's groups», *The Guardian*, 24 January 2012. http://www.guardian.co.uk/media/2012/jan/24/leveson-inquiry-sexist-media-stereotypes?CMP=tw_t_gu.

World Association for Christian Communication. Who makes the news? Global Media Monitoring Project report 2010., (Toronto: WACC, 2010). http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_en.pdf.

Приложение 1

Исследование политики в области СМИ и кодексов профессиональной этики (2011)

Соответствующие положения в общих кодексах или тематические направления в кодексах, полностью посвящённых гендерной проблематике

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Африка	Ботсвана	Кодекс гендерной этики Совета по делам прессы Ботсваны	2011	Четырёхстраничный кодекс посвящён вопросам гендерной этики. Содержит следующие положения: равное отношение к женщинам и мужчинам при освещении событий в СМИ; профессиональная ответственность; гендерный паритет; достоверность и объективность сообщаемой информации; проблемы гендерных стереотипов и информирования о гендерном насилии рассматриваются в рамках общего положения о снижении вреда; реклама и политика обеспечения гендерного равенства на рабочем месте
Африка	Гана	Кодекс профессиональной этики Ассоциации журналистов Ганы	1994	Статья 6. Журналист не должен создавать материал, содействующий дискриминации на основании этнической принадлежности, цвета кожи, убеждений, гендерной принадлежности или сексуальной ориентации
Африка	Кения	Кодекс поведения при ведении журналистской деятельности в Кении	2007	Статья 15. Женщины и мужчины вправе рассчитывать на равное к себе отношение в качестве фигурантов новостей и источников информации
Африка	Нигерия	Кодекс профессиональной этики нигерийских журналистов	1998	Статья 6. Журналист должен воздерживаться от уничижительных высказываний о принадлежности человека к определённой этнической группе, его религии, полу, физическом или психическом заболевании либо каком-либо недостатке
Африка	Южная Африка	Кодекс профессиональной практики прессы	2006	Статья 2.1. СМИ должны избегать дискриминационных или порочащих высказываний в отношении расы, цвета кожи, этнической принадлежности, религии, пола, сексуальной ориентации или предпочтений, физического либо психического недостатка или заболевания либо возраста людей Статья 2.2. СМИ не должны упоминать расу, цвет кожи, сексуальную ориентацию или предпочтения, физическое либо психическое заболевание людей в контексте предвзятости и уничижения за исключением случаев, когда это имеет строгое отношение к сообщаемой информации или значительно расширяет понимание этой информации читателем

Книга 1: Концептуальные вопросы

продолжение приложения 1

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Африка	Танзания	Кодекс гендерной этики в СМИ	—	Документ посвящён вопросу учета гендерного равенства в СМИ. Элементы кодекса: определения терминов, применение кодекса, точность и объективность, гендерный паритет, достоверность и непредвзятость, ответственность, проблема создания гендерных стереотипов, используемый язык, реклама и гендерная чувствительность на рабочих местах
Африка	Зимбабве	Кодекс поведения работников СМИ в Зимбабве	—	Статья 11. а) Работники и структуры СМИ не должны публиковать материал, способный разжечь вражду или ненависть в отношении людей на основании их расы, этнического происхождения, национальности, пола, сексуальной ориентации, физического недостатка, религии или политической принадлежности
Азия	Гонконг	Объединённый кодекс профессиональной этики четырёх организаций журналистов	—	Статья 8. Журналисты должны избегать новостных сообщений, которые приведут к дискриминации на основании возраста, расы, цвета кожи, убеждений, инвалидности, семейного положения, незаконнорождённости, пола или сексуальной ориентации
Центральная Азия	Узбекистан, Кыргызстан и Таджикистан	Кодекс Центральной Азии: Кодекс профессиональной этики	—	Статья 6. Избегать опубликования информации, содержащей элементы дискриминации по расовому, половому, религиозному, этническому или политическому признаку
Карибский регион	Страны Карибского региона	Карибский кодекс: Кодекс профессиональной этики Ассоциации карибских работников СМИ	—	Статья 6. Запрещено использование оскорбительных и необоснованных высказываний и дискриминация в отношении человека на основании расы, цвета кожи, пола, национальности, религии или идеологии
Карибский регион	Острова Кука	Кодекс Островов Кука: Кодекс журналистской деятельности Комиссии по делам СМИ	—	Статья 8. Дискриминация. Запрещено в публикациях необоснованно акцентировать внимание на половом признаке, принадлежности к меньшинству, сексуальной ориентации, возрасте, расе, цвете кожи или физическом либо психическом недостатке. Тем не менее в случаях, когда это уместно и отвечает интересам общества, допускается опубликование и выражение мнений на эти темы
Европа	Албания	Кодекс профессиональной этики албанских СМИ	2006	Свобода слова, свобода информации и критики, свобода прессы и доступ к официальным документам являются основными элементами демократии. Пресса признаёт и уважает разнообразие мнений и выступает против всех видов дискриминации на основании пола, расы, национальности, языка, религии, идеологии, культуры, класса или убеждений при условии, что заявляемые убеждения не противоречат принципу уважения фундаментальных прав человека

продолжение приложения 1

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Европа	Армения	Кодекс Ереванского пресс-клуба	—	Кодекс члена Ереванского пресс-клуба Запрещено пропагандировать войну, религиозную ненависть и нетерпимость, политическую, социальную, гендерную, языковую дискриминацию, насилие, порнографию
Европа	Армения	Кодекс профессиональной этики журналистов г. Гюмри	2002	Статья 11. Мы не приемлем в нашей работе дискриминацию по половому, религиозному, этническому, расовому, психическому, физическому или иному признаку. Мы не пропагандируем и не содействуем нетерпимости, предвзятости или распространению стереотипов
Европа	Азербайджан	Кодекс профессиональной этики журналистов	—	Статья 3.1. Журналист не должен осуждать людей на основании национальности, расы, пола, языка, профессии, религии и места рождения или преувеличивать такую информацию
Европа	Бельгия	Кодекс принципов журналистской деятельности	1982	Статья 4. Уважение разнообразия мнений. Пресса признаёт и уважает разнообразие мнений, она защищает свободу публикации различных точек зрения. Пресса выступает против всех форм дискриминации на основании пола, расы, национальности, языка, религии, идеологии, культуры, класса или убеждений при условии, что заявляемые убеждения не противоречат принципу уважения фундаментальных прав человека
Европа	Босния и Герцеговина	Кодекс прессы Боснии и Герцеговины	Принят в 1999 г., последняя редакция в 2011 г.	Статья 1. Общие положения. Журналисты имеют перед обществом обязательство всегда и при любых условиях придерживаться высоких этических стандартов. Журналисты и издатели обязаны уважать потребность граждан в полезной, своевременной и актуальной информации и защищать принципы свободы и право на беспристрастную критику и критическую журналистику. Пресса в Боснии и Герцеговине должна соблюдать общепринятые общественные нормы вежливости и уважать этническое, культурное и религиозное разнообразие Боснии и Герцеговины. Пресса должна соблюдать нормы прав человека, установленные международными и национальными актами о правах человека. Пресса должна повышать осведомлённость в области гендерного равенства и уважения личности как неотъемлемой части прав человека. Пресса должна защищать права человека и при этом отстаивать право на информацию в интересах общества.

Книга 1: Концептуальные вопросы

продолжение приложения 1

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Европа	Болгария	Кодекс профессиональной этики журналистов	1999	Статья 3. i) журналисты не должны излагать сюжет в манере, которая бы провоцировала дискриминацию на основании расы, цвета кожи, религии, пола или сексуальной ориентации
Европа	Грузия	Профессиональные стандарты в СМИ	2003	Дискриминация Журналист может упоминать этническую, политическую, религиозную принадлежность, социальную идентичность, цвет кожи и сексуальную ориентацию человека, только если эта информация напрямую связана с освещаемой проблемой
Европа	Косово	Кодекс прессы Косово	—	Статья 2. Пресса должна прилагать все усилия, чтобы не провоцировать и не разжигать ненависть или не способствовать дискриминации посредством: а) презрительного отношения к человеку или группе на основании этнической принадлежности, религии, пола, расы, цвета кожи, семейного положения, возраста или какого-либо недостатка; б) использования уничижительных высказываний, способных причинить ущерб и запугать человека или группу, по признаку этнической принадлежности, религии, пола, расы, цвета кожи, семейного положения, возраста или какого-либо недостатка. Статья 3. Упоминание этнической группы, расы, религии, пола, сексуальной ориентации, физического или психического заболевания либо какого-либо недостатка допускается, только если это напрямую связано с освещаемым событием
Европа	Македония	Нормы поведения	2001	Статья 10. Журналистам запрещается осознанно работать с информацией, ставящей под угрозу права и свободы человека, применять оскорбления и способствовать любому виду дискриминации (по признаку национальности, религии, пола, социального класса, языка, сексуальной ориентации, политических убеждений...)

продолжение приложения 1

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Европа	Молдова	Кодекс профессиональной этики журналистов	1999	Статья 10. Журналист должен уважать честь и репутацию людей, становящихся объектом его профессионального интереса. Он должен воздерживаться от презрительных высказываний или комментариев касательно расы, национальности, цвета кожи, вероисповедания, социального происхождения или пола, а также физического недостатка или заболевания человека, о котором ведётся репортаж. Журналист должен воздерживаться от публикации такой информации за исключением случаев, когда такие обстоятельства напрямую связаны с сюжетом. Журналист обязан избегать использования оскорбительных выражений, способных причинить моральный и физический ущерб. В процессе решения любой проблемы журналист обязан защищать демократические ценности мирными средствами и в духе терпимости, выступать против насилия, высказываний на почве ненависти и конфронтации, противодействовать любой форме дискриминации по признаку культурной, половой принадлежности или убеждений
Европа	Румыния	Кодекс профессиональной этики журналистов	—	Статья 2.1.5. Журналист обязан не допускать дискриминации в отношении любого человека по признаку расы, этнической принадлежности, религии, пола, возраста, сексуальной ориентации или любой формы недееспособности, также при сообщении информации или выражении мнения он должен избегать использования материалов, способствующих разжиганию ненависти и насилия
Европа	Швейцария	Декларация обязанностей и прав журналиста	1999	Статья 8. С целью уважения человеческого достоинства журналист обязан избегать упоминания в текстовой, графической или звуковой форме этнического или национального происхождения, религии, пола, сексуальной ориентации, а также любого заболевания или физического либо психического недостатка, которые по своему характеру могут быть дискриминационными. Сообщая информацию о военных действиях, террористических актах, несчастных случаях и катастрофах в текстовой, графической и звуковой форме, необходимо учитывать страдания потерпевших и чувства близких им людей
Европа	Украина	Кодекс профессиональной этики украинского журналиста	2002	Статья 15. Никого нельзя дискриминировать по половому, языковому, расовому, религиозному или этническому признаку, социальному происхождению или из-за политических предпочтений. Такая информация может указываться, только если она является важной частью сюжета

Книга 1: Концептуальные вопросы

продолжение приложения 1

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Латинская Америка	Гватемала	Кодекс профессиональной этики Ассоциации журналистов Гватемалы	—	Глава VIII. Содействие развитию ценностей и прав человека Статья 30. Журналист обязан вносить вклад в построение инклюзивного общества. В своей повседневной работе журналист обязан учитывать и применять принципы мультикультурализма, языкового разнообразия, признавать и в равной степени одинаково относится ко всем городам с коренным населением и ко всем коренным общинам. Статья 31. Журналист обязан отвергать насилие, дискриминацию и все стереотипы, основанные на расовой, половой, религиозной этнической принадлежности, географическом происхождении, сексуальной ориентации, недееспособности, внешности или социальном либо политическом положении. Статья 32. Журналист должен вносить вклад в демократизацию СМИ, с тем чтобы расширять участие людей, усиливать их самосознание и формировать культуру мира посредством реализации права на свободное выражение мнений
Северная Америка	Канада	Кодекс принципов представления объективных образов Канадской ассоциации вещателей	2008	Кодекс посвящён вопросу объективного отображения всех групп. В кодексе рассматриваются проблемы прав человека, представления негативных образов, создания стереотипов, стигматизации и виктимизации, высмеивания мифов, традиций или обычаев, использования уничижительных материалов, эксплуатации и выбора языковых средств.
Северная Америка	Канада	Кодекс принципов представления половых ролей в теле- и радиопрограммах	1990	Данный кодекс является предшественником Кодекса принципов представления объективных образов. Он посвящён вопросу справедливого и равного изображения женщин и мужчин в вещательных СМИ. Далее в учебном пособии приводится исследование процесса принятия обоих канадских кодексов и опыта их реализации
Океания/Зона Тихого океана	Австралия	Отраслевой кодекс принципов деятельности коммерческого телевидения (Управление по вопросам коммуникаций и СМИ Австралии)	2010	В различных частях документа упоминается гендерное равенство и должное представление гендерных образов, также в документе есть раздел, посвящённый равному изображению женщин и мужчин на телевидении. В нём говорится о гендерном равенстве на телевидении, в новостях и рекламе, также упоминаются дети

продолжение приложения 1

Регион	Страна	Название	Год принятия или последней редакции	Соответствующие положения или тематические направления
Океания/Зона Тихого океана	Австралия	Заявление о принципах (Совет австралийской прессы)	—	Публикации не должны необоснованно акцентировать внимание на расе, религии, национальности, цвете кожи, стране происхождения, половой принадлежности, сексуальной ориентации, семейном положении, недееспособности, заболевании или возрасте человека или группы. Где это уместно и отвечает интересам общества, публикации могут содержать мнения на эту тему
Океания/Зона Тихого океана	Австралия	Австралийский кодекс: Кодекс вещательных корпораций	—	Статья 2.4. Дискриминация С целью недопущения дискриминации в программах запрещается использование языковых оборотов или образов, которые бы порочили или дискриминировали какое-либо лицо или группу населения на основании расовой, этнической, половой принадлежности, национальности, семейного или родительского статуса, возраста, недееспособности или заболевания, социального или трудового статуса, сексуальных предпочтений, а также религиозных, культурных или политических убеждений либо видов деятельности. Данное требование не запрещает распространять информацию фактического характера или выражать искреннее мнение в новостях или информационных программах либо в разумных рамках в юмористических, сатирических или драматических произведениях. Статья 3.4. Избегание стереотипов Программы не должны содействовать распространению ошибочных, унижительных или дискриминационных стереотипов. В программах должно учитываться разнообразие ролей, выполняемых в настоящее время женщинами и мужчинами. Следует избегать неуместного упоминания физических особенностей, семейного или родительского статуса. В программах, в которые привлекаются эксперты, комментаторы и иные лица для выражения мнения, следует по мере возможности обеспечивать гендерный паритет комментаторов и экспертов

Книга 1: Концептуальные вопросы

Приложение 2

Гендерные аспекты в политике СМИ: оценочный контрольный список¹

Общая стратегическая концепция

- ✓ Включает ли политическая концепция гендерные аспекты в рамки профессиональной этики журналистов и обязательств работников СМИ как членов общества в более широком социальном контексте?
- ✓ Требуется ли политическая концепция от журналистов относиться ко всем людям, независимо от их половой, классовой, расовой принадлежности, сексуальной ориентации, возможностей, религии и т.д., с уважением и достоинством, соблюдая их фундаментальное право на недопущение дискриминации?

Редакционный отдел

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Освещать все события с учётом гендерных аспектов?
- ✓ Ввести регулярную страницу или программу с сюжетами, в которых события подвергаются тщательному рассмотрению с точки зрения гендерной проблематики²?
- ✓ В равной степени распределять между женщинами и мужчинами-репортёрами сюжеты, направленные на глубинное изучение вопросов с учётом гендерных аспектов?
- ✓ В равной степени доносить информацию о женщинах и мужчинах?
- ✓ Включить обучение по повышению осведомлённости в области гендерного равенства в текущие внутренние программы обучения и профессиональной подготовки?
- ✓ Постоянного обучения репортёров и редакторов по гендерным и актуальным вопросам?

Источники информации для сюжетов/

интервьюируемые лица, комментаторы и эксперты

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Чтобы группа опрошенных отражала гендерный состав охваченной аудитории?
- ✓ Проводить консультации с организациями гражданского общества, располагающими информацией по освещаемой проблеме?
- ✓ Прилагать особые усилия для обеспечения женщинам и мужчинам равного эфирного времени для добровольного и свободного выражения своего мнения?

Представленность и отображение женщин и мужчин

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Отображать женщин таким способом, который бы отражал их разнообразие, сильные стороны и участие в социальной, политической, экономической и культурной жизни?
- ✓ Отображать отношения между женщиной и мужчиной таким способом, который содействовал бы установлению гендерного равенства, уважению и недопущению дискриминации?
- ✓ Избегать использования стереотипов в отношении людей на основании их половой принадлежности, а также избегать сексуализации и объективизации женщин?
- ✓ Избегать стигматизации, эксплуатации и унижения людей на основании их половой принадлежности?

1. Список основан на шаблоне заявлений о гендерной проблематике и политике в области СМИ, разработанном Африканской службой охраны женщины и ребёнка (www.awcfs.org).

2. Ниже приводятся примеры регулярных статей на гендерную тематику: Страницы из новостного портала «The Guardian» (Соединённое Королевство), <http://www.guardian.co.uk/world/gender>. Страницы службы гуманитарных новостей и анализа Комплексной региональной информационной сети (КРИС), <http://www.irinnews.org/Theme/GEN/Gender-Issues>. «Женщины в новостях: гендерная информация», Международная пресс-служба (МПС), <http://ipsnews.net/genderwire/>.

Язык

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Разработать и внедрить чёткие руководящие принципы по употреблению языковых выражений¹?
- ✓ Запретить сексистское употребление языковых выражений и эвфемизмов?
- ✓ Предоставить руководство с примерами по использованию всеохватывающей, гендерно-корректной терминологии?
- ✓ Заявить о чёткой позиции в отношении сексистского употребления языковых выражений в редакционной статье?

Изображения

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Получать согласие перед тем, как публиковать фотографии женщин и иных лиц, подвергнувшихся насилию или иным формам жесткого обращения?
- ✓ Применять принцип «минимизации вреда» в отношении изображения женщин, в особенности тех, кто перенёс трагедию или несчастье?
- ✓ Нести моральную ответственность при получении фотографий?
- ✓ Обучать фотожурналистов способам получения фотографий, учитывающих гендерные аспекты?
- ✓ Принимать к публикации только те изображения, которые не содержат гендерных стереотипов?
- ✓ Узнавать, анализировать и использовать реакцию аудитории на изображения в качестве основания для новых указаний?

Вещательный контент

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Составлять сетку вещания передач таким образом, чтобы учитывать гендерные различия аудитории в разное время дня, например в случае с программами, касающимися вопросов развития и имеющими значение для женщин?
- ✓ Узнавать, анализировать и использовать реакцию аудитории как основание для новых указаний?

Реклама

Требуется ли политическая концепция:

- ✓ Обеспечить соответствие стандартов, применяемых к материалам, принимаемым к публикации, редакционным стандартам в отношении учёта гендерной проблематики?
- ✓ Не допускать в содержании рекламы, принимаемой к публикации, гендерных стереотипов?
- ✓ Консультироваться с экспертами на предмет соответствия стандартам гендерной чувствительности с целью внесения ясности?

Другие аспекты

- ✓ Предусмотрены ли санкции за нарушение любого чётко сформулированного положения?
- ✓ Существуют ли органы, отвечающие за реализацию указанной политической концепции?
- ✓ Указаны ли стороны, принимающие запросы?
- ✓ Указаны ли стороны, отвечающие за рассмотрение запросов?
- ✓ Чётко ли сформулирован порядок подачи и рассмотрения жалоб?

1. Например: Johanna Son, ed., Gender and Development Glossary, Third Edition, (Philippines: Inter Press Service Asia-Pacific, 2010), <http://www.ips.org/mdg3/GenderandDevelopmentGlossary.pdf>. Maria Julia Perez Cervera, Manual para el uso no sexista del lenguaje. Lo que bien se dice... bien se entiende (Руководство по несексистскому использованию языковых выражений, опубликованное на испанском языке), четвёртое издание, (Mexico: MC Editores, 2011).

III. Ситуационные исследования



1. Руководящие принципы по представлению гендерных образов в телерадиовещании Канады

История разработки руководящих принципов по представлению гендерных образов для телерадиовещания Канады — это история выбора правильного момента, участия общественности и желания вещательных компаний должным образом реагировать на заботы аудитории.

В 1982 году Канадская ассоциация вещателей (КАВ) опубликовала «Добровольные руководящие принципы недопущения стереотипирования половых ролей», за которыми последовал «Кодекс принципов представления половых ролей в теле- и радиопрограммах», принятый в 1990 году. Кодекс был пересмотрен и впоследствии заменён в 2008 году на более обширный «Кодекс принципов представления объективных образов Канадской

ассоциации вещателей», направленный на решение более широкого спектра проблем, например создание негативных образов расовой принадлежности и этническому происхождению.

В данном ситуационном исследовании описывается процесс разработки кодекса и уделяется внимание опыту реализации и мониторингу его соблюдения. Несмотря на впечатляющий комплексный набор инструментов, реализация кодекса стала разочарованием для тех, кто занимается мониторингом СМИ. Тем не менее и успехи в разработке Кодекса, и слабые стороны его реализации являются бесценным опытом в области создания и поддержания объективных гендерных образов в СМИ.

Исторический обзор

Руководящие принципы ведут своё происхождение от учреждения федеральным правительством Канады в 1967 году Королевской комиссии по положению женщин. Двумя годами позже Комиссия представила свои рекомендации, и в 1972 году был основан Национальный комитет действий по положению женщин (НКД) в качестве общественной организации по оказанию давления на правительство для исполнения рекомендаций Комиссии. Одним из основных вопросов, поднятых женскими группами перед Комиссией, было изображение женщин в СМИ. Многочисленные женские организации использовали результаты научных исследований и исследований в области СМИ, с тем чтобы продемонстрировать отрицательное влияние стереотипных образов, и начали лоббирование с целью внесения изменений в механизм формирования образов в СМИ.

Телерадиовещание казалось наиболее подходящей сферой для лоббирования, поскольку закон обязывал вещательные компании подавать заявку в регулирующий орган на продление срока действия лицензии. В Канаде регулирующим органом в сфере вещания является Канадская комиссия по

радиовещанию, телевидению и телекоммуникациям (ККРТТ). НКД провёл официальные мероприятия и принял участие в нескольких заседаниях вещательных сетей, на которых выразил обеспокоенность работой данных вещателей по трём направлениям:

- формирование нерепрезентативных и стереотипных образов женщин;
- низкая доля женщин, занятых в сфере вещания;
- негативное изображение и отношение к женским движениям в сфере вещания.

Выбор правильного момента для данных мероприятий имел решающее значение. ООН объявила 1975-й год Международным годом женщин, а период с 1976 по 1986 год — Десятилетием женщин. В 1979 году правительство Канады отреагировало на политический и общественный дискурс и разработало план действий под названием «На пути достижения равноправия для женщин» с целью повышения статуса женщин в Канаде. Одним из аспектов плана действий было улучшение статуса женщин в СМИ.

Разработка руководящих принципов

Правительство Канады поручило ККРТТ создать рабочую группу по оказанию содействия вещательным и рекламным агентствам в устранении стереотипов, касающихся половых ролей. Ключевым

компонентом поручения было обязательное присутствие в рабочей группе представителей как общественности, так и вещательной сферы. Двумя назначенными в рабочую группу женщинами стали

Книга 1: Концептуальные вопросы

председатель НКД и кинематографист Сильвия Спринг из общественной группы «Положение женщин в Ванкувере» (Vancouver Status of Women). Эти назначения сыграли важную роль в обеспечении всеобъемлющего характера руководящих принципов, несмотря на то что сотрудничество между вещательной сферой и заинтересованными группами не обошлось без конфликтов.

После создания в 1979 году Рабочей группы по проблеме стереотипирования половых ролей в вещательных СМИ с целью проведения анализа и разработки руководства по улучшению образов женщин конфликтная ситуация возникла на первом же заседании. Частные вещатели и рекламодатели не желали признавать существование проблемы, не считали необходимым наличие руководящих принципов и враждебно отнеслись к идее регулирования. Негативно было встречено решение назначить представителей общественности в состав группы, при этом высказывалось мнение, что они не представляют канадских женщин и придерживаются слишком «феминистических» взглядов. Примечательно, что эта враждебность в некоторой степени ослабла, когда в ходе обязательных общественных слушаний обнаружилась существенная обеспокоенность общественности по поводу репрезентации гендерных ролей. Представители рекламной индустрии особым образом отреагировали на жалобы потребителей и начали разрабатывать свои собственные руководящие принципы. Такое стремление прислушиваться к мнению общественности стало важным шагом на пути разработки руководящих принципов.

Результатом 2-летней деятельности Рабочей группы стал свод руководящих принципов, разработанный комитетом и внедрённый в рамках добровольного исследования. Сотрудничество в составлении руководящих принципов проявляется в тщательном разъяснении проблем, связанных с гендерными стереотипами, и предлагаемых подходов к реализации плана. Также сотрудничество в разработке документа можно увидеть и в подробных объяснениях данных в Кодексе принципов представления гендерных ролей 1990 года, который впоследствии заменил добровольные руководящие принципы. В Разделе 3 Кодекса 1990 года, например, утверждается:

Образы женщин и мужчин должны объективно и справедливо отражать их демографическое разнообразие, учитывать возраст, гражданское состояние, расу, этнокультурное происхождение, физическую внешность, сексуальную ориентацию, биографические данные, религию, род деятельности, социально-экономическое положение и виды досуга и в то же время реализацию ими широкого спектра интересов. При создании образов также следует принимать во внимание роль и вклад лиц с ограничениями психического, физического и социального характера.

За этим следует раздел с обоснованием такого предписания:

Руководство: По сравнению с мужчинами, образы женщин, представленные в телевизионных программах, носят более ограниченный характер в плане возраста, внешности, биографии, рода деятельности, образа жизни и интересов. Кроме того, в недостаточной степени представлены пожилые люди, лица с ограниченными возможностями и коренное население. Особое внимание необходимо уделять вопросу более частого отображения этнических и очевидных меньшинств, наличие которых является неотъемлемым элементом канадского общества.

Настолько обширное разъяснение содействует пониманию основополагающих принципов, что, в свою очередь, способствует их соблюдению.

Опыт реализации

В течение двухлетнего испытательного периода (1982—1984 гг.) Канадской ассоциации вещателей (КАВ) было поручено проводить обучение членов ассоциации, информировать общество о процессе подачи жалоб, а также улучшать гендерную представленность. В это время общественные представители создали национальную лоббирующую группу *Media Watch* (группа контроля за СМИ) для обучения общественности и мониторинга состояния дел в данной сфере. В конце испытательного срока Канадская комиссия по радиовещанию, телевидению и телекоммуникациям приняла решение сделать соблюдение Руководящих принципов недопущения стереотипирования половых ролей условием для продления лицензии для всех вещателей, но при этом разрешила Канадской ассоциации вещателей создать совет по стандартам вещания для самостоятельного урегулирования жалоб.

В 1989 году Канадская ассоциация вещателей учредила Канадский совет по стандартам вещания (КССВ) по аналогии с советами по делам прессы. Согласно установленному КССВ порядку рассмотрения жалоб от населения, гражданин сначала обращается с жалобой к вещателю, затем в КССВ, если его не удовлетворил ответ вещателя, и только после этого, если потребитель всё ещё не получил удовлетворения, он обращается в ККРТТ. Критики утверждали, что такой порядок вынуждает отдельного представителя общественности прилагать слишком много усилий, тем самым отбивая охоту даже у наиболее информированных жалобщиков. *Media Watch* выступала с особой критикой в адрес этого процесса, утверждая, что:

- Общественность вынуждена подавать много жалоб, кроме того, отсутствует мониторинг деятельности в сфере вещания и, следовательно, отсутствует стремление к положительным изменениям.
- Потребитель не информирован о наличии Кодекса и порядке подачи и рассмотрения жалоб.
- Отсутствуют эффективные меры наказания за несоблюдение кодекса (штрафы и финансовая ответственность) другими словами, кодекс не имеет обязательной силы.

Кодекс принципов представления половых ролей, изданный в 1990 году, сохранял силу до 2008 года, когда он был заменён на более обширный нормативный документ ККРТТ «Кодекс принципов представления объективных образов», в котором уже предписывалось избегать негативных образов по признаку расы, этнического происхождения, религии, пола, сексуальной ориентации и ограничений (ККРТТ, Заявление 2008-3).

Как и в случае с Кодексом принципов представления половых ролей, новый Кодекс принципов представления объективных образов предусматривает порядок подачи и рассмотрения жалоб, в соответствии с которым представители общественности сначала обращаются с жалобой к вещателю и в случае её неудовлетворения — в КССВ. Затем Совет выносит решение о том, имело ли место нарушение. Меры наказания по-прежнему являются незначительными и обязывают вещательную станцию дважды выступить в эфире с извинениями. Если вещательная компания не входит в КССВ (членство является добровольным), жалобы направляются непосредственно на рассмотрение ККРТТ, который может обязать вещательную компанию выполнить требования Кодекса в качестве условия для продления лицензии.

В период с 2008 по 2011 гг. КССВ вынес 73 официальных решения, при этом только в одном случае жалоба касалась гендерной дискриминации согласно Кодексу принципов представления объективных образов. Кроме того, данная цифра не учитывает жалобы, отклонённые Советом в упрощённом порядке по причине отсутствия факта нарушения Кодекса. Большинство успешных жалоб касались религиозной дискриминации и дискриминации на основании сексуальной ориентации.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Извлечённые уроки

На основании этого ситуационного исследования можно дать следующие рекомендации по разработке и внедрению гендерно-ориентированного кодекса для СМИ:

- *Привлечь к разработке Кодекса представителей общественности, осведомлённых в области гендерной представленности:* очевидно, что вовлечение представителей общественности являлось ключевым аспектом успешной разработки Кодекса. Необходимо взаимодействие с группами местной общественности с целью содействия реализации положений Кодекса и определения того, насколько успешно был реализован Кодекс.
- *Организовать публичные слушания и/или исследование общественного мнения:* для организаций СМИ зачастую становится открытием то, насколько их аудитория может быть обеспокоена проблемой гендерных стереотипов. Следует проконсультироваться с женскими представителями аудитории. Надлежащее исследование может обеспечить поддержку таких изменений внутри организации.
- *Провести надёжный мониторинг:* как и в случае с постановкой любых иных целей, необходимо иметь должное представление о текущем положении дел и, следовательно, обладать способностью устанавливать разумные цели для достижения успеха. Мониторинговые исследования, статистические данные и стремление объективно оценивать прогресс имеют большое значение.
- *Установить цели:* важно не полагаться на руководящие принципы, в которых центральное место занимают жалобы. Они вряд ли дадут результаты и не отражают эффективность работы СМИ. Вместо этого для измерения успеха необходимо использовать механизм мониторинга и иные методы.
- *Сообщать о результатах:* следует сообщать как об успехах, так и направлениях, требующих улучшения.

Разработка кодекса

- *Привлечь к разработке Кодекса представителей общественности, осведомлённых в области гендерной представленности*
- *Организовать публичные слушания и/или исследование общественного мнения*

Реализация кодекса

- *Провести надёжный мониторинг*
 - *Установить цели*
 - *Сообщать о результатах*
-

Список литературы

Armstrong, Robert. *Broadcasting Policy in Canada*. Toronto: University of Toronto Press.

Canadian Association of Broadcasters. «Sex Role Portrayal Code for Television and Radio Programming». October 26, 1990, 2010.

Canadian Broadcast Standards Council, «Canadian Association of Broadcasters Equitable Portrayal Code», 17 марта 2008 г. www.cbsc.ca/english/codes/epc.php.

Canadian Radio-television Telecommunications Commission. Notice 2008-23 «Regulatory Policy: Equitable Portrayal Code», 2008 г. www.crtc.gc.ca.

Graydon, Shari. «The Portrayal of Women in Media: The good, the bad and the beautiful». In McKie, Craig and Benjamin D. Singer (eds.) *Communications in Canadian Society*. 5th Edition. Thompson: Toronto, 2001.

Graydon, Sharon Westley. *Lessons of the Marketplace: Embracing Pragmatism in the Pursuit of Gender Equity in the Media*, Masters Thesis. Simon Fraser University, 1996.

Strutt, Suzanne Monique. *Framing Feminisms: Feminist Critiques of Patriarchal News Media*. Masters Thesis. Simon Fraser University, 1994 г.

Trimble, Linda. «Coming Soon to a Station Near You?: The CRTC Policy on Sex-Role Stereotyping». *Canadian Pubic Policy*. XVI:3, 1990: 326-338.

2. Кодекс гендерной этики в СМИ Танзании

Кодекс гендерной этики в СМИ был введён Советом по делам СМИ Танзании (ССТ) в 2008 году и принят заинтересованными сторонами в 2009 году. Совет был учреждён представителями СМИ в 1995 году для регулирования деятельности СМИ в Танзании с целью содействия развитию свободной, ответственной и этической прессы. Конечная цель деятельности Совета — создать благоприятную среду для сильных и этических средств массовой информации, способствующих установлению более демократического общества.

Исторический обзор

В последнее десятилетие журналистика в Танзании переживала феноменальный рост. Если в 1992 году в стране было всего пять государственных газет и одна радиостанция, то в настоящий момент в Танзании 20 ежедневных газет, 53 еженедельных издания и 42 других периодических газеты. Также по всей стране работает 26 радиостанций, 15 телевизионных станций и 20 операторов кабельного телевидения. Мужчины принадлежат 99,9% частных компаний СМИ.

Журналисты страны, и женщины и мужчины, работают в условиях, намного более благоприятных, чем двадцать лет назад. Поколению танзанийцев, родившихся после 1990 года, доступны более разнообразные СМИ в сравнении с теми, которые привыкли видеть их родители. В таких СМИ современными медиаличностями могут быть как мужчины, так и женщины. Во многом на изменения в составе и форме СМИ Танзании повлиял смелый и комплексный подход к адвокатию в области СМИ, применённый женщинами, работающими в этой сфере, и в частности Женской ассоциацией СМИ Танзании (TAMWA). Деятельность ассоциации по адвокатию в области СМИ заключается в том, чтобы оказывать воздействие на различные аспекты деятельности СМИ, начиная со способов освещения событий и заканчивая повышением осведомлённости среди руководящих кругов СМИ и изменением их взглядов.

Число журналистов увеличилось с 230 в 1990 году до 3000 в настоящий момент, в то время как общая численность работающих в СМИ составляет приблизительно 10 000 человек. Распространение частных СМИ и вытекающая из этого конкуренция расширили выбор потребителя в плане новостей и информации. Тем не менее существует ряд проблем, касающихся качества журналистики, начиная с вопросов о точности фактов и заканчивая предвзятостью в сюжетах и репортажах.

Кодекс гендерной этики в СМИ

Кодекс гендерной этики в СМИ был введён Советом по делам СМИ Танзании в 2008 году и принят заинтересованными сторонами в ходе 12-го Национального съезда в Дар-эс-Саламе в июне 2009 года. Однако перед танзанийскими СМИ по-прежнему стоит ряд проблем, касающихся обеспечения гендерного равенства как в медийном контенте, так и на организационном уровне. В СМИ женщины занимают в основном должности, связанные с администрированием и материально-техническим обеспечением.

После изучения различных международных и африканских региональных документов, включая ратифицированный в августе 2008 года Протокол по гендерной проблематике и развитию Сообщества по вопросам развития юга Африки (САДК), ССТ принял решение начать работу над Кодексом гендерной этики в СМИ. Организация *Gender Links* («Гендерные связи»), базирующаяся в Йоханнесбурге, оказала поддержку принятию Кодекса.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Необходимость в разработке Кодекса была обусловлена следующими острыми проблемами:

- Большинство танзанийских новостных компаний не учитывали в своих сюжетах и репортажах гендерный компонент.
- Мужчины занимали все руководящие должности, в то время как женщины выполняли канцелярскую работу и назначались на должности младших сотрудников.
- Большинство программ и новостных статей имели недостаток, заключающийся в том, что источниками информации были в основном мужчины. Только в эмоционально окрашенных материалах женщины, дети, люди с ограниченными возможностями и иные особые группы выступали в качестве источников информации.
- Проблемным было гендерное распределение сюжетов в медиакомпаниях; репортёры-мужчины делали репортажи с мест событий, в то время как женщины главным образом делали сюжеты о кулинарии, моде и на другие «женские» темы.
- Не собирались статистические данные о количестве репортёров, редакторов и руководителей в СМИ; тем не менее такие данные были необходимы для понимания пробелов и восстановления баланса.
- Отсутствовали программы по привлечению журналисток к работе в отделе новостей.

Исходя из этих проблем ССТ разработал свой Кодекс гендерной этики для таких представителей СМИ, как издатели/владельцы СМИ, руководители/редакторы, вещатели, фотографы и видео-продюсеры, новостные агентства, журналисты, специалисты по работе с общественностью и рекламодатели. Кодекс предназначен для использования журналистами в повседневной работе.

Кодекс призывает участников расширить спектр программ, посвящённых гендерной тематике, и увеличить число женщин, вовлечённых в производство таких программ. Также в нём говорится, что компании СМИ должны постоянно предоставлять справедливые и равные условия женщинам и мужчинам для ведения репортажей во всём их разнообразии.

Разработка Кодекса гендерной этики в СМИ

Разработка кодекса проходила в три этапа¹. На первом этапе специально учреждённый комитет определил необходимость создания такого кодекса, подготовил предложение и представил его Совету. На втором этапе Совет провёл консультацию со специалистами, такими как научные сотрудники, владельцы СМИ, опытные журналисты, гендерные эксперты и другие заинтересованные стороны. Был проведён ряд дискуссий о проекте кодекса с заинтересованными сторонами. В ноябре 2008 года ССТ провёл заключительное заседание для заинтересованных сторон, чтобы пересмотреть и окончательно оформить документ. Позже эту задачу возложили на малый комитет, состоящий из экспертов в области гендерной проблематики и СМИ, большинство из которых являлись действующими журналистами и общественными активистами. В итоге была проведена оценка проекта независимыми экспертами, а также консультация с комитетом Совета по вопросам этики. Кодекс вступил в силу в 2009 году.

«Совет по делам
СМИ Танзании
признаёт важность
свободы слова как
краеугольного
камня действенной
демократии,
основанной на
участии граждан
в управлении
государством,
и признаёт,
что женщины и
мужчины во всей
своей разнородности
имеют право быть
услышанными.»

Совет по делам СМИ
Танзании

1. Заметки, сделанные в ходе интервью, 2012 г.

В процессе разработки Кодекса комитет сталкивался с рядом препятствий, одним из которых был недостаток профессионализма в СМИ. Общая тенденция в то время основывалась на принципе «СМИ, доступные для всех», и все кто мог учреждали компании СМИ и свободно публиковали материалы, невзирая на какие-либо этические стандарты. Вторым препятствием было непринятие со стороны журналистов, для которых была чужда концепция «гендера» — сложно соблюдать то, чего не понимаешь.

Опыт реализации

Популяризация кодекса

В феврале 2010 года ССТ опубликовал Кодекс большим тиражом и распространил его среди журналистов, редакторов и владельцев компаний СМИ. Кодекс издаётся на государственном языке суахили и на английском.

В 2011 году Совет расширил меры по популяризации Кодекса, издавая его частями в газетах и проводя учебные курсы для практикующих журналистов.

Совет провёл интенсивное обучение для журналистов на континентальной части Танзании и на Занзибаре. Большая часть журналистов (женщин и мужчин) прошли базовое обучение по гендерным аспектам, а также по навыкам включения гендерной проблематики в свою работу. Совет продолжает призывать женщин работать в качестве фотожурналистов и в других технических областях журналистики, таких как трансляция.

Форум редакторов в Танзании получил особое поручение сохранять бдительность в отношении применения Кодекса. ССТ в сотрудничестве с другими заинтересованными сторонами, такими как Женская ассоциация СМИ Танзании и Институт СМИ Южной Африки, Танзанийское отделение (MISA-TAN), учредили премии для журналистов в различных областях, включая гендерную тематику, чтобы тем самым побуждать большее число журналистов использовать в своей работе гендерную линзу.

Совет обеспечил включение Кодекса в учебные программы журналистов и в программы обучения в области коммуникации. К примеру, курсы под названием «СМИ и гендер» предлагаются студентам в Университете имени Св. Августина Танзании, Университете Тумаини и Школе журналистики и массовых коммуникаций при Университете в Дар-эс-Салама.

Контроль за соблюдением и ответственность

Контроль за соблюдением Кодекса требует значительных ресурсов, включая кадровые, финансовые и временные. Совет принимает жалобы, касающиеся случаев несоблюдения Кодекса¹. Комитет по вопросам этики выносит решения в отношении тех, кто подозревается в нарушении Кодекса, и признанные виновными журналисты, редакторы и издательские дома подвергаются различным санкциям. Совет осуществляет мониторинг печатных и вещательных новостей, выявляет слабые стороны или случаи нарушения Кодекса, направляет письма в соответствующие СМИ или связывается с ответственными редакторами. Совет регистрирует случаи нарушения гендерного равенства всеми СМИ Танзании. Отчёты по мониторингу размещаются в Интернете на веб-сайте Совета².

1. См. порядок подачи и рассмотрения жалоб по адресу: http://mct.or.tz/mediacouncil/index.php?option=com_content&view=article&id=398&Itemid=481.
2. Отчёты размещены по адресу: http://mct.or.tz/mediacouncil/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=1&Itemid=867

Книга 1: Концептуальные вопросы

Проблемы

В процессе реализации положений Кодекса возникают следующие проблемы:

1. Изменение гендерной терминологии требует постоянного пересмотра Кодекса для внесения дополнительных определений.
2. В ходе обычной журналистской деятельности часто игнорируются основы профессионализма, такие как беспристрастие и объективность сообщаемых сведений, что противоречит гендерно-этическим принципам.
3. В местном контексте журналисты зачастую отдают предпочтение сюжетам о политике и экономике ввиду финансовой прибыли, которую можно получить в результате взаимодействия с влиятельными лицами. Таким образом, игнорируются сюжеты и репортажи об обычных людях и упускается возможность информировать об общественных проблемах, которые также помогли бы заострить внимание на гендерных аспектах.
4. Неожиданным результатом публикации Кодекса стал огромный спрос на руководства по подготовке сюжетов и репортажей о различных группах и на различные темы. В ответ на такой спрос Совет готовит к выпуску «Руководящие принципы подготовки сюжетов и ведения репортажей о детях и судебных разбирательствах». Существующие потребности не дают возможности сосредоточить достаточно времени и усилий на мониторинге и реализации гендерного Кодекса.

Гендерная предвзятость по-прежнему является проблемным аспектом в танзанийской журналистской деятельности, особенно в широко распространённой бульварной прессе. Заявление опытного репортёра о том, что «следует повысить гендерную чувствительность среди редакторов, так как в большинстве случаев когда журналисты привносят в сюжет гендерные аспекты, именно редакторы ставят на них крест»¹, свидетельствует о необходимости предоставлять обучение сотрудникам СМИ на всех уровнях.

Влияние на механизмы внутреннего саморегулирования в СМИ

На основании Протокола по гендерной проблематике и развитию САДК (ПГР)² и Протокола о правах женщин в Африке³ Африканской хартии прав

Гендерные протоколы и кодексы гендерной этики ничего не изменят, если их не сопровождать интенсивным обучением.

1. Заметки, сделанные в ходе интервью, 2012 г.
2. Ниже приводятся некоторые из положений о СМИ, содержащиеся в Протоколе по гендерной проблематике и развитию САДК:
 - Обеспечивать включение гендерных аспектов во все виды информационных сообщений, коммуникации и политики в области СМИ, программы, законы и обучение в соответствии с Протоколом о культуре, информации и спорте.
 - Принимать меры по содействию равной представленности женщин в руководстве и директивных структурах СМИ согласно Статье 12.1, предусматривающей обеспечение равной представленности женщин на руководящих должностях к 2015 году.
 - Принимать меры по недопущению в СМИ пропаганды порнографии и насилия в отношении всех людей, особенно женщин и детей; изображения женщин как беспомощных жертв насилия и жестокого обращения; унижения или эксплуатации женщин, особенно в сфере развлечений и рекламы, и подрывания их роли и положения в обществе, а также усиления притеснения и стереотипирования по гендерному признаку.
 - Призывать СМИ предоставлять женщинам и мужчинам равную возможность высказаться при освещении всех событий, а также увеличивать количество программ, предназначенных для женщин и подготовленных ими, посвящённых гендерной тематике и оспаривающих гендерные стереотипы.
 - Принимать меры, направленные на то, чтобы СМИ играли конструктивную роль в искоренении гендерного насилия посредством применения руководящих принципов, обеспечивающих освещение событий с учётом гендерных аспектов.
3. Принят на ассамблее Африканского союза в июле 2003 года. <http://www.africa-union.org/root/au/Documents/Treaties/Text/Protocol%20on%20the%20Rights%20of%20Women.pdf>.

человека и народов, а также на основе Кодекса гендерной этики в СМИ Совета по делам СМИ Танзании медийные компании этой страны разработали свои собственные внутренние кодексы. Сейчас задача, стоящая перед всеми СМИ, как государственными, так и частными, заключается в том, чтобы принять и использовать на практике многочисленные нормативные документы.

Список литературы

Interview notes with staff at the Media Council of Tanzania and Free Media Ltd, Tanzania, 2012.

Gender Links and Gender and Media Southern Africa Tanzania Network (GEMSAT). Gender and the media, Tanzania, (brochure), 2011.

Gender Links. Glass ceilings: Women and men in Southern Africa Media-Tanzania. Johannesburg: Gender Links, 2009.

———. My views on the news- the Southern Africa gender and media study, 2005.

———. Southern Africa Gender and Media Progress Study-Tanzania Report, 2010.

———. Southern African Development Community (SADC) Gender and Development Protocol, (brochure), 2009.

Media Council of Tanzania. Annual Report, 2010

———. Media Watch-Newsletter, March/April, 2011.

———. Print Media Monitoring Report, January-June 2010.

———. Self Regulate or Perish, the history of the Media Council of Tanzania up to 2009, 2010.

«Stop Gender-Based Violence — A National Plan of Action for The Prevention and Eradication of Violence Against Women and Children 2001-2015», Ministry of Community Development, Gender and Children, Government of Tanzania.

Tanzania Media Women's Association. Annual Report, 2010.

World Association for Christian Communication. Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2010. Toronto: WACC, 2010. http://www.whomakesthenews.org/images/stories/website/gmmp_reports/2010/global/gmmp_global_report_en.pdf.

3. Привлечение внимания к проблеме гендерного равенства и изменение ситуации

В 2009 году Международная пресс-служба (МПС) инициировала амбициозный и новаторский проект, позволивший женщинам занять центральное место в дискуссиях, касающихся прекращения насилия в отношении женщин, расширения возможностей женщин и прав женщин на собственность и труд. Это стало основанием для определяющей стратегии МПС по оказанию содействия в достижении Целей развития тысячелетия в основном путём информирования о гендерном равенстве и расширении возможностей женщин (ЦРТЗ).

В рамках проекта «Коммуникационная поддержка изменений: привлечение внимания к проблеме гендерного равенства и изменение ситуации»¹ публиковались истории, наглядно демонстрировавшие борьбу женщин во всём мире. Организаторы проекта искали «невоспетых героинь» (женщин, оставшихся без внимания СМИ) по всему миру и повествовали об историях с точки зрения женщины (herstory²), чтобы вдохновить других женщин и обеспечить информационную поддержку для программ развития. Тем самым проект дал возможность всему миру узнать о неизвестных историях простых людей, ставших на путь борьбы и, вопреки всем ожиданиям, оказавших достойное сопротивление в сложившейся ситуации.

Проект основывается на схожих инициативах МПС, предоставивших возможность сообщать о достижениях женщин в преодолении политического, национального, расового и социально-экономического барьеров.

Информация о Международной пресс-службе (МПС)

МПС — это институт коммуникаций, выполняющий главным образом функцию мирового агентства новостей. С момента своего основания в 1964 году МПС понимала роль информации как проводника перемен и как непереносимое условие для искоренения бедности и маргинализации в обществе. В рамках подхода, основанного на обеспечении прав человека, МПС уделяет особое, постоянное и систематическое внимание вопросу прав женщин и различным формам гендерной дискриминации.

МПС разработала и приняла ряд подробных руководящих принципов по включению гендерных аспектов в материал своих статей, с тем чтобы обеспечить должное освещение гендерной проблематики во всех новостных сюжетах. В рамках усилий по развитию своего потенциала институт разработал набор медийных инструментов для донесения информации по проблемам гендера.

Усиление связи между СМИ и гражданским обществом

Работа началась с оценки того, насколько эффективно журналисты и редакторы в регионах освещали вопросы, касающиеся ЦРТЗ, и в какой степени общественные организации взаимодействовали со СМИ. Было проведено три оценки национальных потребностей в Африке, Азии и Латинской Америке, с тем чтобы оказать информационную поддержку проектной стратегии наращивания потенциала среди редакторов и журналистов для обеспечения полноты сообщаемых в прессе сведений. Затем были проведены региональные семинары, которые свели вместе журналистов, редакторов и представителей общественных организаций.

Семинары позволили повысить уровень осведомлённости в вопросах, касающихся ЦРТЗ, среди гражданского общества, журналистов и редакторов. Более того, участники смогли дать рекомендации касательно того, что необходимо сделать. Некоторые рекомендации оказали влияние на ход реализации проекта.

1. Финансируется за счёт средств нидерландского фонда для достижения ЦРТЗ, структуры «ООН-женщины», правительства Италии и вкладов в натуральной форме от партнёрских общественных организаций.
2. Англ. нововведение «herstory» состоит из двух слов: her (её) + story (история) вместо «history», которое означает история, но которое можно прочитать как «его история» (his+story). (Прим. пер.)

Успех

Этот проект существенно улучшил показатели МПС в области гендерной проблематики: базовое исследование, проведённое в начале проекта, показало, что только в 22% случаев источниками информации в статьях и репортажах, созданных МПС, являлись женщинами. К концу 2009 года контент-анализ показал значительное увеличение доли женщин в качестве источников информации в результате реализации проектных мер. Женщины занимали лидирующие позиции в качестве героев новостей о выполнении ЦРТЗ, достигнув 94 и 73% в 2009 и 2010 годах соответственно.

Реализация проекта привела к образованию нескольких партнёрств. Осознавая выгоды, которые можно получить в результате формирования стратегических партнёрств с организациями, преследующими одинаковые цели, а также с другими структурами, способными внести вклад в проект, МПС установила партнёрские отношения с женскими организациями в Африке, Азии, Латинской и Северной Америке.

Общественные организации извлекли из партнёрств взаимную выгоду и усилили свою деятельность, так как благодаря им открылись возможности для более активного вовлечения СМИ и повысились организационные навыки для более уверенного ориентирования в медийной среде. В итоге их работа со СМИ принесла большой результат и получила большую огласку.

Партнёрства послужили платформой для ряда других инициатив. В рамках проекта были изготовлены учебные материалы и ресурсы в поддержку работы партнёров, а также редакторов и журналистов. В сотрудничестве с организацией «Карам» и «Фондом «Ради будущего» был переведён на арабский язык и распространён в странах, говорящих на арабском языке, Глоссарий гендерных терминов и терминов в области развития МПС¹.

От наращивания потенциала...

Одной из основных целей МПС является создание независимого новостного контента для распространения через различные мультимедийные платформы.

При подготовке сюжетов для проекта редакторский персонал руководствовался ЦРТЗ, направленной на «содействие гендерному равенству и расширению возможностей женщин». Был разработан ряд редакторских руководящих принципов для обеспечения неизменно высокого качества сюжетов на протяжении всего периода реализации проекта. Во многих отношениях эти руководящие принципы стали основой для расширенного освещения гендерных аспектов, поскольку они установили рамки и стандарты освещения гендерных вопросов в целом и ЦРТЗ в частности. Эти руководящие принципы являются частью «Руководства МПС для редакторов по ЦРТЗ», которое предоставляет редакторам и журналистам необходимую справочную информацию и ключевые рекомендации по освещению гендерной тематики и вопросов, касающихся ЦРТЗ².

По словам редакторов, эти руководящие принципы оказались полезными как при распределении заданий, так и при редактировании статей. Для репортёров эти руководящие принципы оказались незаменимыми, поскольку большинство журналистов, особенно мужчин, не занимались регулярным освещением гендерных вопросов до принятия участия в проекте. Другие журналисты сочли, что руководящие принципы полезны в качестве учебного инструмента, поскольку они не проходили обучения по освещению гендерной тематики. «Руководящие принципы доступны для понимания, они сняли для меня завесу таинственности с репортажей на гендерную тематику и на другие темы», — говорит Крис Арнольд Мсипа, который ведёт репортажи из Зимбабве в рамках проекта.

1. Глоссарий на арабском языке доступен на портале, посвящённом гендерной проблематике, Международной прес-службы, <http://www.ips.org/mdg3/Category/publications/>.
2. «Руководство МПС для редакторов по ЦРТЗ» можно получить по адресу: <http://www.ips.org/mdg3/do-you-wear-gender-lenses/>.

Книга 1: Концептуальные вопросы

Мониторинг в области СМИ показал, что сюжеты и статьи, подготовленные в рамках проекта, соответствуют Редакторской политике МПС в отношении ЦРТЗ: степень соответствия сюжетов требованиям составила 91,4% в 2010 году, что выше показателя 2009 года — 88%. Это стало результатом деятельности редакторов, направленной на обеспечение соблюдения руководящих принципов во время распределения заданий и редактирования статей, а также на использование журналистами руководящих принципов во время сбора и составления новостного материала.

Исследование, проведённое МПС на момент начала данного проекта, показало, что в 270 исследованных сюжетах только 22% мнений принадлежало женщинам; лишь в 11,5% сюжетов присутствуют люди, затронутые событиями, описываемыми в сюжете, и только 40% — женщины.

Последующий мониторинг сюжетов, вышедших в свет в рамках проекта, дал следующие результаты:

1. Приоритетное значение отводилось женщинам: 77% всех источников информации были женщинами, в то время как 23% были мужчинами. Женщины как источники информации преобладали в большинстве тематических категорий, за исключением сюжетов о политике и правительстве. Сюжеты о политике в области экономики отражали больший гендерный паритет.
2. Что касается функций/ролей в сюжетах, женщины преобладали почти во всех ролях, за исключением категорий «общественное мнение» и «очевидцы». Наибольшее преобладание женщины показали в роли «представители группы».
3. Наблюдалась тенденция преобладания женщин в качестве источников информации во всех областях, включая сферы, где традиционно превалируют мужчины, такие как правительство, бизнес и наука.

Разработанные в рамках проекта руководящие принципы по ведению журналистской деятельности способствовали большей представленности женщин в новостях. Такой результат обуславливается соблюдением этих принципов как со стороны редакторов, так и журналистов. С целью достижения гендерного равенства проект намеренно стремился обеспечить гендерный паритет среди своих репортёров путём равного распределения между мужчинами и женщинами журналистских заданий для проекта.

... К написанию статей

Всего было написано свыше 500 статей в странах Африки, Азии, Латинской Америки, Европы и Северной Америки¹. Сюжеты касались различных тем, включая социальные и правовые проблемы, затрагивающие женщин, науку и здоровье, расширение экономических возможностей женщин, насилие в отношении женщин, общественную активность и создание движений, гендерную проблематику, демократию и методы управления, права человека, гендерные отношения, женщин в политике, охрану окружающей среды и многие другие.

В сюжетах зачастую находили отражение национальные и региональные проблемы и приоритеты. Большое количество сюжетов из Африки было посвящено проблемам насилия в отношении женщин, а также расширению

1. Women in the News, <http://www.ipsnews.net/genderwire/>

экономических возможностей женщин. Сюжеты из Азии содержали критический анализ ситуации с правами женщин, живущих в исламских странах, а также анализ влияния миграционных процессов. Интересно, что в статьях о событиях в Азии также говорилось об активной деятельности женщин в регионе: они стремятся занять место в политике и правительстве, несмотря на ограничения, наложенные прежде всего религией.

Высокая доля новостей, около 85% в 2009 и 2010 годах, затрагивала проблемы неравенства, что напрямую соответствовало целям проекта. Помимо привлечения внимания к вопросам равенства, значительная часть новостей (47 и 43% в 2009 и 2010 годах соответственно) напрямую бросала вызов гендерным стереотипам.

В Латинской Америке в статьях освещались проявления неравенства в трудовом законодательстве и случаи насилия в семье, а также права женщин из числа коренного населения. Примечательно, что в рамках проекта освещалась деятельность Мишель Бачелет в качестве президента Чили и продолжают освещаться достижения после её назначения на должность заместителя Генерального Секретаря и Исполнительного директора недавно учреждённой структуры «ООН-женщины». Освещение деятельности таких первопроходцев в СМИ играет важную роль в создании примеров для подражания для современного и будущих поколений.

Мультимедийная платформа для охвата многочисленной аудитории

Информация, полученная в ходе проекта, была представлена вниманию аудитории посредством различных медиаплатформ, которые отвечали потребностям людей в плане содержания, тона и манеры подачи новостей. Эти платформы содержали статьи, опубликованные на проектных веб-сайтах на различных языках (английском, французском, испанском, португальском и суахили) и в специальном блоге *Gender Masala* («Гендерная масала»), а также радиоплатформу *Women's Voices* («Женские голоса»). Статьи также распространялись посредством абонентской рассылки информационных бюллетеней *Gender Wire* («Гендерная информация»), всемирной информационной службы МПС и социальных сетей Facebook и Twitter.

**Основные СМИ
нуждаются
в статьях на
гендерные темы,
которые были бы
хорошо написаны,
освещали нюансы
и резонировали
с проблемами
национального
масштаба.**

- *Gender Masala*¹ — это творческое пространство, где женская аудитория и блоггеры могут излагать свои мысли и вести диалог о проблемах, которые затрагивают их самих и их окружение. Данный блог был создан для привлечения внимания к вопросам гендера и развития, а также для вовлечения участников в дискуссию по этим проблемам. Блог ведут журналисты МПС, а также гости блога. Обратная связь от читателей указывает на то, что блог обеспечил место для критического мышления и анализа женских проблем с использованием «новой линзы».
- Веб-сайт с базой знаний² предназначен для широкой аудитории, начиная с общественных организаций, исследователей и журналистов и заканчивая представителями общественности. Это банк знаний, связанный с множеством других ресурсов.
- *Gender Wire*³ обновляется ежедневно и содержит статьи со всего мира. Подборка статей рассылается 10 950 подписчикам в качестве электронного информационного бюллетеня. Сайт ежемесячно

1. <http://www.ips.org/blog/mdg3/>

2. <http://www.ips.org/mdg3/>. Сайт посещает от 1500 до 3000 человек ежемесячно.

3. <http://ipsnews.net/genderwire>

Книга 1: Концептуальные вопросы

посещает более 270 000 человек. Студенты используют информацию, размещённую на сайте, в качестве справочного материала для своих заданий, в то время как общественные деятели применяют ее для поддержки своей деятельности по адвокатированию или лоббированию. Электронный информационный бюллетень имеет подписчиков в Twitter и Facebook¹.

Говорим на вашем языке: Проект дал читателям возможность знакомиться с контентом на их родном языке. Контент переведён на испанский, английский, арабский, нидерландский, португальский, французский, тайский, тамильский, индонезийский, непальский языки, а также суахили, хинди, бахаса, кечуа (Перу), аймара и кагчикуэль (Боливия).

Даём СМИ то, чего они хотят: служба тематических подборок, созданная МПС для отслеживания интересов читателей, наглядно подтверждает, что основные СМИ нуждаются в статьях на гендерные темы, которые были бы хорошо написаны, освещали нюансы и резонировали с проблемами национального масштаба. Интерес к сюжетам на гендерные темы переступил географические границы, указывая на то, что различные проблемы, с которыми сталкиваются те или иные страны, зачастую присутствуют и в других странах. В танзанийских газетах, например, выходят статьи о женщинах и политике в Азии.

Уроки, полученные в ходе реализации проекта, направленного на достижение ЦРТЗ, имеют ключевое значение для продолжения и усиления деятельности МПС в области гендерных проблем в будущем. В число планируемых видов деятельности входят создание новостей и тренинги (в том числе онлайн) для представителей СМИ².

1. <http://www.ips.org/mdg3/>. Сайт посещает от 1500 до 3000 человек ежемесячно.

2. Дополнительные ресурсы размещены на портале, посвящённом гендерной проблематике, МПС www.ips.org/mdg3/Category/publications/.



Контрольный список редактора

Статья МПС, касающаяся ЦРТЗ:

- ☐ Сообщает о приоритетных целях и анализирует их
- ☐ Контекстуализирует информацию в плане гендерного опыта женщин
- ☐ Освещает некоторые аспекты гендерных отношений
- ☐ Рассматривает гендерные вопросы, лежащие в основе сюжета
- ☐ Цитирует женщин, выступающих в разных ролях
- ☐ Подтверждает заявления последними данными
- ☐ Избегает представления женщин в качестве пассивных жертв
- ☐ Рассматривает женщин как субъектов экономической деятельности (неоплачиваемая работа по дому и уход за ребёнком имеют экономическую стоимость)
- ☐ Учитывает такие аспекты, как раса, этническая принадлежность, социальный класс, возраст и наличие ограниченных возможностей
- ☐ Избегает укрепления гендерных стереотипов
- ☐ Бросает вызов гендерным стереотипам

Двенадцать рекомендаций для статей о ЦРТЗ

Ваша статья:

1. Освещает некоторые аспекты гендерных отношений?
2. Содержит свежие данные для подтверждения сказанного?
3. Цитирует представителей различных полов?
4. Даёт возможность высказаться женщинам, не представленным в СМИ?
5. Избегает представления людей в ролях, отвечающих гендерным стереотипам?
6. Учитывает расовые, этнические, классовые и возрастные различия?
7. Бросает вызов сексистскому использованию языковых выражений или сексистским предположениям?
8. Избегает использования специализированных терминов в области развития?
9. Содержит контекст, анализ и интересную вводную часть?
10. Избегает «кабинетной журналистики» (т.е. журналист присутствует на месте события, а не размышляет в кабинете)?
11. Использует на всём своём протяжении гендерную линзу?
12. Спрашивает, почему?

Дополнительный вопрос:

Спросить, почему она этого не делает?

Книга 1: Концептуальные вопросы

Список ресурсов

Ahmar, Tasneem. Engendering politics through media: a media manual for gender sensitive reporting on women and political participation in Pakistan, Islamabad: UKS — A research, resource and publication centre on women and media, 2009.

ARTEMISA Comunicacion. Las 10 P del periodismo de genero, Buenos Aires.

Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, Broadcasting for All: Focus On Gender. Malaysia: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2011.

Association Civil de la Azotea. Manual de las jornadas Hacia un periodismo con conciencia de genero: Creando buenas practicas. Ciudad de Mar del Plata: Association Civil de la Azotea, 2012.

Comunicacion e Informacion de la Mujer, AC (CIMAC). Hacia la construccion de un periodismo no sexista, Mexico: CIMAC, 2009.

Council of Europe. Toolbox: Journalism training, discrimination and diversity.

Duarte, Rebeca Oliveira. Guia de enfrentamento ao racismo na midia. Recife: Observatorio Negro, 2011.

Fondo de Poblacion de las Naciones Unidas (UNFPA). Comunicaciyn, genero y prevencion de violencia. Manual para comunicadores y comunicadoras. Bolivia: UNFPA, 2011.

Food and Agriculture Organization of The United Nations (FAO). Gender and climate change research in agriculture and food security for rural development, Training Guide, The CGIAR Research Program on Climate Change, Agriculture and FAO, 2012.

Garfias, Gloria Alberti, Claudia Lagos Lira, Maria Teresa Maluenda Merino and Victoria Uranga Harboe. Por un periodismo no sexista: Pautas para comunicar desde una perspectiva de genero en Chile. Santiago: OREALC/UNESCO Santiago; Catedra UNESCO-UDP «Medios de comunicacion y participacion ciudadana»; Programa de Libertad de Expresion de la Universidad de Chile; Colegio de Periodistas de Chile.

Gender and climate change. Copenhagen: Nordic Council of Ministers, 2009. <http://www.equalclimate.org/filestore/Pdf/DeskstudyGenderandccreport.pdf>.

Gender Links. Getting it Right: Gender and media in Southern Africa. Johannesburg: Gender Links, 2004.

Guidelines on gender equality and gender portrayal in the broadcasting media. Malta Broadcasting Authority, 2007.

Institute for War & Peace Reporting (IWPR). Reporting for change: A handbook for local journalists in crisis areas. IWPR, 2004.

Instituto Oficial de Radio y Televisiyn. Mujer, violencia y medios de comunicacion. Dossier de prensa. Madrid: RTVE, 2002.

Inter Press Service. Culture, religion and gender — A training manual for the media.

Harare: IPS, 2002.

———. Gender, HIV/AIDS and rights — Training manual for the media. Rome: IPS.

———. Reporting gender based violence; A handbook for journalists. South Africa: IPS, 2009.

International Federation of Journalists (IFJ). Getting the balance right: Gender equality in journalism. Belgium: IFJ, 2009.

ISIS International. Gender and climate change: Toolkit for women on climate change. Quezon city: ISIS International, 2012.

Joerger, Cindy and Elaine Taylor, eds. Gender sensitivity — A training manual. Paris: UNESCO, 2004.

Madrid, Sergio Ocampo. Manual de reportaria politica con enfoque de genero. Mesa de genero de la cooperacion internacional en Colombia, 2009.

Media Institute of Southern Africa. Media advocacy toolkit. Windhoek: MISA, 2002.

Media Monitoring Africa. Empowering messages: What you should know: Strategic communication and gender-based violence.

Mediterranean Institute of Gender Studies. Gender and media handbook: Promoting equality, diversity and empowerment. Cyprus: Mediterranean Institute of Gender Studies, 2005.

Morna, Colleen Lowe, ed. Whose news? Whose views? Southern Africa: Gender in media handbook.

———. Gender in media training — A Southern African tool kit. South Africa: Gender Links.

Periodistas de Argentina por una comunicacion no sexista. Decalogo para el tratamiento periodistico de la violencia contra las mujeres. Buenos Aires: Periodistas de Argentina en Red — PAR, 2010.

Porras, Lyvia and Silvina Molina, Manual de genero para periodistas: Recomendaciones basicas para el ejercicio del periodismo con enfoque de genero (America Latina Gestiyon del Conocimiento para la igualdad de genero. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo), 183.

Portraying politics: A toolkit on gender and television. Portraying Politics Project Partners, 2006.

Red Mujeres al Aire. Eje de trabajo — Perspectiva de genero. Guatemala.

Santoro, Sonia and Matilde Michianie. Politica en los medios. Buenos Aires: ARTEMISA, 2012. (video).

Screening Gender — A training kit for innovation in programme production. Promoting good practice in gender portrayal in television. Zweites Deutsches

Книга 1: Концептуальные вопросы

Fernsehen (ZDF), Norsk Rikskringkasting (NRK), Sveriges Television Ab (SVT), Oy Yleisradio Ab (YLE), Danmarks Radio (DR).

Son, Johanna, ed. Gender and Development Glossary. A toolkit for journalists and writers. Thailand: Inter Press Service Asia-Pacific, 2010. 3rd edition.

Speak up, speak out: A toolkit for reporting on human rights issues. Internews, 2012.

Toolkit for reporting to CEDAW on trafficking in women and exploitation of migrant women workers. Bangkok: Global Alliance Against Traffic in Women, 2011.

Training manual on gender sensitivity and CEDAW. Philippines: Ateneo Human Rights Centre, 2007.

Tuller, David. Reporting diversity manual. London: Media Diversity Institute, 2002.

UKS — A research, resource and publication centre on women and media. A best practices guide on raising women's voices and concerns through radio. Islamabad:Uks, 2008.

Uks and CIDA. Gender sensitive media toolkit: Making it easier to report on HIV/AIDS.

Islamabad: UKS — A research, resource and publication centre on women and media, 2007.

———. Media resource book on HIV and AIDS. Islamabad: UKS — A research, resource and publication centre on women and media, 2007.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Gender sensitive reporting.

United Nations. Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination against Women, United Nations, 1979. <http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/>.

———. Section J «Women and the Media» in Platform for Action and the Beijing Declaration. United Nations, 1995.

Valle, Norma, Berta Hiriart and Ana Maria Amado. El ABC del periodismo no sexista, Espacio para la igualdad. fempress, 1996.

White, Aidan. To tell you the truth: The Ethical Journalism Initiative. Brussels: International Federation of Journalists, 2008.

Women and Media in the Euromed Region — Training Manual. Enhancing equality between men and women in the Euromed Region (2008–2011). Brussels: Euromed Gender Equality Programme.

Women's International Network AMARC-WIN International. Gender policy for community radio, Montreal: AMARC-WIN International, 2008.

Women's Media Watch. Whose perspective? A guide to gender-aware analysis of the media. Training Manual. Kingston: Women's Media Watch, 2011.

Women's Rights Division, Human Rights Watch. Reporting on gender-based violence: A guide for journalists. Human Rights Watch.

World Association for Christian Communication. Gender-focussed media monitoring tools and methodology. www.whomakesthenews.org.

———. Who makes the news? The Global Media Monitoring Project. 2010. Toronto: WACC, 2010. http://www.whomakesthenews.org/images/stories/restricted/global/global_en.pdf.

