



# توصيات

لتعزيز

المساواة الجندرية

في التغطيات الاعلامية



---

# توصيات

لتعزيز  
المساواة الجندرية  
في التغطيات الاعلامية

# الفهرس

5 تمهيد

7 أولاً : المدخل

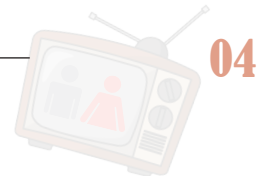
8 ثانياً : منطلقات أخلاقية للصحافيين

9 ثالثاً : التوصيات

12 رابعاً : نماذج عالمية

16 خامساً : معطيات محلية

18 المراجع



## تمهيد:

في إطار عمل «البحث عن أرضية مشتركة - لبنان» وبالشراكة مع «ألف - تحرك من أجل حقوق الإنسان» على مشروع «الجميع يفوز: التمكين الإقتصادي والإجتماعي للنساء اللبنانيات» الممول من مبادرة الشراكة الأمريكية الشرق اوسطية والذي يتم تنفيذه بالتزامن في لبنان والمغرب بين تشرين الأول 2013 وكانون الأول 2015 والذي يهدف الى تمكين منظمات المجتمع المدني التي تعنى بحقوق المرأة من مناصرة تعديلات قانونية للحد من القيود الإقتصادية للنساء. والذي قد استهدف في لبنان منظمات المجتمع المدني التي تعمل على تمكين المرأة اقتصادياً في لبنان والإعلاميين اللبنانيين المهتمين بمفهوم النوع الإجتماعي (الجندر) إضافة الى رجال الدين وقادة المجتمع الذي لهم تأثير على الرأي العام وصانعي السياسات.

كما وتضمن سلسلة نشاطات تركز على المناصرة من خلال التغطية الإعلامية لقضايا حقوق المرأة وتم إشراك مجموعة من الصحافيين وممثلي المجتمع المدني لفتح النقاش حول أهمية تعزيز حقوق المرأة الإقتصادية والإجتماعية في التغطيات الإعلامية.

في هذا الإطار سعى المشروع الى بلورة مجموعة توصيات لتسليط الضوء على أهمية الإعلام ودوره في تعزيز صورة المرأة ومناصرة حقوقها لاسيما الإقتصادية والإجتماعية. انبثقت هذه التوصيات من النقاشات حول واقع التغطيات الإعلامية لقضايا المرأة وصورتها في الإعلام بشكل عام وصولاً الى توصيات لوسائل الإعلام لتحسين هذه الصورة. كما استندت على عمل مؤسسة مهارات طوال السنوات الماضية سعياً للوصول نحو شرعة أخلاقية للإعلام في لبنان إضافة الى

نتائج الدراسات العديدة التي أصدرتها مهارات لاسيما في مجال رصد أداء وسائل الإعلام.

وتتضمن هذه الوثيقة الخلفية القانونية والأخلاقية التي تحتم على وسائل الإعلام تبني مبادئ أخلاقية تساهم في المساواة الجندرية وتعزيز صورة المرأة في الإعلام. كما تنطلق الوثيقة من أهم المبادئ التي تشكل مرتكزاً للشرعات الأخلاقية مدعمة بنماذج عالمية ودراسات حالة إضافة الى معطيات محلية وصولاً الى سلسلة توصيات صادرة عن المشروع للبناء عليها.

## أولاً: المدخل

إنطلاقاً من أن مهنة الصحافة تقوم على مبدأ أنها خدمة عامة تهدف الى تزويد الجمهور بالمعلومات التي تؤدي الى تكوين رأي عام واعٍ ومسؤول وتصب في خدمة المصلحة العامة وتتبنى معايير إعلامية ترعى حقوق الإنسان وإحترام الشخصية الإنسانية وإيماناً بأهمية دور الإعلام في مناصرة القضايا المحقة لاسيما تلك المتعلقة بالمساواة الجندرية. ومماشياً مع إلتزام مواثيق الأمم المتحدة لاسيما مقررات المؤتمر الدولي الرابع للأمم المتحدة حول النساء في العام 1995 والذي شدّد على أهمية دور الإعلام في تعزيز المساواة الجندرية في كافة المجالات حيث أن كل الاطراف مدعوون لتضافر الجهود لمحاربة تنميط المرأة وعدم مشاركتها في الإعلام. وقد عملت اليونسكو على تطبيق هذه التوصيات على مستويين، الأول يتعلق بالمساواة بين الرجل والمرأة العاملين في الإعلام والثاني المساواة في تغطية الأخبار المتعلقة بالنساء والرجال بنفس درجة الأهمية<sup>1</sup>. وتفعيلاً لما جاء في مقدمة الدستور اللبناني في الفقرة ج إن «لبنان جمهورية ديموقراطية برلمانية تقوم على إحترام الحريات العامة وفي طليعتها حرية الرأي والمعتقد، وعلى العدالة الإجتماعية والمساواة في الحقوق والواجبات بين جميع المواطنين دون تمايز او تفضيل».

لذلك من الضروري للمؤسسات الإعلامية تبني مبادئ أخلاقية تعزز مبدأ المساواة بين المواطنين وتواكب الصحافي في عمله وتساهم في وضع معايير ينبغي اعتمادها في التغطيات الصحافية بغية مناصرة قضايا المرأة والمساواة الجندرية وتعزيز هذه الصورة في الإعلام.

1 «المساواة الجندرية في الاعلام»، اصدار الاتحاد الدولي للصحافيين بالتعاون مع اليونسكو

# ثانياً: منطلقات أخلاقية للصحافيين

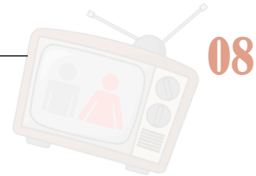
تستند هذه التوصيات الى أبرز المبادئ التي تشكل مرتكزا للشرعات الأخلاقية كما وردت في العديد من الشرعات الأخلاقية المعتمدة من مؤسسات عالمية وإقليمية مثل اعلان الجمعية الدولية للصحافيين للعام 1989 واعلان ميونيخ الصادر عام 1971<sup>2</sup> وميثاق الشرف الاعلامي العربي وغيرها من المواثيق الاعلامية العامة والخاصة<sup>3</sup>، والتي شكلت منطلقاً للنقاش وبلورة التوصيات الصادرة عن لقاء الصحافيين والمجتمع المدني الذي عقد في اطار هذا المشروع.

## ● مرتكزات تتوخاها الشرعات الأخلاقية للإعلام:

- 1 - تعزيز حرية التعبير والإعلام والوصول الى مصادر المعلومات الأساسية بحرية
- 2 - ضمان حق المواطن في إعلام رصين يسمح له بتكوين رأي حر انطلاقاً من الوقائع المجردة.
- 3 - بلورة معايير إعلامية ترعى حقوق المرأة والطفل في الإعلام والإعلان
- 4 - التوصل الى معايير واضحة حول كيفية إحترام الشخصية الإنسانية والمصلحة العامة والحقوق الخاصة في ممارسة المهنة.

2 «نحو شرعة اخلاقية للاعلام في لبنان» الصادر عن مؤسسة مهارات ومكتب اليونسكو الاقليمي في بيروت العام 2013، والذي أعده الدكتور جورج صدقة، ص 23

3 «الاخلاق الاعلامية بين المبادئ والواقع» الصادر عن مؤسسة مهارات العام 2009 والذي أعده الدكتور جورج صدقة، ص 153







## ● واجبات الاعلامي والمؤسسات الاعلامية تأمين التالي:

- 1 - المصلحة العامة
- 2 - الحيادية والدقة والحقيقة
- 3 - عدم التلاعب بالخبر وتشويهه أو تحويره
- 4 - المسؤولية
- 5 - النزاهة والإستقلالية
- 6 - إحترام مصادر المعلومات والتأكد من سلامتها
- 7 - حق الرد، وإلتزام تصحيح الأخبار المغلوطة
- 8 - عدم التعرض للحياة الشخصية واحترام خصوصية الأفراد
- 9 - التضامن المهني والإلتزام الأخلاقي

## ثالثاً: التوصيات

في إطار مشروع «الجميع يفوز: التمكين الإقتصادي والإجتماعي للنساء اللبنانيات»، عقد لقاءً ضم مجموعة من الصحافيين اللبنانيين وممثلين عن المجتمع المدني بغية الخروج بتوصيات لإعلام أكثر تحسناً لقضايا الجندر. أدار اللقاء مؤسسة مهارات وانقسمت الجلسة الى محورين، الأول للخروج بملاحظات حول التغطية الحالية لقضايا الجندر والثاني لإستخلاص توصيات لوسائل الإعلام كي يحسنوا صورة المرأة في الإعلام. وقد اتفق المشاركون أن الإعلام يروج حالياً لصورة سلبية للمرأة ويصورها غالباً كضحية

أو كأداة جنسية دون الإضاعة على قصص نجاحاتها لكسر الصور النمطية السائدة. كما إن الإعلام لا يتابع القضايا ويجري وراء السبق الصحفي على حساب الخصوصية أحياناً. إنطلاقاً من هذا الواقع طرح المشاركون سلسلة توصيات تتضمن تعزيز الإعلام المسؤول، تطبيق أخلاقيات المهنة، زيادة برامج التوعية التي تسلط الضوء على قصص نجاح النساء، الإضاعة على عدم المساواة في القوانين، تكثيف التعاون مع المجتمع المدني، الإستعانة بالنساء كخبيرات في الإقتصاد والسياسة ودعم قضايا النساء مثل المشاركة السياسية، والعمل على تطوير قدرات الصحفيين وطلاب الصحافة. بعد عرض واقع التغطية الإعلامية لقضايا المرأة في لبنان وإستعراض لأبرز المبادئ والمعايير المهنية في التغطية الإعلامية وبعد الإجماع على الدور الأساسي الذي يمكن أن يلعبه الإعلام في تعزيز صورة إيجابية للمرأة وتعزيز موقعها في الحياة العامة، خلص النقاش الى التوصيات التالية:

1) حث المؤسسات الإعلامية على إعتداد سياسات تحريرية تلحظ التحسس الجندري في التغطيات الإعلامية.

2) وضع أدلة توفر للصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية الإرشادات التي تتضمن مبادئ واضحة حول التمثيل الجندري ومقاربة قضايا المرأة، والتأكد من أن الإعلاميين حصلوا على هذه التعليمات وأصبحوا قادرين على مقاربتها في عملهم اليومي.

3) إدخال مفهوم مراعاة المساواة الجندرية في التغطية الإعلامية في الشريعة الأخلاقية التي تعتمدها المؤسسة والعمل على بلورة مصطلحات تكون متحسسة للجندر.

4) رفع قدرات الصحفيين المهنيين على تغطية تراعي مسألة المساواة بين الجنسين وتوفير التدريب الملائم للصحفيين ليتمكنوا من إدخال هذا المفهوم في عملهم الإعلامي اليومي.



5) إعتقاد سياسة تحريرية تشجع على تأمين التوازن في مساحات التغطيات الإعلامية المعطاة للرجال والنساء بما يعكس تكوين المجتمع ويظهر المرأة كشريك فاعل في هذا المجتمع ويزيد من نسبة مشاركتها في الاخبار وبرامج الذروة كخبيرة ومصدر للمعلومات مؤثر في تكوين الرأي العام لاسيما في مجالات السياسة والإقتصاد والأعمال والعلوم والتكنولوجيا والرياضة.

6) إعتقاد سياسة تحريرية تشجع على إزالة الصورة النمطية للمرأة والإساءة على نساء نموذجيات وقصص نجاحهن بدل من تصوير المرأة دائما بدور الضحية لاسيما في قضايا العنف الأسري.

7) تشجيع الإعلام على ضرورة الإضاءة على القضايا التي تبرز عدم المساواة الجندرية لاسيما النقص في التشريعات أو السياسات المجحفة بحق المرأة أو أي مظهر من مظاهر اللامساواة.

8) التنبه لإستخدام المصطلحات البعيدة عن التنميط ووضع خلفية للأخبار وإحصاءات وأرقام بحيث لا تظهر قضايا العنف قضايا فردية تعزز صورة المرأة الضحية بل تجعلها قضية مجتمع.

9) عدم إنتهاك الخصوصية أو التعرض للكرامة الإنسانية في التغطيات الإعلامية لاسيما في قضايا العنف المنزلي وعدم تغليب السبق الصحفي والطابع الفضائحي للخبر والتعاطي مع القضايا بمسؤولية.

10) تشجيع المؤسسات الإعلامية على متابعة القضايا المتعلقة بحقوق المرأة التي تثيرها وأن لا تقتصر التغطيات في هذا المجال على حوادث آنية، ولاسيما في قضايا العنف الأسري وضرورة تأمين حق المعرفة للجمهور لجهة مسار العدالة في هذه الحوادث.

11) تشجيع المؤسسات الأكاديمية على وضع مقررات خاصة حول المساواة الجندرية تدخل في صلب الإعداد الأكاديمي للإعلاميين الشباب.

## رابعاً: نماذج عالمية

من الجدير ذكره أن مؤسسات إعلامية كثيرة عريقة ومؤسسات و نقابات تشرف على تدريب الإعلاميين قد طورت سياسات داخلية وآليات لتعزيز المساواة الجندرية والصورة الإيجابية للمرأة في التغطيات الإعلامية، نورد بعضاً منها:

### الإتحاد الدولي للصحافيين<sup>4</sup>

وهو أكبر منظمة عالمية للصحافيين ويمثل اليوم أكثر من 600,000 صحافي في 120 دولة حول العالم. يسعى الإتحاد الدولي للصحافيين للعمل والتحرك على المستوى الدولي للدفاع عن حرية الصحافة والعدل الإجتماعي من خلال إتحادات صحافيين قوية، وحرّة، ومستقلة ويروج لحقوق الإنسان، والديمقراطية، والتعددية. في إطار المؤتمر الرابع والعشرين للإتحاد الدولي للصحافيين الذي عقد في سيول عام 2001 انبثقت خطة عمل تشكل أساساً لنشاطات الإتحاد وهي أساسية لتحقيق المساواة الجندرية في الإعلام وتتضمن التالي:

- المرأة في الصحافة: العمل على زيادة عدد النساء في مواقع الإدارة في المؤسسات الإعلامية وتحسين شروط العمل للصحافيات بما فيها الضمانات الإجتماعية، والإضاءة على نماذج ناجحة للتوفيق بين العمل والعائلة، الترقية والتدريب.

4 ميثاق شرف الإتحاد الدولي للصحافيين، على موقعهم الإلكتروني

<http://www.if.org/>



● المرأة في الإتحادات والنقابات الصحافية: العمل على آليات على المستويات المحلية لزيادة تمثيل النساء في النقابات والإتحادات.

● الأجر المتساوي للعمل المتساوي في القيمة: العمل على حملات محلية ودولية بغية تحقيق الأجر المتساوي بين المرأة والرجل.

● صورة المرأة في الاعلام: العمل على توصيات تعزز صورة المرأة في الإعلام لجهة التغطية العادلة والدقيقة والمتوازنة ومشاركتها مع النقابات المحلية للسعي الى نشرها بين الصحافيين لاسيما في التدريبات.

● تشكيل شبكة نساء الإتحاد الدولي للصحافيين وتعيين منسقين للعمل على توسيع الشبكة على المستويات المحلية ما يضمن وصول كافة المعلومات حول نشاطات الإتحاد وحملاته بغية تأمين مشاركة أكبر قدر من النساء.

● النساء في الإتحاد الدولي للصحافيين: حث الإتحادات والنقابات الصحافية المحلية على ترشيح نساء لمراكز الإدارة التنفيذية للإتحاد الدولي للصحافيين.

● إتاحة فرص التدريب: العمل على تطوير إستراتيجيات للنقابات والإتحادات لتسهيل مشاركة الصحافيات في برامج تدريبية والسعي لبناء شراكات مع كليات الصحافة ومراكز التدريب للوصول الى النساء.

## توصيات اليونسكو

### لتغطية صحافية متحسسة للجندر<sup>5</sup>

يجب على النساء أن يجدن لهن حيزاً في المؤسسات الإعلامية بما فيه كمراسلات

5 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/gender-sensitive-indicators-for-media-framework-of-indicators-to-gauge-gender-sensitivity-in-media-operations-and-content/>

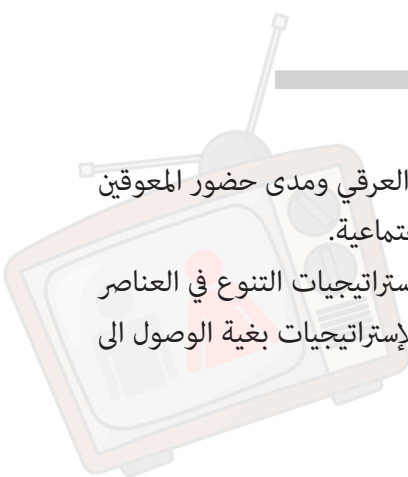
وكصانعات قرار. غير أن وجود نساء أكثر في غرف التحرير ليس وحده كافياً لضمان تغطيات متحسنة للجندر. طبيعة الخبر وطريقة نقله يجب أن تتغير أيضاً بحيث تستخدم النساء أكثر كمصادر للمعلومات وكمواضيع للأخبار ويتم إجراء مقابلات معهن كمعلقات أو خبيرات. كما أنه يجب إعاة المصطلحات المستخدمة أهمية كبرى واتباع التوصيات التالية:

- الإبتعاد عن إستخدام صيغة المذكر في معرض الكلام عن فرد من الناس بشكل عام إلا اذا كان الشخص موضوع التغطية معروفاً وفي سياق الخبر.
- تجنب ربط النساء والرجال بهن أو حالات معينة مثل رجل الأعمال أو ربة منزل أو رئيس مجلس إدارة أو طبيبة امرأة أو ممرض رجل إلا اذا كان الجندر مرتبط بسياق الموضوع.
- تجنب التلميظ الجندري والعبارات التي تظهر المرأة كملكية والإمتناع عن توصيف المرأة بما يتضمن الشكل الخارجي أو الوضع العائلي وتعريفها كفرد دون ربطها بإسم زوجها أو والدها.

## استراتيجية BBC للتنوع

أنشأت محطة بي بي سي البريطانية مركزاً للتنوع كضمانة لتطبيق القوانين المعادية للتمييز. وتعتمد استراتيجيتها للتنوع<sup>6</sup> على عناصر أربعة: التوظيف، الإنتاج، الجمهور والنشاطات. ولجأت المحطة عام 2006 الى تعيين مدير إخباري يعنى بالتنوع من أجل تحقيق تمثيل صحيح للجمهور. كذلك عمدت الى وضع أهداف بخصوص إستخدام أشخاص يمثلون المجتمع التعددي لاسيما المرأة والأقليات والمعوقين وإتاحة المجال لهم للوصول الى مراكز المسؤولية. كذلك أجرى مركز التنوع في المحطة عام 2006 دراسة

<sup>6</sup> <http://www.bbc.co.uk/diversity/strategy-policies/>



عن التمثيل الجندري على شاشتها ومدى توافر التنوع العرقي ومدى حضور المعوقين وذلك بغية السعي الى تمثيل أفضل لمختلف الفئات الاجتماعية. كما إن المحطة تصدر تقارير دورية حول مدى تطبيق استراتيجيات التنوع في العناصر الأربعة وتقوم بالبناء على نتائج التقارير بهدف تطوير الإستراتيجيات بغية الوصول الى تحقيق مزيد من التنوع.

## فرنسا وقونة التنوع

عام 2006 تم إقرار قانون في فرنسا حول المساواة في الفرص، متناولاً تحديداً التنوع في وسائل الإعلام. وقد أعطى القانون المجلس الأعلى للإعلام في فرنسا<sup>7</sup> السلطة لمراقبة التنوع في الإعلام المرئي والمسموع ومنع أي تمييز في ميدان الإعلام. وقد رصد هذا المجلس أخطاء في تغطيات وسائل الإعلام تتعارض ومبدأ احترام التنوع الاجتماعي فأشار تقريره للعام 2008 لناحية التنوع الجندري أن نسبة ظهور المرأة في التلفزيون 33 % بينما نسبة النساء في المجتمع الفرنسي تزيد عن الرجال. كما يقوم هذا المجلس بمراقبة أداء الإعلام في تغطية أحداث لها تداعيات هامة مثل حادثة شارلي ابيدو حيث أصدر المجلس عدداً من الإنذارات بحق المؤسسات الإعلامية المرئية والمسموعة لعدم توخيها الدقة في حادثة بهذه الحساسية. وفي 3 حزيران 2009 عيّنت إدارة الإعلام العام الفرنسي لجنة دائمة تتألف من ثمانية أعضاء من المؤسسة ومن ثمانية أعضاء من خارجها وأوكلت اليها مهام تعزيز التنوع سواء في البنى الإدارية للمؤسسة أو على الشاشة أو في البرامج المنتجة. ولهذه الهيئة دور رقابي وإستشاري حيال رئيس هيئة الإعلام العام كما تطلع بوضع تقرير سنوي عن الموضوع. وقد تم إطلاق عدد من المشاريع داخل المؤسسة تصب في المنحى نفسه.

<sup>7</sup> <http://www.csa.fr/>

## خامساً: معطيات محلية

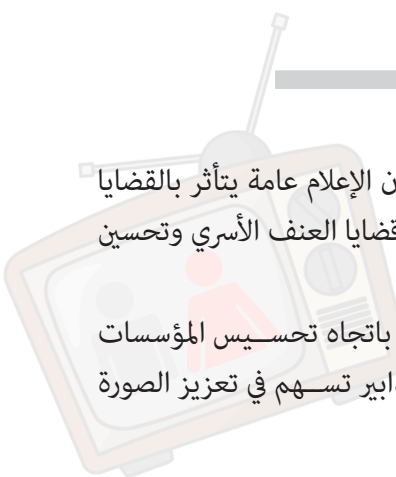
ومن المفيد الإشارة انه في لبنان لا توجد آليات دورية لمراقبة أداء الإعلام كما إن دور المجلس الوطني للإعلام المرئي والمسموع ينحصر بالصلاحيات الإستشارية دون الصلاحيات التنفيذية وهناك غياب للتنظيم الذاتي داخل الجسم الإعلامي فضلاً عن وضع النقابات المهنية التي لا قوة تمثيلية لديها.

هذا إضافة الى غياب السياسات التحريرية داخل المؤسسات الإعلامية التي تضع أسساً للتغطيات لتكون أكثر تحسناً للجندر كما لا وجود لإرشادات حول المصطلحات الواجب استخدامها. كذلك إن مناهج كليات الإعلام لا تتضمن مقررات تتطرق للتغطيات المتحسسة للجندر.

هذا وقد أشارت دراسة حديثة أجرتها مؤسسة مهارات حول صورة المرأة في الإعلام<sup>8</sup> رصدت من خلالها نشرات الأخبار الرئيسية وبرامج الحوار السياسي خلال شهر آذار 2015، أنه من أصل 24 حلقة للبرامج الحوارية الست الرئيسية فقط %9 من الضيوف كانوا من النساء و%91 رجال مع الإشارة الى أن معظم الأدوار الأساسية المرتبطة بالتأثير في السياسات العامة أعطيت للرجال في حين ظهرت المرأة من خلال مشاركتها لتجربة شخصية في غالب الأحوال. كذلك في تقارير النشرات الإخبارية حيث ظهرت النساء بنسبة %14 من التقارير. أما بالنسبة للتقارير التي تغطي مواضيع متعلقة بالمرأة فتم رصد 7 تقارير فقط من أصل 100 خلال الفترة المرصودة ومعظمها حول العنف الأسري او العنصرية تجاه العاملات الأجنبية أو أمور أخرى تخص الأسرة وبذلك ظهرت المرأة في الغالب كضحية دون التطرق الى أي قضية تشكل تمييزاً بحقها أو الإضاعة على أمور

8 «صورة المرأة في الاعلام»، الصادرة عن مؤسسة مهارات في حزيران 2015





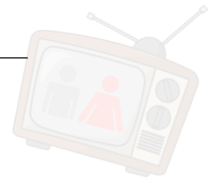
---

مرتبطة بالمساواة الجندرية. كما إن من نتائج الدراسة أن الإعلام عامة يتأثر بالقضايا التي يثيرها المجتمع المدني الذي يركز في هذه الآونة على قضايا العنف الأسري وتحسين أوضاع العاملات الأجنبيات.

وفي خلاصة إستعراض المعطيات المحلية لا بد من العمل باتجاه تحسين المؤسسات الإعلامية وأكاديمية وتلك المعنية بالتدريب اعتماد تدابير تسهم في تعزيز الصورة الإيجابية للمرأة في التغطيات الإعلامية.

## المراجع

- «نحو شرعة اخلاقية للاعلام في لبنان»، اصدار مؤسسة مهارات ومكتب اليونسكو الاقليمي
- «الاخلاق الاعلامية بين المبادئ والواقع»، اصدار مؤسسة مهارات
- ميثاق الشرف الاعلامي لتعزيز السلم الاهلي في لبنان
- ميثاق شرف الاتحاد الدولي للصحافيين
- مجموعة المبادئ والارشادات التحريرية لهيئة الاذاعة البريطانية
- «وسائل الاعلام وادارة التنوع»، اصدار مؤسسة مهارات
- «المساواة الجندرية في الاعلام»، اصدار الاتحاد الدولي للصحافيين بالتعاون مع اليونسكو
- دراسة رصد لمؤسسة مهارات حول «صورة المرأة في الإعلام»



يمول هذا المشروع من قبل مبادرة الشراكة الأمريكية الشرق أوسطية التابع لمكتب شؤون الشرق الادنى في وزارة الخارجية الأمريكية. المبادرة هي برنامج فريد من نوعه صمم خصيصا للعمل مباشرة مع المواطنين والاستثمار في شعوب منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا عبر إقامة شراكات حيوية مع المواطنين لتنمية مجتمعات تسودها التعددية والمشاركة والازدهار. كما تؤسس المبادرة علاقات شراكة مع المنظمات الغير حكومية المحلية منها والإقليمية والدولية ومع القطاع الخاص والمؤسسات الأكاديمية والحكومات.

للحصول على المزيد من المعلومات الرجاء زيارة موقع المبادرة: [www.mepi.state.gov](http://www.mepi.state.gov)

This project is funded through the U.S. Department of State, Bureau of Near Eastern Affairs, Office of the Middle East Partnership Initiative (MEPI). MEPI is a unique program designed to engage directly with and invest in the peoples of the Middle East and North Africa (MENA). MEPI works to create vibrant partnerships with citizens to foster the development of pluralistic, participatory, and prosperous societies throughout the MENA region. MEPI partners with local, regional and international non-governmental organizations, the private sector, academic institutions, and governments. More information about MEPI can be found at: [www.mepi.state.gov](http://www.mepi.state.gov).

Design & Layout



70 / 554412

إعداد  
إبارات

