

ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში  
ძალადობის პრევენციის პროცესში კერძო  
სექტორისა და მედიის მონაწილეობის  
წახალისება:  
სტამბულის კონვენციის მე-17 მუხლი



დოკუმენტების კრებული ქალთა მიმართ ძალადობისა  
და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და  
პრევენციის შესახებ ევროპის საბჭოს კონვენციის თემაზე

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

**ქალთა მიმართ ძალადობისა და  
ოჯახში ძალადობის პრევენციის  
პროცესში კერძო სექტორისა  
და მასშედის მონაწილეობის  
წახალისება: სტამბულის კონვენციის  
მე-17 მუხლი  
დოკუმენტების კრებული ქალთა  
მიმართ ძალადობისა და ოჯახში  
ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა  
და პრევენციის შესახებ ევროპის  
საბჭოს კონვენციის თემაზე**

ამ დოკუმენტისათვის დამატებითი კვლევა მოამზადა:

**მელისა მორბეჟმა**

ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის ალიანსი (CAADV),  
გაერთიანებული სამეფო

**ევროპის საბჭო**

ფრანგულენოვანი რედაქცია:

Encourager la participation du secteur privé et des médias à la prévention de la violence à l'égard des femmes et de la violence domestique: Article 17 de la Convention d'Istanbul

ამ ნაშრომში წარმოდგენილ მოსაზრებებზე პასუხისმგებელი არიან ავტორები და ეს მოსაზრებები შესაძლოა არ ასახავდეს ევროპის საბჭოს ოფიციალურ პოლიტიკას. ამ დოკუმენტის სრული ვარიანტის ან მისი ნაწილის გამრავლებასთან ან თარგმნასთან დაკავშირებული ყველა თხოვნა უნდა გაიგზავნოს კომუნიკაციების დირექტორატში (F-67075 Strasbourg Cedex or publishing@coe.int). ამ დოკუმენტთან დაკავშირებული ყველა სხვა წერილი უნდა გაიგზავნოს დემოკრატიის გენერალური დირექტორატის თანასწორუფლებიანობის სამმართველოში.

ამ დოკუმენტში მითითებული ყველა გვერდის მისამართი ინტერნეტში (URL) ბოლოს ნანახია 2015 წლის 4 დეკემბერს.

გარეკანი და მაკეტი: დოკუმენტებისა და პუბლიკაციების მომზადების დეპარტამენტი (SPDP), ევროპის საბჭო

ფოტოები: Shutterstock

© ევროპის საბჭო, 2016 წლის იანვარი დაბეჭდილია ევროპის საბჭოში

# სარჩევი

შესავალი	5
მე-17 მუხლის მოქმედების სფერო	7
ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციის პროცესში კერძო სექტორისა და მასმედიის მონაწილეობის მნიშვნელობა	10
ქალთა მიმართ ძალადობის უარყოფითი გავლენა სანარმოებსა/კომპანიებსა და მათ თანამშრომლებზე	12
კავშირი მედიის მიერ ქალების და მამაკაცების წარმოჩენის, გენდერული სტერეოტიპების გავრცელებასა და ქალთა მიმართ ძალადობას შორის	16
როგორ უნდა მოხდეს კერძო სექტორის ჩართვა ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში	17
კერძო სექტორის მონაწილეობა დამქირავებლის რანგში	18
კერძო სექტორის როლი ქალების მიმართ დამოკიდებულების ფორმირებაში, საკუთარი პროდუქციისა და მომსახურების მეშვეობით	28
კერძო სექტორის ჩართვა ცნობიერების ამაღლების პროგრამებსა და მსხვერპლთა/დაზარალებულთა მხარდაჭერაში	33
მედია და ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენცია	38
ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში მედიის პოზიტიური როლის ნახაღისება	40
ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენცია მედიის მიერ გაშუქებაში გენდერული სტერეოტიპირების აღმოფხვრის გზით	43
თანამშრომლობა მთავრობებს, კერძო სექტორსა და მედიას შორის, ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციის ზომების ნახაღისებისათვის	47
მასმედიის სფეროს წარმომადგენლების ტრენინგების გაძლიერება გენდერულ თანასწორუფლებიანობასა და ქალთა მიმართ ძალადობასთან დაკავშირებულ საკითხებში	48
მედიის მიერ თვითრეგულირების და დისკრიმინაციული და ძალადობრივი შინაარსის შემცველი მასალის რეგულირების გაძლიერება	49
პარტნიორობები მედიის მიერ გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქების გაუმჯობესების მიზნით	52
თანამშრომლობა მედიის გამოყენების უნარ-ჩვევების გაზრდის მიზნით	52
დასკვნა	56
საკონტროლო სია	58
ძირითადი რესურსი	65
ბიბლიოგრაფია	68

# შესავალი

ქალთა მიმართ ძალადობის სხვადასხვა ფორმების წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში ძალიან მნიშვნელოვანია კერძო სექტორისა და მასმედიის როლი. კერძო და საჯარო სექტორში დამსაქმებლებს გააჩნიათ კანონისმიერი და ზნეობრივი ვალდებულებები, აგრეთვე ეკონომიური დაინტერესება, დაეხმარონ თავიანთი თანამშრომლებს, დაიცვან მათი ჯანმრთელობა და უსაფრთხოება, ხელი შეუწყონ ყველა სახის რისკების შერბილებას -- რომლებიც შეიძლება დაკავშირებული იყოს ან არ იყოს დაკავშირებული სამუშაო გარემოსთან. ქალთა მიმართ ძალადობის სხვადასხვა ფორმები, როგორცაა სექსუალური შევიწროება, აკვიატებული დევნა/გადაკიდება და ოჯახში ძალადობა წარმოადგენს ძალადობის მწვავე ფორმებს, რომლებიც დაგმობილია ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და პრევენციის შესახებ ევროპის საბჭოს კონვენციაში<sup>1</sup> (CETS No. 210, შემდგომში „სტამბულის კონვენცია“),

ამას გარდა, აღნიშნულმა ძალადობამ შეიძლება სერიოზული გავლენა მოახდინოს სამსახურში მუშაობის ეფექტურობის, გაცდენებისა და თანამშრომლების ზოგადი კეთილდღეობის მხრივ. იმის მიუხედავად, ძალადობის ჩამდენი თანამშრომელია, თუ სამუშაო გარემოსთან უშუალო შეხების არმქონე პირი, ძალადობა უარყოფით გავლენას ახდენს სამუშაო გარემოზე.

ეს ეხება მედია ორგანიზაციებს, როგორც დასაქმების ადგილებს, თუმცა მედია აგრეთვე მნიშვნელოვან როლს თამაშობს აზრის და მსოფლმხედველობის ჩამოყალიბებაში, და ამდენად, შეუძლია კიდევ უფრო მეტად შეუწყოს ხელი ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციას, ქალებისა და მამაკაცების მიმართ საზოგადოების დამოკიდებულებისა და გენდერული ნიშნით ძალადობის აღქმის ჩამოყალიბების ხელშეწყობით.

<sup>1</sup> ევროპის საბჭო (2011 წ.), ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და პრევენციის შესახებ ევროპის საბჭოს კონვენცია, განმარტებითი ანგარიში, ხელმისაწვდომია: [www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/210](http://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/210).

მედიას უზარმაზარი პოტენციალი გააჩნია საზოგადოებაში ცვლილების გამონვევის თვალსაზრისით. თუმცა, სექსიზმის არსებობამ და დამამცირებელმა გამოსახულებებმა, აგრეთვე, მასმედიის მიერ ქალთა მიმართ ძალადობის საკითხების გაშუქების რაკურსმა შეიძლება დააბრკოლოს აღნიშნული ცვლილება. ამდენად, მედია სექტორი ძლიერ მნიშვნელოვანი პარტნიორია ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში.

სტამბულის კონვენციით აღიარებულია კერძო სექტორის და მასმედიის მნიშვნელოვანი როლი; კონვენციის მე-17 მუხლის შესაბამისად, მხარე სახელმწიფოებს ეკისრებათ ვალდებულება, ამ პოტენციალის გამოყენების მიზნით მოუწოდონ კერძო სექტორს, განსაკუთრებით, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სექტორსა და მასმედიას, ჩაერთონ ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლაში და ხელი შეუწყონ ამ სფეროში პოლიტიკისა და თვითრეგულირების სტანდარტების ჩამოყალიბებას, შემუშავებასა და განხორციელებას. ამ დოკუმენტის მიზანია ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში კერძო სექტორისა და მასმედიის მონაწილეობის აუცილებლობის დასაბუთება, პრაქტიკული რჩევების შეთავაზება და საუკეთესო გამოცდილების მაგალითების გაცნობა. მაგალითები მოიცავს მთელ რიგი დამქირავებლებსა და ორგანიზაციებს, რაც წარმოაჩენს, თუ როგორ შეიძლება სხვადასხვა ზომებისა და ხელისუფლების მიერ უზრუნველყოფილი მექანიზმების გამოყენებით ქალთა მიმართ ძალადობის შედეგებთან გამკლავება და გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ ცნობიერების გაზრდა. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა აგრეთვე ბავშვთა უსაფრთხოების გაძლიერებისათვის კერძო სექტორთან თანამშრომლობით გატარებული ზომების ამსახველ მაგალითებს, საინფორმაციო და კომუნიკაციური პლატფორმების, მათ შორის, სოციალური მედიის გამოყენებით, რომელშიც ხელმისაწვდომია სქესობრივი ან ძალადობრივი/ძალმომრეობითი ხასიათის მასალა, რაც შეიძლება საზიანო იყოს.

# მე-17 მუხლის მოქმედების სფერო

კერძო სექტორს მნიშვნელოვანი როლი აკისრია ფართო საზოგადოების განწყობების ცვლილების, გენდერული სტერეოტიპების დაძლევისა და ქალთა მიმართ ძალადობის სხვადასხვა ფორმების შესახებ ცნობიერების ამაღლების მხრივ. კერძო სექტორის პოტენციალის გამოყენების მიზნით, სტამბულის კონვენციის მე-17 მუხლით განსაზღვრულია მხარე სახელმწიფოების ვალდებულება, მოუწოდონ კერძო სექტორსა და მასმედიას ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში მონაწილეობისაკენ.

## **მუხლი 17 -კერძო სექტორისა და მასმედიის მონაწილეობა**

1. მხარეები მოუწოდებენ კერძო სექტორს, საინფორმაციო და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სექტორს და მასმედიას, მათ მიერ აზრის თავისუფალი გამოხატვისა და მათი დამოუკიდებლობის სრული პატივისცემით, მონაწილეობა მიიღონ პოლიტიკის შემუშავებასა და განხორციელებაში, ისევე როგორც სახელმძღვანელოებისა და თვითმარეგულირებელი სტანდარტების ჩამოყალიბებაში ქალთა წინააღმდეგ მიმართული ძალადობის პრევენციისა და მათი ღირსების უფრო მეტად დასაფასებლად.

2. მხარეები კერძო სექტორის წარმომადგენლებთან ერთად, ხელს შეუწყობენ ბავშვებში, მშობლებსა თუ პედაგოგებში ისეთი ჩვევების განვითარებას, რომლებიც დაეხმარება მათ უკეთ გაუმკლავდნენ ისეთ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო გარემოს, რომელიც იოლად ხელმისაწვდომს ხდის სექსუალური ან ძალადობრივი ხასიათის დამაკნინებელ შინაარსს, რაც შესაძლოა საზიანო გამოდგეს.

სტამბულის კონვენციის განმარტებით ანგარიშში მითითებულია, რომ მე-17 მუხლის მიზანია გენდერული ნიშნით ძალადობის აღმოფხვრის პროცესში კერძო კომპანიების და მას-

მედიის უფრო ფართო ჩართულობის წახალისება.

მე-17 მუხლის პირველ ნაწილში განსაზღვრულია მხარე სახელმწიფოების ორი სხვადასხვა ვალდებულება. პირველ რიგში, მხარე სახელმწიფოებს ეკისრებათ ვალდებულება, მოუწოდონ კერძო სექტორს, საინფორმაციო და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სექტორსა და მასმედიას, მონაწილეობა მიიღონ ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციისაკენ მიმართული ადგილობრივი, რეგიონული და ეროვნული პოლიტიკისა და ზომების შემუშავებასა და განხორციელებაში. ამას გარდა, ამ ნაწილის მიხედვით, მხარე სახელმწიფოებს ეკისრებათ ვალდებულება, მოუწოდონ ამ სექტორებს, რათა მათ დაწერონ სახელმძღვანელო პრინციპები და თვითრეგულირების სტანდარტები, რათა გაძლიერდეს ქალთა და გოგონების ღირსების პატივისცემა და ამგვარად ხელი შეეწყოს გენდერული ნიშნით ძალადობის პრევენციას. მაგალითად, კერძო კომპანიებს შეუძლიათ ჩამოაყალიბონ წესები ან სახელმძღვანელო პრინციპები სამუშაო გარემოში ძალადობის პრევენციისა და დაზარალებულთა/მსხვერპლთა მხარდასაჭერად.

მე-17 მუხლის პირველ ნაწილში ასევე ერთმნიშვნელოვნად არის აღნიშნული, რომ მხარე სახელმწიფოებმა პატივი უნდა სცენ მასმედიის გამოხატვის თავისუფლებისა და დამოუკიდებლობის პრინციპებს. მართალია, არსებული სტანდარტები, როგორცაა გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და მასმედიასთან დაკავშირებით მინისტრთა საბჭოს რეკომენდაცია CM/Rec(2013)1<sup>2</sup> და ზოგიერთი წევრი სახელმწიფოს სამართლებრივი ბაზა მოიცავს დებულებებს მედიის მასალაში გენდერული თანასწორუფლებიანობის ან/და ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ,<sup>3</sup> სტამბულის კონვენციის მე-17 მუხლით მედიის საშუალებით ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლა და პრევენცია თავად მასმედიას ეკისრე-

<sup>2</sup> გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და მედიის თემაზე მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაცია CM/Rec(2013)1, ნაწილი A.1: „თუ უკვე არ არის დანერგილი, წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა მიიღონ სათანადო სამართლებრივი ბაზა, რომელიც უზრუნველყოფს ადამიანის ღირსების პრინციპის პატივისცემას და სქესის ნიშნით ყველა სახის დისკრიმინაციის, აგრეთვე სიძულვილის ნაქმების და გენდერული ნიშნით ძალადობის ნებისმიერი ფორმის აკრძალვას მასმედიაში.“.

<sup>3</sup> იხ. პ. 34.



ბა. ზემოაღნიშნულის მისაღწევად მედია ორგანიზაციებს შეუძლიათ დანერგონ თვითრეგულირების მექანიზმები, ქცევის/ეთიკის შიდა წესები და შიდა ზედამხედველობა, გენდერული თანასწორუფლებიანობის ხელშესაწყობად; გაატარონ ზომები გენდერული სტერეოტიპების წინააღმდეგ; მოერიდონ სექსისტური რეკლამირების, ტექსტის და შინაარსის გამოყენებას; და არ გამოიყენონ ქალების დამამცირებელი გამოსახულებები, რომლებშიც ასოცირება კეთდება ძალადობასა და სქესობრივ ასპექტებზე.

მე-17 მუხლის მეორე ნაწილით განსაზღვრულია მხარე სახელმწიფოების ვალდებულება, ითანამშრომლონ კერძო სექტორთან და ბავშვებს, მშობლებსა და განათლების დარგის მოღვაწეებს შეასწავლონ უნარ-ჩვევები ისეთ საინფორმაციო და კომუნიკაციურ სივრცეში გამოსაყენებლად, სადაც განთავსებულია დამამცირებელი სქესობრივი ან ძალადობრივი ხასიათის მასალა. მართალია, არავინ დაობს იმაზე, რომ ინტერნეტი ნოვატორული და მსოფლიო რესურსია, რომელიც ემსახურება უთვალავი მომხმარებლის ინტერესებს, მაგრამ ინტერნეტი ყოველთვის არ წარმოადგენს უსაფრთხო, დაცულ, ღია და ხელშემწყობ გარემოს ყველა ადამიანისათვის, დისკრიმინაციის გარეშე. ინტერნეტის მმართველობის მრავალი ასპექტი დღესაც დაურეგულირებელია, რაც ქმნის უამრავ შესაძლებლობას, რომ მოხდეს ქალების ან გოგონების შესახებ დამამცირებელი გზავნილებზე, ჰიპერსექსუალიზებულ გამოსახულებებზე თავისუფალი წვდომა, მათი წარმოება და გავრცელება, ქალთა მიმართ ძალადობის ნორმალიზაციისკენ ბიძგება, აგრეთვე სექსისტური სიძულვილის ენის გამოყენების შემთხვევების გაზრდა. ინტერნეტის მეშვეობით ზემოაღნიშნული სახის გზავნილებისა და გამოსახულებების გავრცელებამ შეიძლება უარყოფითი შედეგი გამოიღოს, ვინაიდან ბავშვებს ჩამოუყალიბდებათ საზიანო სტერეოტიპები და ქალთა მიმართ ძალადობისადმი შემწყნარებლობა. ამას გარდა, იზრდება ტექნოლოგიების და სოციალური მედიის ბოროტად გამოყენების შემთხვევები, მონყვლადი ახალგაზრდების, მათ შორის, გოგონების, ექსპლუატაციის და მიზანში ამოსაღებად. რაც გამოიხატება

ჩაგვრით, აკვიატებული დევნით/გადაკიდებით, შეურაცხყოფის და მუქარის გამოძხატიველი ქცევით. ამდენად, ძალიან მნიშვნელოვანია საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება საინფორმაციო და კომუნიკაციურ გარემოში საზიანო მასალის და პრაქტიკის შესახებ, და საგანმანათლებლო პროგრამები ბავშვების, მშობლებისა და განათლების დარგის მუშაკებისათვის ინტერნეტის უსაფრთხო გამოყენების შესახებ. ასეთი პროგრამების მეშვეობით ბავშვები, მშობლები და განათლების დარგის მუშაკები შეიძენდნენ იმ უნარ-ჩვევებს, რომლებიც ხელს შეუწყობდა ბავშვების უსაფრთხოების დაცვას, ინფორმაციული ტექნოლოგიების, მობილური ტელეფონების, პლანშეტების და სოციალური ქსელებით სარგებლობისას.

## ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციის პროცესში კერძო სექტორისა და მასმედიის მონაწილეობის მნიშვნელობა

სტამბულის კონვენცია ითვალისწინებს ნულოვან ტოლერანტობას ქალთა მიმართ ძალადობისადმი. კონვენცია ავალდებულებს მხარე სახელმწიფოებს, დაანესონ სისხლის სამართლებრივი პასუხისმგებლობა, ან სხვა სანქცია გაითვალისწინონ ძალადობის შემდეგი კონკრეტული ფორმების შემთხვევებისათვის: სქესობრივი შევიწროება, აკვიატებული დევნა/გადაკიდება, იძულებითი ქორწინება, ქალთა სასქესო ორგანოების დამახინჯება, იძულებითი აბორტი, იძულებითი სტერილიზაცია და ოჯახში ძალადობის მრავალი გამოვლინება (ფიზიკური, სქესობრივი, ფსიქოლოგიური ან ეკონომიური).<sup>4</sup> ეს მკაფიო მინიშნებაა, რომ ქალთა მიმართ ძალადობა, მისი ყველა ფორმით, არ არის კერძო საკითხი. ვინაიდან მრავალი ქალი, რომელიც ექვემდებარება ძალადობის ზემოთ ხსენებული ფორმებიდან რომელიმეს, ამ ტკივილს იტანენ მდუმარებაში, ვინაიდან საზოგადოების დამოკიდებუ-

<sup>4</sup> ვგროპის საბჭო, საინფორმაციო ბუკლეტი სტამბულის კონვენციის შესახებ.

ლებისა და ადათ-წესებიდან გამომდინარე, როდესაც ასეთ შემთხვევებში ისევ დაზარალებული გამოდის ბრალდებული, ისინი ხშირად არ ამჯღავნებენ ძალადობას.<sup>5</sup> თუმცა, ძალადობის გავრცელება საყოველთაოა; მისი შედეგები იგრძნობა ყველა სფეროში, მათ შორის, კერძო სექტორში.

ევროპის მრავალ ქვეყანაში, კანონით განსაზღვრულია დამქირავებლის პასუხისმგებლობა, მოახდინონ სამუშაო გარემოში<sup>6</sup> სქესობრივი შევიწროების პრევენცია; სასამართლოში საქმის აღძვრის შემთხვევაში კომპანიას შეიძლება უზარმაზარი ფინანსური დარტყმა მიაღდეს. თუმცა, ქალთა მიმართ ძალადობა სხვა სახის უარყოფით ზემოქმედებასაც ახდენს სამუშაო გარემოსა და კერძო კომპანიებზე. როდესაც სამსახურში ხდება ძალადობა, როგორცაა სქესობრივი შევიწროება, ირღვევა ჯანსაღი სამუშაო გარემოსთვის დამახასიათებელი ნდობისა და თანამშრომლობის ატმოსფერო. რაც განაპირობებს შემცირებულ მწარმოებლობას. ძალადობა სამუშაო გარემოს გარეთ, განსაკუთრებით, ოჯახში ძალადობა, გავლენას ახდენს სამუშაო გარემოზე, ძალადობის შედეგად დაზარალებულ თანამშრომლებზე ზემოქმედების მეშვეობით.

არსებობს აგრეთვე შესაბამისი კავშირი მედიასა და ძალადობის პრევენციას შორის, ვინაიდან მასმედიის მიერ ქალის მიმართ ძალადობის შემთხვევის გაშუქებამ კონტექსტის წარმოდგენის გარეშე, და სენსაციურობისათვის უპირატესობის მინიჭებამ შეიძლება კიდევ უფრო გაამყაროს გენდერული

<sup>5</sup> ევროკავშირის ადამიანის ძირითადი უფლებების სააგენტოს (2014) კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ევროკავშირში პარტნიორის ან სხვა პირის მხრიდან სქესობრივი ძალადობის შედეგად დაზარალებული ქალების დაახლოებით ერთმა მეთოხედმა ამის შესახებ არ განაცხადა, ფაქტის გამო სირცხვილის შეგრძნების გამო. იმ ქალების 40%-მდე, რომლებმაც განიცადეს ფიზიკური ან სქესობრივი ძალადობა, არავის მიმართა, მათ შორის, არც მეგობრებს ან ოჯახის წევრებს.

<sup>6</sup> მაგალითად, დასაქმების და შრომის სფეროებში მამაკაცებისა და ქალების თანაბარი შესაძლებლობებისა და თანასწორუფლებიანი მიდგომის პრინციპის განხორციელების შესახებ ევროკავშირის დირექტივა EU directive 2006/54/EC -ის 26-ე მუხლის მიხედვით: „წევრმა სახელმწიფოებმა, ეროვნული კანონმდებლობის, ხელშეკრულებების ან პრაქტიკის შესაბამისად, უნდა მოუწოდონ დამქირავებლებს და პროფესიული განათლების ხელმისაწვდომობაზე პასუხისმგებელ მხარეებს, გაატარონ ქმედითი ზომები იმისათვის, რომ მოხდეს სამუშაო გარემოში, დასაქმებისას, პროფესიულ განათლებაში სქესის ნიშნით დისკრიმინაციის, განსაკუთრებით, შევიწროების და სქესობრივი შევიწროების, ყველა ფორმის პრევენცია“.

სტერეოტიპები, რომლებიც ინვევენ გენდერული ნიშნით ძალადობის გამყარებას. ამ კონტექსტში, სტამბულის კონვენციის მე-17 მუხლის დებულებებთან ერთად, არსებობს ევროპის საბჭოს<sup>7</sup> არასავალდებულო სტანდარტები და ევროპის სხვადასხვა ქვეყნების<sup>8</sup> ეროვნული საკანონმდებლო ბაზები. აღნიშნულ დოკუმენტებში მასმედიის რეპორტაჟებში ქალთა მიმართ ძალადობის წახალისების ან/და სექსისტური სიძულვილის ენის გამოყენების პრევენციასთან დაკავშირებით უფრო დეტალური მოთხოვნებია გათვალისწინებული. სტამბულის კონვენციის მხარე სახელმწიფოებს აკისრიათ ვალდებულება, უზრუნველყონ, რომ ეროვნული კანონმდებლობა, ინსტიტუციური ჩარჩოები და პოლიტიკა ითვალისწინებდეს ყოვლისმომცველ მექანიზმებს ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის მიმართ. კოლისტიკური რეაგირების ფარგლებში, სახელმწიფოებმა აგრეთვე უნდა წახალისონ კერძო სექტორი და მედია, რათა მათ გააცნობიერონ საკუთარი როლი გენდერული ნიშნით ძალადობის პრევენციის კუთხით. ამისათვის შესაძლებელია კერძო სექტორის და მედიის წარმომადგენლების ინფორმირება იმასთან დაკავშირებით, რომ ძალადობის პრევენციაში მათი მონაწილეობის მნიშვნელობა მხოლოდ საზოგადოებასთან დაკავშირებული დაინტერესებით და მორალური პასუხისმგებლობით არ არის განპირობებული. ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლაში მონაწილეობა მათთვის მნიშვნელოვანია აგრეთვე ეკონომიური და სოციალური უპირატესობების გამო.

## **ქალთა მიმართ ძალადობის უარყოფითი გავლენა საწარმოებზე/კომპანიებსა და მათ თანამშრომლებზე**

პირველ რიგში, შეიძლება დამქირავებლების ინფორმირება შესახებ, თუ რაოდენ მასშტაბური ეფექტი აქვს ქალთა მიმართ ძალადობას სამუშაო გარემოზე: მაგალითად, ევროკავშირ-

<sup>7</sup> წევრი სახელმწიფოებისათვის მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაცია CM/Rec(2013)1 გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და მედიის თემაზე.

<sup>8</sup> ეროვნული საკანონმდებლო ბაზების მაგალითები მოყვანილია თავში, რომელიც იწყება 36-ე გვერდზე.

ში ქალების 45%-იდან 55%-მდე აცხადებს, რომ სამსახურში განუცდიათ სქესობრივი შევიწროების რომელიმე ფორმა (ძირითადი უფლებების სააგენტო, 2014 წ.). გაერთიანებულ სამეფოში, ყოველწლიურად, დასაქმებული ქალების დაახლოებით 20%-ზე მეტი იღებს შვებულებას ოჯახში ძალადობის გამო. ამ ქალების 2% კი სამსახურსაც კი კარგავს, უშუალოდ ამ შეურაცხყოფის/ძალადობის შედეგად (უელბი ს. და სხვ. 2004, გვ. 38).

ამას გარდა, სულ უფრო მეტად ხდება აღიარება, რომ ოჯახში ძალადობა უარყოფითად აისახება პიროვნების მიერ პროფესიული პასუხისმგებლობების შესრულების უნარზე. სამსახურში ყოფნისას, არ წყდება განცდილი ძალადობის ბემოქმედება ადამიანზე. ჯანმრთელობა და კეთილდღეობა არის ის ფაქტორები, რომლებიც შესაძლებლობას აძლევს ადამიანს, შევიდეს და შეინარჩუნოს ადგილი შრომის ბაზარზე. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ მომუშავეთა კეთილდღეობა მნიშვნელოვანია აგრეთვე სანარმოს პროდუქტიულობისა და ეკონომიკური ზრდისათვის (მაქი მ. და სხვ. 2012; მერმთ მ. 2010). ჯანსაღმა ფსიქოსოციალურმა სამუშაო გარემომ, რომელშიც უზრუნველყოფილია რჩევები, მხარდაჭერა და მოქნილი მიდგომა, შეიძლება ხელი შეუწყოს თანამშრომლების მოტივაციის, ნაყოფიერების გაზრდას და რაც ყველაზე მთავარია, დაეხმაროს ორგანიზაციას უკეთესი შედეგების მიღწევაში. თანამშრომლების კეთილდღეობა ხელს უწყობს გაზრდილ მწარმოებლობას და მუშაკების მონაწილეობის მაღალ ხარისხს, იმავდროულად ამცირებს ჯანდაცვის მხრივ მომავალ მოთხოვნებს (HAPI 2012).

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ძალადობის უარყოფითი შედეგი არ შემოიფარგლება მხოლოდ კონკრეტული ინდივიდით; ძალადობა აისახება აგრეთვე თანამშრომლებზე, რომელსაც სურს დაბარალეული თანამშრომლის დახმარება, ან რომლებიც შეესწრებიან ძალადობის ქმედებას, რომელსაც ახორციელებს კოლეგა, კლიენტი ან უცხო პირი. მართალია, ძირითადი დაბარალეული კონკრეტული თანამშრომელია, თუმცა შესაძლოა ამ ფაქტმა პირდაპირ ან არაპირდაპირ მოახდინოს ბემოქმედება კოლეგებზეც.

ორგანიზაციის დონეზე, განცდამ, რომ არ შეგიძლია დაეხმარო სხვას, შეიძლება გამოიწვიოს ორგანიზაციის შიგნით ფრუსტრაციის გაჩენა (ფეთისონი, გ. 2006 წ.). ძალადობამ შეიძლება გავლენა მოახდინოს სამუშაო გარემოში სოციალურ ერთობაზე და მუშაობის პროცესის ორგანიზებაზე (ჯონსონი, პ.რ., და გარდნერი, ს. (2000 წ.), გვ. 197-203). იგი უარყოფითად აისახება თანამშრომლებიკ მოტივაციასა და შემართებაზე, საწარმოს მიმართ ერთგულებაზე, სამუშაო გარემოზე, საზოგადოებაში იმიჯზე, და ნოვაციების მიმართ ღიაობაზე და ცოდნის გაძლიერებაზე. ამას გარდა, სამსახურში ძალადობა შეიძლება მოიცავდეს ქონების განადგურებას, შევიწროებასა და ძალადობასთან დაკავშირებულ სასამართლო პროცესებს, რამაც შეიძლება დიდი დარტყმა მიყენოს კომპანიის ბიუჯეტს. დავის კომპანიის საწინააღმდეგოდ გადაწყვეტის ან მორიგების შემთხვევაში, შესაძლოა ამ გადაწყვეტილებების ფინანსური შედეგები იყოს ძალიან მასშტაბური.

უნდა აღინიშნოს აგრეთვე, რომ მაღალია ქალთა და გოგონების მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის შედეგად გამოწვეული სოციალური და მატერიალური ხარჯები, არა მხოლოდ დაზარალებულებისთვის, არამედ აგრეთვე საზოგადოებისათვის და კერძო სექტორისათვის, რაც გამოიხატება დანახარჯებით და სამუშაოს გაცდენის გამო მწარმოებლობის დაკარგვით. ნევრი სახელმწიფოებიდან ოჯახში ძალადობის შედეგად გამოწვეული ხარჯების შესახებ ზუსტი და სისტემატიური მონაცემების მოპოვება არ არის იოლი. ეს განპირობებულია იმით, რომ ძალიან დიდია განსხვავება განმარტებაში, მონაცემების შეგროვების და შედეგების გამოქვეყნების მეთოდოლოგიებში. ამის მიუხედავად, გადაიდგა ნაბიჯები ევროპაში ქალთა მიმართ ძალადობის შედეგად გამოწვეული ხარჯების მიახლოებით განსაზღვრისათვის. გენდერული თანასწორობის ევროპული ინსტიტუტის (EIGE) გათვლებით, ევროკავშირის ნევრ სახელმწიფოებში გენდერული ნიშნით ძალადობის შედეგად გამოწვეული ხარჯი აღემატება წელიწადში 200 მილიარდ ევროს (გენდერული თანასწორობის ევროპული ინსტიტუტი, 2014 წ.). ეს მო-

იცავს წარმოების მოცულობის დანაკარგს; მომსახურების განვას, მათ შორის, ჯანდაცვის, იურიდიულ, სოციალურ და სპეციალურ მხარდაჭერას; და ინდივიდუალურ (ფიზიკურ და ემოციურ) გავლენას დაზარალებულზე. ერთ-ერთი კვლევის მიხედვით, მხოლოდ გაერთიანებულ სამეფოში მთლიანი წლიური ხარჯი სახელმწიფოსათვის, დამქირავებლებისა და დაზარალებულების მიმართ შეადგენს დაახლოებით 16 მილიარდ გირვანქა სტერლინგს (უელბი, ს. 2009). დაკარგული წარმოების მოცულობა და დანაკარგები/ზარალი დამქირავებლებისათვის შეადგენს დაახლოებით 1.8 მილიარდ გირვანქა სტერლინგს წელიწადში (ქოი, მ. და ქელი, 2011). ეს ხარჯები გამოწვეულია ისეთი ფაქტორებით, როგორცაა ავადმყოფობა, სამსახურის გაცდენა, დაკარგული წარმოების მოცულობა, სამუშაოდან ადრე წასვლა, დაგვიანება, კადრების დენადობა. სავარაუდოდ, ავადმყოფობის გამო გაცდენის შედეგად განპირობებული ხარჯების ნახევარს გაიღებს დამქირავებელი, მეორე ნახევარს კი -- დასაქმებული პირი, დაკარგული/მიუღებელი ხელფასის სახით.

ამდენად, უაღრესად მნიშვნელოვანია, რომ ქალთა მიმართ და ოჯახში ძალადობა კერძო სექტორის მიერაც აღიქმებოდეს, როგორც ძალიან სერიოზული, ცნობადი პრობლემა, რომელიც პრევენციას შეიძლება დაექვემდებაროს. ამ მხრივ, მხარე სახელმწიფოებს შეუძლიათ მთელი რიგი ზომების გატარება, რათა მოახდინონ დამსაქმებლების მოტივირება და დაინტერესება საკუთარი თანამშრომლების ჯანმრთელობის, უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის გაუმჯობესებითა და დაცვით, საკუთარი საწარმოების და მართვის სტანდარტების, პოლიტიკის და სტრატეგიების ფარგლებში. ამგვარი ზომების მაგალითები მოყვანილია მომდევნო ნაწილში და ამ დოკუმენტის ბოლოს წარმოდგენილ საკონტროლო სიაში.

## **კავშირი მედიის მიერ ქალების და მამაკაცების წარმოჩენის, გენდერული სტერეოტიპების გავრცელება და ქალთა მიმართ ძალადობას შორის**

მედია უფრო მეტია, ვიდრე საზოგადოების ანარეკლი ან კომუნიკაციის ნეიტრალური გარემო.<sup>9</sup> მედია, მოვლენების გაშუქების მეშვეობით ქმნის თემებს, და ქმედითად ახდენს აზრის, განწყობების, აღქმის და შეხედულებების ფორმირებას. ფაქტობრივად, ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად, მედია ახლა თამაშობს უფრო მეტ როლს ადამიანების სოციალიზაციაში, ვიდრე ოდესმე. მედია წარმოადგენს ადამიანების ყოველდღიური ცხოვრების განუყოფელ და მუდმივ ნაწილს.

მედიას შეუძლია გაამყაროს არსებული მდგომარეობა ქალთა მიმართ ძალადობის შემწყნარებელი გენდერული სტერეოტიპების და განწყობების გამყარებით. მედიაში, მათ შორის, სოციალურ მედიაში, ვხვდებით სექსიზმს, ძალადობის ტრივიალიზაციას ან ქალის ჰიპერსექსუალიზაციას, და რეკლამებს, რამაც შეიძლება კიდევ უფრო შეუწყოს ხელი ქალთა მიმართ ძალადობას. გენდერული სტერეოტიპირება და ქალთა მიმართ ძალადობა მჭიდროდ არის ურთიერთდაკავშირებული. ისეთი შეხედულებები, როგორცაა ქალთა არასრულფასოვნება, მამაკაცების უფლებები/უპირატესობა/პრივილეგიები, ან წინასწარ ჩამოყალიბებული შეხედულებები ქალების ან მამაკაცების სექსუალობასთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანწილად გავლენას ახდენს ქცევაზე და ამართლებს მამაკაცების მიერ ქალების მიმართ ძალადობის, როგორც კონტროლის ფორმის, გამოყენებას. ამასთან, მედიას შეუძლია ითამაშოს მნიშვნელოვანი როლი ქალების და მამაკაცების იმიჯების შექმნასა და გავრცელებაში, რომლებიც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ საზოგადოების მიერ ორივე სქესის და მათი როლების აღქმაზე.

ანალოგიურად, მედიას შეუძლია წვლილი შეიტანოს საზოგადოებაში ცვლილებაში, ქალთა მიმართ ძალადობასთან

---

<sup>9</sup> ევროპის საბჭო (2013) „მედია და ქალების წარმოჩენა“.



დაკავშირებით ნულოვანი ტოლერანტობის ნახალისებით. მედიას შეუძლია ხაზი გაუსვას ქალების და მამაკაცების დაბალანსებულ გამოსახულებებს/იმიჯებს და ხელი შეუწყოს ცნობიერების გაზრდას ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობის შესახებ, აგრეთვე იმ გზების შესახებ, რომლებითაც საზოგადოების სხვადასხვა სექტორებს შეუძლიათ მოახდინონ ამ ძალადობის პრევენცია და დაზარალებულების მხარდაჭერა. მედიის მიერ ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში მონაწილეობის მაგალითები წარმოდგენილია მედიის შესახებ თავში და ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციის შესახებ თავში (გვ. 27).

## როგორ უნდა მოხდეს კერძო სექტორის ჩართვა ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში

ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში კერძო სექტორის მონაწილეობის მხარდასაჭერი ზომების შემუშავებისას, მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის წვლილის სხვადასხვა ფორმების გათვალისწინება: კერძო სექტორი, როგორც დამქირავებელი, თუმცა, თანაბრად მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის როლი განწყობების და აღქმის ფორმირების, აგრეთვე საქონლის და მომსახურების რეკლამირების ან წარმოების კუთხით, ასევე როგორც ფართო საზოგადოების წევრისა. ყველა ზემოთხსენებული კუთხით, შესაძლებელია ქმედებების განხორციელება ქალთა მიმართ ძალადობის ან ქალთა მიმართ ძალადობის გამყარების პრევენციისათვის. ამ ნაწილში აღწერილია, თუ კერძო სექტორს როგორ შეუძლია მოახდინოს გავლენა ქალთა მიმართ ძალადობის პრობლემის აღმოფხვრაზე, და პირიქით, ქალთა მიმართ ძალადობა როგორ აისახება კერძო სექტორზე. განხილულია მთელი რიგი პრაქტიკული ვარიანტები კერძო სექტორის მიერ მდგომარეობის გაუმჯობესებისათვის და მოყვანილია კარგი გამოცდილების მაგალითები.

## კერძო სექტორის მონაწილეობა დამქირავებლის რანგში

ევროპის ქვეყნების უმრავლესობაში, ეროვნული საკანონმდებლო ბაზა ითვალისწინებს დამქირავებლის როლს სამუშაო გარემოში სქესობრივი შევიწროების პრევენციასა და აღმოფხვრასთან დაკავშირებით.<sup>10</sup> ეს მოიცავს კონკრეტული პროცედურების და საკონტაქტო პირების დანიშვნას ადამიანური რესურსების მართვის დეპარტამენტებში, ხშირად პარალელურად ამ მხრივ პროფესიული კავშირები აქტიურობენ. თუმცა, სტამბულის კონვენციის მიხედვით, არსებობს დამატებითი გზები, რომელთა მეშვეობითაც კერძო სექტორს შეუძლია ჩარევა და წვლილის შეტანა ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში, მათ შორის, სამუშაო გარემოს გარეთ ძალადობის მიმართ.

## ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება და ტრენინგების ჩატარება

ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციის ღონისძიებებში მონაწილეობის მიღების მსურველ დამქირავებელ ორგანიზაციას პირველი ნაბიჯის სახით შეუძლია ამ თემის შესახებ თანამშრომლების ცნობიერების ამაღლება. ვინაიდან გენდერული ნიშნით ძალადობა ძირითადად ტაბუირებულ თემად ითვლება, დამქირავებლისათვის შესაძლოა რთული აღმოჩნდეს ძალადობის შესახებ საუბარი და ყოველთვის არ იცოდეს, როგორ უნდა ისაუბროს ამ თემზე. ამდენად, დამქირავებელს შეუძლია საკუთარ თანამშრომლებს მისცეს „ნებართვა“, აგრეთვე ინფორმაცია, რათა მათ სამსახურში იმსჯელონ ძალადობის თემზე. შესაბამისად, თანამშრომლების ინფორმირების ფარგლებში შესაძლებე-

<sup>10</sup> იხ. კომენტარი 5 ევროკავშირის დირექტივის 2006/54/EC 26-ე მუხლის შესახებ, ღია ციტირება გარდა, შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის ანგარიში სამსახურში სქესობრივი შევიწროების შესახებ, რეაგირება ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე, „იურისდიქციების უმრავლესობაში, სქესობრივი შევიწროების შესახებ კანონებით გათვალისწინებული დამქირავებლების ვალდებულებები. ზოგიერთ კანონმდებლობაში განსაზღვრულია შევიწროების ინციდენტებზე რეაგირების ვალდებულება“, იხ. ბიბლიოგრაფია.

ღია მათი მომზადება როგორც სამსახურში, ისე სამსახურის გარეთ გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ მსჯელობის თემაზე. ტრენინგის საკითხებში შეიძლება შედიოდეს ისეთი თემები, როგორცაა პრობლემის გამომხატველი ნიშნების ცნობა, აგრეთვე დისკუსიები რეკომენდებული ან არასასურველი ქმედებების შესახებ, როდესაც არსებობს საფუძველი ვივარაუდოთ, რომ კოლეგას სახლში ან სამსახურში ძალადობის პრობლემა აქვს. ორგანიზაციაში მაღალი დონის პირების დანიშვნა, რომლებიც ხაზს გაუსვამენ პრევენციის მნიშვნელობას, კიდევ ერთი დადასტურება იქნება, რომ ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლა მნიშვნელოვანი საკითხია ყველასათვის.

გაერთიანებულ სამეფოში, KPMG-მ განახორციელა ზომები ოჯახში ძალადობის თემაზე თანამშრომლების ცნობიერების ამაღლებისათვის. ეს მიზნად ისახავდა სამუშაო გარემოს ჩამოყალიბებას, რომელშიც შეურაცხყოფას/ძალადობას დაქვემდებარებულ თანამშრომლებს შეეძლებოდათ ამ თემაზე ღიად საუბარი. კომპანიის ოფიციალური პოზიციის საჯაროდ გაცხადების მიზნით, მხარდაჭერასთან დაკავშირებული შინაგანანგესი გამოქვეყნდა კომპანიის შიდა ქსელზე. ინტრანეტი აგრეთვე შეიცავს ინფორმაციას ხელმისაწვდომი მხარდაჭერის, აგრეთვე მხარდაჭერის შესაბამისი პროცედურების შესახებ. ამას გარდა, საშუალო რგოლის მენეჯერებს უტარდებათ ტრენინგები, მათი თავდაჯერებულობის გაზრდის მიზნით, ძალადობის ჩამდენ პირებთან, აგრეთვე ოჯახში ძალადობის შედეგად დაზარალებულ პირებთან ურთიერთობისათვის. აგრეთვე ხდება ბიზნესის მწარმოებლობასა და ოჯახში ძალადობას შორის კავშირის ხაზგასმა, და დასაბუთება, რომ მხარდაჭერა და პრევენცია დადებითად აისახება ორგანიზაციის საქმიანობის შედეგებზე.

გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ განათლების შედეგად თანამშრომლები გაიგებენ, თუ რატომ არის მნიშვნელოვანი კომპანიაში ძალადობის პრევენცია და დაზარალებულის/მსხვერპლის მხარდაჭერა. მას შემდეგ, რაც თანამშრომლები უკეთ გაეცნობიან საკითხს, მათ დიდი სურვილი გაუჩნდებათ, დაეხმარონ და წვლილი შეიტანონ კომპანიის შინაგანანგე-

სის შესრულებაში. კომპანიის შიგნით ძალადობის რისკის წინაშე მყოფი თანამშრომლების მხარდაჭერის სისტემებმა შეიძლება ეფექტი გამოიღოს, თუმცა აუცილებელი არ არის, ეს იყოს ძვირადღირებული ღონისძიება -- ისინი შეიძლება განხორციელდეს ორგანიზაციაში არსებული რესურსის გამოყენებით. მნიშვნელოვანია, ამ კუთხით თანამშრომლებსა და ორგანიზაციას შორის შეიქმნას სათანადო გარემო. ამ ამოცანაში შესაძლებელია სანდო მენეჯერების და კოლეგების მონაწილეობა, ვინაიდან ძალადობის პრობლემის წინაშე მყოფი თანამშრომელი, სავარაუდოდ, საკუთარ პრობლემას გაუმხელს ადამიანს, ვისაც იცნობს, და არა უცხო პირს ან სამართალდამცველს. ამდენად, ტრენინგი შეიძლება აგრეთვე მოიცავდეს თანამშრომლების მომზადებას საკუთარ ორგანიზაციაში ძალადობის მსხვერპლთათვის „ფსიქოლოგიური პირველადი დახმარების განევაში“.

ამას გარდა, დამქირავებელს შეუძლია შეამციროს სამსახურში ოჯახში ძალადობის შედეგად გამოწვეული მატერიალური და ბიზნესის ხარჯები, თუ აქტიურად იმოქმედებს პრევენციის კუთხით. ქალთა მიმართ ძალადობა უნდა განიხილებოდეს სამუშაო გარემოს უსაფრთხოების ფარგლებში. ორგანიზაციას შეუძლია აცნობოს თანამშრომლებს არსებული სატელეფონო დახმარების ცენტრების და მომსახურების შესახებ. მაგალითად, ესპანურმა კომპანიამ HC Energía-მ აღნიშნული მიზნით კომპანიის ინტრანეტში განათავსა ინფორმაცია სქესობრივი შევიწროების და აკვიატებული დევნის/გადაკიდების შესახებ, აგრეთვე ასეთი შემთხვევების შესახებ შეტყობინების სხვადასხვა გზების შესახებ, ესპანეთის 3/2007 აქტის მოთხოვნების შესაბამისად (ევროკომისია (2012 წ), გვ. 258-259). კომპანიის შიდა ქსელში განთავსებულია ასევე ინფორმაცია გენდერული ძალადობის მსხვერპლთა/დაზარალებულთათვის არსებული კონსულტაციების და სპეციალისტის დახმარების შესაძლებლობის შესახებ.

ოჯახში ძალადობის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება:  
Milbank, Tweed, Hadley & McCloy LLP and Wragge & Co.  
LLP (გაერთიანებული სამეფო/საერთაშორისო)

გატარებული ღონისძიებები: ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ კომპანიების ალიანსში შესვლის შემდგომ ეს ორი საერთაშორისო იურიდიული კომპანია ჩაერთო მთელ რიგ ინიციატივებში, რომლებიც მიზნად ისახავდა სამუშაო გარემოში ოჯახში ძალადობის მიმართ ზომების გატარებას. ორგანიზაციებში ოჯახში ძალადობის შესახებ ცნობიერების გაზრდის მიზნით საპირფარეშოებში გაიკრა პოსტერები. ამით, თანამშრომლები ინფორმაციას ეცნობიან უსაფრთხო, პრივატულ გარემოში, რაც ძალადობის პოტენციურ მსხვერპლებს აძლევს შესაძლებლობას, გაიგონ, რომ ის, რაც მათ აწუხებთ, მიუღებელია და რომ არსებობს დახმარების მიღების შესაძლებლობა. პოსტერებზე განთავსებულია მოსახევი ნაწილი, სადაც მითითებულია 24-საათიანი დახმარების ტელეფონის ნომერი, და დაინტერესებულ პირს ამ ინფორმაციის აღება შეუძლია ისე, რომ სხვამ ვერ გაიგოს. კომპანიების ინტრანეტის საიტები შეიცავს ბმულებს ვებგვერდებზე, სადაც მსურველს შეუძლია გაეცნოს მსხვერპლების/დაზარალებულებისათვის განკუთვნილ პრაქტიკული დახმარების და მხარდაჭერის დამატებით რესურსს. ინტრანეტში განთავსებულია აგრეთვე რჩევა, თუ როგორ უნდა მოიქცეს თანამშრომელი, თუ მიაჩნია, რომ ან თავად ან სხვა პირი შეიძლება იყოს ძალადობის ჩამდენი. ადამიანური რესურსების მართვის გუნდებს და კომპანიების მენეჯერებს უტარდებათ მომზადება იმ საკითხებზე, თუ როგორ უნდა შენიშნონ, რომ ადამიანი შეიძლება იყოს ოჯახში ძალადობის მსხვერპლი, რა უნდა განახორციელონ და რა არა. მისაღების მუშაკებს/ოპერატორებს და დაცვის სამსახურის თანამშრომლებსაც უტარდებათ მომზადება ძალადობის ჩამდენ პირებთან ურთიერთობის საკითხებში. თანამშრომლის მხარდაჭერა შეიძლება მოიცავდეს შემდეგს: მანქანამდე, ტაქსიმდე მიაცილონ, ავტობუსამდე ან მატარებლამდე მიცილება, თუ ისინი ექვემდებარებიან აკვიატებულ დევნას/გადაკიდებას.

შედეგები: სამუშაო გარემოში ოჯახში ძალადობის თემაზე ცნობიერების გაზრდის შედეგად გაზრდილია ადამიანების მზაობა პრობლემის განსახილველად. ვინაიდან მენეჯერებმა გაიარეს ტრენინგი ამ თემაზე მუშაობის საკითხებში, კომპანიაში გაიზარდა გენდერული ნიშნით ძალადობის შემთხვევების ყველა ფორმის შესახებ შეტყობინებების რაოდენობა. განსაკუთრებით ეფექტური აღმოჩნდა საპირფარეშოებში გამოკრული პოსტერები. ინტრანეტში, ოჯახში ძალადობის გვერდს თვეში 20-25 თანამშრომელი სტუმრობს, რომლებიც გვერდზე საშუალოზე მეტ დროს ყოვნდებიან, ეს ნიშნავს, რომ ისინი ეცნობიან ინფორმაციას. ოჯახში ძალადობის რამდენიმე შემთხვევის შესახებ თანამშრომლებმა ადამიანური რესურსების მართვის დეპარტამენტს შეატყობინეს.

მიღებული გამოცდილება: განათლება და ინფორმაცია მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტებია რათა თანამშრომლებმა გააცნობიერონ, თუ სინამდვილეში რაოდენ გავრცელებულია ოჯახში ძალადობის პრობლემა საზოგადოებაში, და ორგანიზაციის შიგნითაც კი. თანამშრომლების ცნობიერების გაზრდისათვის გამოსადეგია ხელისუფლების მიერ ჩატარებული კვლევები და მონაცემები. მნიშვნელოვანია გაიზარდოს იმის გაცნობიერება, რომ ოჯახში ძალადობა ფართოდ გავრცელებული, თუმცა დაფარული პრობლემაა.

ამ მიდგომის მეშვეობით ძალადობის პრევენცია: ოჯახში ძალადობის შესახებ ცნობიერების ამაღლების და მისი დაძლევისათვის ქმედითი ზომების გატარებით კომპანიაში ხდება ამ პრობლემის შესახებ ცნობადობის გაზრდა. გაზრდილი ცნობადობის შედეგად ყალიბდება უსაფრთხოებისა და ნდობის გარემო, რომელშიც თანამშრომლებს თავისუფლად შეუძლიათ სამუშაო გარემოში ისაუბრონ საკუთარ მდგომარეობაზე, ან სხვების სიტუაციაზე. ისინი იგებენ საკუთარი უფლებების შესახებ, ასევე აცნობიერებენ ოჯახში ძალადობის სტრუქტურულ ხასიათს და რომ ეს არის უფრო ფართო და სოციალური პრობლემა. მათ შეუძლიათ აგრეთვე იხილონ ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ ვის/სად უნდა მიმართონ დახმარების და მხარდაჭერის მისაღებად; ეს ეხება როგორც დაზარალებულებს, ისე ოჯახში ძალადობის ჩამდენ პირებს.

ძალადობის პრევენცია და ორგანიზაციის შიგნით დაზარალებულთა მხარდაჭერა შეიძლება ასევე ჩაერთოს თანამშრომლების შეღავათების სქემაში. შესაძლებელია თანამშრომლების ჯანმრთელობისა და კეთილდღეობის შეფასება ონლაინ გამოკითხვებისა და სამედიცინო შემონმებების გზით. გენდერული ნიშნით ძალადობის მსხვერპლთათვის შესაძლებელია ფსიქოლოგიური, სამედიცინო, იურიდიული და ეკონომიური მხარდაჭერის უზრუნველყოფა, როგორც Red Eléctrica de España-ს შემთხვევაში. ეს ესპანური კომპანია ფარავს დანახარჯებს, რომლებიც განეულია გენდერული ნიშნით ძალადობის გამო, რომელიც განიცადეს თავიანთმა თანამშრომლებმა, თვეში 600 ევრომდე, ექვს თვემდე პერიოდის მანძილზე. უნდა აღინიშნოს, რომ შიდა მხარდაჭერის პროგრამის ფარგლებში დახმარება, ორგანიზაციის სურვილის შემთხვევაში, შეიძლება მოიცავდეს არა მხოლოდ ძალადობის/შეურაცხყოფის მსხვერპლებზე/დაზარალებულებზე, არამედ აგრეთვე ძალადობის ჩამდენებზე, რომლებიც ორგანიზაციაში ასევე შეიძლება მუშაობდნენ.

## **სტიმულის ზომები და პარტნიორობები ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლაში კერძო სექტორის ჩასართავად**

არსებული ინიციატივების და კარგი პრაქტიკის მიუხედავად, კერძო სექტორის როლი ქალთა მიმართ და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ზომების გატარების მხრივ, სუსტია. ვინაიდან ფინანსური მხარდაჭერა ყოველთვის არ არის ხელმისაწვდომი, აუცილებელია მთავრობის პოლიტიკური მხარდაჭერა და ხელმძღვანელობა, აგრეთვე სტიმულირება, კერძო სექტორის წახალისებისათვის ძალადობის პრევენციაში მონაწილეობის მიღებისკენ, როგორც ამას სტამბულის კონვენცია ითვალისწინებს.

იმ წინააღმდეგობის შედეგად, რომელიც შექმნილია კომპანიების შეხედულებების გამო, რომ ძალადობა მათ ორგანიზაციებში არ ხდება, კერძო სექტორის მონაწილეებს სჭირდებათ დახმარება, რათა მათ გააცნობიერონ, თუ რატომ

უნდა ჩაერთონ გენდერული ნიშნით ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლაში, აგრეთვე, თუ როგორ უნდა მოახდინონ ამ საკითხის კოორდინირება და ჩართონ ეს თემა შინაგანანესში. ამდენად, კერძო სექტორისათვის მიზანმიმართული ინფორმაციის და მონაცემების მიწოდება შემდეგი თემების შესახებ: ქალთა მიმართ ძალადობის სიხშირე და ხარჯები; უარყოფითი გავლენა, რომელსაც სამუშაო გარემოში გენდერული ნიშნით ძალადობა ახდენს ადამიანებზე; ზემოაღნიშნული ძალადობის უარყოფითი გავლენა ბიზნესზე, მწარმოებლობასა და ეკონომიკურ ზრდაზე; მთავრობის სტრატეგიები აღნიშნული ძალადობის პრევენციისათვის, აგრეთვე სტიმულირების ზომები (მათი არსებობის შემთხვევაში); მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტებია მთავრობის მიერ კერძო სექტორის ჩასართავად ძალადობის პრევენციაში. კერძო კომპანიებს შესაძლოა ყოველთვის არ ჰქონდეთ წვდომა საუკეთესო პრაქტიკის შესახებ ინფორმაციაზე, თუმცა ეფექტურად მოახერხონ ძალადობის პრევენციის პოლიტიკის გატარება.

სტიმულის ზომების შემოსაღებად და კერძო სექტორში ძალადობის პრევენციის ნახალისებისათვის სახელმწიფოს და სხვა ორგანიზაციებს შეუძლიათ აგრეთვე საგადასახადო შეღავათების შეთავაზება, ჯილდოს სქემების შექმნა ან გენდერული თანასწორუფლებიანობის ეტიკეტების დანერგვა. ასეთი პოლიტიკა ხორციელდება რამდენიმე ქვეყანაში, თუმცა ისინი ძირითადად მიმართულია საზოგადოდ გენდერული თანასწორუფლებიანობის მიმართ, და არა კონკრეტულად ძალადობის წინააღმდეგ.<sup>11</sup> გლობალურ დონეზე, ქალთა გაძლიერების პრინციპები -- ბიზნეს სექტორი და თანასწორუფლებიანობა (გლობალური)<sup>12</sup>, გაეროს ქალთა ორგანიზაციის და გაეროს გლობალური კომპაქტის ერთ-

---

<sup>11</sup> ბელგიაში, ჯილდო Wo.Men@Work Award გადაეცემა კომპანიის დირექტორს, რომელიც ყველაზე მეტ მუშაობას გასწევს საკუთარ კომპანიაში გენდერული თანასწორუფლებიანობის მისაღწევად, [www.womenatworkaward.be/concept](http://www.womenatworkaward.be/concept). საქართველოში, გაეროს განვითარების პროგრამამ (UNDP) შემოიღო ჯილდო გენდერული თანასწორუფლებიანობისათვის, რომელიც გადაეცემა კერძო სექტორში გენდერული თანასწორუფლებიანობის მხრივ განსაკუთრებული მიღწევების მქონე კომპანიებს [www.ge.undp.org/content/georgia/en/home/presscenter/pressreleases/2015/07/06/gender-equality-in-business-and-politics.html](http://www.ge.undp.org/content/georgia/en/home/presscenter/pressreleases/2015/07/06/gender-equality-in-business-and-politics.html).

<sup>12</sup> ვრცლად იხ. [www.wepinciples.org](http://www.wepinciples.org).



ბლივი ინიციატივა, მიმართულია კერძო სექტორის გააქტიურებისაკენ და აჯილდოვებს კომპანიებს ქალთა უფლებების მიმართულებით განეული მუშაობისათვის. პრინციპებში ჩართულია შვიდი ნაბიჯი, რომლებიც კომპანიებმა უნდა განახორციელონ კომპანიებში, ბაზარზე და საზოგადოებაში ქალთა გაძლიერებისათვის. მესამე პრინციპი ეხება „ყველა ქალი და მამაკაცი მუშაკის ჯანმრთელობის, უსაფრთხოების და კეთილდღეობის უზრუნველყოფას“. მართალია, ამ პრინციპში კონკრეტულად არ არის საუბარი ქალთა მიმართ ძალადობის აღმოფხვრაზე, იგი ითვალისწინებს პირველ ნაბიჯს სამუშაო გარემოში ძალადობის შესახებ ცნობიერების გაზრდისათვის და რათა ყველა ქვეყნისა და დარგის კომპანიებმა გამოიჩინონ ინიციატივა და მზადყოფნა, ხელი შეუწყონ ქალთა და მამაკაცთა თანასწორუფლებიანობის გაძლიერებას.

გარდა ამისა, შეიძლება განხორციელდეს სახელმწიფო შესყიდვებთან დაკავშირებული სტიმულირების ზომების გამოყენება: მაგალითად, საფრანგეთში, კომპანიები, რომლებიც არ ასრულებენ ქალთა და მამაკაცების თანასწორუფლებიანობის შესახებ 2014 წლის კანონის მოთხოვნებს, შეიძლება არ მიეცეთ სახელმწიფო შესყიდვებში მონაწილეობის უფლება.<sup>13</sup> ამას გარდა, მრგვალი მაგიდის შეხვედრების ორგანიზებისა და ასოციაციების/ქსელის შექმნის გზით, ხელისუფლების მხრიდან მხარდაჭერით შეიძლება საჯარო სექტორს, კერძო სექტორსა და არასამთავრობო ორგანიზაციებს შორის კავშირის დამყარება, რამაც, საუკეთესო შემთხვევაში, შეიძლება შედეგად გამოიღოს სახელმწიფო და კერძო სექტორის პარტნიორობის ჩამოყალიბება. არასამთავრობო ორგანიზაციებს, განსაკუთრებით უშუალოდ ქალთა მიმართ ძალადობის თემაზე მომუშავე ორგანიზაციებს, გააჩნიათ ის ცოდნა და კვალიფიკაცია, რომელიც შეიძლება გამოსადეგი იყოს კერძო სექტორის ცნობიერების გაზ-

<sup>13</sup> Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes (France), ხელმისაწვდომია: [www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes](http://www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes).

რდისათვის და ადგილობრივი პარტნიორობების შესაქმნელად. მაგალითად, არასამთავრობო ორგანიზაციებს შეუძლიათ თანამშრომლონ კომპანიებთან, რათა გაზარდონ თანამშრომლების ცნობიერება განსაკუთრებული თარიღების/ღონისძიებების შესახებ, როგორცაა ქალთა მიმართ ძალადობის აღმოფხვრის დღე.

კოლეგების მიერ მხარდაჭერის სქემების შექმნა ძალადობის პრევენციის მიზნით, მიზანმიმართული სერვისების მეშვეობით და გამოცდილების გაზიარებით: კომპანიების ალიანსი ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ (გაერთიანებული სამეფო)

განხორციელებული ზომები: ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ კომპანიების ალიანსი (CAADV) -- ესაა კომპანიების ქსელი, რომლებსაც სურთ იმ თანამშრომლების საჭიროებებზე რეაგირება, რომლებიც ოჯახში ძალადობას განიცდიან, ჩადიან ასეთ ძალადობას და შემსწრენი არიან. ალიანსი წევრებს სთავაზობს ტრენინგის პროგრამებს, მომსახურებას და მხარდაჭერას, აგრეთვე ინსტრუმენტებს თავიანთ ორგანიზაციებში ოჯახში ძალადობასთან წინააღმდეგ ბრძოლის წესების დასაწერად.

შედეგები: CAADV დახმარებას უწევს წევრ და არაწევრ კომპანიებს, რათა მათ რეაგირება მოახდინონ ოჯახში ძალადობის შემთხვევების შესახებ თანამშრომლების მიერ გაცხადებულ შემთხვევებზე. მაგალითად, 2013 წელს დაფიქსირდა თანამშრომლის ინიციატივით გამჟღავნების და შედეგად განეული დახმარების 18 შემთხვევა. ალიანსის წევრების და დამსაქმებლების რაოდენობა 50-ს, და მისი საქმიანობის არეალი მოიცავს 5 მილიონზე მეტ თანამშრომელს კერძო, საჯარო და არასამთავრობო სექტორებში. ალიანსმა აკრედიტებული ტრენინგები ჩაუტარა 10 000-ზე მეტ თანამშრომელს. ტრენინგების ფარგლებში მოხდა მონაწილეთა მომზადება ძალადობაზე მიმანიშნებელი ფაქტორების ამოცნობისა და რეაგირების საკითხებში.

<sup>14</sup> [www.caady.org.uk/](http://www.caady.org.uk/).

მიღებული გამოცდილება: CAADV-ის მაგალითი წარმოაჩენს, თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია მიზანმიმართული სერვისების შეთავაზება და დამქირავებლების ასოციაციების შექმნა და მოკავშირეთა მოძიება, ძალადობის პრევენციის კუთხით გამოცდილების და კარგი პრაქტიკის გაზიარება.

როგორ მოქმედებს მიდგომა ძალადობის პრევენციის კუთხით: CAADV წევრ ორგანიზაციებს სთავაზობს პრაქტიკულ პროცედურებს, საუკეთესო პრაქტიკის პოლიტიკის შემუშავებასა და განხორციელებას, კვლევასა და ცოდნას ამ თემაზე. CAADV-ის პრინციპია კომპანიების მიერ ერთმანეთის მხარდაჭერა ქალთა მიმართ და ოჯახში ძალადობის პროცესში წვლილის შეტანის მიზნით.

აღსანიშნავია აგრეთვე პროფესიული კავშირების მნიშვნელობა ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციის დღის წესრიგში ჩასართავად. პროფესიული კავშირი შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი პარტნიორი, აგრეთვე პლატფორმა გენდერული ნიშნით ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის გმებთან დაკავშირებით კერძო სექტორის პოზიციიდან იდეების და ხედვების ურთიერთგაცვლისათვის.<sup>15</sup>

გენდერული ნიშნით ძალადობის განხილვა, როგორც ადამიანის უფლებების დარღვევისა, უნდა იყოს იმპერატიული ყველა გადანყვეტილებების მიმღებისათვის, როგორც საჯარო, ისე კერძო სექტორებში. კერძო სექტორს, რომელსაც მოქნილად მოქმედების უფრო მეტი რესურსი აქვს, შეუძლია მნიშვნელოვანი როლის შესრულება გენდერული ნიშნით ძალადობასთან დაკავშირებულ პრობლემებთან საბრძოლველად. ეროვნული და საერთაშორისო ჩარჩოების სათანადოდ გათვალისწინებით, კერძო სექტორს შეუძლია შექმნას და განახორციელოს საკუთარი პოლიტიკა და ზომები ძალადობის წინააღმდეგ, დაჩქარებული ტემპით. ასეთ დროს, მნიშვნელოვანია სწორი ბალანსის დაცვა ბიზნესის ინტერესებსა და გენდერული ნიშნით ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისათვის დანერგილი ზომების ეფექტიანობას შორის. ეს ამკა-

<sup>15</sup> იხ., მაგ., ვვროპის პროფესიული კავშირების კონფედერაციის 2014 წლის მარტის ანგარიში ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციისათვის, პროფესიულ გაერთიანებებზე აქცენტი: [www.etuc.org/sites/](http://www.etuc.org/sites/)

რაა ტერმინოლოგიის და დისკურსის გამოყენებიდან. კერძო სექტორში, გენდერული ნიშნით ძალადობის დისკურსში, მოსალოდნელია ისეთი ტერმინების გამოყენება, როგორცაა „შედეგი“ და „მწარმოებლობა“, ხოლო საჯარო სექტორში ქალთა მიმართ ძალადობასთან დაკავშირებულ დისკურსში აქცენტი უფრო მეტად გაკეთდება ადამიანის უფლებების დარღვევის პერსპექტივიდან.

გენდერული ნიშნით ძალადობის დასრულება არის საბოლოო მიზანი, და ამ მიზნით, სახელმწიფოებმა უნდა მოუწოდონ კერძო კომპანიებს, რათა მათ შეუთანხმონ საკუთარი ზომები სახელმწიფო პოლიტიკას და მიიღონ მონაწილეობა ძალადობის პრევენციაში, ინფორმაციის მიწოდებით იმის თაობაზე, თუ როგორ შეიძლება თანამშრომლების კეთილდღეობის დაკავშირება ეკონომიკურ უპირატესობებთან და კომპანიის უკეთეს შედეგებთან, მაგალითად, სამუშაოს გაცდენის შემცირებისა და მწარმოებლობის გაზრდის გზით. შესაბამისად, თანდათანობით, გენდერული ნიშნით ძალადობის პრევენციისა და მსხვერპლთა მხარდაჭერის პროცესში კერძო სექტორის ჩართვისათვის საჭირო იქნება საერთო ინტერესის ჩამოყალიბება, რომელიც დააკავშირებს საჯარო, კერძო და მესამე სექტორის ხედვებს, რესურსს და ტერმინოლოგიას, და იმავდროულად უნდა განხორციელდეს ქალთა მიმართ ძალადობაზე რეაგირებასთან დაკავშირებული სტანდარტები.

## **კერძო სექტორის როლი ქალების მიმართ დამოკიდებულების ფორმირებაში, საკუთარი პროდუქციისა და მომსახურების მეშვეობით**

როდესაც საუბარია ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციაზე, კერძო სექტორიც თამაშობს მნიშვნელოვან როლს განწყობების ჩამოყალიბებაში. გენდერული ნიშნით ძალადობის მიმართ განწყობების შესაცვლელად საჭიროა მხარდაჭერა კერძო სექტორიდან, ვინაიდან კერძო სექტორმა შეიძლება მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს ტრადიციებსა და ჩვეულებებზე და სოციალურ ნორმებზე. მე-

ორეს მხრივ, კომპანიებს შეუძლიათ წვლილი შეიტანონ ქალთა მიმართ ძალადობის ტრივიალიზაციაში, თუ მათი მარკეტინგი და საქონლით საცალო ვაჭრობას დაუკავშირებენ ძალადობას. და პირიქით, თუ კომპანიები მოერიდებიან გენდერული ფაქტორის უგულვებელყოფას და სტერეოტიპირებას ან/და აქტიურად გააჟღერებენ გენდერული თვალსაზრისით საფრთხილო გზავნილებს, კომპანიებს შეუძლიათ ხელი შეუწყონ თანასწორუფლებიანობას და ძალადობის დაუშვებლობას საქონელსა და მომსახურებასთან დაკავშირებული ნებსების ფარგლებში და თავიანთი კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში. მაგალითად, შესაძლებელია მომხმარებელთა მომსახურების სფეროში მომუშავე კადრების მომზადება და ინფორმირება, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ, თუ ნახავენ, რომ მომხმარებელი ექვემდებარება გენდერული ნიშნით ძალადობას. ამგვარად, თანამშრომლებსაც შეუძლიათ მომხმარებლისათვის ინფორმაციის მიწოდება და მათი მიმართვა სპეციალისტებთან, აღნიშნული საკითხის ექსპერტის დონეზე შესწავლის გარეშე.

არსებობს რისკი, რომ კერძო სექტორსა და ბაზარზე ქალთა მიმართ ძალადობა იქცევა ნორმად, როდესაც ფიზიკური და სქესობრივი ძალადობის ამსახველი გამოსახულებები გამოიყენება პროდუქციისა და მომსახურების გასაღებისა და რეკლამირებისათვის. ქალის საგნად და მსხვერპლად წარმოჩენა ახდენს ზეგავლენას ადამიანებზე, მამაკაცების და ქალების თვალში ძალადობის, სექსუალობისა და გენდერული როლების აღქმის მხრივ. კვლევის შედეგების მიხედვით, მამაკაცები უფრო პასიურები ხდებიან და ქალთა მიმართ ძალადობის მიმართ უფრო მიმღებლები არიან სქესობრივი ძალადობის შემცველი მასალის/რეკლამის გაცნობის შემდეგ (კაპელა ლ.ლ და სხვ. 2010). როდესაც გენდერული ნიშნით ძალადობა დაკავშირებულია საქონლის ან მომსახურების გასაღებასთან, ამ დროს მხოლოდ გასაყიდი საქონელი ან მომსახურება კი არ იყიდება, არამედ მათთან ერთად -- ძალადობის მიმართ შემწყნარებელი განწყობაც. როდესაც ქალთა მიმართ ძალადობის ამსახველი გამოსახულება წა-

რომჩენილია როგორც რაღაც ნორმა, რომელიც არ ისჯება, რომელიც კანონით დაშვებული, ან თუნდაც, სასურველია, ქმნის რისკს, რომ ქალთა მიმართ აგრესიული ქცევა კიდევ უფრო ფართო ხასიათს მიიღებს და მისაღები გახდება საზოგადოების მიერ.

არსებობს გადაუდებელი საჭიროება, რომ მოხდეს საქონლის და მომსახურების მარკეტინგი გენდერული სტერეოტიპების ან ფიზიკურ ან სქესობრივ ძალადობაზე მინიშნების გარეშე. დღესდღეობით, მთელი რიგი პროდუქციის და მომსახურების, დაწყებული ტანსაცმლით და მანქანებით, სასტუმროებითა და რესტორნებით დამთავრებული, გასაღებისას გამოიყენება ქალთა მიმართ ფიზიკური ან სქესობრივი ძალადობის ამსახველი გამოსახულებები. ასეთი რეკლამები და მარკეტინგის სტრატეგიები აკნინებენ ქალის იმიჯს, ძალადობისათვის ეროტიკული ელფერის მინიჭებით, ხშირად ამას წარმოგვიდგენენ როგორც რაღაც სექსუალურს, გლამურულს და ულტრათანამედროვეს. 2007 წელს, დიდი აღშფოთება გამოიწვია და შეწყვიტეს ტანსაცმლის მწარმოებელი კომპანიის, Dolce & Gabbana-ს რეკლამა. რეკლამაში ფიგურირებდა წელსზემოთ შიშველი მამაკაცი, ქალი, რომელიც იწვა, და მამაკაცს იგი ეკავა, რომ არ წამოწეულიყო. საკუთარი საქონლისა და მომსახურების მარკეტინგში ქალთა მიმართ ძალადობაზე მინიშნების გამო არაერთი სხვა ბრენდის წინააღმდეგაც გაჟღერებულა ბრალდება.

ამას გარდა, უნდა აღინიშნოს, რომ თავად საქონელმა და პროდუქციამ შეიძლება შეუწყოს ხელი ქალთა მიმართ ძალადობის და გენდერული როლების შესახებ დამახინჯებული სურათის ჩამოყალიბებას, ან იყოს გამოყენებული ძალადობის განსახორციელებლად. ამისი კონკრეტული მაგალითები შეგვიძლია ვიხილოთ საინფორმაციო და კომპიუტერული ტექნოლოგიების დარგში. მობილური ტელეფონის GPS ფუნქცია შესანიშნავი ინსტრუმენტია პირებისათვის, რომელიც აკვირებულად დასდევს/გადაკიდებულია რომელიმე პიროვნებაზე; იგივე შეიძლება ითქვას სმარტფონების აპლიკაცი-

ებზე, რომლებიც იძლევა მობილური ტელეფონის ნომრით ადამიანის ადგილმდებარეობის კონტროლის შესაძლებლობას. ანალოგიურად, ვიდეოთამაშები, როგორცაა RapeLay, სადაც მამაკაცი პერსონაჟები დევნიან ქალებს და აუპატიურებენ მათ, მამაკაცურობას უკავშირებენ მამაკაცის უპირატესობასთან და ქალებზე ძალმომრეობასთან<sup>16</sup>. განზრახ თუ განუზრახველად, ამ სახის პროდუქციის დიზაინი ახდენს გავლენას იმაზე, თუ როგორ აღიქვამს საზოგადოება ქალთა მიმართ ძალადობას. კვლევის მიხედვით, მამაკაცი, რომელმაც ითამაშა ვიდეო თამაშები ქალთა სექსუალიზებული პერსონაჟების მონაწილეობით, ნაკლებ ემპათიას გრძნობს სქესობრივი შევიწროების მსხვერპლთა მიმართ და უფრო დიდი ალბათობით, ამაში დაბარალეულებს დაადანაშაულებს (დილქი., და სხვ. 2008). ამასთან დაკავშირებით, ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ სტამბულის კონვენციის მე-17 მუხლი აგრეთვე განსაზღვრავს სახელმწიფოების ვალდებულებას, რათა მათ განავითარონ და წაახალისონ, კერძო სექტორთან თანამშრომლობით, უნარ-ჩვევები ბავშვებში, მშობლებსა და განათლების სფეროს წარმომადგენლებში, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ სქესობრივი ან ძალადობრივი ხასიათის დამამცირებელი მასალის შემთხვევაში საინფორმაციო და კომუნიკაციის სივრცეში.

თუმცა, კომპანიებს ასევე შეუძლიათ საკუთარი საქონლის და მომსახურების გამოყენება ძალადობის პრევენციისათვის. ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენცია და მსხვერპლთა მხარდაჭერაში წვლილის შეტანა შეიძლება კომპანიის ბრენდიც კი გახდეს. ზოგიერთ შემთხვევაში, თავად პროდუქტი, მისი დიზაინის მეშვეობით, ემსახურება ძალადობის პრევენციის მიზანს, როგორც Vodafone TecSOS-ს შემთხვევაში<sup>17</sup>. ეს მობილური ტელეფონი Vodafone Foundation-მა შექმნა ესპანეთის წითელი ჯვრის ასოციაციასთან თანამშრომლობით და მიზნად ისახავს ოჯახში ძალადობის მსხვერპლთა და-

<sup>16</sup> ვრცლად ვიდეოთამაშებში ქალი პერსონაჟების წარმოჩენის შესახებ იხ.: [www.youtube.com/watch?v=QC6oxBLXtkU&feature=youtu.be](http://www.youtube.com/watch?v=QC6oxBLXtkU&feature=youtu.be).

<sup>17</sup> Vodafone TecSOS-ს მთავარი გვერდი: [www.vodafone.com/content/index/about/foundation/mobiles\\_for\\_good/tecsos.html](http://www.vodafone.com/content/index/about/foundation/mobiles_for_good/tecsos.html).

ცვას. ტელეფონს აქვს ღილაკი, რომელზე დაჭერითაც აქტიურდება საგანგებო სიტუაციების სამსახურთან პირდაპირი კონტაქტი, გადაეცემა პირის ადგილმდებარეობის და იწყება მის სიახლოვეს მიმდინარე პროცესების ჩანერა. მობილური ტელეფონის ეს ფუნქცია გამოიყენა 30000-ზე მეტმა ქალმა ესპანეთში, იტალიაში, პორტუგალიაში, უნგრეთში, ირლანდიასა და გაერთიანებულ სამეფოში.

თუ გავითვალისწინებთ გავლენას, რომელიც კერძო სექტორს გააჩნია ქალთა მიმართ ძალადობასთან დაკავშირებული განწყობების ჩამოყალიბებაში, საჭიროა სახელმწიფოებმა ხელი შეუწყონ კერძო სექტორში მომუშავე პირების ჩართვას გენდერული ფაქტორების უგულებელყოფისა და სტერეოტიპირების დაძლევაში. მთავრობებმა უნდა მიიღონ ზომები, რათა წაახალისონ კერძო სექტორი, მოერიდონ სექსისტური, ძალადობრივი და საზიანო მასალის გამოყენებას საქონლისა და მომსახურების დიზაინში, აგრეთვე მარკეტინგში. მთელ რიგ წევრ სახელმწიფოებს უკვე მიღებული აქვთ მარეგულირებელი ბაზა რეკლამის შინაარსთან დაკავშირებით და შექმნილი აქვთ დამოუკიდებელი ორგანოები, რომლებიც პასუხისმგებელნი არიან რეკლამის შეფასებაზე ეთიკის კუთხით, მათ შორის, ადამიანის უფლებებსა და გენდერულ თანასწორუფლებიანობასთან დაკავშირებული საკითხები, და სადაც ასევე ხდება მოსახლეობის საჩივრების/პრეტენზიების წარდგენა<sup>18</sup>.

შესაძლებელია აგრეთვე სტიმულირების ზომების შემოღება, რათა წაახალისდეს კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში გენდერული საკითხების ან/და ქალთა ღირსების საკითხების გათვალისწინება. ეს შეიძლება განხორციელდეს ინდივიდუალური კომპანიების დონეზე, ან ბიზნეს სექტორის დარწმუნებით, ჩაერთონ გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და ქალთა ღირსების თემაზე ეთიკის სტანდარტების შემუშავებაში<sup>19</sup>.

შესაძლებელია განხორციელდეს ზემოაღნიშნული ზომების

<sup>18</sup> მაგალითები იხ. თავში, რომელიც იწყება 36-ე გვერდზე.

<sup>19</sup> გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და მედიის შესახებ ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაციის CM/Rec(2013)1 განხორციელების შესახებ სახელმძღვანელო (25-27 გვერდები).



მონიტორინგი, შეფასება და აღიარება სექტორის, თანასწორუფლებიანობის ნიშნის ან ძალადობის დაუშვებლობის გამო პრიზების მეშვეობით. პოლიტიკური ხელმძღვანელობის შეთავაზებით, მთავრობებს შეუძლიათ დაადგინონ სტანდარტები და ხაზი გაუსვან კერძო სექტორში გენდერული ნიშნით ძალადობის პრევენციის მნიშვნელობას.

მომხმარებლის მეშვეობით ბიზნესებზე წვდომა კიდევ ერთი გზაა, რომლითაც მთავრობებს შეუძლიათ მოახდინონ კერძო სექტორის ჩართულობის სტიმულირება. მომხმარებელზე ორიენტირებული კამპანიების მეშვეობით შესაძლებელია საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება, მოქალაქეების მოწოდება საქონლის დიზაინსა და მარკეტინგში ძალადობრივი და სექსუალური კონტენტის მიმართ პროტესტის გამოხატვისკენ. კერძო სექტორის წარმომადგენლების ჩასართავად შეიძლება ყურადღება გამახვილდეს, რომ საქონელსა და მომსახურებაში დამამცირებელი მასალის გამოყენების გამო არსებობს მომხმარებლების მხრიდან ბოიკოტის რისკი.

## **კერძო სექტორის ჩართვა ცნობიერების ამაღლების პროგრამებსა და მსხვერპლთა/დაზარალებულთა მხარდაჭერაში**

კიდევ ერთი როლი, რომელიც კერძო სექტორმა შეიძლება იკისროს, ესაა ცნობიერების ამაღლებაში ჩართვა ან ფინანსური მხარდაჭერის შეთავაზება მსხვერპლთა/დაზარალებულთა სერვისების დასახმარებლად, ან ძალადობის აღმოფხვრისაკენ მიმართული პროგრამებისათვის. ეს შეიძლება განხორციელდეს კამპანიებისა და სახსრების მოზიდვის მეშვეობით, ან არაკომერციული მექანიზმით, მაგ. ფონდის საშუალებით. შესაძლებელია ასევე კერძო კომპანიების მიერ პარტნიორობების ჩამოყალიბება ადგილობრივ ან ეროვნულ დონეებზე შესაბამისი ორგანიზაციებისა და მომსახურების მხარდასაჭერად.

იმისათვის, რომ კერძო სექტორმა შეძლოს, წარმატებით დაუჭიროს მხარი ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციის პროგრამებს, საჭიროა კარგი

ინფრასტრუქტურა და საკითხის კარგად ცოდნა. ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის/პრევენციისათვის ასევე მნიშვნელოვანია გზავნილების სათანადოდ შერჩევა და რესურსის გამოყოფა. კარგია, თუ კერძო სექტორში შეირჩევიან წარმომადგენლები, რომლებიც გაახმოვანებენ გენდერული ნიშნით ძალადობის თემასთან დაკავშირებულ გზავნილებს; ძალადობაზე მხოლოდ დაზარალებულები არ უნდა საუბრობდნენ. ქალები და გოგონები გენდერული ნიშნით ძალადობის უფრო მაღალი რისკის წინაშე იმყოფებიან, თუმცა ოჯახში ძალადობის მსხვერპლი შეიძლება აღმოჩნდეს როგორც მამაკაცი, ისე ქალი. მამაკაცებისა და ვაჟების მონაწილეობა გენდერული ნიშნით ძალადობის თემაზე ცნობიერების ამაღლების პროცესში მნიშვნელოვანია, ვინაიდან აღნიშნული ძალადობის შედეგებით ორივე სქესი ზარალდება. ამას გარდა, პროგრამები ეფექტურია როდესაც მამაკაცები იღებენ პასუხისმგებლობას მამაკაცების მხრიდან ძალადობაზე და ჩართულები არიან პრობლემის აღმოფხვრის პროცესებში.

პარტნიორობების ჩამოყალიბება ძალადობის თემაზე მომუშავე არასამთავრობო ორგანიზაციებთან და ცნობიერების ამაღლება: კერინგის PPR ფონდი ღირსებისა და უფლებებისათვის (საფრანგეთი/საერთაშორისო)

განხორციელებული ზომები: კერინგი საფრანგეთის მულტინაციონალური საცალო ვაჭრობის კუთხით მოქმედი კომპანიაა, რომელიც ძირითადად ძვირადღირებული პროდუქციითა და სპორტული საქონლით ვაჭრობს. მისი თანამშრომლებისა და მომხმარებლების უმრავლესობას ქალები წარმოადგენენ. 2008 წლიდან, კერინგის ფონდი ჩართულია ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლაში პოლისტიკური მიდგომით, რაც მოიცავს ძალადობის მოვლენამდე (პრევენციული ხასიათის), ძალადობის პროცესში (ზრუნვა და მხარდაჭერა) და ძალადობის შემდგომ (პროფესიული მომზადება და ჩართულობა) დახმარებას. ფონდი სულ უფრო მეტ არასამთავრობო ორგანიზაციასთან ამყარებს პარტნიორობებს. ეს ორგანიზაციები მუშაობენ ქალთა მიმართ ძალადობ წინააღმდეგ

ბრძოლის მიმართულებით. ინიციატივა აგრეთვე მოიცავს სოციალური საწარმოების ხელშეწყობას და მდგრადი პროექტების მხარდაჭერას, რომლებშიც ჩართულნი არიან ადგილობრივი თემები ხელისუფლების ორგანოები. დახმარების ძირითადი სახეობები მოიცავს ფინანსურ მხარდაჭერას და ადამიანური რესურსით მხარდაჭერას კერინგის ჯგუფის თანამშრომლების მიერ. ფონდი აგრეთვე ჩართულია ქალთა მიმართ ძალადობის თემის გარშემო ცნობიერების ამაღლებისა და პრევენციის ინიციატივებში. ღონისძიებები მოიცავს სახსრების მოზიდვას და ფოტოგამოფენების მხარდაჭერას, ფილმებს და კამპანიებს, რომლებიც მიზნად ისახავს ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერების გაზრდას. საფრანგეთში, კერინგის ჯგუფი წარმოადგენს ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და პრევენციის ქართულის ხელმძღვანელს.

შედეგები: 2013 წელს, გაანგარიშების შესაბამისად, კერინგის ფონდის მიერ განხორციელებული ღონისძიებების შედეგად დაახლოებით 140000 ქალმა მიიღო სარგებელი მსოფლიოს მასშტაბით 47 გრძელვადიანი პარტნიორობის მეშვეობით, რომლებიც ფონდმა წამოიწყო ევროპის, აფრიკის, აზიისა და ჩრდილოეთ და სამხრეთ ამერიკის არასამთავრობო ორგანიზაციებთან.

მიღებული გამოცდილება: კერძო კომპანიებს მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლიათ ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში. მათი წვლილი შეიძლება გამოიხატოს რესურსის უზრუნველყოფით, საკუთარი რეპუტაციისა და ცნობადობის გამოყენებით, და ამით, სახელმწიფოებზე დადებითი გავლენის მოხდენით. კერინგის ფონდი აქტიურად იყენებს ჯგუფის 33 000 თანამშრომლის რესურსს და ფონდის ცნობადობას მსოფლიო დონეზე. გამოცდილებამ გვიჩვენა, რომ პროექტის წარმატებისათვის აუცილებელია ადგილობრივი მხარეებისათვის უნარ-ჩვევების გადაცემა და საზოგადოებასთან მუშაობა, ყველა შესაბამისი მხარის ჩართვა. ამდენად, ფონდი პროექტების მხარდაჭერად პარტნიორების შერჩევას ამ კრიტერიუმებს იღებს მხედველობაში. მომდევნო ეტაპზე კი ფონდი აპირებს და-

ლისხმევის მიმართვას ქცევის ცვლილებისაკენ და პრევენციის კუთხით მეტი აქცენტის გაკეთებას.

როგორ მუშაობს ეს მიდგომა ძალადობის პრევენციისათვის: საზოგადოების დონეზე, ფონდის მიერ კამპანიების მხარდაჭერის შედეგად გაიზარდა ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ ინფორმირებულობის დონე და ამ პრობლემის აქტუალობის გააზრება. კომპანიის დონეზე, ფონდმა გაატარა მუშაობა იმისათვის, რომ მომხდარიყო ჯგუფის თანამშრომლების ინფორმირება და ჩართვა ოჯახში ძალადობის თემაზე.

ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში წვლილის შესატანად, ცნობიერების გაზრდისა და სახსრების მოზიდვის გზით შესაძლებელია აგრეთვე საქონლის გაყიდვის გამოყენება. პროდუქციის შექენისას, ინფორმირებულ მომხმარებელს შეუძლია შეიტანოს წვლილი ეთიკური მიზნის მიღწევაში. ამის მაგალითია The Body Shop-ის, საერთაშორისო პარფიუმერული კომპანიის ინიციატივა. კომპანიამ მიზნად დაისახა ოჯახში ძალადობის თემის შესახებ დუმილის დარღვევა, და ჩართო საკუთარი თანამშრომლები მსოფლიო კამპანიაში რომელიც მიმართული იყო ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერების გაზრდისაკენ. კამპანიის ფარგლებში პროდუქციის გაყიდვებიდან მიღებული თანხის ნაწილი მოხმარდა ოჯახში ძალადობის მსხვერპლთა დახმარებას. კამპანია „შენყვიტე ოჯახში ძალადობა“ დაიწყო 2003 წელს. 2008 წლისათვის, მან მოიკვა 56 ბაზარი და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ საქმიანობის განმახორციელებელი საქველმოქმედო ორგანიზაციებისათვის მოხდა 3.6 მილიონი გირვანქა სტერლინგის მოზიდვა<sup>20</sup>.

სახსრების მოზიდვაში საერთაშორისო პარფიუმერული კომპანიის მონაწილეობის კიდევ ერთი მაგალითია Avon, რომელიც ახორციელებს ლობირებას და ცნობიერების გაზრდას ოჯახში და გენდერული ნიშნის ძალადობის შესახებ.

<sup>20</sup> The Body Shop International Plc Values Report 2009, ხელმისაწვდომია: [www.thebodyshop-usa.com/pdfs/values-campaigns/Values\\_report\\_lowres\\_v2.pdf](http://www.thebodyshop-usa.com/pdfs/values-campaigns/Values_report_lowres_v2.pdf). იხ. აგრეთვე: [www.thebodyshop-usa.com/values-campaigns/stop-violence.aspx](http://www.thebodyshop-usa.com/values-campaigns/stop-violence.aspx).

კომპანია მიზნად ისახავს საზოგადოების ცნობიერების გაზრდას ინდივიდებსა და საზოგადოებაზე გენდერული ნიშნით ძალადობის შედეგების შესახებ, განწყობების შესაცვლელად. Avon გამოავლენს და მუშაობს პარტნიორებთან, რათა შესთავაზოს კვლევა და ჩართოს დამქირავებლები და დამფინანსებელი ორგანიზაციები ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის პროცესში. 2004 წლიდან მოყოლებული, Avon-ის ფონდმა 58 მილიონი აშშ დოლარი გადასცა არაკომერციულ ორგანიზაციებს ცნობიერების ამაღლების, მხარდაჭერის მომსახურების და პრევენციული პროგრამებისათვის<sup>21</sup>.

აგრეთვე მნიშვნელოვანია ცნობიერების ამაღლება იმის თაობაზე, რომ საჭიროა კერძო სექტორის უფრო აქტიური ჩართულობა სახსრების მოზიდვაში ქალთა მიმართ ძალადობის საკითხებზე სამუშაოდ, თავიანთი პარტნიორობებისა და პრიორიტეტების ფარგლებში<sup>22</sup>. მართლაც, 2009 წელს 42 ევროპული ფონდის მიერ გრანტების სახით გაცემული მთლიანი სახსრებიდან მხოლოდ 4.8% იყო მიმართული ქალებისა და გოგონებისაკენ; აქედან მხოლოდ ერთი მეხუთედი -- ქალთა ადამიანის უფლებებს (Mama Cash 2011). ამდენად, უაღრესად მნიშვნელოვანია კერძო დამფინანსებლებისა და ფონდების მეტი აქტიურობა პარტნიორობების შესაქმნელად და ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ მიმართული ღონისძიებების დაფინანსებისათვის, თუ გავითვალისწინებთ ამ მოვლენის ფართო გავრცელებას, აგრეთვე -- ამ მიმართულებით სახელმწიფო დაფინანსების დაბალ მაჩვენებელს.

---

<sup>21</sup> [www.avonfoundation.org/causes/domestic-violence/funding/](http://www.avonfoundation.org/causes/domestic-violence/funding/), [www.avonfoundation.org/causes/domestic-violence/funding/avon-communication-awards/](http://www.avonfoundation.org/causes/domestic-violence/funding/avon-communication-awards/).

<sup>22</sup> OECD-DAC მიმოხილვების შესაბამისად, გენდერული თანასწორუფლებიანობა, როგორც ძირითადი მიზანი, მსოფლიო მასშტაბით განუვლი დახმარების მხოლოდ 5%-ს შეადგენდა 2012-2013 წლებში. ვრცლად იხ.: [www.unwomen.org/en/news/in-focus/financing-for-gender-equality#sthash.jnNjmk6g.dpuf](http://www.unwomen.org/en/news/in-focus/financing-for-gender-equality#sthash.jnNjmk6g.dpuf).

# მედია და ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენცია

სტამბულის კონვენციით განსაზღვრულია მხარე სახელმწიფოების ვალდებულება, წაახალისონ მედია ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში მონაწილეობისაკენ; ამასთან ერთად, აღსანიშნავია არასავალდებულო სტანდარტები, რომლებშიც მოცემულია უფრო დეტალური, პრაქტიკული რეკომენდაციები ამ დებულებების პრაქტიკაში განხორციელებასთან დაკავშირებით. მინისტრთა კომიტეტის წევრი სახელმწიფოებისათვის გამოცემული რეკომენდაცია CM/Rec(2013)1 გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და მედიის საკითხებთან დაკავშირებით, ითვალისწინებს კონკრეტული ზომების გატარებას<sup>23</sup>, კერძოდ:

თუ უკვე არ არის დანერგილი, წევრმა სახელმწიფოებმა უნდა დანერგონ სათანადო საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც მიმართულია ადამიანის ღირსების პრინციპის პატივისცემის უზრუნველყოფისაკენ და მედიაში სქესის ნიშნით ნებისმიერი სახის დისკრიმინაციის, აგრეთვე სიძულვილის ნაქვების, და გენდერული ნიშნით ძალადობის ნებისმიერი ფორმის აკრძალვისაკენ. (პუნქტი ა.1) და რომ საჭიროა მედია ორგანიზაციების წახალისება, რათა მათ დანერგონ თვითრეგულირების ზომები, ქცევის/ეთიკის კოდექსები და შიდა ზედამხედველობა და შეიმუშაონ გამუქებასთან დაკავშირებული სტანდარტები გენდერული თანასწორუფლებიანობის ხელშესაწყობად; რათა მოხდეს თანამიმდევრული შინაგანაწესის და სამუშაო გარემოს ჩამოყალიბება, სადაც არ გვხვდება ქალების და მამაკაცების სტერეოტიპული იმიჯი, როლი და ცნობადობა, სექსისტური რეკლამები, ტექსტი და შინაარსი, რასაც შეეძლო სქესის ნიშნით დისკრიმინაციის გამონწვევა, სიძულვილის და გენდერული ნიშნით ძალადობის გაღვივება. (პუნქტი ბ4)

<sup>23</sup> იხ. აგრეთვე ევროპის საბჭოს სახელმძღვანელო გენდერული თანასწორუფლებიანობისა და მედიის შესახებ ევროპის საბჭოს მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაციის CM/Rec(2013)1 განხორციელებასთან დაკავშირებით.

ამ რეკომენდაციაში ხაზგასმულია მედიის როლი ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში, გენდერული თანასწორუფლებიანობის ხელშეწყობის ფარგლებში. ამას გარდა, მთელმა რიგმა წევრმა სახელმწიფოებმა მიიღეს მარეგულირებელი ჩარხო მედიის მასალებში გენდერული თანასწორუფლებიანობის შესახებ, ადამიანური ღირსების და ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ<sup>24</sup>. ამას გარდა, მედიის და კომუნიკაციების დარგის სტრუქტურული ორგანიზება, მათ შორის, მასმედიაში სპეციალისტების გენდერული შემადგენლობა და ქალების არსებობა მედიის სფეროში გადანყვეტილების მიმღებ თანამდებობებზე, აგრეთვე ახდენს ზეგავლენას მედიის პოტენციალსა და სურვილზე, მიიღონ მონაწილეობა ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში<sup>25</sup>. გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ მასმედიაში ქალების მონაწილეობა ინვესს პოზიტიურ ცვლილებებს ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციის საქმეში მედიის ჩართულობის თვალსაზრისით. კერძოდ, ქალთა ინიციატივებმა, სოციალურ მედიაში ქსელური მუშაობისა და ერთობლივი ღონისძიებების მეშვეობით, შედეგად გამოიღო გაუპატიურებისა და სექსისტური განწყობების გაშუქების მაჩვენებლის გაზრდა<sup>26</sup>.

ამ სექციაში განხილულია მედიის ჩართულობა ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციის სფეროში და შესაძლო ზომები, რომლებიც შეუძლიათ გაატარონ მხარე სახელმწიფოებმა მათი მონაწილეობის წახალისებისათვის ორ დონეზე: მედიის გამოყენება ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციისათვის („მედიის მეშვეობით“) და მედიის დარწმუნება, თავი შე-

<sup>24</sup> იხ. თავი, რომელიც იწყება 36-ე გვერდზე. ასევე, ევროკავშირის დირექტივა 2007/65EC, საბჭოს დირექტივაში 89/552/EEC ცვლილებების შეტანის შესახებ, წევრ სახელმწიფოებში სატელევიზიო მაუწყებლობასთან დაკავშირებით კანონით განსაზღვრული გარკვეული მოთხოვნების კოორდინირების, რეგულირების ან ადმინისტრაციული ღონისძიებების შესახებ, რომლის მიხედვითაც: „წევრმა სახელმწიფოებმა, სათანადო გზებით, უნდა უზრუნველყონ, რომ თავიანთ იურისდიქციაში მედიასამუალებების აუდი-ვიდეო მომსახურება არ შეიცავდეს რასის, სქესის, რელიგიური კუთვნილების ან ეროვნების ნიშნით სიძულვილის გაღვივებას (მუხლი 3ა); და რომ „აუდიო-ვიდეო კომერციულ სამუალებებს ეკრძალებათ: (...) ჩართონ ან ხელი შეუწყონ დისკრიმინაციას სქესის, რასობრივი ან ეთნიკური წარმომავლობის, ეროვნების, რელიგიური კუთვნილების ან რწმენის, სმზღუდული შესაძლებლობების, ასაკის ან სექსუალური ორიენტაციის ნიშნით“ (მუხლი 3ბ).

<sup>25</sup> ევროპის საბჭო (2013), „მედია და ქალების იმიჯი“, გვ. 5.

<sup>26</sup> იქვე, გვ. 11

იკავონ გენდერული სტერეოტიპებისაგან და ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქებისას გამოიყენონ ფრთხილი მიდგომა („მედიის მასალაში“).

## **ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში მედიის პოზიტიური როლის ნახალისება**

მედია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საზოგადოების მხრიდან ქალებისა და მამაკაცების აღქმაში. შესაბამისად, ყველა მედიასამუშაოებას (ბეჭდურ, სატელევიზიო, რადიო და სოციალურ მედიას) აგრეთვე გააჩნიათ დიდი გავლენა ოჯახში ძალადობის და ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერებაზე. მთელი რიგი კვლევების ანგარიშებიდან ნათელია, რომ მედია და პოპულარული სატელევიზიო პროგრამები მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ საზოგადოების განწყობების ფორმირებაზე და ევროპის მასშტაბით ოჯახში ძალადობის შემწყნარებლობაზე (სეიმორ ე. 2004 წ). ამდენად, მედია მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ოჯახში ძალადობის შესახებ საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებაში, და წარმოაჩენს ამ მოვლენას, როგორც მიუღებელ სოციალურ მდგომარეობას, აგრეთვე როგორც ეკონომიკის პრობლემას.

მედია პასუხისმგებელია ბუსტ და დაბალანსებულ რეპორტაჟებზე ოჯახში ძალადობის და ქალთა მიმართ ძალადობის შემთხვევების გაშუქებისას. მთელი რიგი კვლევები მიანიშნებს, რომ გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ ცნობიერება სწრაფად გაიზარდა ევროპაში გასული ათწლეულის მანძილზე. ევრობარომეტრის 2010 წლის ანგარიშის მიხედვით, ევროპელების 98% იცის, რომ ოჯახში ძალადობა მნიშვნელოვანი თემაა, რომელიც საჭიროებს რეაგირებას. ცნობიერების ამაღლებას ძლიერ შეუწყო ხელი ქალთა მიმართ და ოჯახში ძალადობის თემის მედიის მიერ გაშუქებამ (ევრობარომეტრი 2010წ).

გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ ეფექტური მედია კამპანიების შემუშავებისას საჭიროა ადრეული ეტაპიდანვე ჩამოყალიბდეს შეფასებისა და მონიტორინგის მექანიზმე-



ბი. ეს გაზრდის კამპანიის მესიჯების სამიზნე აუდიტორიამდე ეფექტურად მიტანის ალბათობას. როგორც უკვე აღინიშნა, მედიის მიერ საკითხის გაშუქება მიმართული უნდა იყოს აგრეთვე გენდერული თანასწორუფლებიანობის ნაკლებობის მხრივ სტრუქტურული პრობლემების შესახებ ცნობიერების ამაღლებისაკენ, რომელიც მნიშვნელოვანი ფაქტორია გენდერული ნიშნით ძალადობის კონტექსტში; და არ უნდა ხდებოდეს ქალთა მიმართ ძალადობის წარმოჩენა, როგორც საკითხისა, რომელიც მხოლოდ საკუთრივ ქალებზე ახდენს გავლენას.

ამას გარდა, სოციალურ მედიას შეიძლება ჰქონდეს გავლენა იმაზე, თუ ინდივიდები და საზოგადოება როგორ რეაგირებს გენდერული ნიშნით ძალადობაზე. ახალი საკომუნიკაციო ტექნოლოგიებთან ერთად იქმნება ახალი ინსტრუმენტები და პლატფორმები, სადაც ხელსაყრელი გარემოა ძალადობისა და სქესობრივი ნიშნით შეურაცხყოფისათვის. გენდერული ნიშნით ძალადობა სოციალურ მედიაში შეიძლება გამოიხატოს კიბერ ჩაგვრით, კიბერ აკვიატებული დევნით, შეურაცხყოფით, სექსუალური ძალადობის ამსახველი გამოსახულებების ან მუქარის ჩაწერით და გავრცელებით, ქალთა მიმართ სიძულვილის ენით, სოციალური ქსელების გამოყენებით ადამიანით უკანონო ვაჭრობის მიზნით ქალების და გოგონების მიზიდვით, და ინტერნეტის გამოყენებით არასრულწლოვანთა ექსპლუატაციით. სოციალური მედია არ ქმნის გენდერული ნიშნით ძალადობას, თუმცა მათ იოლად შეუძლიათ გააღვივოს, გამოავლინოს შემწყნარებლური დამოკიდებულება ან მოგვევლინოს ქალებისა და გოგონების მიმართ შეურაცხყოფის წამქეზებლად ან შეურაცხყოფის, მათ შორის, სექსისტური სიძულვილის ენის გამოყენების, ინსტრუმენტად (ფერბერნი ჯ. და სხვ., 2013). ქალთა ზოგიერთი ჯგუფი სექსისტური სიძულვილის ენის განსაკუთრებულ სამიზნეს წარმოადგენს, განსაკუთრებით ახალგაზრდა ქალბატონები, ქალი ჟურნალისტები და ქალები მედიაში, ქალები აზარტულ თამაშებში, ქალები პოლიტიკაში და ადამიანის უფლებათა დამცველი ქალები. თუმცა, ყოველი ქალი, რომელიც ხმას აიმაღლებს ან დაწერს წარმოადგენს ონლაინ და ოფლაინ

სექსისტური სიძულვილის ენის გამოყენებით შეურაცხყოფის პოტენციურ სამიზნეს. ყველა დაინტერესებულმა მხარემ, მათ შორის, მედიამ, უნდა მიიღოს ზომები ამ მხარდი მოვლენის მიმართ: ქალები ყოველდღიურად ელ-ფოსტით, ვებსაიტებზე, სოციალური მედიით ან სხვა საშუალებებით იღებენ სექსუალური ხასიათის მუქარას და შეურაცხყოფას. ამასთანავე, სოციალური მედიის ანონიმური ხასიათიდან გამომდინარე, შესაძლოა დამნაშავეები დაუსჯელნი დარჩნენ. ამ კუთხით ძალიან მნიშვნელოვანია მედიის წარმომადგენელთა ცნობიერების ამაღლების კამპანიები, რომლებიც წამოწყებულია მედია ორგანიზაციებთან თანამშრომლობით. მათი მაგალითები მოყვანილია მომდევნო ნაწილში.

თუმცა, სოციალური მედია არა მხოლოდ ქმნის გამონვევებს გენდერული ნიშნით ძალადობასთან ბრძოლის მხრივ, იგი აგრეთვე გვთავაზობს უნიკალურ დინამიკასა და ახალ შესაძლებლობებს ელექტრონულ გარემოში ძალადობის წინააღმდეგ მობილიზაციისათვის. მაგალითად, სლოვაკეთში, ქალთა შვიდი ორგანიზაცია ჩაერთო მედია კამპანიაში, „მეხუთე ქალი“<sup>27</sup>, რომელიც ითვალისწინებდა ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ მედია კამპანიაში საინფორმაციო და კომუნიკაციების ტექნოლოგიების გამოყენებას.

გამოცდილების გაზიარება და სექსიზმის წინააღმდეგ მხარდაჭერა ინტერნეტის გამოყენებით: სექსიზმის წინააღმდეგ ყოველდღიური ბრძოლის პროექტი<sup>28</sup> (საერთაშორისო)

ღონისძიებები: „სექსიზმის წინააღმდეგ ყოველდღიური ბრძოლის“ პროექტი წარმოაჩენს, რომ შესაძლებელია სოციალური მედიის გამოყენებით შეიცვალოს საზოგადოების წინაშე ქალების წარმოჩენა. პროექტი აგებულია ინტერაქტიული ონლაინ პლატფორმის გარშემო, სადაც ქალებს შეუძლიათ პირადი გამოცდილების გაზიარება სექსიზმისა და დისკრიმინაციის შესახებ. 22 ქვეყნიდან ქალების ისტორიები

<sup>27</sup> პროექტის საბოლოო შეფასება: [www.apcwomen.org/gemkit/en/practitioners/reports\\_221f.htm#jump8](http://www.apcwomen.org/gemkit/en/practitioners/reports_221f.htm#jump8).

<sup>28</sup> იხ.: <http://everydaysexism.com/>.

ვებსაიტზე თავსდება ორიგინალ ენებზე და ინგლისურ ენაზე. შედეგები: ვებსაიტზე განთავსდა მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებიდან ქალების ისტორიები დისკრიმინაციისა და ძალადობის სხვადასხვა ფორმების შესახებ. პროექტი მიზნად ისახავს ისტორიების კრიტიკული მასის თავმოყრას, რათა საზოგადოებამ ველარ შეძლოს ამ პრობლემის იგნორირება. მიღებული გამოცდილება: ინტერნეტში მობილიზაციისა და ანონიმურობის პოტენციალის გამოყენება, რომელსაც ინტერნეტი უზრუნველყოფს, მძლავრი გზაა ცნობიერების ამაღლებისათვის; და იმავდროულად, სექსიზმისა და ძალადობის შედეგად დაზარალებულ ადამიანებს აძლევს ამ საკითხებზე ხმის ამაღლების შესაძლებლობას.

მიდგომის გამოყენებით ძალადობის პრევენციის მექანიზმი: „სექსიზმის წინააღმდეგ ყოველდღიური ბრძოლის“ პროექტი მიზნად ისახავს, აღრიცხოს ქალების მიერ ყოველდღიურად განცდილი სექსიზმის შემთხვევები. ამ შემთხვევების სიმძიმე შეიძლება იყოს მეტ-ნაკლებად მწვავე, აღმაშფოთებელი ან იმდენად ნორმალიზებული, რომ ქალები ვერც კი გრძნობენ, რომ აქვთ პროტესტის გამოხატვის უფლება. მოვლენის სტრუქტურული ხასიათის ჩვენება, მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებიდან ქალების ისტორიების თავმოყრა ხელს უწყობს ყოველდღიურ ცხოვრებაში სექსიზმის შესახებ ცნობიერების შეცვლას და აძლიერებს ქალებს ამ მოვლენის წინააღმდეგ მოქმედებისაკენ.

## **ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენცია მედიის მიერ გაშუქებაში გენდერული სტერეოტიპირების აღმოფხვრის გზით**

მედიაში გაიზარდა გენდერული ნიშნით ძალადობის შემთხვევების გაშუქება, თუმცა სტერეოტიპირება ჯერ ისევ ძლიერ გავრცელებულია. ქალთა მიმართ, აგრეთვე ოჯახში ძალადობის წარმოჩენა შეიძლება იყოს პრობლემური, ვინაიდან მასმედია, როგორც წესი, ნეგატივიზმსა და განსაკუთრებულ ასპექტზე ამახვილებს ყურადღებას. მედიაში ხშირად არ ხდება ძალადობის მიზეზების დეტალური ანალიზი, შედეგად -- ახალ

ამბებში ხშირად არასწორად შექდება და სენსაციურობა ენიჭება მოვლენებს და ისეთ დანაშაულებს, როგორცაა მაგალითად, გაუპატიურება. დასაგმობი მოვლენების სენსაციური მოვლენის სახით გაშუქება ქმნის რისკს, რომ საზოგადოება ძალადობის აღიქვამს როგორც ნორმალურ მოვლენას. ოჯახში ძალადობის თუნდაც კარგი განზრახვით გაშუქებამ შეიძლება გააძლიეროს სტერეოტიპირება. კვლევა გვიჩვენებს, რომ მედიას შეუძლია აიძულოს საზოგადოება, გაამართლოს ქალთა მიმართ ძალადობა, თუ არასათანადოდ გაამახვილებს ყურადღებას ძალადობის ნავარაუდევ „მიზეზებზე“ (ჰერერა ქ. და ექსპოსიტო ფ. 2009 წ). „ნულოვანი ტოლერანტობის“ (2012 წ.) ანგარიშის მიხედვით, მედიის მიერ ოჯახში ძალადობის არასათანადოდ გაშუქებამ შეიძლება ზემოქმედება მოახდინოს ინდივიდების ქცევაზე, აგრეთვე მათ განწყობებზე. ოჯახში ძალადობის სტერეოტიპული გაშუქება, მაგალითად, იმის აღნიშვნით, რომ ეს არის თანასწორუფლებიანი ადამიანების არეული და რთული ურთიერთობის შედეგი, და არა ერთი ადამიანის მხრიდან მეორე ადამიანის მიმართ ძალაუფლებისა და კონტროლის გამოხატვა, შეიძლება წაახალისოს ქალი, რომელიც მოძალადე პარტნიორთან ერთად ცხოვრობს, დარჩეს მასთან ერთად იმის შიშით, რომ მის პრობლემას სერიოზულად არავინ აღიქვამს. მართალია, სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით, ქალთა მიმართ ძალადობის სხვადასხვა ფორმები, მათ შორის, ოჯახში ძალადობა, გვხვდება ყველა სოციალური ფენაში და სოციალურ-მატერიალური სტატუსის მიუხედავად, მედიის მიერ გაშუქებისას არ ხდება ამ ასპექტის დაფიქსირება. როდესაც ქალთა გარკვეულ ჯგუფებს, მაგ., სოციალურად მოწყვლად და ხელმოკლე ჯგუფებს, წარმოაჩენენ როგორც დაბარალეულებს, მსხვერპლს, ეს მხოლოდ და მხოლოდ ხელს უწყობს სტერეოტიპების გამყარებას და ყურადღების მიღმა რჩება ის ფაქტი, რომ ეს არის ძალადობა, რომელიც ჩადენილია ქალის მიმართ, სწორედ იმის გამო, რომ იგი ქალია, და არა მისი სოციალური ან ეკონომიური მდგომარეობის გამო. იმავდროულად, მედიის მიერ გაშუქების უმრავლეს შემთხვევებში აქცენტი კეთდება ქალებზე, როგორც მსხვერპლზე/დაბარა-

ლებულზე, ნაცვლად მამაკაცებისა, რომლებიც ახორციელებენ ძალადობას, და ყურადღების მიღმა რჩება ამ მოვლენის მნიშვნელოვანი ნაწილი. ქალთა მიმართ ძალადობის სხვადასხვა ფორმების ეთიკური გაშუქება ითვალისწინებს გაუპატიურების და სხვა ძალადობის ჩამდენი მამაკაცების შეხედულებების, ვინაობის და მსჯავრდების საკითხების ანალიზს და განხილვას.

კვლევები გენდერის და ქალთა მიმართ ძალადობის აღქმაში მედიის როლის შესახებ მიანიშნებს, რომ ხშირად ქალები წარმოჩენილები არიან როგორც საგნები და რომ ძალადობა გამართლებულია ზედაპირული მიზეზებით. ყოველი რეპორტაჟი წარმოდგენილია როგორც ცალკე აღებული და განსაკუთრებული. ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის, როგორც სტრუქტურული პრობლემის, ანალიზის ნაკლებობის გამო, ხდება საკითხის ნორმად ქცევა. ეს ნიშნავს, რომ ზემოაღნიშნული პრობლემა მიიჩნევა „სხვის“ პრობლემად, და არა საზოგადოების საერთო და ზოგად პრობლემად.

გაერთიანებულ სამეფოში Leveson Inquiry-ის<sup>29</sup> ფარგლებში გამოცემულ ანგარიშში „მხოლოდ ქალები“ (ივსი და სხვ. (2012)) გაანალიზებულია ქალთა მიმართ ძალადობის დანაშაულების გაშუქება ბრიტანეთის 11 ეროვნულ გაზეთში 2012 წელს ორი კვირის პერიოდის მანძილზე. ამ ანგარიშის მიხედვით, ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქების გზები იწვევს მითებისა და სტერეოტიპების გამყარებას. რეპორტაჟები ხშირად უზუსტოა და დანაშაულის ჩამდენის ქმედებების სიმძიმე შერბილებულია, ხოლო ბრალი კი გადატანილია დაზარალებულსა და სხვა პირებზე.

სტერეოტიპირების პრევენციისათვის, საჭიროა მედიაში ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის შემთხვევების გაშუქება გენდერული ფაქტორის გათვალისწინებით.

---

<sup>29</sup> The Leveson Inquiry --მედიის ეთიკის საკითხების დეტალური კვლევაა. იგი განხორციელდა 2011 წელს გაერთიანებულ სამეფოში ტელეფონებში უკანონოდ შეღწევის სკანდალის შემდგომ. კვლევა იყოფა ოთხ მოდულად, სადაც შეფასებულია პრესის და საზოგადოების, პოლიციისა და პოლიტიკოსების ურთიერთობა.

გენდერული ძალადობის შესახებ ახალი შემთხვევები უნდა გაშუქდეს უფრო ფართო კონტექსტში. მედია ორგანიზაციებს შეუძლიათ წვლილი შეიტანონ გენდერული ნიშნით ძალადობის, როგორც სტრუქტურული პრობლემის, უკეთ გააზრებაში, რომელიც დაკავშირებულია ქალთა და მამაკაცთა არა-თანასწორუფლებიანობასთან. განსაკუთრებით, მედია საშუალებებმა ხაზგასმით უნდა აღნიშნონ, რომ ამ სახის ძალადობა არ არის კერძო/პირადი საკითხი.

ქალთა მიმართ ძალადობის გენდერული ფაქტორის გათვალისწინებით გაშუქების მხრივ აღსანიშნავია Radiotelevisione Italiana (RAI) 3-ის მაგალითი. სატელევიზიო არხი ჩაერთო ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებაში, და გადასცემდა ყოველკვირეულ პროგრამას სახელწოდებით Amore Criminale (აკრძალული სიყვარული). პროგრამების სერია მიზნად ისახავს ქალთა მიმართ ძალადობის აღწერას არასტერეოტიპულად, და მასში მოთხრობილია ქალების 100-ზე მეტი შემთხვევის შესახებ, რომლებიც დახოცეს ან ძლიერი ზიანი მიაყენეს თავიანთმა პარტნიორებმა. ბელგიაში, მედიის ემანციპაციის შედეგის ანგარიშის ინიციატივა მიმართულია სატელევიზიო პროგრამებში გენდერის სამართლიანად წარმოჩენისაკენ, გენდერული შეფასების სხვადასხვა ინსტრუმენტების შემოღებით, რომლებიც სატელევიზიო ფორმატის შესაბამისია.

უნდა აღინიშნოს აგრეთვე, რომ შეიძლება სტერეოტიპირების თავიდან აცილება, თუ მოხდება არასექსისტური ენის წახალისება და სექსისტური რეკლამირების და შინაარსის გამოყენებისაგან თავის შეკავება. მაგალითად, იტალიაში ქალი ჟურნალისტების ასოციაცია Giulia ითვალისწინებს მონოდებას არასექსისტური ენის გამოყენებისაკენ და მიზნად ისახავს იტალიის მედიაში გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ ზუსტი ინფორმაციის შექმნის ხელშეწყობას. შოტლანდიაში, საქველმოქმედო ორგანიზაციამ „ნულოვანი ტოლერანტობა“ გამოაქვეყნა სახელმძღვანელო მედიისათვის, სადაც მოცემულია მედიის მიერ ქალთა მიმართ ძალადობის

სათანადოდ გაშუქების სტანდარტები, რაც წარმოადგენს გამოსადეგ ინსტრუმენტებს, და რომლებიც შეიძლება გავრცელდეს და უფრო ფართოდ დაინერგოს.<sup>30</sup>

## ქალები და ოჯახში ძალადობა თანამშრომლობა მთავრობებს, კერძო სექტორსა და მედიას შორის, ქალთა მი- მართ ძალადობის და ოჯახში ძალადო- ბის პრევენციის ზომების წახალისები- სათვის

მთავრობების მიერ ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობასთან დაკავშირებული მიდგომა მნიშვნელოვანია, ვინაიდან იგი გავლენას მოახდენს აგრეთვე მედიის მიერ ამ საკითხების გაშუქებაზე და მთლიანად, ამ სფეროში კერძო სექტორის ჩართულობაზე. მთავრობის აქტიურმა მონაწილეობამ და ხელმძღვანელობამ შეიძლება წახალისოს ან პირიქით, ხელი შეუშალოს ძალადობის აქტიურ პრევენციას კერძო სექტორში და მედიაში, მათი მეთოდებისა და შეხედულებების მეშვეობით. ამდენად, ხელისუფლებას შეუძლია, ხელი შეუწყოს საზოგადოებაში ქალთა მიმართ ძალადობის აღქმის ცვლილებას, მედია ორგანიზაციებთან გენდერული ნიშნით ძალადობის თემაზე თანამშრომლობით. მაგალითად, გაერთიანებულ სამეფოში, შინაგან საქმეთა სამინისტრომ დაიწყო სატელევიზიო კამპანია „ეს ძალადობა/შეურაცხყოფაა“, რომელიც მიმართულია მოზარდების დახმარებაზე, რათა მათ იცნონ შეურაცხმყოფელი/ძალადობრივი ქმედება/ურთიერთობები<sup>31</sup>.

ამას გარდა, მთავრობის მიერ გამოყენებული ენა ქალთა

<sup>30</sup> ამისი მაგალითია ჟურნალისტთა საერთაშორისო ფედერაციის მიერ 2014 წელს შექმნილი სახელმძღვანელო პრინციპები ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქებასთან დაკავშირებით: [www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender\\_documents/IFJ\\_Guidelines\\_for\\_Reporting\\_on\\_Violence\\_Against\\_Women\\_EN.pdf](http://www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJ_Guidelines_for_Reporting_on_Violence_Against_Women_EN.pdf).

<sup>31</sup> იხ.: <http://thisisabuse.direct.gov.uk/>.

მიმართ ძალადობასთან დაკავშირებული პოლიტიკის და ინფორმაციის შესახებ საზოგადოების ინფორმირებისას გავლენას ახდენს იმაზე, თუ როგორ აღიქმება ძალადობა და ქალები საზოგადოების მიერ. მაგალითად, ტრადიციების კონტექსტში, როდესაც ადამიანები აღიქმებიან საზოგადოებაში თავიანთი როლების მიხედვით, და არა პიროვნული მახასიათებლებით, ხშირად ქალების წარმოჩენა ხდება ოჯახის კონტექსტში, ნაცვლად მათი ინდივიდუალური წარმოჩენისა, რომლებსაც გააჩნიათ უფლებები და პასუხისმგებლობები.

## **მასმედიის სფეროს წარმომადგენლების ტრენინგების გაძლიერება გენდერულ თანასწორუფლებიანობასა და ქალთა მიმართ ძალადობასთან დაკავშირებულ საკითხებში**

ჟურნალისტების განათლების მეშვეობით, სახელმწიფოებს შეუძლიათ ხელი შეუწყონ მედიასაშუალებებში არასექსისტური და არადისკრიმინაციული ტექსტის გამოყენებას და ქალების და მამაკაცების ნაკლებად სტერეოტიპულად წარმოჩენას. შვედეთში ამ მიზნით საზოგადოებრივი მაუწყებლის ჟურნალისტებს ჩაუტარდათ ტრენინგი გენდერული ფაქტორების გათვალისწინების თემაზე. პორტუგალიაში, პორტუგალიის საზოგადოებრივმა მაუწყებელმა, შრომისა და დასაქმების თანასწორუფლებიანობის კომისიასთან თანამშრომლობით, საკუთარ თანამშრომლებს ჩაუტარა ტრენინგები შემდეგ საკითხებში: გენდერული თანასწორუფლებიანობის საკითხები, არასექსისტური ენის გამოყენება, გენდერული ნიშნით ძალადობის შემთხვევების გაშუქება, ქალთა სასაქესო ორგანოების დამახინჯება, ოჯახში ძალადობა, როგორც გენდერული ნიშნით ძალადობის ფორმა, და მედიის მიერ ინტიმურ პარტნიორებს შორის ურთიერთობების კონტექსტში მკვლელობის შემთხვევების გაშუქება.

ანალოგიურად, სახელმწიფოებს შეუძლიათ შესთავაზონ შესაბამის მხარეებს, დანერგონ ეს თემა ჟურნალისტების მო-



სამზადებელ კურსებში, სკოლებში სპეციალური ზომების მეშვეობით, ან კავშირების დამყარებით პროფესიონალებს შორის, რომლებიც მუშაობენ ქალთა მიმართ ძალადობის საკითხებზე (არასამთავრობო ორგანიზაციები, იურისტები), და განათლების დარგის მუშაკებს შორის მედიის სექტორში.

## **მედიის მიერ თვითრეგულირების და დისკრიმინაციული და ძალადობრივი შინაარსის შემცველი მასალის რეგულირების გაძლიერება**

სექსისტური და საზიანო მასალის და რეკლამების, სექსუალური და ძალადობრივი სცენების ამსახველი გამოსახულებების გამოყენების შეწყვეტა შესაძლებელია, თუ მოხდება მედიის ნახალისება, გამოიყენონ თვითრეგულირების სტანდარტები. დამოუკიდებელი, თვითრეგულირებადი ორგანიზაციები არსებობენ მრავალ ქვეყანაში, რომლებიც ახდენენ მედიის მიერ მთელი რიგი შეთანხმებული სტანდარტების დაცვის მონიტორინგს, ეს სტანდარტები, ჩვეულებრივ, მოიცავს დისკრიმინაციის დაუშვებლობას, გენდერული თანასწორუფლებიანობის და ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობის შემთხვევების გაშუქებას გენდერული ფაქტორების გათვალისწინებით. ევროპის არაერთ ქვეყანაში კანონმდებლობით არის დარეგულირებული სექსისტური და ძალადობრივი მასალის საკითხები, შექმნილია აგრეთვე მარეგულირებელი ორგანოები, აგრეთვე, თანარეგულირების მექანიზმი, რომლის ფარგლებში მედიის სექტორი თანამშრომლობს მთავრობასთან მედიის მასალასთან დაკავშირებით წესების დასადგენად.

ამ კუთხით პარტნიორობის მაგალითია იტალიის შრომისა და სოციალური პოლიტიკის სამინისტრო, რომელიც პასუხისმგებელია თანაბარი შესაძლებლობების უზრუნველყოფის ხელშეწყობაზე, და იტალიის რეკლამის თვითრეგულირების ინსტიტუტი, რომელიც 2013 წლის იანვარში შეიქმნა იმისათვის, რომ უზრუნველყოს, რომ კომერციული საკომუნიკაციო საშუალებებმა „არ გამოიყენონ გამოსახულებები, რომლე-

ბიც ასახავს ქალთა მიმართ ძალადობას ან წაახალისებს ქალთა მიმართ ძალადობას“<sup>32</sup>.

კვიპროსზე, რადიო-ტელევიზიის ორგანო არის დამოუკიდებელი ორგანო, რომელიც, სხვა ფუნქციებთან ერთად, პასუხისმგებელია კერძო რადიო-სატელევიზიო არხების მიერ გადაცემული მასალის რეგულირებაზე, რადიო და სატელევიზიო სადგურების რეგულაციის 10/2000 დებულებების საფუძველზე, რომლებიც ეხება ბავშვთა, ქალთა ან ხანდაზმულთა მიმართ ძალადობის საკითხების გაშუქებას<sup>33</sup>. ეს ორგანო ამოწმებს მედიის მასალას ან საკუთარი ინიციატივით, ან საზოგადოებიდან შემოსული პრეტენზიების შემდგომ. ამ დანუსებულების საქმიანობის ერთ-ერთი მთავარი პრიორიტეტია პროგრამებში ნებისმიერი სახის დისკრიმინაციის დაუშვებლობა სქესის, და სხვა ნიშნების საფუძველზე. ესპანეთი წარმოადგენდა მოწინავე ქვეყანას ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ მიმართული ზომების თვალსაზრისით. 2004 წელს, ქვეყანამ მიიღო კანონი გენდერული ნიშნით ძალადობისაგან კომპლექსური დაცვის შესახებ. კანონი ითვალისწინებს ძალადობის პრევენციისა და მართვის მიმართ მულტიდისციპლინურ მიდგომას, განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება განათლებაზე, რეკლამირებასა და მედიის მიერ ძალადობის გაშუქებაზე, და ამ კონტექსტში ღირსების და თანასწორუფლებიანობის პატივისცემის მოთხოვნაზე. გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ ესპანეთის 2004 წლის კანონმდებლობის მიხედვით არაკანონიერია ნებისმიერი რეკლამა, სადაც ქალი წარმოჩენილია დამამცირებელ ან დისკრიმინაციულ კონტექსტში (მუხლი 10). კანონის მე-14 მუხლი აგრეთვე არეგულირებს მედიის მიერ ქალების მიმართ ძალადობის გაშუქებას<sup>34</sup>.

გენდერული თანასწორუფლებიანობის შესახებ<sup>35</sup> საფრანგე-

---

<sup>32</sup> ევროპის საბჭო (2014), „მედიაში კარგი პრაქტიკის ამსახველი მაგალითების კრებული“, გვ. 21.

<sup>33</sup> იქვე, გვ. 14.

<sup>34</sup> ვრცლად (ესპანურ ენაზე) იხ.: [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/lo1-2004.t1.html#c2](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.t1.html#c2)

<sup>35</sup> Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes (France), available at: [www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes](http://www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes).

თის 2014 წლის კანონით შეიქმნა ეროვნული აუდიო-ვიდეო საბჭოს როლს, რომელიც ითვალისწინებს ქალთა უფლებების დაცვას/პატივისცემას ყველა აუდიო-ვიდეო კომუნიკაციაში. საბჭომ უნდა უზრუნველყოს, რომ ქალები და მამაკაცები სამართლიანად იყვნენ წარმოდგენილნი ყველა აუდიო-ვიდეო კომუნიკაციის სერვისებში და განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ იმას, თუ როგორ ხდება ქალების წარმოჩენა პროგრამებში, განსაკუთრებით აქცენტით სტერეოტიპებთან ბრძოლის, სექსისტური ხასიათის წინასწარი შეხედულებებთან, დამამცირებელ გამოსახულებებთან და ქალთა მიმართ ძალადობასთან ბრძოლის საკითხებზე<sup>36</sup>.

მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ საზიანო შინაარსი და სექსისტური რეკლამასთან ბრძოლის მიზნით სტანდარტების მიღება და დანერგვა, არამედ აგრეთვე გასაჩივრების მექანიზმების არსებობა. 2013 წლის დეკემბერში, ევროპაში მიიღეს პირველი გადაწყვეტილება სექსისტური, საერთაშორისო რეკლამასთან დაკავშირებით, კალენდრის „რაინერის გოგონები“ წინააღმდეგ, რომელსაც რაინერი გამოსცემს 2007 წლიდან. 2012 წლიდან, მას შემდეგ რაც კალენდარი ყოველ წელს გამოიცემოდა, ესპანეთის მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ასოციაციამ (Alianza para la Defensa de Consumidores y Usuarios Activos (Adecua)) ესპანეთში სარჩელი აღძრა კამპანიის წინააღმდეგ. მათ შეუერთდა პროკურატურა, ქალთა ინსტიტუტი, ქალთა იმიჯის ობსერვატორია, და ფემინისტური უფლებადამცველი ორგანიზაცია “Federación de Mujeres Progresistas”. მალაგას მეორე კომერციულმა სასამართლომ სავაჭრო საკითხებში დაადგინა, რომ ორივე ონლაინ კამპანია (რომლებიც კალენდარს რეკლამას უკეთებდნენ, როგორც საქველმოქმედო მიზნით სახსრების მოზიდვის წყაროს) და კალენდრის გამოყენება ავიაკომპანიის რეკლამირებაში იყო უკანონო, ვინაიდან ქალი ბორტგამცილებლები წარმოჩენილნი იყვნენ „სექსუალურ პოზებში“ და „ქალის სხეული გამოიყენებოდა როგორც

<sup>36</sup> ვრცლად (ესპანურ ენაზე) იხ.: [http://noticias.juridicas.com/base\\_datos/Admin/ lo1-2004.t1.html#c2](http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.t1.html#c2).

უბრალო ნივთი, რეკლამაზე ყურადღების მისაპყრობად“. ავიაკომპანიას უბრძანეს, შეეჩერებინათ კამპანია და აღარ გაემეორებინათ ის მომავალში<sup>37</sup>.

## **თანასწორუფლებიანობისა და ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქების გაუმჯობესების მიზნით**

სახელმწიფოებს შეუძლიათ აგრეთვე შეეცადონ, რომ აქტიურად გაზარდონ ცნობიერება გენდერული ნიშნით ძალადობის შესახებ, გაიზრდება ეროვნულ საზოგადოებრივი მაუწყებელში ამ საკითხის მედიის მიერ გაშუქების გაზრდით. გაერთიანებულ სამეფოში, ბრიტანეთის მაუწყებელთა კორპორაციამ (BBC) წამოიწყო ინიციატივა გენდერული თანასწორუფლებიანობის ეთერში და ეთერის მიღმა. მიზანია მაუწყებლობაში სხვადასხვა ასაკის მამაკაცების და ქალების წარმომადგენლის სამართლიანი ბალანსის მიღწევა. აგრეთვე, ბელგიაში, ფლამანდიის რადიო-სატელევიზიო ქსელმა დანერგა მრავალფეროვნების წესები, რომლებიც მიზნად ისახავს მრავალფეროვნების საკითხების პროგრამების ავტორებამდე მიტანას. იტალიაში არსებობს განსაკუთრებული სამოქმედო გეგმა სქესობრივი და გენდერული ნიშნით ძალადობის წინააღმდეგ; რომელიც, სხვა საკითხებთან ერთად, მიზნად ისახავს მედია ოპერატორების ცნობიერების გაზრდას, იმისათვის რომ მოხდეს ინფორმაციის და (კომერციული) საკომუნიკაციო ორგანიზაციის მიერ გენდერული ფაქტორების წარმოჩენა და განსაკუთრებით, ქალის იმიჯის პატივისცემის უზრუნველყოფა.

## **მედიის ინფორმირებულობის თემაზე თანამშრომლობის წახალისება**

მნიშვნელოვანია ხელისუფლების მხრიდან მედიასთან და კერძო სექტორებთან თანამშრომლობა, რათა მოხდეს იმ ზომების წახალისება, რაც დაეხმარება ბავშვებს, მშობლებს

<sup>37</sup> „რეინერის მაგალითი“, ხელმისაწვდომია: [www2.womenslinkworldwide.org/wlw/sitio/caso-interna.php?idcaso=387&idi=en](http://www2.womenslinkworldwide.org/wlw/sitio/caso-interna.php?idcaso=387&idi=en)

და განათლების დარგის მუშაკებს მედიაში სქესობრივი და ძალადობრივი ხასიათის მასალის წინააღმდეგ მოქმედებაში. გამოსახულებების ჰიპერსექსუალიზაცია და სოციალური მედიის გამოყენება ქალთა ნივთის სახით წარმოსაჩენად წარმოადგენს ახალ კონტექსტს, რომელშიც მამაკაცები და ქალები, განსაკუთრებით ახალგაზრდა ასაკის პირები, აგებენ და გამოხატავენ საკუთარ იდენტობას. უნივერსიტეტებსა და სკოლებში სულ უფრო იზრდება ჩაგვრის, ჰიპერსექსუალიზაციის და სექსიზმის შემთხვევები, და სწრაფად ვრცელდება მედიის ახალი ფორმებისა და სოციალური მედიის მემკვიდრით.<sup>38</sup> სწორედ ამიტომ, სტამბულის კონვენციის მე-17 მუხლი მოუწოდებს მხარე სახელმწიფოებს, ითანამშრომლონ საინფორმაციო და კომუნიკაციური ტექნოლოგიების სექტორთან, რისკების შესახებ ცნობიერების ამაღლებისათვის და ბავშვებისა და მათი მშობლების დასახმარებლად, რათა მათ შეძლონ ახალ ტექნოლოგიებთან დაკავშირებული პოტენციური ზიანის თავიდან აცილება.

ზემოაღნიშნულის შესაბამისად, უნდა მოხდეს სოციალური მედიის გარშემო ცნობიერებისა და ინფორმირებულობის გაუმჯობესება, ბავშვების, მშობლებისა და განათლების დარგის მუშაკების ისეთი უნარ-ჩვევების გამომუშავებით და გაძლიერებით, რაც დაეხმარებათ მათ სათანადო რეაგირება მოახდინონ სოციალურ მედიაში საზიანო ინფორმაციასა და შეურაცხმყოფელ ქცევაზე. აღნიშნული ძალისხმევა შესაძლებლობას მისცემს ბავშვებსა და ახალგაზრდებს, შეგნებულად, დამოუკიდებლად და უსაფრთხოდ გამოიყენონ ინფორმაციული საშუალებები (რიჩარდსონ ჯ. 2010, გვ. 292). ახალგაზრდების უსაფრთხოება ინტერნეტის სივრცეში, პირველ ყოვლისა, დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად კარგად ფლობს ადამიანი ინტერნეტს და გაცნობიერებული აქვს, რომ უნდა დაიცვას პირადი მონაცემები<sup>39</sup>. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს პრევენციაში ინვესტირების მნიშვნელობა, ხაზი, ვინაიდან ტექნოლოგიური საშუალებების მოხმარებაში განაფული ბავშვები უფრო ნაკლებად მონყვლადები არიან

<sup>38</sup> ევროპის საბჭო (2013), „მედია და ქალთა იმიჯი“, გვ. 9.

<sup>39</sup> ევროპის საბჭო (2009), ინტერნეტში მუშაობა, სახელმძღვანელო.

თანამედროვე კომუნიკაციური ტექნოლოგიების მოხმარებისას.

ევროსაბჭოს არაერთმა წევრმა სახელმწიფომ გაატარა სხვადასხვა ზომები ინტერნეტის, ელექტრონული კომუნიკაციისა და სოციალური მედიის გამოყენებისას ბავშვთა უსაფრთხოების გაძლიერებისათვის. მათ შორის, უნდა აღინიშნოს ალბანეთი, სადაც შეიქმნა ქვევის კოდექსები მშობლებისა და ბავშვებისათვის;<sup>40</sup> იტალია: კერძო სექტორში მშობლებთან თანამშრომლობით შეიქმნა ინფორმაციული ვებსაიტები, სადაც ბავშვებს და მშობლებს შეუძლიათ, მიიღონ ინფორმაცია ინტერნეტის და ელექტრონული კომუნიკაციების უსაფრთხო გამოყენების შესახებ;<sup>41</sup> ან თურქეთი: მშობლებმა მიიღეს გაფილტვრის ფუნქციის მქონე პროგრამული უზრუნველყოფა<sup>42</sup>.

ოქროს წესები „ელექტრონული მედიის უსაფრთხოდ გამოყენება“ (შვეიცარია)<sup>43</sup>

გატარებული ზომები: შვეიცარიაში, ახალგაზრდები და მედია -- ელექტრონულ მედიასაშუალებებთან მუშაობის უნარ-ჩვევების გაძლიერების ეროვნული პროგრამის (2011-2015 წწ) ფარგლებში შეიქმნა მოცულობითი ვებგვერდი,<sup>44</sup> სადაც მშობლებს, მასწავლებლებს და სხვა დაინტერესებულ პირებს შეუძლიათ მოიძიონ რჩევები ელექტრონული მედიასაშუა-

<sup>40</sup> მშობლების და ბავშვების ქვევის კოდექსი ელექტრონული კომუნიკაციის უსაფრთხო და გააზრებულად მოხმარების შესახებ. კოდექსი (ალბანურ ენაზე) შეგიძლიათ იხილოთ ამ მისამართზე: <http://plus.al/download/Kodi-i-sjelljes-07-02-2013.pdf>.

<sup>41</sup> კომპანიების მიერ შეიქმნა პორტალი Vita de social (იტალიურ ენაზე) ([www.commissariatodips.it/vita-da-social.html](http://www.commissariatodips.it/vita-da-social.html)). მისი მიზანია ინტერნეტის მოხმარებლების ინფორმირება და ცვითი პროგრამული უზრუნველყოფის სისტემების, მონიტორინგის მექანიზმებისა და პრეტენზიის წარდგენის მექანიზმის შესახებ. პორტალი შემუშავდა და იმართება განათლების სამინისტროსა და შემდეგ ორგანიზაციებს შორის თანამშრომლობით: Facebook, Fastweb, Google, 3(H3G), Libero, Microsoft, Poste Italiane, Telecom, Symantec, Skuola.net, Vodafone, Virgilio.it, Wind, Youtube, and Gruppo Eventi. პორტალთან ერთად, მოეწყო საზოგადოებასთან მუშაობის ღონისძიებები, მაგ., ინფორმაციის გამავრცელებელი სატვირთო ავტომობილი, რომელიც განთავსდა დანყებითი და საშუალო სკოლების სიახლოვეს და სადაც იმართებოდა დებატები და ხდებოდა მოსწავლეების, მშობლებისა და მასწავლებლების ცნობიერების ამაღლება. დებატები ეხებოდა სოციალური ქსელების პასუხისმგებლობით გამოყენებას. იხ.: [www.facebook.com/unavitadasocial](http://www.facebook.com/unavitadasocial).

<sup>42</sup> მაგალითისთვის, ივ.: [www.guvenlinet.org/gb/](http://www.guvenlinet.org/gb/).

<sup>43</sup> შვეიცარიის ფედერალური სოციალური უზრუნველყოფის სამსახური: „ელექტრონული მედიის უსაფრთხოდ გამოყენება“, [www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user\\_upload/Chancen\\_und\\_Gefahren/Flyer\\_goldene\\_Regeln\\_13\\_Sprachen/engl\\_goldene\\_Regeln\\_JuM.pdf](http://www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user_upload/Chancen_und_Gefahren/Flyer_goldene_Regeln_13_Sprachen/engl_goldene_Regeln_JuM.pdf).

<sup>44</sup> [www.jeunesetmedias.ch/fr/programme-national.html](http://www.jeunesetmedias.ch/fr/programme-national.html).

ლებების მოხმარებისას რისკების შერბილება და დაეხმარონ 0-დან 13 წლამდე ბავშვებს/ახალგაზრდებს ელექტრონული მედიის უსაფრთხოდ გამოყენებაში.<sup>45</sup> დიდი მოცულობის ინფორმაცია არის ხელმისაწვდომი ვებსაიტზე, როგორცაა პრეზენტაციები და ანიმაციური ფილმები ოჯახებისათვის, აგრეთვე ბუკლეტები და რჩევები.

ელექტრონული მედიის უსაფრთხოდ გამოყენების 10 ოქროს წესი:

1) აკრძალვამდე ეფექტურია მხარდაჭერა. ელექტრონულ სივრცეში ბავშვებს სჭირდებათ მშობლების მხარდაჭერა. ესაუბრეთ ბავშვებს ელექტრონული მედიის სპეციფიკის შესახებ.

2) ბავშვებისათვის მნიშვნელოვანია მაგალითი. ელექტრონული მედიის გამოყენებისას, ბავშვებისა და მოზარდებისათვის მაგალითს ძირითადი აღმზრდელები წარმოადგენენ. ამდენად, კარგია, თუ ესაუბრებით მათ საკუთარ ჩვევებზე, რომლებსაც მედიის მოხმარებისას იყენებთ.

3) წესი 3-6-9-12. 3 წლამდე ასაკის ბავშვს არ უნდა ჰქონდეს შეხება ეკრანთან, სათამაშო მოწყობილობას არ უნდა იყენებდეს 6 წლამდე, ინტერნეტს არ უნდა იყენებდეს 9 წლამდე, ხოლო ზედამხედველობის გარეშე ინტერნეტს არ უნდა იყენებდეს 12 წლამდე.

4) დააკვირდით ასაკობრივ ცენზს. ეს ეხება როგორც ფილმებს ([jugendundmedien.ch](http://jugendundmedien.ch)), ისე კომპიუტერულ თამაშებს ([pegi.ch](http://pegi.ch)).

5) მიიღეთ ერთობლივი გადაწყვეტილებები ეკრანთან გატარებული დროის შესახებ. ჩართეთ თქვენი ბავშვები გადაწყვეტილების მიღებაში, და ერთად დაადგინეთ, თუ რამდენი დრო შეუძლიათ გაატარონ ეკრანთან დღის ან კვირის განმავლობაში. დაუსახეთ მკაფიო ბღვრები და მიაქციეთ ყურადღება, რომ ბავშვები იცავენ თქვენს მიერ ერთობლივად მიღებულ გადაწყვეტილებებს.

6) ეკრანი ძიძა არ არის. აუცილებელია ზომების მიღება, რომ ბავშვი ჩაერთოს დასვენების და გართობის ისეთ ღონისძიებებში, რომლებიც არ ითვალისწინებს ელექტრონული საშუალებების გამოყენებას.

<sup>45</sup> ზოგიერთი წესი მოზარდებზეც ვრცელდება.

7) ტელევიზორი, კომპიუტერი და სათამაშო მონყობილობები ბავშვების ოთახში არ უნდა ინახებოდეს. ასეთი მონყობილობები უნდა დადგათ იმ ოთახში, სადაც მთელი ოჯახი ატარებს ძირითად დროს. ყურადღება გმართებთ სმარტფონებისა და პლანშეტების გამოყენების კუთხითაც.

8) შეამოწმეთ, ვის ესაუბრება თქვენი შვილი. ონლაინ ნაცნობებს ბავშვები მხოლოდ საჯარო ადგილებში და თავიანთი მშობლების თანდასწრებით უნდა იძენდნენ.

9) გააფრთხილეთ ბავშვი, არ შეიყვანოს პირადი მონაცემები ინტერნეტში. უთხარით, რომ დაუშვებელია რაიმე პირადი მონაცემის შეყვანა, როგორიცაა სახელი, მისამართი, ასაკი და ტელეფონის ნომერი, წინასწარ თქვენთან განხილვის/შეთანხმების გარეშე.

10) ღია მსჯელობა უკეთესია, ვიდრე პროგრამა-ფილტრი. გამართეთ თქვენს შვილთან ასაკის შესაბამისი საუბრები ისეთ თემებზე, როგორიცაა სქესობრივი საკითხები და ძალადობა. გაფილტვრის პროგრამა ეფექტურია, თუმცა არ უზრუნველყოფს აბსოლუტურ დაცვას.

## დასკვნა

კერძო სექტორს და მასმედიას მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ქალების და მამაკაცების უმრავლესობის ყოველდღიურ ცხოვრებაში, დამქირავებლების, სამუშაო ადგილების და საქონლის, მომსახურებისა და მედია მასალის და ინფორმაციული ტექნოლოგიების მწარმოებლების რანგში. სავარაუდოდ, იმ ქალებსა და მამაკაცებს შორის, რომლებიც კერძო სექტორში მუშაობენ და რომლებიც წარმოადგენენ საქონლის და მომსახურების მომხმარებლებს, არიან დაზარალებულები, ძალადობის ჩამდენები, და სხვა პირები, რომლებიც დაზარალდნენ ქალთა მიმართ ძალადობის სხვადასხვა ფორმების შედეგად. სამუშაო ადგილი და მედია შეიძლება აგრეთვე იყოს სივრცეები, სადაც გრძელდება ქალთა მიმართ ძალადობა, ხდება ამ ძალადობის წახალისება, ან პირიქით, აქტიური პრევენცია, იმ განწყობების და ქმედებების მიხედვით, რომლებსაც სხვადასხვა დაინტერესებული მხა-



რეები გამოხატავენ და განახორციელებენ.

ამდენად, მულტისექტორული მიდგომა ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და პრევენციისათვის, უნდა მოიცავდეს კერძო სექტორს, მათ შორის, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სექტორს და მედიას.

სტამბულის კონვენცია ახალი ინსტრუმენტია მხარე სახელმწიფოებისათვის კერძო სექტორის, საინფორმაციო ტექნოლოგიების და მედიის სექტორის წასახალისებლად, რათა მათ გამოიყენონ საკუთარი პოტენციური და მონაწილეობა მიიღონ ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობის პრევენციაში. არსებობს მრავალი კარგი მიზეზი ზემოაღნიშნულ პროცესში კერძო სექტორის ჩასართავად, რაც მრავალ კარგ შედეგს გამოიღებს. მედიის მიერ ოჯახში ძალადობის, გაუპატიურების, აკვიატებული დევნის/გადაკიდების და სექსუალური შევიწროების გამუქება, გენდერული სტერეოტიპირებისა და სენსაციონალიზაციის გარეშე, დაეხმარება ნათელი მოეფინოს რეალურ პრობლემას, რომელიც არის ქალთა და მამაკაცების თანასწორუფლებიანობის ნაკლებობა და შედეგად -- უთანასწორო ძალაუფლების დინამიკა პირად და საქმიან ურთიერთობებში.

არსებულ მაგალითებსა და ექსპერტულ ცოდნაზე დაყრდნობით, და კერძო და საჯარო სექტორების ფუნქციებისა და ვალდებულებების გათვალისწინებით, აგრეთვე მედიის დამოუკიდებლობის სათანადო პატივისცემით, შესაძლებელია შემუშავდეს ეფექტური სექციები და ზომები კერძო სექტორის წასახალისებლად ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის პრევენციაში მონაწილეობის მიღებისკენ.

# საკონტროლო სია

მე-17 მუხლის თანახმად, მხარე სახელმწიფოებს გააჩნიათ ვალდებულება, მოუწოდონ კერძო კომპანიებსა და მასმედიას ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლასა და პრევენციაში უფრო ფართო მონაწილეობისაკენ. ქვემოთ წარმოდგენილია საკონტროლო სია, რომელიც შესაბამის მხარეებს დაეხმარება ამ მიზნის მისაღწევად ყოვლისშემძველი სტრატეგიების შემუშავებასა და განხორციელებაში.

დანერგილი და განხორციელებულია სტრატეგიები და ზომები იმისათვის, რომ მოხდეს კერძო სექტორის და მედია ორგანიზაციების წახალისება, რათა მათ აქტიური როლი ითამაშონ ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობის პრევენციაში?

o ხდება კერძო სექტორის და მედიის წახალისება, რათა მათ ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში შეიტანონ წვლილი ბრენდირების, ეთიკური სტანდარტების ან კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში?  
o შექმნილია პოლიტიკური და ხელისუფლების ინიციატივები ძალადობის პრევენციის კუთხით კერძო სექტორის მხარეებთან თანამშრომლობისათვის?

o გზავნილები ადაპტირებულია ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და პრევენციის მნიშვნელობის დასაბუთებისათვის ბიზნესის პოზიციის შესაბამისად?

o კერძო სექტორისა და მედიისკენ მიმართული სტიმულირების ზომები ითვალისწინებს ამ მხარეების სხვადასხვა ფუნქციებს? არის ისინი მიმართული კერძო კომპანიებზე, შემდეგი ფუნქციების მიხედვით: დამსაქმებელი, საქონლის და მომსახურების მწარმოებელი, რეკლამის გამავრცელებელი, დამოკიდებულების ფორმირების გამომწვევი, აგრეთვე ბიზნეს კომპანიები, როგორც უფრო ფართო

საზოგადოების წევრები?

o ხელისუფლების პოლიტიკა და განცხადებები/გზავნილები სთავაზობს საზოგადოებას რეკომენდაციებს/ინსტრუმენტებს სექსისტური და სტერეოტიპული ენის გამოყენების პრევენციისათვის?

o ხელმისაწვდომია ფინანსური მხარდაჭერა კერძო სექტორსა და მედიაში ძალადობის პრევენციის შესახებ სტრატეგიების შემუშავებისა და ცნობიერების ამაღლებისათვის?

o არსებობს მკაფიო პოლიტიკის ჩარჩოები და გასაჩივრების მექანიზმები მედიაში განთავსებული სექსისტური და საზიანო მასალის მედია სივრციდან ამოღების უზრუნველსაყოფად?

დადგენილია სტიმულირების ზომები ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციაში ჩასართავად კერძო სექტორის და მედიის წახალისებისათვის?

o დანერგილია ისეთი სტიმულირების ზომები, როგორცაა საგადასახადო შეღავათები, ჯილდოები, ძალადობის დაუშვებლობის გამო პრიზები ან გენდერული თანასწორუფლებიანობის ეტიკეტები, კერძო სექტორში და მედიაში/რეკლამის სფეროში ძალადობის პრევენციის წახალისებისათვის?

o არსებობს ძალადობის პრევენციის კუთხით დამსაქმებლების ინიციატივების ზედამხედველობის, მონიტორინგის, შემდგომი კონტროლის და შეფასების მექანიზმები?

სახელმწიფო ატარებს ზომებს კერძო სექტორსა და მასმედიის მხარეთა ცნობიერების ამაღლებისათვის ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ?

o მთავრობის მიერ მომზადებული მონაცემები ქალთა მიმართ და ოჯახში ძალადობის შესახებ სიხშირის და ხარჯების შესახებ აგრეთვე ხელისუფლების მიერ განსაზღვრული პრევენციის სტრატეგიები ხელმისაწვდომია საზოგადოებისათვის?

სათვის და განსაკუთრებით -- ეგზავნება კერძო სექტორისა და მედიის ორგანიზაციებს?

o მზადდება და გამოიცემა თუ არა ინფორმაცია და მონაცემები იმის თაობაზე, თუ როგორ და რამდენად ახდენს გავლენას თანამშრომლებზე სამუშაო გარემოში გენდერული ნიშნით ძალადობა?

o მზადდება და ქვეყნდება ინფორმაცია და მონაცემები იმასთან დაკავშირებით, თუ გენდერული ნიშნით ძალადობა რამდენად უარყოფითად აისახება კერძო კომპანიებზე, მწარმოებლობასა და ეკონომიკურ ზრდაზე, პირდაპირი და არაპირდაპირი ხარჯების სახით?

o კერძო სექტორისა და მედიის ცნობიერების გაზრდის გზავნილებში ჩართულია ინფორმაცია იმის თაობაზე, თუ რა ეკონომიური და სოციალური უპირატესობები ახლავს ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლას?

o კერძო სექტორს და მედიას იოლად მიუწვდებათ ხელი ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის შესახებ კარგი პრაქტიკის ამსახველ მასალაზე სამსახურში, სახლში და ფართო საზოგადოებაში?

o ქალთა მიმართ ძალადობა და ოჯახში ძალადობა წარმოდგენილია როგორც სამუშაო გარემოს უსაფრთხოების პრობლემა?

ტარდება ზომები დამქირავებლების წახალისებისათვის, რათა მათ დანერგონ შინაგანაწესი ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციისა და ასეთ ძალადობაზე რეაგირებისათვის?

o დამქირავებლებს გადაეცემათ მიზნობრივი საინფორმაციო მასალა ქალთა მიმართ ძალადობის შესახებ, განსაკუთრებით, სამუშაო გარემოში ძალადობის შესახებ?

o ხდება დამქირავებლების წახალისება, რათა მათ ხელმისაწვდომი გახადონ ინფორმაცია და მხარდაჭერა ისეთი თანამშრომლებისათვის, რომლებიც დაზარალებულნი არიან ქალთა მიმართ ძალადობის ფორმების შედეგად, როგორც-

ცაა სექსუალური შევიწროება, აკვიატებული დევნა/გადაკიდება ან ოჯახში ძალადობა?

o ხდება დამქირავებლების წახალისება, რათა მათ დაწერონ სამუშაო ადგილზე პოლიტიკა სექსუალური შევიწროების წინააღმდეგ (მოქმედი საკანონმდებლო ბაზის მოთხოვნების გათვალისწინებით)?

o დამქირავებლებს მიეწოდებათ მასალები იმის თაობაზე, თუ როგორ უნდა გაუწიონ კონსულტაციები სექსუალური შევიწროების, აკვიატებული დევნის ან ოჯახში ძალადობის შედეგად დაზარალებულ პირებს, რათა მათ შეძლონ თანამშრომლებისთვის დახმარების რესურსის შესახებ ინფორმაციის მიწოდება: სპეციალისტები, ადამიანური რესურსების მართვის სამსახური, პოსტერები, ინტრანეტი, და ა.შ.?

o დამქირავებლებს მიეწოდებათ მაგალითები იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ უნდა ჩართონ მსხვერპლთა/დაზარალებულთა მხარდაჭერის სერვისები დამქირავებლის შეღავათების სქემაში, როგორიცაა ფსიქოლოგიური, სამედიცინო, იურიდიული და ეკონომიური მხარდაჭერა?

წახალისებულია ტრენინგი ქალთა მიმართ ძალადობის პრევენციის თემაზე და ხელმისაწვდომია კერძო სექტორისა და მედიისათვის?

o დამქირავებლებს აცნობებენ იმის შესახებ, რომ კერძო სექტორსაც ეხება ძალადობა როგორც სამუშაო გარემოში, ისე მის გარეთ?

o ხდება დამქირავებლებისათვის იმ უნარ-ჩვევების მიწოდება, რათა მათ შეძლონ თანამშრომლების წახალისება, ისაუბრონ ძალადობის შესახებ სამსახურში? (ეს, მაგალითად, შეიძლება განხორციელდეს ტრენინგით იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა ისაუბრონ ძალადობის შესახებ, და სამუშაო ადგილზე ძალადობის ნიშნების აღმოჩენაზე, ან რომ კოლეგას შეიძლება პრობლემები ჰქონდეს სახლში ძალადობის კუთხით).

o ხდება ხაზგასმამა, რომ ძალადობის პრევენციაში მნიშვნელოვანია როგორც მამაკაცების, ისე ქალების ჩართვა?

o ტრენინგი მიმართულია არა მხოლოდ გენდერული ნიშნით ძალადობის მსხვერპლებზე, არამედ აგრეთვე ითვისების ნიშნებს ორგანიზაციის შიგნით ძალადობის შესაძლო ჩამდენების არსებობას?

□ ხდება კერძო სექტორს, საჯარო სექტორსა და მედიას შორის პარტნიორობების, ასოციაციებისა და ალიანსების ჩამოყალიბების ნახალისება?

o ხდება დამსაქმებელთა კავშირების და პროფესიული კავშირების მოწოდება ქალთა მიმართ ძალადობისა და ოჯახში ძალადობის პრევენციაში ჩართვისაკენ?

o ხორციელდება კავშირებისა და პარტნიორობების ხელშეწყობა კერძო სექტორსა და მედიასა და სახელმწიფო და არასამთავრობო ორგანიზაციებს შორის, რომლებიც უშუალოდ ქალთა მიმართ ძალადობის საკითხებზე მუშაობენ?

o ხდება კარგი პრაქტიკის, აგრეთვე ეფექტური მეთოდების, ინსტრუმენტებისა და პოლიტიკის შესახებ ინფორმაციის გაცვლის ნახალისება?

o ამ სახის ინფორმაციის გაცვლისა და კავშირების დამყარებისათვის მოეწყო მრგვალი მაგიდის შეხვედრები ან კონფერენციები?

o ხდება კერძო სექტორის წარმომადგენლების მოწოდება, რათა მონაწილეობა მიიღონ ძალადობის მსხვერპლთათვის დასახმარებლად სახსრების მოზიდვაში და ქალთა მიმართ ძალადობის შედეგად დაზარალებული პირებისათვის სერვისებისა და მსგავსი ინიციატივებისათვის ფინანსური დახმარების განწვევაში?

o ხორციელდება ბიზნეს სექტორის ნახალისება, რათა კომპანიებმა შექმნან პროდუქცია და მარკეტინგის სტრატეგიები იმისათვის, რომ პირდაპირ ან არაპირდაპირ შეუწყონ ხელი ძალადობის პრევენციას ან ცნობიერების ამაღლებას?

□ ხელისუფლების მიერ გენდერული ნიშნით ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის ღონისძიებებში ხაზგასმით აღინიშნება, თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის და მედიის, როგორც საზოგადოებაში აზრის ფორმირებაზე გავლენის მეორე მხარეების, მონაწილეობა?

o ხდება კერძო სექტორისა და მედიის წახალისება, რათა არ დაუშვან სტერეოტიპირება და გენდერული ფაქტორების გაუთვალისწინებლობა?

o ხდება კომპანიების წახალისება, რათა მათ დაიცვან მარეგულირებელი და თვითრეგულირების სტანდარტები, რათა არ მოხდეს მედიასა და რეკლამირებაში სექსისტური შინაარსის მასალის გამოყენება?

o ხდება კერძო სექტორის წარმომადგენელთა ინფორმირება იმის შესახებ, რომ თავად საქონელმა და მომსახურებამ შეიძლება შეუწყოს ხელი ძალადობას, გენდერული როლების არასწორად წარმოჩენას და ქალთა მიმართ ძალადობის გამყარებას?

o ხელისუფლების ინიციატივები მოიცავს კერძო სექტორსა და მედიასთან მუშაობას, ცნობიერების ამაღლების კამპანიებისა და მომხმარებლების მიერ გასაჩივრების მექანიზმებს?

□ ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის ხელისუფლების ინიციატივები კონკრეტულად მიმართულია მედია ორგანიზაციებზე და ხდება მათი წახალისება მონაწილეობისაკენ?

o ხდება მედიის მონოღება, რათა ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქებისას მოახდინონ დანაშაულების კონტექსტის წარმოჩენა და გენდერული ნიშნით ძალადობის ანალიზი, როგორც საზოგადოებაში არსებული სტრუქტურული პრობლემისა?

o ხდება მედიის წახალისება, რათა მედიამ დაიცვას ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქებასთან დაკავშირებით რეგულირების და თვითრეგულირების სტანდარტები?

o ხდება ზომების მიღება დამოუკიდებელი მედია მარე-

გულირებელი ორგანოების შექმნისა და გაძლიერებისათვის?

o ცნობიერების გაზრდის ზომები და ტრენინგი მიმართულია ჟურნალისტების და ჟურნალისტების ტრენინგების განმახორციელებელი დაწესებულებების და ასოციაციებისაკენ, რათა ამ მხარეებმა ხელი შეუწყონ, რომ ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქება არ მოხდეს სენსაციური ამბის დატვირთვით და სტერეოტიპული მიდგომით?

o წახალისებულია ჟურნალისტიკაში არასტერეოტიპული და არასექსისტური ენის გამოყენება?

o წახალისებულია თვითრეგულირების მეშვეობით ძალადობრივი და სექსუალური დატვირთვის მქონე რეკლამების არგამოყენება?

o წახალისებულია ეფექტური მედია კამპანიების შემუშავება გენდერული ნიშნით ძალადობის თემაზე, ძალადობის პრევენციის შესახებ ცნობიერების ამაღლების მიზნით?

o ხელისუფლების ინიციატივები ითვალისწინებს სოციალური მედიის, როგორც გენდერული ნიშნით ძალადობის წინააღმდეგ მობილიზაციისათვის პლატფორმის, პოტენციალს?

o ხელისუფლების ინიციატივებით ხდება მედია ორგანიზაციების წახალისება, რათა მათ ითანამშრომლონ სახელმწიფო ორგანოებთან (სოციალური) მედიის ცნობიერების და ინფორმირებულობის გაზრდისაკენ, რათა გაძლიერდეს ბავშვების, მშობლების და განათლების სფეროს მუშაკების უნარ-ჩვევები მედიაში სექსუალური ან ძალადობრივი ხასიათის დამამცირებელი მასალის შემთხვევაში რეაგირების მხრივ?

o ხდება სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების წახალისება, რათა მათ მონაწილეობა მიიღონ სოციალურ მედიასა და ინტერნეტში საზიანო ინფორმაციის და შეურაცხმყოფელი ქცევის შესახებ კვლევაში და ცნობიერების ამაღლების ღონისძიებებში?



# ძირითადი რესურსი

## **გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია**

კონვენცია ქალთა მიმართ ძალადობის ყველა ფორმის აღმოფხვრის შესახებ. მიღებულია და გახსნილია ხელმოწერის, რატიფიკაციისა და მიერთებისათვის გაეროს ასამბლეის 1979 წლის 18 დეკემბრის რეზოლუციით 34/180 ძალაში შესვლის თარიღი 1981 წლის 3 სექტემბერი.

სახელმძღვანელო ქალთა მიმართ ძალადობის წინააღმდეგ კანონმდებლობის (2009).

სახელმძღვანელო ქალთა მიმართ ძალადობის თემაზე ეროვნული სამოქმედო გეგმების შესახებ (2012).

## **ევროპის საბჭოს სტანდარტები და რესურსი**

ევროპის საბჭოს კონვენცია ქალთა მიმართ ძალადობის და ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისა და პრევენციის შესახებ (სტამბულის კონვენცია, CETS No. 210, 2011).

ევროპის საბჭოს კონვენცია სექსუალური ექსპლუატაციისა და შეურაცხყოფისაგან ბავშვთა დაცვის შესახებ (ლანზაროტის კონვენცია, CETS No. 201, 2007).

ევროპის საბჭომ, მინისტრთა კომიტეტისა და საპარლამენტო ასამბლეის მეშვეობით, გამოსცა შემდეგი რეკომენდაციები ქალების და მამაკაცების თანასწორუფლებიანობის, ქალთა მიმართ ძალადობის აღმოფხვრის და მასმედიაში გენდერული თანასწორუფლებიანობის შესახებ:

მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაცია Rec (2006)12 წევრი სახელმწიფოებისათვის ინფორმაციის და კომუნიკაციის ახალი საშუალებების პირობებში ბავშვების ინფორმირებასთან დაკავშირებით.

მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაცია Rec (2002)5 წევრი სახელმწიფოებისათვის ძალადობისაგან ქალების დაცვის შესახებ.

მინისტრთა კომიტეტის რეკომენდაცია No. R (84) 17 წევრი სახელმწიფოებისათვის მასმედიაში ქალების და მამაკაცების თანასწორუფლებიანობის შესახებ.

საპარლამენტო ასამბლეის რეზოლუცია 1751 (2010) და რეკომენდაცია 1931 (2010), მასმედიაში სექსისტური სტერეოტიპების წინააღმდეგ ბრძოლის შესახებ.

საპარლამენტო ასამბლეის რეკომენდაცია 1882 (2009) არასრულწლოვანთა შესაბამისი ინტერნეტის და ონლაინ მედიის სერვისების ხელშეწყობასთან დაკავშირებით.

საპარლამენტო ასამბლეის რეკომენდაცია 1799 (2007) რეკლამებში ქალების იმიჯის შესახებ.

საპარლამენტო ასამბლეის რეკომენდაცია 1555 (2002) მასმედიაში ქალთა იმიჯის შესახებ.

ევროპის საბჭოს საინფორმაციო ბუკლეთი სტამბულის კონვენციის შესახებ.

ქალთა მიმართ და ოჯახში ძალადობის ხარჯების შესახებ კვლევების მიმოხილვა (2012).

ევროპის საბჭოს სახელმძღვანელო ინტერნეტით სარგებლობის თემაზე (2009).

## **სხვა საერთაშორისო სამართლებრივი ვალდებულებები და რეკომენდაციები დასაქმების სფერო**

არსებობს სხვადასხვა საერთაშორისო სამართლებრივი ვალდებულებები და რეკომენდაციები, რომლებიც ეხება სამსახურში გენდერულ თანასწორობას, აგრეთვე ჯანმრთელობას და უსაფრთხოებას. ამ საერთაშორისო ინსტრუმენტებში განსაკუთრებული ყურადღებაა გამახვილებული სამსახურში თანამშრომლების კეთილდღეობაზე. სამსახურში თანასწორუფლებიანობის წახალისება მოიცავს ძალადობის პრევენციას, აგრეთვე უფლებების გაუმჯობესებას და ძალადობის წინაშე მყოფი ქალების და გოგონების მხარდაჭერას.

### **ევროკავშირი**

ევროპარლამენტის და საბჭოს 2006 წლის 5 ივლისი დირექტივა 2006/54/EC დასაქმებისა და სამუშაო გარემოში მამაკაცების და ქალების თანაბარი შესაძლებლობების და თანასწორუფლებიანობის პრინციპის განხორციელების შესახებ საბჭოს დირექტივაში 76/73/ECC ცვლილებების შეტანის შესახებ.

## **შრომის საერთაშორისო ორგანიზაცია**

კონვენცია მუშაკებისათვის ღირსეული სამუშაო გარემოს შესახებ (კონვენცია N 189), 2011.

კონვენცია დამოუკიდებელ ქვეყნებში ადგილობრივ მოსახლეობასა და ტომებთან დაკავშირებით (კონვენცია N 169), 1989.

რეკომენდაცია აივ და შიდსის და შრომის სფეროს შესახებ (რეკომენდაცია N 200), 2010.

პრაქტიკის კოდექსი სამუშაო ადგილზე ძალადობის შესახებ მომსახურების დარგებში და ამ მოვლენასთან ბრძოლის ზომები, 2003 წ.

რეზოლუცია დასაქმების ადგილებში მამაკაცებისა და ქალებისათვის თანაბარი შესაძლებლობების და თანასწორუფლებიანი მიდგომების შესახებ, 1985 წ.

ქალთა საერთაშორისო დღე 2013: შეწყდეს ძალადობა სამუშაო გარემოში.

შრომის საერთაშორისო ორგანიზაციის განცხადება ქალთა სტატუსის შესახებ კომისიის 57-ე სესიაზე.

## **სამუშაო გარემოში უსაფრთხოებისა და ჯანმრთელობის ევროპული სააგენტო**

სამუშაო გარემოში ძალადობა და შევიწროება: ევროპაში არსებული მდგომარეობა (2010 წლის ანგარიში).

## **საქონელი და მომსახურება და აუდიო-ვიდეო მედიასა-შუალებები**

### **ევროკავშირი**

ევროპარლამენტის და საბჭოს 2004 წლის 13 დეკემბერის დირექტივა 2004/113/EC ქალებისა და მამაკაცებისათვის საქონელსა და მომსახურებაზე წვდომის და მიწოდების მხრივ თანასწორუფლებიანობის პრინციპის განხორციელების შესახებ.

ევროპარლამენტის და საბჭოს დირექტივა 2007/65EC სატელევიზიო მაუწყებლობაში ნევირ სახელმწიფოებში კანონით განსაზღვრული გარკვეული მოთხოვნების, რეგულირების ან ადმინისტრაციული ზომების კოორდინაციის შესახებ საბჭოს დირექტივაში 89/552/EEC ცვლილებების შეტანის შესახებ.

# ბიბლიოგრაფია

ბოთი ს. და სხვ. (2005 წ.), „საშუალო და დაბალშემოსავლიან ქვეყნებში გენდერული ნიშნით ძალადობის პრევენცია და მასზე რეაგირება: გლობალური მიმოხილვა და ანალიზი“, პოლიტიკის კვლევის სამუშაო დოკუმენტი 3618, მსოფლიო ბანკის გენდერის და განვითარების ჯგუფი, ვაშინგტონი, კოლუმბიის ოლქი.

კაპელა მ.ლ. და სხვ. (2010), „ქალთა მიმართ ძალადობა და რეკლამები -- გავლენა“, ჟურნალი რეკლამების შესახებ, ტომ. 39, N 4, გვ. 37-51.

ქოი მ. და ქელი ლ. (2011), „ლონდონში ძალადობის შესახებ ადვოკატირების ოთხი დამოუკიდებელი ეროვნული სექსის შეფასება“, Trust for London and Harry Smith Charity.

დილ ქ. ი. და სხვ. (2008), „სექსუალური შევიწროების შემწყნარებლობაზე სქესის მიხედვით სტერეოტიპირებული ვიდეო თამაშების პერსონაჟების ფაქტორის გავლენა“, ექსპერიმენტული სოციალური ფსიქოლოგიის ჟურნალი, ტომ. 44, N 5, გვ. 1402-1408.

ივსი, ქალთა მიმართ ძალადობის შეწყვეტის კოალიცია, თანასწორუფლებიანობა ახლა, OBJECT (2012), ქალთა მიმართ ძალადობის დანაშაულების გაშუქება ბრიტანეთის 11 ეროვნულ გაბეთში 2012 წლის სექტემბერში ორი კვირის მანძილზე, მათ შორის, რეკომენდაციები ბეჭდური მედიის რეგულირების რეფორმასთან დაკავშირებით, ქალებისათვის მიყენებული ზიანის, და მათ მიმართ დისკრიმინაციის შემცირების მიზნით.

ევრობარომეტრი (2010), ანგარიში ქალთა მიმართ ოჯახში ძალადობის შესახებ.

ევროპული კომისია (2012), „სქესთან დაკავშირებული შევიწროება და კანონი სექსუალური შევიწროების შესახებ ევროპის 33 ქვეყანაში, დისკრიმინაცია და ღირსების პატი-

ვისცემა“ ენ ნუმპაუმერ ჰენინგი და სილვეინ ლოლომი, გენდერული თანასწორუფლებიანობის სფეროში იურიდიული ექსპერტების ევროპული ქსელის ანგარიში.

გენდერული თანასწორუფლებიანობის ევროპული ინსტიტუტი (2014), „ევროპის კავშირში გენდერული ნიშნით ძალადობის ხარჯების გაანგარიშება“, ანგარიში მომზადებულია სილვია უელბის და ფილიპა ოლივის მიერ, ევროკავშირის გამომცემლობა, ლუქსემბურგი.

ევროკავშირის ძირითადი უფლებების სააგენტო (2014) „ქალთა მიმართ ძალადობა: ევროკავშირის მასშტაბით ჩატარებული კვლევა“.

ფეირბერნი, ჯ. და სხვ. (2013), სქესობრივი ძალადობა და სოციალური მედია. პრევენციის ხარჩოს შექმნა, დანაშაულის პრევენციის სამსახური ოტავა.

ფარმერ ე. და ქელენ ს. (2012), ძალადობის გარეშე -- ოჯახში ძალადობის წრის გარღვევა, სოციალური მართლმსაჯულების ცენტრი, გაერთიანებული სამეფო.

ფულუ ე. და სხვ. (2013), რატომ მიმართავს ზოგიერთი მამაკაცი ქალთა მიმართ ძალადობას და როგორ შეიძლება ამისი პრევენცია? აზიისა და წყნარი ოკეანის აუზის ქვეყნებში გაეროს მიერ რამდენიმე ქვეყანაში მამაკაცების და ძალადობის თემაზე ჩატარებული კვლევებიდან რაოდენობრივი კვლევის შედეგები.

HAPI (2012), „მუშაობისათვის მზადყოფნა“ დოკუმენტში მუშაობა ჯანმრთელობის მხრივ თანასწორუფლებიანობის მიღწევა -- დასაქმების, უმუშევრობის და სოციალური დაცვის როლი ჯანმრთელობის არათანასწორუფლებიანობაში.

ჰერერა ს. და ექსპოზიტო ფ. (2009), აბსტრაქტი ნაშრომიდან „მასმედიის გავლენა ბრალდებულად მიჩნევასა და გენდერული ძალადობის გამართლებაზე“, University of Granada. ნაშრომის პრეზენტაცია მოხდა პოლიტიკური ფსიქოლოგიის საერთაშორისო საზოგადოების 32-ე ყოველწლიურ სამეცნიერო შეხვედრაზე, Trinity College, დუბლინი, ირლანდია.

შრომის საერთაშორისო ორგანიზაცია (2005), „ანგარიში: სექსუალური შევიწროება სამსახურში, რეაგირება ეროვნულ და საერთაშორისო დონეებზე“, მაქეინ დ. (2005), გვ. 27. ჯონსონ პ.რ. და გარდნერ ს. (2000), „ოჯახში ძალადობა სამუშაო გარემოში იჭრება“, დოკუმენტი ქალები ხელმძღვანელობაში, მიმოხილვა, ტომი 15(4), გვ. 197-203.

Mama Cash (2011), გამოუყენებელი პოტენციალი, ქალები-სა და გოგონების ევროპული ფონდის დაფინანსება.

მარმთ მ. (2010), სამართლიანი საზოგადოება, ჯანმრთელი ადამიანები -- მარმთის მიმოხილვა: ზოგადი მიმოხილვა. მაქი მ. და სხვ. (2012), „ჯანდაცვის სისტემები, ჯანდაცვა და სიმდიდრე: ინვესტიციის არგუმენტი ახლა უფრო აქტუალურია ვიდრე ოდესმე“, სოციალური მეცნიერებები და მედიცინა, ტომი 74, გვ. 684-687.

ფეთისონ ჯ. (2006), „ოჯახში ძალადობაზე რეაგირება -- სამუშაო გარემოში“, BBC News.

რიჩარდსონ ჯ. (2010), „ინფორმირებულობა ონლაინ სექსუალური ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლისათვის“ დოკუმენტში ბავშვების დაცვა სექსუალური ძალადობისაგან -- კომპლექსური მიდგომა, ევროპის საბჭოს გამომცემლობა, გვ. 289-299.

სეიმორ ე. (2004), „ტაბუ?“ ციტირებულია ნაშრომში ოჯახში ძალადობის წინააღმდეგ ბრძოლის მეთოდები. გაერო (2006), დამოუკიდებელი ექსპერტის ანგარიში გაეროს კვლევისათვის ბავშვთა მიმართ ძალადობის შესახებ. A/61/299.

უელბი ს. (2009), ოჯახში ძალადობის საფასური: 2009 წლის მდგომარეობით. UNESCO-ს გენდერული კვლევის თავმჯდომარის პროექტი, Lancaster University.

უელი ს., ალენ ჯ. და სიმონს ჯ. (2004), ოჯახში ძალადობა, სექსუალური ძალადობა და აკვიატებული დევნა: ბრიტანეთის დანაშაულების კვლევის მიგნებები, ლონდონი, შინაგან საქმეთა სამინისტროს კვლევის, განვითარებისა და სტატისტიკის დირექტორატი.

ნულოვანი ტოლერანტობა (2012), ფრთხილი მიდგომა: მედიის მიერ ქალთა მიმართ ძალადობის გაშუქება პასუხისმგებლობის გაცნობიერებით, სახელმძღვანელო.

### **მითითებული ვებსაიტები**

[www.avonfoundation.org](http://www.avonfoundation.org)    [www.apcwomen.org](http://www.apcwomen.org)    [www.caadv.org.uk/](http://www.caadv.org.uk/)    <http://everydaysexism.com/>  
<http://feministfrequency.com/>  
[www.ifj.org/fr/themes/egalite-des-sexes/](http://www.ifj.org/fr/themes/egalite-des-sexes/)    [www.takebackthetech.net/](http://www.takebackthetech.net/)    [www.thebodyshop-usa.com](http://www.thebodyshop-usa.com)    [www.vodafone.com](http://www.vodafone.com)

და მათი ღირსების უფრო მეტად დასაფასებლად.

2. მხარეები კერძო სექტორის წარმომადგენლებთან ერთად, ხელს შეუწყობენ ბავშვებში, მშობლებსა თუ პედაგოგებში ისეთი ჩვევების განვითარებას, რომლებიც დაეხმარება მათ უკეთ გაუმკლავდნენ ისეთ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო გარემოს, რომელიც იოლად ხელმისაწვდომს ხდის სექსუალური ან ძალადობრივი ხასიათის დამაკნინებელ შინაარსს, რაც შესაძლოა საზიანო გამოდგეს.

[www.coe.int](http://www.coe.int)

ევროპის საბჭო კონტინენტზე მონინავე ადამიანის უფლებათა დამცველი ორგანიზაციაა. მასში გაერთიანებულია 47 წევრი სახელმწიფო, ამაგთან 28 ევროკავშირის წევრია.

ევროპის საბჭოს ყველა წევრი სახელმწიფო ადამიანის უფლებათა ევროპული კონვენციის ხელმომწერია; ესაა საერთაშორისო ხელშეკრულება, რომელიც მიზნად ისახავს ადამიანის უფლებების, დემოკრატიისა და კანონის უზენაესობის დაცვას. ადამიანის უფლებათა ევროპული სასამართლო ზედამხედველობას უწევს წევრ სახელმწიფოებში კონვენციის განხორციელებას.

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE