

Женщины в СМИ: сбалансировать дисбаланс!

Сегодня, в Международный женский день 2020 года, мы хотим призвать всех лидеров средств массовой информации и журналистов во всем мире принять меры против искаженного баланса и представления гендера в новостях - как с точки зрения количества, так и с точки зрения изображения. Сбалансированное присутствие женщин и мужчин в новостях и текущих событиях будет в большей степени отражать структуру общества и демонстрировать большее разнообразие человеческого опыта, взглядов и проблем. Однако статистика показывает, что СМИ далеко не сбалансированы:

- Большинство медиа-контента изображает женщин в стереотипных ролях, таких как домохозяйки, модели или жертвы.¹
- Говоря о женщинах, более вероятны отсылки к таким внешним признакам, как внешность, возраст, одежда и семейное положение. Мужчины же чаще изображаются как влиятельные общественные деятели, и СМИ больше фокусируются на их профессии, навыках и мнениях. Такой подход увековечивает ограничивающее и неравное восприятие полов.²
- Только 4% всех газет, радио и телевизионных репортажей в мире борются с гендерными стереотипами.³
- Только 24% субъектов новостей – люди, у которых берут интервью, или о ком новости - женщины.⁴
- Женщины выступают в качестве экспертов только в 19% случаев.⁵
- Только в 16 % новостей, касающихся политики и правительства, женщины являются предметом этих историй.⁶

Эти цифры не только свидетельствуют о проблемах гендерного неравенства в секторе СМИ, но также являются серьезным препятствием для развития СМИ и демократии. Истинная демократия зависит от гендерного равенства, и СМИ должны работать намного лучше.

У СМИ есть возможности и ответственность противостоять стереотипам в производстве контента, и вместе мы должны подать пример нынешнему и будущим поколениям. Вот почему сегодня мы, как часть медиа-организации, просим вас:

- Участвуйте в мониторинге гендера в СМИ, чтобы отслеживать, кто представлен в вашем контенте и в каких ролях.
- Создайте свою базу экспертов женщин по различным темам или используйте уже существующие базы данных.
- Пересмотрите свои редакторские руководства, чтобы убедиться, что в них учитывается гендерный аспект.
- Проведите гендерный аудит своей внутренней работы, чтобы убедиться, что у вас есть разнообразие в коллективе и опередите гендерные пробелы в вашей организации. Разнообразный коллектив с большей вероятностью будет создавать плюралистический контент.

Нижеподписавшиеся организации готовы оказать поддержку таким усилиям:

¹ См. например, Vandenberghe, H. (2019) Representation of Women in the News: Balancing between Career and Family life. *Media and communication* 7(1).

² Там же

³ Who Makes the News. Global Media Monitoring Project 2015.

⁴ Там же

⁵ Там же

⁶ Там же

