

دور الإعلام والإعلان في تعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة في الوطن العربي

الخميس، 17 آذار / مارس، الساعة 2:15 ظهرًا - 3:45 عصرًا بتوقيت بيروت

معلومات عن الجلسة والهدف منها:

ستسلط الجلسة الخاصة الضوء على الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في معالجة قضايا هياكل القوة التمييزية المستمرة حتى الآن والقوالب النمطية الخاصة بالنوع الاجتماعي التي تسود منطقة الدول العربية بأسرها. وستركز المناقشة بشكل خاص على دور وسائل الإعلام كعامل تمكين رئيسي لتعزيز التمكين الاقتصادي للمرأة ودورها القيادي، من خلال تبني السرد الذي يوصل أصوات النساء ويعكس تجاربهن وذلك على الصعيد الإقليمي. كما وستوفر مشاركة صانعات المحتوى الإعلامي رؤى زاخرة حول كيفية تأثير تمثيل المرأة في وسائل الإعلام بشكل إيجابي على صور الفتيات والنساء والمساعدة في الحد من الصور النمطية السلبية التي غالبًا ما تحول دون مشاركة المرأة اقتصاديًا وقيادتها.

تدير النقاش

• السيدة رشا قنديل، مقدمة البرامج ثنائية اللغة، بي بي سي نيوز العربية، مصر

المتحاورات

- السيدة كارلا سيرتين، محررة فريق- الطاقة والإنشاءات، مجموعة أي تي بي الإعلامية، لبنان
- الأستاذة دينا مطر، أستاذة التواصل السياسي والإعلام العربي، كلية الدراسات الشرقية والأفريقية في جامعة لندن.
- السيدة نتالي شردان، المديرية العامة، Serviceplan الشرق الأوسط، دبي
- السيدة سارة جان كننغهام، المديرية العامة بشركة ماجنتا الاستشارية، المملكة المتحدة

نقاط النقاش:

- 1- رغبة في تحقيق المساواة المبنية على النوع الاجتماعي، لا بد ومن الاعتراف بالدور التي تلعبه المرأة في الشأن العام وعلى الصعيد الاقتصادي أيضًا والاحتفاء به، وللغاية نفسها، أعلنت الجهات الموقعة على [المبادئ العالمية المعنية بتمكين المرأة والتحالف الإعلامي الخاص بالأمم المتحدة](#) التزامها بتعزيز مشاركة المرأة اقتصاديًا وفي الشأن العام. هذه الجلسة ستتناول العوائد التي ستجنيها المجموعات الإعلامية والإعلانية ما إذا أصبحوا دعاة لتمكين المرأة والتزموا بذلك.
- 2- تشير الأبحاث إلى أن تمثيل النماذج الإيجابية في القطاعات غير التقليدية تساعد على تغيير الأعراف الاجتماعية. لذلك، فإن عرض قصص رائدات من النساء اللاتي يعدن قدوة يحتذى بها سيشجع الفتيات والنساء على السعي وراء وظائف في القطاعات التي ينقص فيها العنصر النسائي. وهنا سيناقد المتحدثون والمتحدثات كيف يمكن للنماذج النسائية الإيجابية ووسائل الإعلام، جنبًا إلى جنب مع المجتمع المدني، تعميق اهتمام النساء بالسعي إلى تحقيق الأهداف التعليمية التي تتطلبها المستقبل الرقمي.
- 3- أخيرًا، غالبًا ما لا توازن المجالس التنفيذية وفرق العمل بين الجنسين. هذا له تأثير على المضمون والجانب الذي يتم تغطية القصة الإخبارية من خلاله، مما يؤدي إلى عكس رؤية متحيزة لإحدى الجنسين عن الواقع. كامرأة، فإن العمل في مجال الإعلام يأتي بصعوباته بالفعل. هذه الجلسة ستتناول الاستراتيجيات التي اتخذتها وسائل الإعلام والصناعات الإعلانية لإنشاء فرق توازن بين الجنسين تغطي القصص بطريقة تراعي منظور النوع الاجتماعي.

سيتم عقد هذه الجلسة الخاصة عبر الإنترنت

[سجل هنا](#)