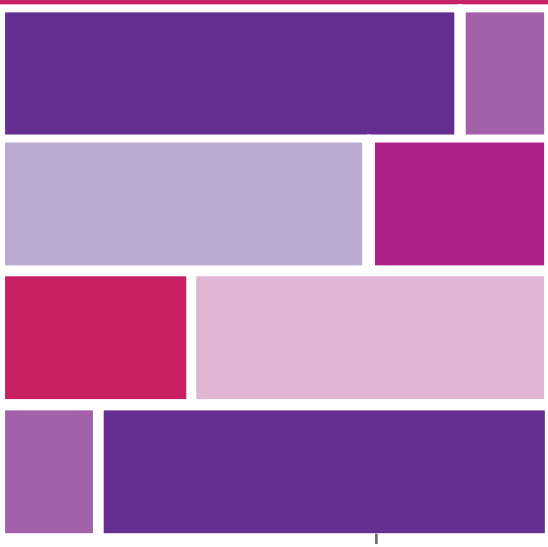
ЗАОХОЧЕННЯ УЧАСТІ ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ І ЗМІ У ЗАПОБІГАННІ ПРОЯВАМ НАСИЛЬСТВА ЩОДО ЖІНОК ТА ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА: СТАТТЯ 17 СТАМБУЛЬСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ



Серія документів, які стосуються Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами

SWEDEN

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE

ЗАОХОЧЕННЯ УЧАСТІ ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ І ЗМІ У ЗАПОБІГАННІ ПРОЯВАМ НАСИЛЬСТВА ЩОДО ЖІНОК ТА ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА: СТАТТЯ 17 СТАМБУЛЬСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ

Серія документів,
які стосуються Конвенції Ради Європи
про запобігання насильству стосовно жінок
і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами

Дослідження довідкової інформації до цього документа підготовлено:

Меліссою Морбек (Melissa Morbeck),
Корпоративний альянс проти домашнього насильства (CAADV),
Сполучене Королівство

Рада Європи

Франкомовне видання:

Encourager la participation du secteur prive et des medias a la prevention de la violence a l'egard des femmes et de la violence domestique: Article 17 de la Convention d'Istanbul

Висловлені в цьому документі погляди є відповідальністю автора(ів) і не обов'язково відображають офіційну політику Ради Європи.

Запити, пов'язані з відтворенням чи перекладом усього цього документа або його частини, повинні бути адресовані Директоратові комунікацій (F-67075 Страсбург, Седекс або на publishing@coe.int). Інші звернення стосовно цього документа мають бути передані до Відділу з питань рівності Генерального директорату з питань демократії Ради Європи.

Усі інформаційні посилання, наведені в цьому документі, чинні станом на 4 грудня 2015 року.

Проект Ради Європи «Запобігання та боротьба з насильством щодо жінок та домашнім насильством в Україні» (фінансується урядом Швеції)

www.coe.int/uk/web/stop-violence-against-women-ukraine

Дизайн і макет обкладинки: K.I.C.

Зміст

ВСТУП **5**

СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ СТАТТІ 17 **7**

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАЛУЧЕННЯ ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ І ЗМІ ДО БОРОТЬБИ З НАСИЛЬСТВОМ ЩОДО ЖІНОК І ДОМАШНІМ НАСИЛЬСТВОМ **10**

Негативний вплив насильства щодо жінок на підприємства та їхніх працівників 11

Зв'язок між зображенням жінок і чоловіків у ЗМІ, висвітленням ЗМІ гендерних стереотипів і насильством щодо жінок 13

ЯК ЗАЛУЧИТИ ПРИВАТНИЙ СЕКТОР ДО ЗАПОБІГАННЯ ТА БОРОТЬБИ З НАСИЛЬСТВОМ ЩОДО ЖІНОК ТА ДОМАШНІМ НАСИЛЬСТВОМ **15**

Участь приватного сектору і його роль як роботодавця 15

Надання інформації і проведення тренінгів із питань насильства щодо жінок 16

Стимули і партнерство для приватного сектору у боротьбі з насильством щодо жінок 18

Приватний сектор як суб'єкт формування ставлення до жінок через товари і послуги 22

Залучення приватного сектору до програм підвищення обізнаності і підтримки жертв 25

ЗМІ І ЗАПОБІГАННЯ НАСИЛЬСТВУ ЩОДО ЖІНОК **28**

Сприяння формуванню позитивної ролі ЗМІ з ціллю запобігання насильству щодо жінок 29

Запобігання насильству щодо жінок шляхом викорінення гендерних стереотипів у репортажах ЗМІ 31

СПІВПРАЦЯ УРЯДУ, ПРИВАТНОГО СЕКТОРУ І ЗМІ У СПРИЯННІ ЗДІЙСНЕННЮ ЗАХОДІВ ДЛЯ ЗАПОБІГАННЯ НАСИЛЬСТВУ ЩОДО ЖІНОК ТА ДОМАШНЬОМУ НАСИЛЬСТВУ 34

Підвищення рівня підготовки працівників ЗМІ з питань, пов'язаних із гендерною рівністю і насильством щодо жінок 34

Сприяння здійсненню ЗМІ саморегулювання та контролю за дискримінаційним і насильницьким контентом 35

Партнерства для збільшення репортажів ЗМІ про гендерну рівність і насильство щодо жінок 37

Встановлення співпраці з питань медіа-грамотності 37

ВИСНОВОК 40

ЧЕК-ЛИСТ 41

КЛЮЧОВІ ДЖЕРЕЛА 46

БІБЛІОГРАФІЯ 49

Вступ

Приватний сектор і ЗМІ відіграють ключову роль у запобіганні та боротьбі з насильством щодо жінок. Роботодавці приватних і державних установ відповідальні перед законом, мають моральний обов'язок, а також самі зацікавлені, з економічної точки зору, піклуватися про захист здоров'я і безпеку свого персоналу, убезпечувати його від будь-яких ризиків — як від тих, що пов'язані, так і від тих, що не пов'язані з роботою. Різні форми насильства щодо жінок, такі як сексуальне домагання, сталкінг і домашнє насильство, — не просто тяжкі форми насильства, які засуджуються відповідно до Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами[1] (CETS No. 210, *далі* - Стамбульська конвенція), але також можуть мати суттєвий вплив на якість роботи, відвідування та загальне благополуччя персоналу. Незалежно від того, чи був акт насильства скоєний колегою чи кимось іншим за межами роботи, цей факт негативно вплине на роботу.

Це також стосується й ЗМІ. При цьому ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні світогляду і способів мислення, а значить, їхній внесок у запобігання насильству щодо жінок вагоміший, ураховуючи той факт, що вони формують суспільну думку стосовно рівності жінок і чоловіків, ставлення до насильства за гендерними ознаками. ЗМІ мають надзвичайний потенціал для втілення змін у суспільстві. Однак наявність проявів сексизму, принизливих зображень жінок, подання відповідно такої ж інформації та формування подібного ставлення до насильства над жінками може завадити втіленню змін. А сектор ЗМІ є життєво важливим партнером у запобіганні та боротьбі з усіма формами насильства стосовно жінок.

Визнаючи важливу роль приватного сектору і ЗМІ, відповідно до статті 17 Стамбульської конвенції, державам-членам слід використати цей потенціал шляхом залучення приватного сектору, особливо сектору інформаційних технологій, і ЗМІ до вирішення проблеми насильства щодо жінок — сформувати, розробити і реалізувати внутрішні та зовнішні політики в цій сфері.

1 Рада Європи (2011), Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами. Пояснювальна доповідь: www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/210.

Цей документ має на меті надати обґрунтування залучення приватного сектору і ЗМІ до запобігання і боротьби з насильством щодо жінок, а також практичні поради і приклади позитивного досвіду від численних роботодавців і організацій, які продемонстрували, як за допомогою різних способів втручання та урядових механізмів можна боротися із насильством щодо жінок і підвищити обізнаність щодо проявів насильства за гендерною ознакою. Особливу увагу приділено розгляду заходів, які були вжиті спільно з приватним сектором для підвищення безпеки дітей під час користування інформаційними ресурсами та засобами комунікації, зокрема новими соціальними мережами, що надають доступ до потенційно небезпечного контенту сексуального чи насильницького характеру.

Сфера застосування статті 17

Приватний сектор відіграє важливу роль у досягненні мети змінити ставлення суспільства до насильства щодо жінок, підвищити обізнаність щодо різних форм такого насильства, а також подолати гендерні стереотипи. Щоб скористатися цим потенціалом, держави-члени повинні активно заохочувати приватний сектор і ЗМІ сприяти запобіганню насильства щодо жінок, на чому акцентує стаття 17 Стамбульської конвенції.

Стаття 17. Участь приватного сектору та засобів масової інформації

1. Сторони заохочують приватний сектор, сектор інформаційно-комунікаційних технологій та засоби масової інформації, з належною повагою до свободи висловлювань та їхньої незалежності, брати участь у розробці та здійсненні політики та запровадженні керівних принципів і стандартів саморегулювання для запобігання насильству стосовно жінок та підвищення поваги до їхньої гідності.

2. Сторони розвивають і заохочують у співробітництві з учасниками приватного сектору навички серед дітей, батьків і працівників освіти стосовно того, як діяти з інформаційно-комунікаційним середовищем, яке надає доступ до принизливого контенту сексуального або насильницького характеру, який може бути шкідливим.

У пояснювальній доповіді до Стамбульської конвенції зазначено, що мета статті 17 — заохочувати до участі більшу кількість приватних підприємств і ЗМІ з метою подолання насильства за гендерною ознакою.

У першому пункті статті 17 наведено два різних обов'язки держав-членів. По-перше, заохочувати приватний сектор, сектор інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та ЗМІ брати участь у розробленні та запровадженні місцевої, регіональної та національної політик і заходів із запобігання насильства щодо жінок. По-друге, заохочувати ці сектори встановлювати керівні принципи і стандарти саморегулювання з метою підвищення поваги до гідності жінок і дівчат і таким чином сприяти запобіганню насильству за гендерною ознакою. Наприклад, приватні компанії можна заохочувати ухвалювати протоколи або керівні принципи щодо шляхів запобігання насильству на робочому місці і підтримки жертв.

У пункті 1 статті 17 чітко зазначено, що держави-члени повинні поважати основні принципи свободи вираження поглядів і незалежності ЗМІ. Хоча чинні стандарти, такі як Рекомендація CM/Rec(2013)1 2013 року Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ[2] і нормативно-правова база деяких держав-членів містять положення про гендерну рівність і / або насильство щодо жінок у контенті ЗМІ[3], стаття 17 Стамбульської конвенції покладає завдання запобігати і протидіяти насильству щодо жінок у ЗМІ на самих представників ЗМІ. Організації ЗМІ можуть сприяти цьому шляхом запровадження механізмів саморегулювання, внутрішніх кодексів поведінки / етики і внутрішнього нагляду для популяризації гендерної рівності, боротьби з гендерними стереотипами, уникнення реклами, висловлювань і контенту сексистського характеру, утримання від використання принизливих зображень жінок, які асоціюються з насильством або сексом.

Відповідно до другого пункту статті 17, держави-члени повинні співпрацювати з приватним сектором для поширення серед дітей, батьків і працівників освіти знань щодо поводження в інформаційно-комунікаційному середовищі, яке надає доступ до принизливого контенту сексуального або насильницького характеру. Безсумнівно, Інтернет — це інноваційний, глобальний ресурс, який задовольняє інтереси багатьох користувачів, проте він не завжди гарантує безпеку, захист, відкритість і доступність усім без прояву дискримінації. Багато аспектів управління Інтернетом до сьогодні досить неврегульовані, що надає численні можливості для вільного доступу, створення і поширення принизливого контенту про жінок і дівчат, гіперсексуалізованих зображень, підбурювання або тривіалізації насильства щодо жінок, зокрема зростання випадків використання ворожих висловлювань сексистського характеру. Усе це може мати негативний вплив на соціалізацію дітей, тому що сприяє усталенню небезпечних гендерних стереотипів і прийняттю насильства щодо жінок. Також зростає кількість випадків зловживання новими технологіями і соціальними медіа для експлуатації і переслідування вразливих молодих людей, зокрема дівчат, у формі залякування, сталкінгу, домагання і погроз. Тому важливо підвищити поінформованість суспільства про можливі небезпеки в інформаційно-комунікаційному середовищі, впроваджуючи навчальні програми для дітей, батьків і працівни-

2 Пункт A.1 Рекомендації CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ: «Держави-члени повинні ухвалити відповідну нормативно-правову базу (у разі її відсутності), спрямовану на забезпечення поваги людської гідності та заборону гендерної дискримінації, а також проти підбурювання до ненависті або будь-якої форми насильства за гендерними ознаками у ЗМІ».

3 Див. с. 34.

ків освіти з безпечного користування Інтернетом. Метою таких програм є навчити дітей, батьків і працівників освіти убезпечувати себе під час користування інформаційними технологіями, мобільними телефонами, планшетами і соціальними мережами.

Обґрунтування залучення приватного сектору і ЗМІ до боротьби з насильством щодо жінок і домашнім насильством

Мета Стамбульської конвенції полягає у домаганні повної нетерпимості до насильства щодо жінок. Конвенція вимагає від держав-членів криміналізувати або вжити інших санкцій щодо наступних форм насильства: сексуальне домагання, сталкінг, примусовий шлюб, каліцтво жіночих геніталій, примусовий аборт, примусова стерилізація і домашнє насильство в усіх проявах (фізичне, сексуальне, психологічне або економічне).[4] Це однозначна заява про те, що насильство щодо жінок і домашнє насильство — не приватна справа. Оскільки багато жінок, які зазнають цих форм насильства, досі страждають мовчки, тому що існують притаманні певним культурам звинувачення і засудження жертв, випадки насильства часто залишаються нерозкритими.[5] Однак насильство трапляється всюди; його наслідки відчутні скрізь, зокрема і в приватному секторі.

У багатьох європейських країнах роботодавці несуть відповідальність перед законом за випадки сексуального домагання на роботі[6], а потенційні судові позови можуть спричинити великі фінансові втрати компаній. Проте насильство щодо жінок може мати й інші негативні наслідки. Коли насильство, наприклад сексуальне домагання, відбувається на роботі, це псує здорову робочу атмосферу, підриває довіру, утруднює співпрацю і, відповідно,

4 Рада Європи, Інформаційна брошура щодо Стамбульської конвенції.

5 Агенція Європейського Союзу з питань основоположних прав (2014) встановила, що одна чверть жінок, які стали жертвами сексуального насильства з боку партнера або сторонньої особи, в Європейському Союзі не повідомляє про це через почуття сорому за те, що сталось. Близько 40 % жінок, які зазнали фізичного або сексуального насильства, ні до кого не звертались, навіть приховали це від друзів та членів родини.

6 Наприклад, у статті 26 Директиви 2006/54/ ЄС Європейського Парламенту і Ради від 5 липня 2006 року про реалізацію принципу рівних можливостей і рівноправного поводження щодо чоловіків та жінок у питаннях працевлаштування і зайнятості (зі змінами) (у новій редакції) зазначено: «Держави-члени заохочують, у відповідності із національним законодавством, колективними договорами або практикою, роботодавців та осіб, відповідальних за доступ до професійного навчання, вживати ефективних заходів із попередження всіх форм дискримінації за статевою ознакою, зокрема, переслідувань та сексуальних домагань на робочому місці, при доступі до працевлаштування, професійного навчання і просування».

призводить до зниження обсягів виробництва. Насильство поза роботою, зокрема домашнє насильство, також впливає на роботу постраждалих осіб через свої наслідки.

Існує відповідний зв'язок між ЗМІ і проблемою запобігання насильству, оскільки неналежна подача у ЗМІ інформації про насильство щодо жінок через гонитву за сенсацією може посилити гендерні стереотипи, які утверджують насильство за гендерною ознакою. У цьому контексті стандарти Ради Європи[7], що не мають обов'язкового характеру, і національні нормативно-правові бази певних європейських країн[8] доповнюють положення статті 17 Стамбульської конвенції, деталізуючи умови для запобігання підбурюванню до насильства щодо жінок і / або використання ворожих висловлювань сексистського характеру у ЗМІ.

Держави-члени Стамбульської конвенції несуть відповідальність за викорінення насильства щодо жінок і домашнього насильства шляхом комплексного спрямування національного законодавства, інституційної системи і політик на це питання. У межах комплексних заходів уряди повинні також заохочувати приватний сектор і ЗМІ визнати необхідність запобігати насильству за гендерною ознакою у своїй сфері. Це можна зробити, наголосивши на тому, що суб'єкти приватного сектору і ЗМІ мають не лише суспільний інтерес і моральну відповідальність сприяти запобіганню насильства, а й економічні та соціальні переваги від участі у боротьбі з насильством щодо жінок.

Негативний вплив насильства щодо жінок на підприємства та їхніх працівників

По-перше, роботодавців можна поінформувати про масштаби впливу насильства щодо жінок на робочому місці: наприклад, 45–55 % жінок в Європейському Союзі повідомляли про те, що вони зазнали певної форми сексуального домагання на робочому місці (Агенція з питань основоположних прав 2014 рік). У Сполученому Королівстві було підраховано, що щороку більше 20 % працюючих жінок беруть вихідні дні через домашнє насильство. Прямим наслідком цього виду насильства є те, що 2 % навіть втрачають роботу (Уолбі С. (Walby S.) у співав., 2004, с. 38).

По-друге, багатьма визнається, що домашнє насильство впливає на здатність особи виконувати свої професійні обов'язки. Працівники не лише

7 Рекомендація CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ.

8 Приклади національних нормативно-правових баз наведені в розділі на с. 34.

вкладають частинку себе у свою роботу, всі аспекти їхнього життя впливають на її якість. Хороше здоров'я і благополуччя — це ключові фактори, що дають змогу особам залишатись працездатними. Дослідження свідчать, що благополуччя працівників важливе також для процвітання бізнесу й економічного зростання (МакКі М. (McKee M.) у співав., 2012; Мермот М. (Marmot M.), 2010). Психологічно здорова робоча атмосфера, коли надають підтримку, консультують, проявляють лояльність, сприяє підвищенню мотивації працівників, прибутковості та насамперед ефективності організації праці. Благополуччя сприяє підвищенню продуктивності та віддачі персоналу, при цьому знижує ймовірні майбутні витрати на медичну допомогу (HAPI, 2012).

Крім того, насильство негативно впливає не лише на особу, воно має серйозні наслідки для колег, які стають свідками акту насильства, скоєного колегою, клієнтом або незнайомцем, і змушені надавати допомогу. Хоча страждань зазнають скривджені працівники, це може мати прямий або непрямий вплив і на колег.

На організаційному рівні відчуття неспроможності допомогти може призвести до пригніченості (Паттісон Дж. (Pattison G.), 2006). Насильство впливає на згуртованість робочого колективу і спосіб організації роботи (Джонсон П. Р. і Гарднер С. (Johnson P. R. and Gardner S.), 2000, с. 197–203). Воно також негативно впливає на мотивацію, прихильність і відданість працівників підприємства, робочу атмосферу, суспільну думку і навіть на неупереджене ставлення до інновацій і накопичення знань. Більше того, насильство на роботі може призвести до пошкодження майна і судових позовів із звинуваченнями в домаганні, внесення змін до кошторису витрат або суттєвого їх збільшення. Програш справи в суді або укладання мирової угоди можуть нести значні прямі фінансові втрати.

По-третє, соціальні й економічні витрати на подолання насильства щодо жінок і дівчат, домашнього насильства високі не лише для жертв, а й для суспільства і приватного сектору через понесення втрат у виробництві, причиною чого може стати відсутність працівника на роботі. Важко визначити точність і систематичність таких витрат через домашнє насильство у державах-членах через суттєві відмінності у формулюваннях, методах збирання даних і публікації результатів. Однак була проведена певна робота, щоб оцінити витрати на викорінення насильства щодо жінок в Європі. Європейський інститут з питань гендерної рівності (EIGE) підрахував, що витрати на подолання насильства за гендерною ознакою в державах-членах ЄС перевищують 200 млрд євро на рік (Європейський інститут з питань гендерної рівності, 2014). До них належать втрати об'ємів виробництва, ви-

трати на надання послуг, зокрема медичних, юридичних, соціальних служб, і спеціальної підтримки, вивчення впливу (фізичного та емоційного) на особистість жертви. Згідно з одним із досліджень, лише у Сполученому Королівстві сукупні річні витрати на подолання домашнього насильства для держави, роботодавців і жертв становлять близько 16 млрд фунтів стерлінгів (Уолбі С. (Walby S.), 2009). Втрати об'ємів виробництва і втрати для роботодавців становлять близько 1,8 млрд фунтів стерлінгів щороку (Кой М. і Келлі Л. (Coy M. and Kelly L.), 2011). Це втрати через хворобу працівника, його відсутність на роботі, зниження продуктивності, залишення робочого місця до завершення робочого дня, запізнення на роботу, плин кадрів і незадовільний стан здоров'я. Було підраховано, що приблизно половину витрат за відсутність працівника на роботі через хворобу покладено на роботодавців, іншу половину — на самого працівника у формі втраченої заробітної плати.

Тому важливо, щоб насильство щодо жінок і домашнє насильство приватний сектор розглядав як серйозне, суспільно визнане негативне явище, якому можна запобігти. З цією метою держави-члени можуть ужити низки заходів, щоб заохотити роботодавців сприяти і захищати здоров'я, безпеку і благополуччя своїх працівників шляхом розроблення своїх політик, стратегій і стандартів ведення діяльності та здійснення управління. Приклади таких заходів подані у наступному розділі і в чек-листі в кінці цього документа.

Зв'язок між зображенням жінок і чоловіків у ЗМІ, висвітленням ЗМІ гендерних стереотипів і насильством щодо жінок

Служби ЗМІ є не просто відображення суспільства або нейтральне комунікаційне середовище.[9] Своїми репортажами та заявами ЗМІ заявляють про важливість подій і тем, активно формують погляди, ставлення, сприйняття та ідеї. Фактично з розвитком технологій ЗМІ сьогодні відіграють більшу роль у соціалізації людей, ніж коли-небудь. ЗМІ становлять невід'ємну частину нашого повсякденного життя.

ЗМІ можуть нівелювати статус-кво шляхом утвердження гендерних стереотипів і ставлення, які виправдовують насильство щодо жінок. Сексизм, тривіалізація насильства або гіперсексуалізація жінок, які можна зустріти у ЗМІ, зокрема в соціальних медіа та рекламі, можуть погіршити ситуацію, пов'язану з насильством щодо жінок. Гендерні стереотипи і насильство

9 Рада Європи (2013) «ЗМІ та образ жінок».

щодо жінок пов'язані за характером. Судження про меншовартість жінок, перевагу чоловіків або упереджене ставлення до жіночої та чоловічої сексуальності суттєво впливає на поведінку і виправдовує вчинення насильства чоловіками щодо жінок як виду контролю. Більш того, ЗМІ відіграють головну роль у створенні та популяризації певних образів жінок і чоловіків, що суттєво впливає на сприйняття в суспільстві обох статей і гендерних ролей.

Однак так само ЗМІ можуть сприяти соціальним змінам шляхом підтримки повної нетерпимості до насильства щодо жінок. Вони можуть популяризувати образи жінок і чоловіків, сприйняття яких буде збалансованим, сприяти підвищенню поінформованості про насильство щодо жінок і домашнє насильство, про заходи, які можуть вжити різні представники суспільства для запобігання цьому злочину і підтримки жертв. Приклади того, як ЗМІ можуть допомогти у запобіганні насильству щодо жінок, наведені в розділі «ЗМІ і запобігання насильству щодо жінок» (с. 28).

Як залучити приватний сектор до запобігання та боротьби з насильством щодо жінок та домашнім насильством

Під час розробки заходів для заохочення приватного сектору до участі в запобіганні насильству щодо жінок важливо взяти до уваги всі функції, які він виконує як роботодавець, особливо як суб'єкт формування ставлення та сприйняття жінок, як виробник реклами, товарів і послуг та як частина ширшого суспільства. Вони дають можливість як запобігти насильству щодо жінок, так і утвердити його. У цьому розділі розглянуто, як приватний сектор може вплинути на вирішення питання з насильством щодо жінок і, навпаки, як насильство щодо жінок впливає на приватний сектор. Подано низку практичних рішень щодо того, які заходи можуть вжити підприємства, щоб покращити ситуацію, із наведенням прикладів хороших практик.

Участь приватного сектору і його роль як роботодавця

У більшості європейських країн національна нормативно-правова база містить положення про роль роботодавця у запобіганні та вирішенні проблеми із сексуальними домаганнями на роботі.[10] До них належить положення про розробку спеціальних процедур і призначення контактних осіб / консультантів у відділи роботи із персоналом, діяльність яких підкріплена роботою профспілок. Однак, як було запропоновано у Стамбульській конвенції, існують додаткові інструменти, якими може скористатись приватний сектор, щоб запобігти насильству щодо жінок, у тому числі й насильству поза межами роботи.

10 Див. примітку 5 до статті 26 Директиви ЄС 2006/54/ЕС у процитованому документі. Зокрема, відповідно до Звіту МОП «Сексуальне домагання на робочому місці, національна і міжнародна відповіді»: «Закони стосовно сексуального домагання більшості юрисдикцій передбачають покладання відповідальності на роботодавців. Деякі з них передбачають обов'язок реагувати в разі виникнення випадку домагання». Див. Бібліографію.

Надання інформації і проведення тренінгів із питань насильства щодо жінок

Першим кроком роботодавців, які бажають взяти участь у запобіганні насильству стосовно жінок і домашньому насильству, може бути підвищення обізнаності щодо цього питання серед своїх працівників. Оскільки насильство за гендерною ознакою вважається «незручною» темою, працівникам важко розповідати про нього, бо вони не завжди знають, як це зробити. Тому роботодавцям слід надати своєму персоналу «дозвіл» та забезпечити його необхідною інформацією з метою обговорення питання насильства на робочому місці. Для цього можна організувати тренінг, який навчить, як розповісти про насильство за гендерною ознакою на роботі або в суспільстві. У програмі тренінгу можуть бути способи розпізнання ознак проблеми, прийняття рішень щодо того, яких заходів слід і не слід уживати в разі наявності підстав вважати, що колега зазнає насильства вдома або на роботі. Призначення відповідального серед вищого керівництва, який опікуватиметься питанням запобігання насильству щодо жінок, зробить акцент на важливості вирішення цієї проблеми, що стосується кожного.

У Сполученому Королівстві фірма *KPMG* провела роботу серед свого персоналу з підвищення обізнаності щодо проявів домашнього насильства. Метою було створення професійного оточення, в якому працівники, які зазнали насильства, можуть розповісти про це. Для оприлюднення офіційної позиції компанії її політика підтримки жертв насильства була опублікована на внутрішньому сайті компанії. На цьому сайті також була надана інформація про підтримку і процедуру, якої слід дотримуватись у вирішенні ситуації. Крім того, безпосередні керівники повинні проходити відповідну підготовку, щоб розвити в собі необхідну впевненість для поводження з кривдниками, а також жертвами домашнього насильства. Зв'язок між успішністю бізнесу і подоланням домашнього насильства полягає у поєднанні підтримки жертв насильства і запобігання такому насильству шляхом належного управління на підприємстві.

Обізнаність у питанні насильства за гендерною ознакою допоможе персоналу зрозуміти, наскільки велике значення мають запобігання насильству і підтримка жертв насильства для компанії. Як тільки персонал краще зрозуміє це питання, то він більш охоче допомагатиме в реалізації внутрішніх політик. Внутрішньокорпоративна система підтримки працівників, яких можна вважати потенційними жертвами насильства, спроможна змінити ситуацію, і не обов'язково витрачати на це багато коштів, адже можна використати наявні ресурси підприємства. Важливо, щоб була встановлена довіра між працівниками й організацією. Легше спочатку розповісти про

насильство керівнику або колезі, що можуть допомогти та яким працівник, що зазнав насильства, довіряє, ніж незнайомцю або представнику правоохоронних органів. Тому до програми тренінгу також можна додати підготовку працівників з надання «першої психологічної допомоги» жертвам насильства в межах підприємства.

Крім того, роботодавці можуть знизити економічні та промислові витрати, спричинені наслідками домашнього насильства, шляхом превенції та активного запобігання насильству. Насильство щодо жінок слід розглядати як проблему безпеки на робочому місці. Підприємство може повідомляти персонал про доступні відповідні телефони довіри та послуги. Наприклад, на внутрішньому сайті іспанської компанії *HC Energia* розміщена інформація про сексуальне домагання та сталкінг та різні шляхи повідомлення про них згідно з положеннями Закону Іспанії 3/2007 (Європейська комісія (2012), с. 258–259), а також інформація про психотерапевтичну допомогу і професійну підтримку жертв насильства за гендерною ознакою.

Надання інформації про домашнє насильство: компанії *Milbank, Tweed, Hadley & McCloy LLP і Wragge & Co. LLP* (Сполучене Королівство, Департамент міжнародного розвитку)

Механізми впливу

Ці дві міжнародні юридичні компанії долучились до низки ініціатив із викорінення домашнього насильства на робочому місці, після того як приєдналися до Корпоративного альянсу проти домашнього насильства. Для підвищення обізнаності серед працівників щодо проявів домашнього насильства у вбиральнях були розвішані плакати. Так, потенційна жертва насильства має можливість у безпечній, приватній атмосфері отримати інформацію, яка дасть змогу зрозуміти, що те, що з нею трапилось, неприйнятно, і їй може бути надана допомога. Плакати мають відривні смужки з номером безкоштовного цілодобового телефону довіри, на який можна звернутися анонімно. Внутрішні сайти фірми пропонують посилання на веб-сторінки, на яких розміщена інформація про надання допомоги та підтримки. Вони також містять матеріал про те, що потрібно робити, якщо працівник здогадується, хто може бути кривдником. Для працівників відділу роботи з персоналом і вищого керівництва підприємства проводять тренінги з розпізнавання ознак жертви домашнього насильства, навчання того, яких заходів доречно вжити у певній ситуації, а яких не слід. Секретарі та працівники служби охорони проходять підготовку для роботи з кривдниками, які переслідують колег. Вони можуть супроводити жертву переслідування до її автомобіля, таксі, автобуса або потяга.

Результати

Підвищення обізнаності на роботі щодо проявів домашнього насильства сприяє готовності людей обговорювати цю проблему. Завдяки роботі менеджерів, що пройшли підготовку

із подолання насильства, кількість повідомлень, що стосуються насильства за гендерною ознакою, зросла. Особливо ефективними виявилися плакати у вбиральнях. Щомісяця сторінки внутрішнього сайту, присвяченого домашньому насильству, переглядають від 20 до 25 осіб, а час їхнього перебування на них свідчить, що вони читають інформацію. Деякі випадки домашнього насильства стали відомі відділу роботи з персоналом.

Практичний досвід

Навчання та інформування — важливі інструменти, що допомагають працівникам усвідомити, наскільки поширеною є проблема домашнього насильства в суспільстві і навіть на робочому місці. Урядові дослідження і дані суттєво допомагають у цьому. Окремо слід наголосити на проблемі замовчування домашнього насильства.

Як поінформованість працівників може запобігти насильству

Підвищення обізнаності та вжиття активних заходів для подолання домашнього насильства уможливлюють прийняття правильних рішень проблеми в межах підприємства. Більш глибоке бачення цих проблем створює середовище безпеки й упевненості, в якому працівники зможуть розповісти про особисту проблему або проблему когось зі свого оточення. Вони починають розуміти, що домашнє насильство — соціальне явище, яке виходить за межі їхньої особистої ситуації, і що в них є право на захист. Інформація про те, куди слід звертатись за допомогою та підтримкою, доступна як жертвам домашнього насильства, так і кривдникам.

Стимулювання запобігати насильству і надавати допомогу жертвам може бути закріплено в системі преміювання працівників. Стан здоров'я і благополуччя персоналу можна відслідковувати за допомогою онлайн опитувань і медичних оглядів. Жертвам насильства за гендерною ознакою може бути надано психологічну, медичну, юридичну та фінансову допомогу, як це здійснюється в компанії *Red Electrica de Espana*. Іспанська компанія покриває витрати, пов'язані з насильством за гендерною ознакою, якого зазнали працівники, на суму до 600 євро на місяць упродовж шести місяців. Слід зауважити, що програми внутрішньої підтримки можна спрямувати не лише на жертв насильства, а й на кривдників, які теж можуть бути працівниками підприємства.

Стимули і партнерство для приватного сектору у боротьбі з насильством щодо жінок

Незважаючи на існуючі ініціативи та хороші практики, приватний сектор легко стає слабкою ланкою, що випадає відразу, як тільки мова заходить про протидію насильству щодо жінок і домашньому насильству. Оскільки фінансова допомога не завжди доступна, для заохочення приватного сектору брати участь у запобіганні насильству необхідна, крім стимулів, політична підтримка та вплив уряду, про що зазначено в Стамбульській конвенції.

Навіть якщо виникає спротив з боку компаній через їхнє переконання у відсутності насильства в їхніх організаціях, потрібно спонукати суб'єктів приватного сектору усвідомити значимість цієї проблеми і, відповідно, долучитись до боротьби з насильством за гендерною ознакою, а саме здійснювати контроль і приймати рішення з цього питання, формуючи політику у сфері роботи з персоналом. Цільова інформація, дані про частоту випадків і витрати на протидію насильству щодо жінок, відомості про вплив на роботу людей, що зазнали насильство за гендерною ознакою, та про негативні наслідки такого насильства на діяльність компанії, її продуктивність і економічне зростання, урядові стратегії для запобігання насильству, а також стимули (за наявності) для боротьби — це важливі інструменти, які застосовує уряд для залучення приватного сектору до вирішення питання із запобіганням насильству. У компаній не завжди може бути доступ до інформації про найкращі практики, але вони можуть стати ефективним середовищем для реалізації політик із запобігання насильству.

З метою забезпечення стимулів, уряди та інші установи також можуть запропонувати податкові пільги, створити системи преміювання або запровадити зразки поведінки, які відображають гендерну рівність, для заохочення запобігання насильству у приватному секторі. Такі політики існують у різних країнах, однак вони зазвичай спрямовані лише на гендерну рівність, без урахування насильства.[11]На міжнародному рівні Принципи розширення прав і можливостей жінок: «Рівність — справа вигідна» (міжнародна ініціатива),[12] спільна ініціатива організації «ООН-Жінки» і Глобального договору ООН, спрямована на забезпечення солідарності приватного сектору і винагородження компаній за їхню роботу у сфері захисту прав жінок. Ці принципи ґрунтуються на сімох постулатах, як розширити права і можливості жінок на роботі, у сфері бізнесу та суспільстві. Третій принцип пов'язаний із: «Забезпеченням здоров'я, безпеки і благополуччя всіх працівників жіночої і чоловічої статі». Хоча цей принцип чітко не пропагує подолання насильства щодо жінок, це перший крок провідних компаній світу і різних секторів у боротьбі з насильством на роботі, який потрібен, щоб продемонструвати солідарність і авторитетний взірець у популяризації рівності між жінками та чоловіками.

---

11 У Бельгії нагороду Wo.Men@Work вручають головному виконавчому директору компанії за найбільші досягнення у сфері гендерної рівності www.womenatworkaward.be/concept. У Грузії в межах ПР ООН була встановлена відзнака за досягнення у сфері гендерної рівності у приватному секторі www.ge.undp.org/content/georgia/en/home/presscenter/pressreleases/2015/07/06/gender-equality-in-business-and-politics.html.

12 Більш докладну інформацію можна знайти на www.weprinciples.org.

Також може бути проведена робота щодо введення санкцій, пов'язаних із державними закупівлями: наприклад, у Франції компанії, які належним чином не дотримуються положення Закону 2014 року «Про рівність прав жінок і чоловіків», можуть бути виключені з переліку постачальників для державних закупівель.[13]

Проведення круглих столів, створення мереж, підтримка уряду можуть забезпечити зв'язок між державним і приватним сектором та неурядовими організаціями (НУО), що якнайкраще сприятиме розвитку партнерства між державним і приватним секторами. НУО, особливо ті, які працюють саме у сфері боротьби з насильством щодо жінок, мають досвід, який може стати у пригоді приватному сектору для підвищення поінформованості та створення регіональних партнерств. НУО, наприклад, можуть проводити роз'яснювальну роботу серед працівників компаній у дні, присвячені відповідним подіям, таким як Міжнародний день боротьби за ліквідацію насильства над жінками.

Створення систем підтримки колег для запобігання насильству шляхом надання спеціальних послуг і обміну досвідом: Корпоративний альянс проти домашнього насильства[14] (СК).

Механізми впливу

Корпоративний альянс проти домашнього насильства (*CAADV*) дає доступ до мережі для компаній, які бажають допомогти працівникам, що зазнали, скоїли чи стали свідками домашнього насильства. Альянс надає своїм членам програми підготовки, послуги і підтримку, а також, робочі інструменти для розробки політик з питань домашнього насильства в межах організацій.

Результати

CAADV здійснює підтримку членів та інших компаній у проведенні заходів у разі повідомлення працівниками про домашнє насильство, наприклад, у 2013 році було отримано 18 повідомлень про насильство від самих жертв і надано відповідну допомогу. На сьогодні до Альянсу входять 50 членів і афілійованих компаній, що налічує більше 5 млн працівників у приватному та державному секторах і неурядових організаціях. Альянс проводить акредитовану підготовку для більш як 10 тис. працівників, не з метою підготовки консультантів, а для навчання виявлення попереджувальних ознак і вжиття заходів.

13 Закон від 4 серпня 2014 року про гарантування рівності між жінками та чоловіками (Франція): www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes

14 www.caady.org.uk/.

Практичний досвід

Приклад *CAADV* демонструє потенціал надання цільових послуг, створення мереж роботодавців і пошуку однодумців для обміну досвідом і позитивною практикою у запобіганні насильству.

Як цей підхід працює для запобігання насильству

CAADV пропонує своїм членам практичні методи вирішення проблеми, розробляє і реалізує політики з використання найкращих практик, надає результати досліджень та інформацію з цього питання. *CAADV* працює як система підтримки колег у сфері бізнесу у питаннях боротьби з насильством щодо жінок і домашнім насильством.

Потрібно також визнати важливу роль профспілок у вирішенні питань із запобігання насильству. Профспілки можуть стати важливим партнером у співпраці для обміну ідеями і поглядами щодо шляхів подолання насильства за гендерною ознакою в разі залучення приватного сектору.[15]

Викорінення насильства за гендерною ознакою і порушенням прав людини повинно стати пріоритетним для керівників як у державному, так і у приватному секторах. Завдяки своїй гнучкості приватний сектор може відігравати значну роль у вирішенні цих проблем. На основі національних і міжнародних нормативно-правових баз приватний сектор може розробляти і реалізовувати свої власні політики і заходи проти насильства, до того ж робити це оперативно. При цьому важливо досягти ідеальної рівноваги між діловими інтересами й ефективністю заходів, ужитих для викорінення насильства за гендерною ознакою. Це добре прослідковується у вживанні термінології і під час ведення перемовин. У приватному секторі в діловій мові, зокрема, такі терміни, як «обсяг виробництва» і «продуктивність», зазвичай вживаються у контексті насильства за гендерною ознакою, в той час як у соціальному дискурсі у питаннях насильства щодо жінок акцент робиться на порушеннях прав людини.

Знищення такого явища, як насильство за гендерною ознакою, — це основна мета, для досягнення якої уряди держав повинні заохочувати компанії розробляти заходи відповідно до державних політик у сфері боротьби з насильством шляхом пояснення, як благополуччя працівника пов'язано з економічним зростанням і процвітанням бізнесу, досягти якого можна, наприклад, через скорочення випадків прогулювання роботи і підвищення продуктивності. Непростим завданням у залученні приватного сектору до запобігання насильству за гендерною ознакою і підтримки жертв є

15 Див., наприклад, Звіт від 8 березня 2014 року Європейської конфедерації профспілок, в якому особливу увагу приділено стратегіям профспілок у запобіганні насильству щодо жінок: www.etuc.org/sites/ www.etuc.org/files/other/files/etuc_8th_march_survey_2014_en_eh.pdf.

створення спільного критерію, який би задовольняв інтереси державного, приватного секторів і неурядових організацій, містив спільний погляд на використання ресурсів і термінологію й одночасно забезпечував виконання стандартів, пов'язаних з викоріненням насильства за гендерною ознакою.

Приватний сектор як суб'єкт формування ставлення до жінок через товари і послуги

Коли справа стосується формування суспільної думки щодо ставлення до насильства щодо жінок і домашнього насильства, приватний сектор відіграє тут досить важливу роль. Тому для зміни ставлення суспільства до насильства за гендерною ознакою необхідна підтримка приватного сектору, оскільки він може мати значний вплив на культурні та соціальні норми. З одного боку, компанії можуть применшувати значення питання насильства щодо жінок і продовжувати вести маркетинг і роздрібний продаж товарів і послуг у спосіб, що сприятиме насильству. З іншого боку, уникаючи гендерної упередженості та стереотипів і/або приділяючи належну увагу цим питанням, вони можуть сприяти утвердженню гендерної рівності і пропагувати відмову від насильства відповідно до своїх політик щодо товарів і послуг та з огляду на відповідальність перед суспільством. Наприклад, може бути проведена підготовка працівників служби обслуговування клієнтів, як поводити себе в ситуаціях, коли їм трапляються клієнти, які зазнали насильства за гендерною ознакою. Працівникам не обов'язково бути експертами в цьому питанні, достатньо надати клієнтам необхідну інформацію і направити їх до спеціальних служб.

Існує ризик тривіалізації насильства щодо жінок, коли у приватному секторі і торгівлі використовують зображення сексуального та інших видів фізичного насильства для продажу та реклами продуктів і послуг. Ставлення до жінки як до предмета і знущання над нею мають вплив на індивідуумів на соціальному рівні через сприйняття насильства, сексуальності та розподілу гендерних ролей. Дослідження показало, що чоловіки стали більш пасивними і нормально сприймають насильство щодо жінок у рекламі сексуально-насильницького змісту (Капелла М. Л. (Capella M.L.) у співав., 2010). Таким чином, насильство за гендерною ознакою пов'язують із реалізацією товарів і послуг, тобто вважається, що відбувається не лише реклама товару, а й усталення спокійного сприйняття насильства, зображеного в рекламі. Зображення насильства щодо жінок як нормального, допустимого, законного або навіть бажаного явища загрожує виникненню в суспільстві агресивної поведінки щодо жінок.

Існує нагальна потреба заборонити реалізацію товарів і послуг у спосіб, пов'язаний із використанням гендерних стереотипів або зображень сексуального або інших видів фізичного насильства. Сьогодні реалізація низки продуктів і послуг — від товарів моди і автомобілів до готельних і ресторанних послуг — здійснюється із використання зображення сексуального або інших видів фізичного насильства, спрямованого проти жінок. Такі рекламні ролики та подібні маркетингові стратегії принижують гідність жінки: зображуючи еротизоване насильство, вони часто підносять це як щось сексуальне, гламурне й оригінальне. У 2007 році реклама компанії *Dolce&Gabbana*, в якій було зображено, як чоловік без сорочки притискає жінку, викликала обурення і, врешті-решт, була знята з ротації. Звинувачення у використанні зображення насильства щодо жінок у рекламі товарів і послуг було висунуто і багатьом іншим торговим маркам.

Крім того, слід зауважити, що товари і продукти можуть безпосередньо сприяти викривленню сприйняття насильства щодо жінок і гендерних ролей і навіть підштовхувати до скоєння злочину. Приклади можна знайти, зокрема, у секторі ІКТ. Пристрої відстеження *GPS* для мобільних телефонів — ідеальні інструменти для переслідування, як і програмні додатки смартфонів, які дають змогу відстежувати місцеперебування особи, використовуючи її мобільний номер. А такі відеоігри, як *RapeLay*, центральною фігурую якої є чоловіки, що переслідують і ґвалтують жінок, пропагують мужність у поєднанні з домінантною роллю чоловіків, що проявляється у насильницькому приниженні жінок.[16]

Створений з умислом чи без, такий дизайн продукту впливає на суспільне сприйняття насильства щодо жінок. Згідно з дослідженнями, чоловіки, що грають у відеоігри, в яких наявні сексуалізовані образи жінок, не достатньо співчувають тим, хто зазнав сексуального домагання, і схильні звинувачувати жертву (Діллі К.Е. (Dill K. E.) у співав., 2008). У зв'язку з цим слід наголосити, що стаття 17 Стамбульської конвенції покладає на уряди держав обов'язок розробляти і проводити, спільно з приватним сектором, навчання дітей, батьків і працівників освіти, як правильно реагувати на принизливий контент сексуального або насильницького характеру, на який можна натрапити в інформаційному та комунікаційному середовищі.

Однак компанії можуть просувати товари і послуги, які запобігають насильству. Запобігання насильству щодо жінок і надання допомоги жертвам повинно стати складовою політики будь-якої компанії стосовно своєї торгової марки. Іноді сам продукт завдяки своєму дизайну може слугувати

16 Докладну інформацію про зображення у відеоіграх жінки у спосіб, що принижує її гідність, можна отримати, переглянувши відео на www.youtube.com/watch?v=QC6oxBLXtkU&feature=youtu.be.

інструментом у досягненні мети запобігти насильству, як у випадку з продуктом *Vodafone TecSOS*.[17] Цей мобільний телефон був розроблений фірмою *Vodafone Foundation* спільно з Червоним Хрестом Іспанії і призначений для захисту жертв домашнього насильства. У телефоні є кнопка для негайного виклику служби порятунку з наданням детальної інформації про місцеперебування жертви і записом дій, які відбуваються навколо неї. Мобільний пристрій використовує більше 30 000 жінок в Іспанії, Італії, Португалії, Угорщині, Ірландії і Сполученому Королівстві.

Ураховуючи вплив, який має приватний сектор як суб'єкт формування ставлення до насильства щодо жінок, урядам необхідно заохочувати осіб, що працюють у приватному секторі, брати участь у боротьбі з гендерною упередженістю і стереотипами. Також вони повинні вживати заходів для спонукання приватного сектору уникати використання сексистського, насильницького і небезпечного контенту в дизайні та рекламі товарів і послуг. Низка держав-членів уже ухвалили нормативно-правову базу щодо контенту реклами і створили незалежні органи, які зобов'язані перевіряти рекламу на відповідність етичним нормам, зокрема чи не порушує вона права людини і чи не суперечить принципам гендерної рівності, і відповідати на скарги від представників суспільства.[18]

Також можна розробити систему стимулів для компаній, які б змусили їх бути відповідальними перед суспільством у гендерних питаннях і/або питаннях захисту гідності жінок. Цього можна досягти шляхом наділення компаній певними обов'язками або сприяти залученню всього приватного сектору до розробки етичних стандартів гендерної рівності та захисту гідності жінок.[19]

Обов'язки можна розширювати, їх виконання — контролювати й оцінювати, застосовуючи системи гендерної перевірки, перевірку дотримання гендерної рівності або винагороди за відмову від тривіалізації насильства. Уряди можуть встановлювати стандарти і пропагувати боротьбу з насильством за гендерними ознаками у приватному секторі, використовуючи свій політичний авторитет.

Вплив на компанії через клієнтів — це ще один спосіб, за допомогою якого уряди держав можуть заохотити приватний сектор боротися із насильством. Можна проводити заходи для клієнтів, щоб інформувати і спонукати

17 Домашня сторінка *Vodafone TecSOS*: www.vodafone.com/content/index/about/foundation/mobiles_for_good/tecsos.html.

18 Див. для прикладу розділ на с. 34.

19 Довідник щодо реалізації Рекомендації CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ (с. 25–27).

їх протестувати проти використання насильницького і сексуального контенту в дизайні та рекламі товарів. Таким чином, стимулом для початку боротьби представників приватного сектору з насильством може стати ризик бойкоту споживачів через принизливий контент реклами товарів і послуг.

Залучення приватного сектору до програм підвищення обізнаності і підтримки жертв

Ще одна функція, яку приватний сектор може виконувати, окрім підвищення обізнаності, — це надання фінансової допомоги службам підтримки жертв або для реалізації програм боротьби з насильством. Для цього можна організовувати різні кампанії зі збору коштів або заснувати неприбуткове відділення на кшталт фонду. Також компанії можуть створювати партнерства на регіональному та національному рівнях з метою підтримки таких організацій і служб.

Для того щоб приватний сектор міг успішно підтримувати програми запобігання насильству щодо жінок і домашньому насильству, необхідна розвинута інфраструктура та глибока обізнаність у цьому питанні. Посилений контроль у сфері комунікацій та за розміщенням ресурсів — це ще один інструмент для подолання насильства. Можливо, приватному сектору слід мати представників обох статей, які б опікувалися питаннями підвищення обізнаності щодо проявів насильства за гендерною ознакою, адже розповідати про насильство повинні не лише жертви. Хоча в зоні підвищеного ризику щодо насильства за гендерною ознакою перебувають переважно жінки та дівчата, чоловіки теж можуть стати жертвами домашнього насильства. Інформування чоловіків і юнаків про насильство за гендерною ознакою є не менш важливе, оскільки представники обох статей страждають від його наслідків. Програми боротьби з ним більш ефективні, якщо чоловіки визнають свою відповідальність за насильство з боку своєї статі й намагатимуться долучитися до вирішення проблеми.

Організація партнерств з НУО, які працюють у сфері боротьби з насильством і підвищення обізнаності: Фонд Kering PPR за гідність і права жінок (Франція / міжнародний захід)

Механізми впливу

Kering — це французька мультинаціональна компанія роздрібної торгівлі, яка спеціалізується на предметах розкоші та спортивних товарах. Більшість її працівників і клієнтів — жінки. З 2008 року Фонд *Kering* присвячує свою діяльність боротьбі з насильством щодо

жінок, використовуючи комплексний підхід, з прагненням допомагати до (запобігання), під час (догляду і підтримки) і після (професійної підготовки та участі). Фонд став ініціатором створення партнерств з НУО, відданих боротьбі з насильством щодо жінок, кількість яких постійно зростає. До його завдань також належить підтримка соціально відповідальних підприємців і постійних проектів, до яких залучені місцеві громади і державні органи. Основні види допомоги *Kering Group* — фінансова і людська підтримка. Фонд також бере участь в ініціативах з питань інформування та запобігання насильству щодо жінок. Заходи включають збір коштів, підтримку фотовиставок, фільмів і інформаційно-просвітительських кампаній на тему насильства щодо жінок. У Франції *Kering Group* підписала Хартію про запобігання і боротьбу з домашнім насильством.

Результати

У 2013 році завдяки діяльності Фонду *Kering* та довгостроковій співпраці із 47 партнерствами, які були створені спільно з НУО в Європі, Африці, Азії і обох Америках, допомогу отримали 140 тис. жінок по всьому світу.

Практичний досвід

Приватний сектор може відігравати важливу роль у запобіганні та боротьбі з насильством щодо жінок, надаючи ресурси та використовуючи свою репутацію і відкритість, і таким чином здійснювати позитивний вплив на уряди. Фонд *Kering* має значний важіль впливу, завдяки великому штату працівників, в якому налічується 33 тис. осіб, і своїй відкритій діяльності на міжнародній арені. Як свідчить практика, для успішної реалізації проекту потрібно передбачити передачу досвіду як на регіональному, так і на загальносуспільному рівні за участю всіх відповідних зацікавлених сторін. Фонд це враховує під час вибору партнерів і проектів, яким збирається надавати підтримку. Наступний крок Фонду передбачає проведення змін у стратегіях і планах щодо запобігання насильству.

Як цей підхід працює для запобігання насильству

На соціальному рівні підтримка Фондом заходів привела до підвищення обізнаності та привернула увагу суспільства до проблеми насильства щодо жінок. Стосовно самої компанії *Kering*, Фонд провів роботу з поінформування та залучення її працівників до вирішення проблеми із домашнім насильством.

Продаж продукції теж можна використати як спосіб запобігти насильству щодо жінок шляхом підвищення обізнаності і збирання коштів. Купуючи товар, поінформований клієнт може зробити внесок на етичні цілі. Прикладом таких ініціатив є діяльність міжнародної косметичної компанії *The Body Shop*. Її мета — змусити людей говорити про проблему домашнього насильства, для чого компанія долучає своїх працівників до міжнародних заходів із питань насильства щодо жінок, аби вони підвищували обізнаність у цьому суспільство. Частина доходів з продажу товарів іде на підтримку жертв домашнього насильства. У 2003 році була запущена кампанія «Стоп домашньому насильству». До 2008 року вона охопила 56 ринків, у результаті

чого було зібрано 3,6 млн фунтів стерлінгів для благодійних організацій, що займаються викоріненням домашнього насильства.[20]

Avon — ще одна міжнародна компанія (займається продажем косметики), що задіяна у зборі коштів, лобіюванні та поширенні інформації про проблеми домашнього насильства і насильства за гендерною ознакою. Вона прагне підвищити обізнаність суспільства в цьому питанні, роз'яснюючи, які наслідки насильства за гендерною ознакою можуть бути для окремої особи й суспільства загалом. *Avon* обирає партнерів для проведення досліджень, залучає спонсорів і людей для роботи, пов'язаної із боротьбою з насильством щодо жінок. З 2004 року Фонд *Avon* передав на благодійність 58 млн дол. США неприбутковим організаціям у сфері підвищення обізнаності, надання допомоги та підтримки програм запобігання.[21]

Також важливо наголошувати на необхідності активної участі приватного сектору у зборі коштів на вирішення проблем, пов'язаних із насильством щодо жінок, що повинно бути частиною партнерських заходів і належати до пріоритетних завдань.[22] Насправді лише 4,8 % всіх коштів грантів, наданих 42 європейськими фондами у 2009 році, були спрямовані на допомогу жінкам і дівчатам, з яких лише одна п'ята була витрачена на захист прав жінок (Mama Cash, 2011). Тому дуже важливо, щоб спонсори із приватного сектору і фонди більше працювали над створенням партнерств і проведенням заходів зі збору коштів для боротьби з насильством щодо жінок, і не лише через поширення цього явища, а й через зменшення державного фінансування на вирішення цього питання.

---

20 Звіт *The Body Shop International Plc* про дотримання цінностей за 2009 рі: www.thebodyshop-usa.com/pdfs/values-campaigns/Values_report_lowres_v2.pdf. Також див.: www.thebodyshop- usa.com/values-campaigns/stop-violence.aspx.

21 www.avonfoundation.org/causes/domestic-violence/funding/, www.avonfoundation.org/causes/domestic-violence/funding/avon-communication-awards/.

22 Відповідно до оглядів Комітету сприяння розвитку ОБСЄ, у світі лише 5% всієї допомоги спрямовано на підтримку гендерної рівності як головного завдання на 2012—2013 роки. Більше інформації див. тут: www.unwomen.org/en/news/in-focus/financing-for-gender-equality#sthash.jnNJmK6g.dpuf.

ЗМІ і запобігання насильству щодо жінок

Положення Стамбульської конвенції, які вимагають від держав-членів залучати ЗМІ до участі у запобіганні насильству щодо жінок, вдало доповнюють стандарти, які містять більш детальні, практичні рекомендації про те, як ці положення можна втілювати в життя. Рекомендація CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ пропонує спеціальні заходи,[23] зокрема:

«Держави-члени повинні створити відповідну нормативно-правову базу, в разі її відсутності, спрямовану на забезпечення поваги людської гідності та заборону будь-якої гендерної дискримінації, а також проти підбурювання до ненависті або будь-якої форми насильства за гендерною ознакою у ЗМІ». (Абзац A.1)

а також:

«Необхідно заохочувати медіа-компанії здійснювати саморегулювання, ухвалювати внутрішні кодекси поведінки / етики і внутрішнього нагляду, а також розробляти стандарти, що сприятимуть пропагуванню через ЗМІ гендерної рівності, з метою реалізації послідовної внутрішньої політики і встановлення робочих умов, які спрямовані на знищення стереотипів у зображенні, сприйнятті жінок і чоловіків, уникнення гендерної реклами, висловлювань і контенту, які можуть призвести до гендерної дискримінації, підбурювання до ненависті та насильства за гендерною ознакою». (Абзац B.4)

Ця рекомендація наголошує на значимості медіа-контенту у популяризації гендерної рівності з метою запобігання насильству щодо жінок. Крім того, низка держав-членів ухвалила нормативну базу, що регулює у ЗМІ питання гендерної рівності, людської гідності та у сфері боротьби з насиль-

23 Див. також Довідник з реалізації Рекомендації CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ.

ством щодо жінок.[24] Більше того, організаційна структура ЗМІ і сектору комунікацій, зокрема гендерна структура медіа-професій і наявність жінок серед керівників медіа, також впливає на спроможність і наміри ЗМІ брати участь у запобіганні насильству щодо жінок.[25] Участь жінок у медіа-сфері показала позитивні зміни в роботі ЗМІ стосовно запобігання насильству щодо жінок. Зокрема, завдяки ініціативі жінок у виробництві ЗМІ, створенню мереж і спільним діям у соціальних медіа все частіше порушується тема зґвалтування і сексистського ставлення.[26]

У цьому розділі йдеться про заходи, яких держави-члени можуть вжити для залучення ЗМІ у запобіганні насильству щодо жінок («через ЗМІ») і переконання медіа-виробників утримуватись від використання гендерних стереотипів і неупередженого, з гендерної точки зору, підходу до висвітлення випадків насильства щодо жінок («у контенті ЗМІ»).

Сприяння формуванню позитивної ролі ЗМІ з ціллю запобігання насильству щодо жінок

ЗМІ відіграють важливу роль у сприйнятті жінок і чоловіків у суспільстві. Відповідно, всі ЗМІ (друковані, телебачення, радіо і соціальні медіа) мають значний вплив на поінформованість суспільства з питань домашнього насильства і насильства щодо жінок. Низка звітів за результатами досліджень свідчать про те, що ЗМІ і популярні телепрограми мають суттєвий вплив на формування суспільного ставлення і прийнятність домашнього насильства в усій Європі (Сеймур Е. (Seymour E.), 2004). Таким чином, роль ЗМІ дуже важлива у питаннях підвищення обізнаності суспільства про домашнє насильство як неприйнятне соціальне явище, а також як економічну проблему.

ЗМІ несуть відповідальність за надання точної і виваженої інформації під час висвітлення випадків домашнього насильства і насильства щодо жінок. За результатами опитування, ситуація щодо підвищення обізнаності

24 Див. розділ, який починається на с. 34. Крім того, в Директиві Європейського Союзу 2007/65ЕС «Про внесення змін до Директиви Ради 89/552/ЄЕС «Про координацію окремих положень, покладених в основу законодавством, положенням або рішенням оперативного характеру держав-членів стосовно здійснення трансляції телепередач» зазначено: «Держави-члени повинні забезпечити відповідні механізми контролю за аудіо- та відеопродукцією, яка представлена і належить постачальникам медіа-послуг, щоб вона не містила підбурювань до ненависті за расовою, статевою, релігійною або національною ознакою» (стаття 3a), і «... комерційним каналам радіо і телебачення заборонено: (...) вдаватись або підбурювати до будь-якої дискримінації за статтю, расовим чи етнічним походженням, національністю, релігією чи віросповіданням, інвалідністю, віком або сексуальною орієнтацією» (стаття 3b).

25 Рада Європи (2013), «ЗМІ та образ жінок», с. 5.

26 Там само, с. 11.

суспільства щодо проявів насильства за гендерною ознакою по всій Європі за останні десять років значно покращилась. Згідно зі звітом Євробарометра за 2010 рік, 98 % європейців усвідомлюють, що домашнє насильство — це важливе питання, яке потребує вирішення. Таке розуміння прийшло здебільшого завдяки посиленому висвітленню у ЗМІ випадків насильства щодо жінок і домашнього насильства (Євробарометр, 2010).

На початковому етапі розробки ефективних заходів для ЗМІ, спрямованих на боротьбу з насильством за гендерною ознакою, слід визначити методи оцінки та моніторингу. Це збільшить шанси, що конкретна інформація буде донесена до цільової аудиторії. Як зазначалось раніше, це питання також потребує висвітлення у ЗМІ як структурної проблеми гендерної нерівності, що становить важливу складову в контексті насильства за гендерною ознакою, а не лише як проблеми насилля над жінками, яка стосується виключно жінок.

Крім того, соціальні медіа впливають на думку окремих людей і суспільства загалом щодо насильства за гендерною ознакою. Поряд з новими комунікаційними технологіями виникають нові інструменти і платформи, які сприяють укоріненню сексуального та інших форм насильства. Насильство за гендерною ознакою в соціальних медіа може приймати форму кібер-залякування, кібер-переслідування, кібер-насильства через зображення сексуально-насильницького характеру, погрози, застосування мови ненависті щодо жінок. Також соціальні мережі можуть бути використані для вербування жінками і дівчатами з метою торгівлі, онлайн-експлуатації неповнолітніх. Хоча соціальні медіа не вчиняють насильства за гендерною ознакою, але вони підбурюють, виправдовують або слугують інструментом жорстокого поводження з жінками і дівчатами (Феєрбейрн Дж. (Fairbairn J.) у співав., 2013), зокрема це стосується використання ворожих сексистських висловлювань. Деякі жінки належать до групи підвищеного ризику, до яких часто звернена така ненависть, а саме молоді жінки, жінки-журналісти та інші працівниці ЗМІ, жінки, які грають в ігри, жінки-політики та борці за права людини. Утім, будь-яка жінка, яка публічно висловлюється, усно або письмово, є потенційною жертвою зазнати приниження, отримавши на свою адресу образливі слова, як онлайн, так і офлайн. Це явище набирає обертів: жінки щоденно отримують погрози й образи сексуального характеру на електронну пошту, через веб-сайти, соціальні мережі або інші засоби комунікації, і тому для вирішення проблеми необхідна допомога всіх зацікавлених сторін і, власне, ЗМІ. Анонімний характер соціальних мереж може стати причиною безкарності правопорушників. Ураховуючи вищезазначене, існує потреба провести заходи з медіа-грамотності спільно з організаціями ЗМІ. Приклади таких заходів подані в наступному розділі.

Сьогодні соціальні медіа не лише кидають виклик насильству за гендерною ознакою, вони також пропонують унікальні динамічні засоби та нові можливості мобілізації проти насильства у цифровому просторі. У Словаччині, наприклад, сім жіночих організацій долучились до медіакампанії «П'ята жінка»[27], діяльність якої пов'язана з використанням інформаційних і телекомунікаційних технологій під час проведення заходів, присвячених боротьбі з насильством щодо жінок.

Обмін досвідом і підтримка проти сексизму онлайн: Проект «Щоденний сексизм»[28] (міжнародний захід)

Механізми впливу

Проект «Щоденний сексизм» демонструє, як соціальні медіа можуть змінити ставлення суспільства до жінок. Проект створено на базі інтерактивної онлайн-платформи, яка допоможе жінкам, які зазнали сексизму та дискримінації, обмінюватися власним досвідом. Свідчення жінок із 22 країн були записані на веб-сайті мовою оригіналу й англійською.

Результати

Жінки з усього світу скористалися веб-сайтом, аби розповісти про свій випадок дискримінації або насильства. Метою проекту було зібрати якомога більше зізнань, щоб суспільство не могло знехтувати цією проблемою.

Практичний досвід

Можливість мобілізації й анонімності в Інтернеті є ефективним способом як для інформування, так і надання шансу людям, які зазнали сексизму або насильства, розповісти про це.

Як цей підхід працює для запобігання насильству

Мета проекту «Щоденний сексизм» — створити збірку випадків проявів сексизму, якого зазнають жінки щодня. Це можуть бути серйозні, незначні, надзвичайно образливі випадки або настільки тривіалізовані, що жінки не усвідомлюють, що вони мають право протестувати. Демонстрація структурного характеру цього явища шляхом збирання історій з усього світу допомагає змінити ставлення до щоденного сексизму і дає жінкам сили виступити проти цього.

Запобігання насильству щодо жінок шляхом викорінення гендерних стереотипів у репортажах ЗМІ

Хоча кількість інформації про насильство за гендерною ознакою у ЗМІ суттєво зросла, стереотипне ставлення все ще досить поширене. ЗМІ схильні надавати перевагу негативному та надзвичайному, тому висвітлення на-

27 Остаточна оцінка проекту: www.apcwomen.org/gemkit/en/practitioners/reports_221f.htm#jump8.
28 Див.: http://everydaysexism.com/.

сильства щодо жінок, а також домашнього насильства може бути проблематичним. Зазвичай репортажі не містять докладного опису випадків насильства, оскільки часто відбувається перекручення фактів, щоб створити сенсації з подій і злочинів таких, як, наприклад, зґвалтування. А це призводить до виникнення загрози поширення насильства в суспільстві.

Проте висвітлення випадків домашнього насильства з метою його засудження теж може спричинити посилення гендерних стереотипів. Дослідження показало, що ЗМІ можуть виправдовувати насильство щодо жінок у суспільстві тим, що надають неправдиві «підстави» для насильства (Еррера С. і Еспозіто Ф. (Herrera C. and Exposito F.), 2009). Згідно зі звітом організації «Нульова терпимість» ("Zero Tolerance") (2012), спотворення інформації під час висвітлення у ЗМІ домашнього насильства може впливати на поведінку осіб так само, як і на їхнє ставлення. Стереотипне висвітлення домашнього насильства, наприклад, з припущенням, що воно стало наслідком заплутаних і складних стосунків рівноправних осіб, а не проявом сили і контролю однієї людини над іншою, може спонукати жінку, яка живе з партнером, який чинить насильство, залишатись з ним через страх, що ніхто не сприйматиме її серйозно.

Статистика свідчить, що різних форм насильства, зокрема домашнього, зазнають жінки з різних соціальних прошарків населення, тобто незалежно від соціально-економічного статусу, проте ЗМІ про це не згадує під час висвітлення проблеми. Показ лише випадків із жертвами певної групи, переважно із соціально й економічно неблагополучної, лише сприяє вкоріненню гендерних стереотипів і приховує той факт, що насильство скоюють проти жінок саме тому, що вони жінки, а не через їхній соціально-економічний статус. ЗМІ в основному акцентують увагу на жінках як жертвах і не згадують чоловіків, які вчиняють акт насильства, що є важливою складовою проблеми. Для етичного висвітлення різних форм насильства щодо жінок потрібно також ураховувати результати досліджень, які розкривають суть поглядів, переконань і особистості чоловіків, які ґвалтують і вчиняють насильство над жінками.

Дослідження також свідчать, що ЗМІ у більшості випадків демонструють ставлення до жінки, як до речі, а в разі висвітлення причин скоєння злочину надають поверхневі пояснення. Кожну історію намагаються представити як окрему та унікальну. Така відсутність аналізу насильства щодо жінок і домашнього насильства як структурної проблеми призводить до тривіалізації проблеми. Це створює враження, що проблема має випадковий характер, нетипова і стосується когось окремого, а не всього суспільства.

У звіті «Лише жінки» (Івс (Eaves) у співав., 2012), виданому у Сполученому Королівстві в межах розслідування судді Левесона, було проаналізовано, як 11 британських національних газет за двотижневий період висвітлили злочини, пов'язані з насильством над жінками.[29] У звіті йшлося про те, що насильство щодо жінок висвітлюється таким чином, що посилює міфи й усталює гендерні стереотипи. Репортажі, як правило, неточні і применшують значимість злочину правопорушника, а вину покладають на жертву та інших.

Щоб запобігти утвердженню гендерних стереотипів, необхідно забезпечити неупереджене, з гендерної точки зору, висвітлення насильства щодо жінок і домашнього насильства у ЗМІ. Репортажі про насильство за гендерною ознакою слід подавати у більш широкому контексті. ЗМІ можуть подавати насильство за гендерною ознакою як структурну проблему, пов'язану з нерівністю між жінками та чоловіками. І головне, вони також повинні робити акцент на тому, що такий вид насильства — це не особиста справа кожного.

Прикладом неупередженого висвітлення насильства щодо жінок є канал телерадіокомпанії Італії (Radiotelevisione Italiana (RAI)) 3. Цей телеканал підвищує обізнаність щодо проявів насильства щодо жінок шляхом трансляції щотижневої програми під назвою *Amore Criminale* («Кримінальне кохання»). Мета передачі — зображення насильства таким, як воно є, на прикладі більше 100 справ жінок, які були або вбиті, або отримали серйозні ушкодження від своїх партнерів. У Бельгії метою ініціативи «Звіт про вплив медіа емансипації» є реальне висвітлення гендерних проблем у телепрограмах за допомогою інструментів гендерної оцінки, що дозволені для телебачення.

Крім того, гендерних стереотипів можна уникнути, якщо не застосовувати сексистські висловлювання і не створювати такої ж реклами та іншого контенту. Наприклад, асоціація жінок-журналістів Італії *Giulia* заохочує використовувати висловлювання несексистського характеру і вимагає подачі точної інформації про насильство за гендерною ознакою в італійських ЗМІ. У Шотландії благодійна організація «Нульова терпимість» надрукувала для ЗМІ стандарти належного висвітлення насильства щодо жінок. Інші організації надали рекомендації щодо висвітлення насильства над жінками у ЗМІ, які є корисним інструментом для подальшого поширення та використання.[30]

---

29 Розслідування судді Левесона — це докладне розслідування етичних принципів ЗМІ, з огляду на скандал, пов'язаний із телефонним хакерством у Сполученому Королівстві в 2011 році. Розслідування було поділене на чотири етапи для оцінки взаємин між пресою і суспільством, поліцією і політиками.

30 Прикладом можуть слугувати Рекомендації, укладені в 2014 році Міжнародною федерацією журналістів, щодо висвітлення насильства стосовно жінок: www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents7IFJ_Guidelines_for_Reporting_on_Violence_Against_Women_EN.pdf.

Співпраця уряду, приватного сектору і ЗМІ у сприянні здійсненню заходів для запобігання насильству щодо жінок та домашньому насильству

Підхід, який застосовують уряди для викорінення насильства щодо жінок і домашнього насильства, важливий, оскільки він також впливає на те, як ЗМІ висвітлюють ці питання, і на участь приватного сектору у вирішенні цього питання загалом. Лідерська позиція уряду може заохочувати або перешкоджати активному запобіганню насильства приватним сектором і ЗМІ з огляду на їхні методи впливу і бачення проблеми. Уряди, таким чином, мають можливість сприяти соціальним змінам стосовно сприйняття у суспільстві насильства щодо жінок шляхом співпраці із ЗМІ у питаннях насильства за гендерною ознакою. Наприклад, у Сполученому Королівстві Міністерство внутрішніх справ запустило телевізійну кампанію під назвою «Це насильство», спрямовану допомогти підліткам розпізнати насильницький характер стосунків.[31]

Більше того, висловлювання, які уряд використовує під час здійснення політик і передачі інформації про насильство щодо жінок, впливає на те, як суспільство сприймає насильство і жінок, оскільки ці висловлювання можуть бути відображені у ЗМІ. Наприклад, у межах культурного контексту, який визначає людей відповідно до їхньої ролі та положення в суспільстві, а не їхніх особистих якостей, жінок часто зображають у контексті родини, замість того, щоб показувати їх як особистостей з правами і обов'язками.

Підвищення рівня підготовки працівників ЗМІ з питань, пов'язаних із гендерною рівністю і насильством щодо жінок

Завдяки спеціальній підготовці журналістів уряди зможуть упроваджувати несексистські та недискримінаційні висловлювання, сприяти створенню нових образів жінок і чоловіків у ЗМІ, позбавлених стереотипів. У Швеції підготовку журналістів з гендерних питань здійснює Шведська сус-

31 Див.: http://thisisabuse.direct.gov.uk/.

пільна телекомпанія (SVT). Португальська суспільна телекомпанія (RTP) за участю Комісії з питань рівноправ'я у сфері праці та зайнятості провела підготовку персоналу стосовно питань гендерної рівності, використання висловлювань несексистського характеру, висвітлення насильства за гендерною ознакою, каліцтва жіночих геніталій, домашнього насильства як форми насильства за гендерною ознакою та висвітлення у ЗМІ вбивств у контексті інтимних стосунків.

Аналогічно уряди можуть запропонувати внести цю тему у програму шкіл підготовки журналістів, а також спонукати до співпраці професіоналів у сфері боротьби з насильством щодо жінок (НУО, юристи) і працівників освіти в медіа-секторі.

Сприяння здійсненню ЗМІ саморегулювання та контролю за дискримінаційним і насильницьким контентом

Щоб уникнути використання сексистського і небезпечного контенту, реклами, в якій є сексуальні та насильницькі зображення, необхідно спонукати ЗМІ приймати стандарти саморегулювання. У багатьох країнах існують органи саморегулювання для моніторингу дотримання ЗМІ комплексу стандартів, до яких, зазвичай, належать заборона дискримінації, пропагування гендерної рівності та неупереджене, з гендерної точки зору, висвітлення насильства щодо жінок і домашнього насильства. Деякі європейські країни використовують для регулювання контенту сексистського і насильницького характеру законодавчі акти і створюють регуляторні органи, крім того, ЗМІ спільно з урядом розробляють положення, що повинні регулювати медіа-контент.

Прикладом такої співпраці може слугувати партнерство Департаменту рівних можливостей Міністерства праці та соціальної політики Італії та італійського Інституту саморегулювання реклами, створеного в січні 2013 року з метою гарантування того, що у сфері комерційного мовлення «не будуть використовуватися зображення насильства щодо жінок та не буде підбурювання до насильства щодо жінок».[32]

На Кіпрі служба телерадіомовлення — це незалежний орган, що несе відповідальність, зокрема, за регулювання контенту, який транслюють приватні телерадіоканали, відповідно до положень Постанови щодо телерадіостанцій 10/2000 «Про висвітлення питань, які стосуються насильства щодо дітей, жінок або осіб похилого віку».[33] Цей орган перевіряє контент ЗМІ

32 Рада Європи (2014), «Збірка належних практик у ЗМІ», с. 21.
33 Там само, с. 1.

або за власної ініціативи, або у відповідь на скарги, подані представниками суспільства. Одним із пріоритетних завдань цього органу — уникнення зображення, зокрема у програмах, будь-якої форми гендерної дискримінації.

Іспанія є лідером у питаннях боротьби з насильством щодо жінок. У 2004 році в країні було ухвалено закон про комплексні заходи щодо захисту від насильства за гендерною ознакою. Законом визначено багатосекторний підхід до боротьби з насильством, в якому зроблено особливий акцент на ролі в цьому освіти, реклами та ЗМІ, з вимогою поважати гідність і рівність усіх людей. У 2004 році Законом Іспанії з питань насильства за гендерною ознакою була визнана протизаконною будь-яка реклама, в якій використано принизливі та дискримінаційні зображення жінок (стаття 10). Стаття 14 Закону також регулює питання висвітлення у ЗМІ насильства щодо жінок.[34]

Закон Франції 2014 року про гендерну рівність[35] визначає функцію Національної ради радіо і телебачення (CSA) гарантувати повагу до прав жінок в усіх трансляціях радіо і телебачення. CSA повинна забезпечити справедливе зображення жінок і чоловіків усіма службами радіо і телебачення, при цьому особливу увагу необхідно звернути на те, як зображені жінки у програмах, зокрема в контексті боротьби зі стереотипами, сексистською упередженістю, принизливими зображеннями та насильством щодо жінок.[36]

Важливо не лише ухвалювати стандарти проти небезпечного контенту і сексистської реклами, а й забезпечувати наявність і використання механізмів контролю за їх дотриманням. У грудні 2013 року в Європі було винесено перше судове рішення про міжнародну рекламу проти календаря «Дівчата Ryanair», який ірландська авіакомпанія Ryanair випускає з 2007 р. У грудні 2012 року, з огляду на те, що календар публікувався щороку, асоціація захисту прав споживачів Іспанії *Alianza para la Defensa de Consumidoresy Usuarios Activos (Adecua)* подала позов проти кампанії. До них приєднались органи прокуратури, Інститут жінок, Наглядова рада з питань зображення жінки, організація сприяння фемінізму *Federacion de Mujeres Progresistas* («Федерація прогресивних жінок»). Другий комерційний суд Малаги визнав онлайн-кампанію (реклами календаря для збору коштів на доброчинність) і використання календаря для просування авіаліній незаконними, оскільки стюардеси були зображені «в сексуально непристойних позах», а «жіноче тіло використано виключно як об'єкт, щоб привернути увагу до реклами».

---

34 Детальніше на сайті: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.t1.html#c2.

35 Закон від 4 серпня 2014 року про гарантування рівності між жінками та чоловіками (Франція): www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes.

36 Довідник щодо реалізації Рекомендації CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та ЗМІ.

Авіакомпанії було висунуто вимогу припинити кампанію і заборонено повторювати її в майбутньому.[37]

Партнерства для збільшення репортажів ЗМІ про гендерну рівність і насильство щодо жінок

Уряди також можуть спробувати активно підвищувати обізнаність суспільства щодо проявів насильства за гендерною ознакою шляхом збільшення кількості репортажів про проблему в національних ЗМІ. У Сполученому Королівстві Британська телерадіомовна корпорація (BBC) запровадила ініціативу для моніторингу гендерної рівності на телебаченні та за його межами. Мета — досягти справедливого балансу між зображенням чоловіків і жінок різного віку на радіо і телебаченні. Також у Бельгії Фламандська радіотелемережа представила різні політики виробникам програм. План вжиття особливих заходів проти сексуального насильства і насильства за гендерною ознакою в Італії спрямований, зокрема, на підвищення обізнаності керівників ЗМІ, які повинні проявляти повагу під час трансляцій і (комерційних) повідомлень, особливо тих, що стосуються жінок.

Встановлення співпраці з питань медіа-грамотності

Лідерство і співпраця уряду зі ЗМІ і приватним сектором також важливі у проведенні заходів, які сприяють підвищенню обізнаності дітей, батьків і працівників освіти у питаннях, як поводитись з принизливим контентом у ЗМІ сексуального і насильницького характеру. Гіперсексуалізація образів і популяризація у соціальних медіа ставлення до жінок, як до предмета, створюють нове середовище, в якому жінки і чоловіки, особливо молодь, формують і виражають свою особистість. Залякування, гіперсексуалізація і сексизм набирають обертів в університетах і школах, швидко поширюються новими та соціальними медіа.[38] Тому стаття 17 Стамбульської конвенції заохочує держави-члени співпрацювати із сектором ІКТ з метою підвищення поінформованості про ризики і можливість дітям і їхнім батькам уникати потенційної небезпеки, яку несе в собі використання нових технологій.

Мета — підвищити обізнаність і грамотність соціальних медіа шляхом розробки програм і навчання дітей, батьків і працівників освіти правильному поводженню з небезпечною інформацією й образливим контентом у соціальних медіа. Це допоможе молоді свідомо, незалежно і безпечно корис-

37 «Справа Ryanair»: www2.womenslinkworldwide.org/wlw/sitio/caso-interna.php?idcaso=387&idi=en..

38 Рада Європи (2013), «ЗМІ та образ жінок», с. 9.

туватись інформаційними онлайн-ресурсами (Річардсон Дж. (Richardson J.), 2010, с. 292). Онлайн безпека молоді насамперед залежить від їхньої грамотності та обізнаності щодо поводження в мережі Інтернет, що дасть змогу захистити персональні та чутливі дані, а вже потім від пересторог і попереджень про небезпеку.[39] Слід наголосити, що не менш важливі інвестиції в технічну освіту дітей, аби вони стали впевненими користувачами сучасних комунікацій.

Багато держав-членів Ради Європи вжили різних заходів для гарантування безпеки дітей під час користування Інтернетом, електронними засобами комунікації і соціальними медіа. До таких заходів належать ухвалення кодексів поведінки для батьків і дітей в Албанії;[40] розробка і підтримка спільно з батьками і приватним сектором різних інформаційних веб-сайтів для надання інформації дітям і батькам про безпечне користування Інтернетом і електронними засобами комунікації, як в Італії;[41] надання програмного забезпечення для фільтрації інформації, як у Туреччині.[42].

Золоті правила «Безпечний підхід до використання цифрових медіа» (Швейцарія)[43]

Механізми впливу

У Швейцарії в межах національної програми «Молодь і ЗМІ» для поширення медіа-знань (2011–2015) було розроблено змістовний веб-сайт,[44] на якому батьки, викладачі та інші можуть знайти відповідь, як зменшити небезпеку, яка йде від ЗМІ, і допомогти дітям у віці від 0 до 13 років[45] безпечно користуватись електронними медіа. На цьому веб-сайті доступний величезний обсяг інформації: презентації і мультфільми для родини, листівки і поради тощо.

---

39 Рада Європи (2009), Посібник з Інтернет-грамотності.

40 Кодекс поведінки батьків і дітей для безпечного і відповідального користування електронними засобами комунікації (Албанія): http://plus.al/download/Kodi- i-sjelljes-07-02-2013.pdf.

41 Портал *Vita de social* (Італія) (www.commissariatodips.it/vita-da-social.html) був розроблений компаніями для інформування Інтернет-користувачів про програми захисту, засоби моніторингу та способи подачі скарг. Розробка і підтримка порталу здійснюється за участі Міністерства освіти, *Facebook, Fastweb, Fastweb, 3(H3G), Libero, Microsoft, Poste Italiane, Telecom, Symantec, Skuola.net, Vodafone, Virgilio.it, Wind, Youtube* і *Gruppo Eventi.* Крім того, були організовані інформаційно-роз'яснювальні заходи, такі як інфообмін, який проводять поряд із молодшими і середніми школами у формі дебатів для підвищення обізнаності учнів, батьків і викладачів. Ці дебати присвячені відповідальному користуванню соціальними мережами. Див.: www.facebook.com/unavitadasocial.

42 Для прикладу див.: www.guvenlinet.org/gb/.

43 Швейцарське федеральне управління соціального страхування «Безпечний підхід для використання цифрових медіа»: www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user_upload/Chancen_und_Gefahren/Flyer_goldene_Regeln_13_SprachenXengl_goldene_Regeln_JuM.pdf.

44 www.jeunesetmedias.ch/fr/programme-national.html.

45 Також доступний перелік правил для підлітків.

10 золотих правил безпечного користування медіа

1. Підтримка краще, ніж заборона. Під час входу в цифрове середовище діти потребують підтримки своїх батьків. Дізнавайтесь у дітей про їхній досвід користування цифровими медіа.
2. Дітям потрібні для наслідування підходящі взірці користування медіа. Коли справа стосується цифрових медіа, основне, що може їм допомогти, — це приклад батьків. Тому корисно розповідати про власний досвід поводження з медіа-ресурсами.
3. Правило 3–6–9–12: не давати користуватись комп'ютерною технікою до 3 років, не давати ігрові приставки до 6 років, не давати доступ до Інтернету до 9 років і не надавати доступ до Інтернету без нагляду до 12 років.
4. Зверніть увагу на вікові межі для перегляду фільмів (jugendundmedien.ch) та доступу до комп'ютерних ігор (pegi.ch).
5. Приймайте спільні рішення про час користування комп'ютером. Долучайте дітей до прийняття рішення, скільки часу їм дозволено проводити перед монітором щодня або щотижня. Встановлюйте чіткі обмеження і слідкуйте, щоб діти дотримувались ваших спільних рішень.
6. Комп'ютер — не нянька. Не давайте дітям весь вільний час витрачати на використання цифрових пристроїв.
7. Телевізори, комп'ютери та ігрові приставки не повинні бути в дитячій кімнаті. Встановлюйте ці пристрої в загальній кімнаті. Слідкуйте за смарт-фонами і планшетами.
8. Перевіряйте, з ким обмінюється повідомленнями ваша дитина. Якщо діти познайомились з кимось онлайн і хочуть зустрітись із новими знайомими, така зустріч повинна відбуватись лише у публічних місцях і в присутності батьків.
9. Попередьте дітей, щоб вони не вводили персональні дані в Інтернет, зокрема такі, як: ім'я, адреса, вік і номер телефону, якщо вони не обговорили це попередньо з вами.
10. Краще провести відверту розмову, ніж встановити програмне забезпечення для фільтрації інформації, адже воно не гарантує повного захисту. Спілкуйтесь зі своєю дитиною і, зважаючи на її вік, обговорюйте такі теми, як сексуальність і насильство.

Висновок

Приватний сектор і ЗМІ як роботодавці, місце роботи, виробники товарів і послуг, медіа-контенту та інформаційні технології мають великий вплив на щоденне життя більшості жінок і чоловіків. Серед жінок і чоловіків, які працюють у приватному секторі і які споживають його товари і послуги, можуть бути жертви, правопорушники, свідки або особи, які зазнали впливу різних форм насильства. Місце роботи та ЗМІ можуть стати як середовищем, яке сприятиме насильству щодо жінок і заохочувати до нього, так і навпаки, активно запобігати, залежно від ставлення до цієї проблеми і вжиття відповідних заходів, які проводять різні зацікавлені сторони. Тому з метою багатосекторного підходу для запобігання насильству щодо жінок та домашньому насильству слід залучити приватний сектор, зокрема сектор інформаційних технологій та ЗМІ.

Стамбульська конвенція — це новий інструмент держав-членів для заохочення приватного сектору і ЗМІ до використання своїх потенціалів і участі в запобіганні такому насильству. Існує багато вагомих причин для залучення приватного сектору і багато гарних прикладів для наслідування. Висвітлення у ЗМІ домашнього насильства, зґвалтування, сталкінгу і сексуального домагання, але без використання гендерних стереотипів і гонитви за створенням сенсації, допомогло б пролити світло на фактичну проблему — нерівність жінок і чоловіків і, як наслідок, непропорційність влади в особистих і професійних стосунках.

Спираючись на існуючі приклади і досвід і враховуючи функції і обов'язки суб'єктів приватного і державного секторів, а також повагу до незалежного ЗМІ, можна створювати ефективні програми і стимули, щоб спонукати приватний сектор долучитись до запобігання насильству щодо жінок і домашньому насильству.

Чек-лист

Відповідно до статті 17, держави-члени повинні заохочувати якомога більше приватних компаній і ЗМІ до участі в запобіганні та боротьбі з насильством щодо жінок і домашнім насильством. Цей контрольний перелік може стати в пригоді під час розробки та реалізації комплексних стратегій для досягнення зазначеної мети.

- ☐ Чи були запроваджені та реалізовані стратегії і заходи для заохочення приватного сектору й організацій ЗМІ брати активну участь у запобіганні насильству щодо жінок і домашньому насильству?
  - ○ Чи відбувається залучення приватного сектору і ЗМІ до запобігання насильству стосовно жінок з метою урахування такої політики під час їхнього брендування, розробки етичних стандартів і встановлення зобов'язань перед суспільством?
  - ○ Чи існують політичні та лідерські ініціативи для заохочення зацікавлених сторін приватного сектору до запобігання насильству?
  - ○ Зважаючи на «діловий підхід» до проблеми, чи були прийняті комунікативні норми для належного виконання приватним сектором своїх функцій у запобіганні та боротьбі з насильством щодо жінок?
  - ○ Чи враховуються під час вибору заохочень для приватного сектору і ЗМІ як зацікавлених сторін відмінність їхніх функцій? Чи враховуються при цьому функції компаній як роботодавців, виробників товарів, послуг і реклами, суб'єктів формування суспільної думки, а також як представників суспільства?
  - ○ Чи містять державні стандарти і повідомлення інструкції або інші інструменти, як утриматися від використання сексистських висловлювань і тих, що стосуються гендерних стереотипів?
  - ○ Чи надається фінансова підтримка приватному сектору та ЗМІ для розробки стратегій і підвищення обізнаності щодо запобігання насильству?
  - ○ Чи розроблені чіткі норми та механізми подачі скарг про вилучення сексистського і небезпечного контенту в ЗМІ?

- ☐ Чи визначені стимули, які слід застосовувати для заохочення приватного сектору та ЗМІ брати участь у запобіганні насильству стосовно жінок і домашньому насильству?
  - ○ Чи є такі стимули, як податкові канікули, системи преміювання, нагороди за боротьбу з насильством або визнання першості у популяризації гендерної рівності для заохочення запобігання насильству у приватному секторі і ЗМІ / рекламній сфері?
  - ○ Чи існують механізми нагляду, моніторингу, подальшого контролю й оцінки ініціатив роботодавця щодо запобігання насильству?
- ☐ Чи передбачено проведення урядових заходів для приватного сектору та ЗМІ з метою підвищення їхньої обізнаності щодо проявів насильства стосовно жінок?
  - ○ Чи доступні для ознайомлення приватному сектору та ЗМІ дані, зібрані державними організаціями про частоту випадків і витрати на викорінення насильства щодо жінок і домашнього насильства, а також інформація про стратегії уряду щодо запобігання насильству?
  - ○ Чи можна на робочому місці отримати інформацію із показники того, як часто трапляється насильство за гендерною ознакою і наскільки сильно воно впливає на працівників?
  - ○ Чи можна на робочому місці отримати інформацію із показниками того, як часто трапляється насильство за гендерною ознакою і наскільки негативно воно впливає на діяльність компанії, її продуктивність та економічне зростання, якщо враховувати прямі та непрямі витрати?
  - ○ Чи належать до просвітительської інформації відомості про економічні та соціальні переваги участі приватного сектору та ЗМІ в боротьбі з насильством?
  - ○ Чи мають приватний сектор і ЗМІ доступ до інформації про позитивні практики боротьби з насильством щодо жінок і домашнім насильством на робочому місці, вдома, в суспільстві?
  - ○ Чи подається насильство щодо жінок і домашнє насильство як проблема, що впливає на роботу?
- ☐ Чи проводяться заходи із заохочення працівників запобігати і реагувати на випадки насильства щодо жінок?
  - ○ Чи надається доступ працівникам до цільових матеріалів про насильство щодо жінок, особливо насильство на робочому місці?

- Чи заохочуються роботодавці надавати інформацію і підтримку своїм працівницям, які стали жертвами будь-якої форми насильства, як то сексуальне домагання, сталкінг або домашнє насильство?
- Чи заохочуються роботодавці впроваджувати політики на робочому місці проти сексуального домагання (враховуючи положення застосовної нормативно-правової бази)?
- Чи мають роботодавці приклади того, як потрібно допомагати жертвам сексуального домагання, сталкінгу або домашнього насильства через професійну підтримку відділу роботи з персоналом, розвішування інформаційних плакатів, розміщення інформації на внутрішніх сайтах тощо?
- Чи мають роботодавці приклади створення систем преміювання працівників за надання підтримки жертвам насильства, насамперед медичної, юридичної та фінансової допомоги?

☐ Чи доступна приватному сектору та ЗМІ підготовка з питань запобігання насильству стосовно жінок і чи заохочуються сторони пройти таку підготовку?

- Чи розуміють роботодавці, наскільки серйозною є проблема насильства на робочому місці і за його межами для приватного сектору?
- Чи вже мають роботодавці досвід, як заохочувати працівників обговорювати проблему насильства на роботі? (Це можна здійснювати, наприклад, шляхом тренінгів з питань ведення розмови про насильство і розпізнавання ознак насильства на робочому місці або ознак того, що колега може зазнавати насильства вдома).
- Чи надається значення залученню в однаковій мірі як чоловіків, так і жінок до запобігання насильству?
- Чи проводяться на підприємствах тренінги, які скеровані не лише на вирішення проблем, пов'язаних із жертвами насильства за гендерною ознакою, а й з потенційними правопорушниками?

☐ Чи заохочуються приватний сектор, державний сектор та ЗМІ до створення партнерств, мереж і альянсів?

- Чи заохочуються спілки роботодавців і профспілки до участі в запобіганні насильству стосовно жінок і домашньому насильству?
- Чи заохочуються до взаємодії і партнерства приватний сектор, ЗМІ, державні та неурядові організації, які працюють у сфері боротьби з насильством щодо жінок?

- Чи відбувається заохочення до обміну належними практиками, а також ефективними методами, інструментами та політиками?
- Чи проводяться круглі столи або конференції для сприяння такій співпраці?
- Чи заохочуються суб'єкти приватного сектору до участі у зборі коштів на благодійність і наданні фінансової допомоги службам, які працюють з жертвами насильства, або в інших заходах у сфері боротьби з насильством щодо жінок?
- Чи заохочується приватний сектор до розробки товарів і маркетингових стратегій з метою безпосереднього чи опосередкованого сприяння запобіганню насильству або підвищенню обізнаності про цю проблему?

☐ Чи робить уряд акцент під час проведення своїх заходів на значенні приватного сектору та ЗМІ у формуванні ставлення суспільства до насильства за гендерною ознакою?

- Чи заохочуються приватний сектор і ЗМІ боротися із гендерними стереотипами й упередженістю?
- Чи заохочуються компанії дотримуватися стандартів регулювання і саморегулювання для уникнення використання сексистського контенту в ЗМІ та рекламі?
- Чи повідомляється приватному сектору той факт, що товари і послуги можуть сприяти насильству і спричиняти викривлення сприйняття гендерних ролей і насильства щодо жінок?
- Чи належить до заходів уряду впливати на приватний сектор і ЗМІ через кампанії щодо підвищення обізнаності і за допомогою скарг від споживачів?

☐ Чи належать до ініціатив уряду сприяння та залучення ЗМІ до боротьби з насильством?

- Чи заохочуються ЗМІ висвітлювати насильство щодо жінок з урахуванням обставин злочину й аналізу насильства за гендерною ознакою як структурної проблеми на суспільному рівні?
- Чи заохочуються ЗМІ дотримуватися стандартів регулювання і саморегулювання для висвітлення насильства щодо жінок?
- Чи вживають регуляторні органи заходів для забезпечення і посилення незалежності ЗМІ?
- Чи проводяться заходи щодо підвищення обізнаності і тренінги для журналістів, закладів і об'єднань з підготовки журналістів, на яких

дається пояснення, чому потрібно уникати створення сенсацій і стереотипів під час висвітлення випадків насильства щодо жінок?

- Чи заохочуються журналісти до уникнення вживання стереотипних і сексистських висловлювань?
- Чи відбувається заохочення застосовувати засоби саморегулювання для уникнення реклами насильницького і сексуального характеру?
- Чи заохочується ЗМІ до розробки ефективних медіа-кампаній з питань боротьби з насильством за гендерною ознакою на рівні з підвищенням інформування про запобігання насильству?
- Чи враховано в ініціативах уряду потенціал соціальних медіа як платформ для мобілізації проти насильства за гендерною ознакою?
- Чи є в планах уряду встановлення співпраці ЗМІ з державними органами для підвищення обізнаності та медіа-грамотності з метою навчання дітей, батьків і працівників освіти правильно поводитись з принизливим контентом у ЗМІ сексуального або насильницького характеру?
- Чи заохочуються різні зацікавлені сторони до участі у проведенні досліджень і підвищенні обізнаності про небезпечну інформацію і жорстоке поводження в соціальних медіа та онлайн?

Ключові джерела

Організація об'єднаних націй

Конвенція про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок. Ухвалена і відкрита для підписання, ратифікації і приєднання резолюцією Генеральної асамблеї 34/180 від 18 грудня 1979 року, набула чинності 3 вересня 1981 року.

Довідник для законодавства з питань насильства щодо жінок (2009).

Довідник для національних планів дій з питань насильства щодо жінок (2012).

Стандарти та інші джерела Ради Європи

Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами (Стамбульська конвенція, CETS №210, 2011).

Конвенція Ради Європи про захист дітей від сексуальної експлуатації та сексуального насильства (Лансаротська конвенція, CETS №201, 2007).

Рада Європи в особі Комітету міністрів і її Парламентської асамблеї видала нижченаведені рекомендації щодо рівності між жінками та чоловіками, боротьби з насильством щодо жінок і стосовно гендерної рівності у ЗМІ:

Рекомендація Rec (2006)12 Комітету міністрів державам-членам про надання дітям прав у новому інформаційно-комунікаційному середовищі.

Рекомендація Rec (2002)5 Комітету міністрів державам-членам про захист жінок від насильства.

Рекомендація №R (84) 17 Комітету міністрів державам-членам щодо рівності між жінками й чоловіками у ЗМІ.

Резолюція 1751 (2010) Парламентської асамблеї і Рекомендація 1931 (2010) про боротьбу із сексистськими стереотипами у ЗМІ.

Рекомендація 1882 (2009) Парламентської асамблеї про сприяння Інтернет та онлайнових медіа послуг для неповнолітніх.

Рекомендація 1799 (2007) Парламентської асамблеї про зображення жінок у рекламі.

Рекомендація 1555 (2002) Парламентської асамблеї про зображення жінок у ЗМІ.

Рада Європи, Інформаційна брошура щодо Стамбульської конвенції.

Огляд досліджень витрат через насильство стосовно жінок та домашнє насильство, 2012.

Посібник Ради Європи з Інтернет-грамотності, 2009.

Інші міжнародні правові зобов'язання та рекомендації

Працевлаштування

Існують різні міжнародні правові зобов'язання і рекомендації щодо гендерної рівності, а також здоров'я і безпеки на робочому місці. У цих міжнародних документах особлива увага приділена благополуччю працівників на роботі. Пропагування рівноправ'я на робочому місці, зокрема, означає запобігати насильству, сприяти розширенню прав жінок і дівчат, надавати підтримку особам, які зазнали насильства.

Європейський Союз

Директива 2006/54/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 5 липня 2006 року про внесення змін до Директиви 76/73/ЄСС Європейської Ради про реалізацію принципів рівних можливостей і рівноправного поводження щодо чоловіків і жінок у питаннях працевлаштування і зайнятості.

Міжнародна організація праці (МОП)

Конвенція про гідну працю домашніх працівників (Конвенція №189), 2011.

Конвенція про корінні народи, які ведуть племінний спосіб життя в незалежних країнах (Конвенція №169), 1989.

Рекомендація щодо ВІЛ/СНІДу та сфери праці (Рекомендація №200), 2010.

Кодекс практичних правил щодо вирішення проблеми насильства на робочому місці в секторі обслуговування і засоби боротьби з цим явищем, 2003.

Резолюція про рівні можливості та рівне ставлення для трудящих чоловіків та жінок, 1985.

Міжнародний жіночий день в 2013 році: стоп насильству на роботі. Довідкова документація

Заява МОП на 57-й сесії Комісії зі статусу жінок.

Європейське агентство з безпеки та гігієни праці

Насильство і домагання на робочому місці: ситуація в Європі (звіт за 2010 р.).

Товари і послуги, радіо і телебачення

Європейський Союз

Директива 2004/113/ЄС Європейського Парламенту і Ради від 13 грудня 2004 року про реалізацію принципу рівного ставлення до чоловіків і жінок у питаннях доступу та постачання товарів і послуг.

Директива 2007/65/ЄС Європейського Парламенту і Ради про внесення змін до Директиви Ради 89/552/ЄЕС про узгодження певних положень, визначених законами, підзаконними актами або адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіа-послуг .

Бібліографія

Bott S. *et al.* (2005), "Preventing and Responding to Gender-based Violence in Middle and Low-Income Countries: A Global Review and Analysis", *Policy Research Working Paper 3618, World Bank Gender and Development Group,* Washington DC.

Capella M. L. *et al.* (2010), "The Impact of Violence against Women in Advertisements", *Journal of Advertising*, Vol. 39, No. 4, pp. 37–51.

Coy M. and Kelly L. (2011), "Islands in the Stream. An Evaluation of Four London Independent Domestic Violence Advocacy Schemes", Trust for London and Harry Smith Charity.

Dill K. E. *et al.* (2008), "Effects of exposure to sex-stereotyped video game characters on tolerance of sexual harassment", *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 44, No. 5, pp. 1402–1408.

Eaves, End Violence against Women Coalition, Equality Now, OBJECT (2012), *Just the Women. An evaluation of eleven British national newspapers' portrayal of women over a two week period in September 2012, including recommendations on press regulation reform in order to reduce harm to, and discrimination against, women.*

Eurobarometer (2010), *Domestic Violence against Women Report.*

European Commission (2012), "Harassment related to Sex and Sexual Harassment Law in 33 European Countries, Discrimination versus Dignity", Ann Numhauser-Henning and Sylvaine Laulom, Report by the European Network of Legal Experts in the Field of gender equality.

European Institute for Gender Equality (2014), "Estimating the costs of gender based violence in the European Union", report prepared by Sylvia Walby and Philippa Olive, Publications Office of the European Union, Luxembourg.

European Union Agency for Fundamental Rights (2014), "Violence against Women: an EU-wide Survey".

Fairbairn J. *et al.* (2013), *Sexual Violence and Social Media. Building a Framework for Prevention,* Crime Prevention Ottawa.

Farmer E. and Callan S. (2012), *Beyond violence — Breaking cycles of domestic violence,* The Centre for Social Justice, UK.

Fulu E. *et al.* (2013), *Why Do Some Men Use Violence against Women and How Can We Prevent It? Quantitative Findings from the United Nations Multi-Country Study on Men and Violence in Asia and in the Pacific.*

HAPI (2012), "Readiness for work" in Working for equity in health — The role of work, worklessness and social protection in health inequalities.

Herrera C. and Exposito F. (2009), abstract from "Mass Media influence on the attribution of culpability and the justification of gender violence", University of Granada. Paper presented at the 32nd Annual Scientific Meeting of the International Society for Political Psychology, Trinity College, Dublin, Ireland.

International Labour Organization (2005) "Report Sexual harassment at work, national and international responses", McCann D. (2005), p.27.

Johnson P.R. and Gardner S. (2000), "Domestic violence invades the workplace", in *Women in Management Review*, vol. 15(4), pp. 197–203.

Mama Cash (2011), *Untapped Potential, European Foundation Funding for Women and Girls.*

Marmot M. (2010), *Fair Society, Healthy Lives — The Marmot Review: Executive Summary.*

McKee M. *et al.* (2012), "Health systems, health and wealth: The argument for investment applies now more than ever", *Social Science and Medicine*, vol. 74, pp. 684–687.

Pattison G. (2006), "Tackling domestic violence — at work", *BBC News.*

Richardson J. (2010), "Awareness to Combat Online Sexual Violence" in *Protection Children from Sexual Violence — A Comprehensive Approach*, Council of Europe Publishing Editions, pp. 289–299.

Seymour E. (2004), "Taboo?" Cited in the article *Soaps aid domestic abuse battle*.

United Nations (2006), Report of the independent expert for the United Nations study on violence against children. A/61/299.

Walby S. (2009), *The Cost of Domestic Violence: Up-date 2009.* Project of the UNESCO Chair in Gender Research, Lancaster University.

Walby S., Allen J. and Simmons J. (2004), *Domestic violence, sexual assault and stalking: Findings from the British Crime Survey*, London, Home Office Research, Development and Statistics Directorate.

Zero Tolerance (2012), *Handle with Care: A guide to responsible media reporting of violence against women.*

Посилання на веб-сайти:

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

Стаття 17. Участь приватного сектору та засобів масової інформації

1. Сторони заохочують приватний сектор, сектор інформаційно-комунікаційних технологій та засоби масової інформації, з належною повагою до свободи висловлювань та їхньої незалежності, брати участь у розробці та здійсненні політики та запровадженні керівних принципів і стандартів саморегулювання для запобігання насильству стосовно жінок та підвищення поваги до їхньої гідності.

2. Сторони розвивають і заохочують у співробітництві з учасниками приватного сектору навички серед дітей, батьків та працівників освіти стосовно того, як діяти з інформаційно-комунікаційним середовищем, яке надає доступ до принизливого контенту сексуального або насильницького характеру, який може бути шкідливим.

ВІЛЬНІ ВІД СТРАХУ. ВІЛЬНІ ВІД НАСИЛЛЯ

SAFE FROM FEAR. SAFE FROM VIOLENCE

www.coe.int/uk/web/stop-violence-against-women-ukraine

www.coe.int

Рада Європи є провідною організацією із захисту прав людини на континенті. Вона включає в себе 47 держав-членів, 28 з яких є членами Європейського Союзу. Усі держави – члени Ради Європи підписали Європейську конвенцію з прав людини – договір, спрямований на захист прав людини, демократії та верховенства права. Європейський суд з прав людини контролює дотримання Конвенції у державах-членах.

SWEDEN

COUNCIL OF EUROPE

CONSEIL DE L'EUROPE