

PODSTICANJE PRIVATNOG SEKTORA I MEDIJA NA UČEŠĆE U SPREČAVANJU I BORBI PROTIV NASILJA NAD ŽENAMA I NASILJA U PORODICI: ČLAN 17. ISTAMBULSKE KONVENCIJE

Član 17. - Učešće privatnog sektora i medija

1) Uz dužno poštovanje slobode izražavanja i njene nezavisnosti, strane se obavezuju da podstiču privatni sektor, sektor za informacione i komunikacione tehnologije i sredstva javnog informisanja za učešće u razradi i sprovođenju politika i uspostavljanja smernica i sopstvenih regulatornih standarda za sprečavanje nasilja nad ženama i veće poštovanje njihovog dostojanstva.

2) U saradnji sa privatnim sektorom, strane razvijaju i promovišu sposobnosti kod dece, roditelja i vaspitača po pitanju rada u informaciono-komunikacionom okruženju, koje omogućava pristup degradirajućem sadržaju seksualne ili nasilne prirode, a koji može biti štetan.

PREMS 112214

SRB



www.coe.int

Savet Evrope je vodeća organizacija za ljudska prava na kontinentu. Ona obuhvata 47 zemalja-članica, od kojih su njih 28 članice Evropske unije. Sve zemlje članice Saveta Evrope pristupile su Evropskoj konvenciji za zaštitu ljudskih prava, ugovoru koji ima za cilj zaštitu ljudskih prava, demokratije i vladavine prava. Evropski sud za ljudska prava nadzire sprovođenje Konvencije u zemljama članicama.

**Zbirka dokumenata o Konvenciji
Saveta Evropeo sprečavanju i
borbi protiv nasilja nad ženama
i nasilja u porodici**

**PODSTICANJE PRIVATNOG SEKTORA
I MEDIJA NA UČEŠĆE U SPREČAVANJU I BORBI
PROTIV NASILJA NAD ŽENAMA
I NASILJA U PORODICI:
ČLAN 17.
ISTAMBULSKE KONVENCIJE**

**Zbirka dokumenata o Konvenciji Saveta
Evropeo sprečavanju i borbi protiv
nasilja nad ženama i nasilja u porodici**

Autor studije koja je poslužila kao
osnov za izradu ovog dokumenta je:

Melisa Morbek (*Melissa Morbeck*)

Korporativna alijansa
protiv nasilja u porodici (*CAADV*),
Ujedinjeno Kraljevstvo

Francusko izdanje:

Encourager la participation du secteur
privé et des médias à la prévention de
la violence à l'égard des femmes
et de la violence domestique :

Article 17 de la Convention d'Istanbul

*Za mišljenja izražena u ovom radu
odgovornost snosi autor i ona ne moraju
nužno odražavati zvaničnu politiku Saveta*

Evrope

Svi zahtevi koji se odnose na
reprodukovanje ili prevod celine ili dela
ovog dokumenta treba da budu upućeni
Direktoratu za komunikacije (F-67075

Strazbur Cedex ili na adresu
publishing@coe.int). Sva ostala prepiska u
vezi sa ovim dokumentom treba da bude
upućena Odeljenju za ravnopravnost
Generalnog direktorata za demokratiju.

Svim URL koji se citiraju u ovom
dokumentu poslednji put je pristupljeno 4.
decembra 2015. godine

Korice i prelom: Odeljenje za izradu
dokumenata i publikacija (SPDP), Savet
Evrope

Fotografije: Shutterstock

© Savet Evrope, januar 2016.

Štampano u Savetu Evrope

Sadržaj

UVOD	5
OBLAST PRIMENE ČLANA 17	7
RACIONALAN OSNOV ZA ANGAŽOVANJE PRIVATNOG SEKTORA I MEDIJA U SPREČAVANJU NASILJA NAD ŽENAMA I NASILJA U PORODICI	9
Negativan uticaj nasilja nad ženama na preduzeća i zaposlene u njima	10
Veza između načina na koji mediji prikazuju žene i muškarce i načina na koji oni reprodukuju rodne stereotipe i nasilje nad ženama	12
KAKO ANGAŽOVATI PRIVATNI SEKTOR ZA SPREČAVANJE I BORBU PROTIV NASILJA NAD ŽENAMA I NASILJA U PORODICI	15
Učešće privatnog sektora u ulozi poslodavca	15
Privatni sektor kao neko ko oblikuje stavove prema ženama svojom robom i uslugama	23
Angažovanje privatnog sektora u programima uzdizanja nivoa svesti i pružanja podrške žrtvi	25
MEDIJI I SPREČAVANJE NASILJA NAD ŽENAMA	29
Promovisanje pozitivne uloge medija u sprečavanju nasilja nad ženama	30
Sprečavanje nasilja nad ženama iskorenjivanjem rodne stereotipizacije u medijskom izveštavaju	32
SARADNJA IZMEĐU VLADA, PRIVATNOG SEKTORA I MEDIJA NA PROMOVISANJU MERA ZA SPREČAVANJE NASILJA NAD ŽENAMA I NASILJA U PORODICI	35
Pojačavanje obuke medijskih profesionalaca u vezi s pitanjima koja se odnose na rodnu ravnopravnost i nasilje nad ženama	35
Promovisanje medijske samoregulacije i regulisanja diskriminatornog i nasilnog sadržaja	36
Partnerstvo u cilju pojačanog medijskog izveštavanja o rodnoj ravnopravnosti i nasilju nad ženama	38
Promovisanje saradnje na planu medijske pismenosti .	38
ZAKLJUČAK	41
KONTROLNI SPISAK	42
KLJUČNI IZVORI	47
BIBLIOGRAFIJA	50

Uvod

Privatni sektor i mediji imaju jednu od ključnih uloga u sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama u svim njegovim oblicima. Privatni i javni poslodavci imaju zakonsku i moralnu obavezu, kao i ekonomski interes da podrže svoje zaposlene tako što će štiti njihovo zdravlje i bezbednost i ublažavati svekolike rizike kojima bi oni mogli biti izloženi – bez obzira da li su ti rizici vezani za radno okruženje. Različiti oblici nasilja nad ženama, kao što su seksualno uznemiravanje, neprestano proganjanje i nasilje u porodici, nisu samo teški oblici zlostavljanja koji su osuđeni u Konvenciji Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici¹ (CETS br. 210, u daljem tekstu: Istambulska konvencija) već predstavljaju nasilje koje takođe može ozbiljno uticati na rezultate rada, izostajanje s posla i opštu dobrobit zaposlenih. Svejedno da li je počinilac nasilja neki kolega ili neko van radnog okruženja, izvesno je da samo nasilje negativno utiče na radno mesto.

To važi i za medijske organizacije kao radna mesta, ali mediji imaju i važnu ulogu u formiranju javnog mnjenja i mentaliteta i stoga mogu još više doprineti sprečavanju nasilja nad ženama, i to tako što će oblikovati način na koji društvo sagledava žene i muškarce i način na koji ono razume rodno zasnovano nasilje. Mediji imaju ogroman potencijal za društvene promene. Međutim, seksizam i ponižavajuće slike, kao i način na koji mediji izveštavaju o pitanjima nasilja i način na koji oni uopšte tretiraju nasilje nad ženama takođe može ometati i osujećivati promenu. Stoga je medijski sektor jedan od vitalnih partnera u sprečavanju i borbi protiv svih oblika nasilja nad ženama.

Priznajući važnu ulogu privatnog sektora i medija, član 17. Istambulske konvencije zahteva od država ugovornica da iskoriste taj potencijal tako što će podsticati da se privatni sektor, pre svega sektor informacionih tehnologija i medija, aktivno uključi u rešavanje pitanja nasilja nad ženama i pomogne da se oblikuju, detaljno razrade i sprovedu unutrašnja i spoljna politika u toj oblasti.

¹ Savet Evrope (2011), Konvencija Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, Eksplanatorni izveštaj, dostupan na adresi www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/210.

Svrha ovog rada jeste da objasni racionalan osnov na kome se privatni sektor i mediji mogu angažovati u sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i da ponudi praktične savete i primere iz dobre prakse. Studije slučaja i primeri preuzeti su od čitavog niza poslodavaca i organizacija, što jasno pokazuje kako se različite intervencije i vladini mehanizmi mogu koristiti za otklanjanje posledica nasilja nad ženama i za uzdizanje nivoa svesti o rodno zasnovanom nasilju. Posebna pažnja pridaje se primerima mera koje se preduzimaju u saradnji s privatnim sektorom u cilju jačanja bezbednosti dece kada se ona nalaze u informaciono-komunikacionom okruženju, uključujući nove socijalne medije koji pružaju pristup sadržajima seksualne ili nasilne prirode, koji mogu biti štetni.

Oblast primene člana 17

Privatni sektor je suštinski važan za ostvarenje cilja promene stavova javnosti u celini, za prevazilaženje rodnih stereotipa i uzdizanje svesti o različitim oblicima nasilja nad ženama. Pokušavajući da iskoristi taj potencijal član 17. Istambulske konvencije zahteva od visokih strana potpisnica da aktivno podstiču privatni sektor i medije da doprinose sprečavanju nasilja nad ženama.

Član 17. – Učešće privatnog sektora i sredstava javnog informisanja

1) Uz dužno poštovanje slobode izražavanja i njene nezavisnosti, strane se obavezuju da podstiču privatni sektor, sektor za informacione i komunikacione tehnologije i sredstva javnog informisanja za učešće u razradi i sprovođenju politika i uspostavljanju smernica i sopstvenih regulatornih standarda za sprečavanje nasilja nad ženama i veće poštovanje njihovog dostojanstva.

2) U saradnji sa privatnim sektorom, strane razvijaju i promovišu sposobnosti kod dece, roditelja i vaspitača po pitanju rada u informaciono-komunikacionom okruženju, koje omogućava pristup degradirajućem sadržaju seksualne ili nasilne prirode, a koji može biti štetan.

U Eksplanatornom izveštaju o Istambulskoj konvenciji ukazuje se na to da je svrha člana 17. da podstakne i ohrabri šire učešće privatnih kompanija i medija u naporima da se stane na put rodno zasnovanom nasilju.

Prvi stav člana 17. sadrži dve različite obaveze za države potpisnice. Prvo, od njih se zahteva da podstaknu privatni sektor, sektor za informacione i komunikacione tehnologije (IKT) i medije da učestvuju u razradi i sprovođenju lokalnih, regionalnih i nacionalnih politika i da ulože napore za sprečavanje nasilja nad ženama. Drugo, države potpisnice se obavezuju da podstaknu te sektore da utvrde smernice i samoregulatorne standarde kako bi se u njima više poštovalo dostojanstvo žena i devojaka, što bi doprinelo sprečavanju rodno zasnovanog nasilja. Na primer, države mogu podstaknuti privatne kompanije da utvrde protokole ili smernice o tome kako sprečavati nasilje na radnom mestu i kako pružati podršku žrtvama nasilja.

U stavu 1. člana 17. takođe se izričito navodi da države potpisnice moraju poštovati osnovna načela slobode izražavanja i nezavisnosti medija. Iako postojeći standardi, kao što je Preporuka Saveta ministara CM/Rec(2013)1 iz 2013. godine o rodnoj ravnopravnosti i medijima,² kao i zakonski okvir nekih zemalja članica sadrže odredbe o rodnoj ravnopravnosti i/ili nasilju nad ženama u sadržaju koji objavljuju sredstva masovnog informisanja,³ član 17. Istambulske konvencije samim sredstvima informisanja poverava zadatak da sprečavaju nasilje nad ženama i bore se protiv njega. Medijske organizacije mogu tome doprineti tako što će uvesti samoregulatorne mehanizme, interne kodekse ponašanja / etičke kodekse i interni nadzor kako bi mediji podsticali rodnu ravnopravnost; borili se protiv rodnih stereotipa; izbegavali seksističko oglašavanje, jezik i sadržaj, kao i da bi se uzdržavali od upotrebe degradirajućih slika žena koje asociraju na nasilje i seks.

Drugi stav člana 17. zahteva od država potpisnica da sarađuju s privatnim sektorom kako bi deca, roditelji i vaspitači stekli veštine neophodne za rad u informaciono-komunikacionom okruženju koje omogućava pristup degradirajućem sadržaju seksualne ili nasilne prirode. Iako nema nikakve sumnje u to da je internet inovativan globalni resurs koji služi interesima mnogih svojih korisnika, on nije uvek bezbedno, pouzdano, otvoreno i podsticajno okruženje za svakoga, bez ikakve diskriminacije. Mnogi aspekti upravljanja internetom i dalje su prilično neuređeni, pa pružaju nebrojene mogućnosti za slobodan i besplatan pristup degradirajućim porukama o ženama ili devojčicama, za produkciju i širenje takvih poruka i hiperseksualizovanih slika, za podsticanje na nasilje ili predstavljanje nasilja nad ženama kao nečeg normalnog i za seksistički govor mržnje, koji se javlja u sve većem broju. Takve poruke i slike koje se propagiraju preko interneta mogu negativno delovati na decu, tako da se ona socijalizuju sa štetnim stereotipima i prihvataju nasilje nad ženama. Takođe postoji sve više dokaza o zloupotrebi nove tehnologije i društvenih medija za eksploataciju i targetiranje ranjivih mladih ljudi, uključujući devojke, tako što se oni maltretiraju, proganjaju, uznemiravaju ili što im se preti. Stoga je suštinski važno da se uzdigne svest javnosti o štetnom materijalu i praksi u informacionom i komunikacionom okruženju, kao i da se uz to razviju obrazovni programi namenjeni deci, roditeljima i vaspitačima kroz koje će oni naučiti kako da bezbedno koriste internet. Cilj takvih programa treba da bude to da se deci, roditeljima i vaspitačima omogući da steknu veštine koje će im omogućiti da zaštite bezbednost dece prilikom korišćenja novih informacionih tehnologija, mobilnih telefona, tableta i sajtova društvenih mreža.

² Tačka A.1 Preporuke CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara o rodnoj ravnopravnosti i medijima: „Osim ako nije već na snazi, države-članice trebalo bi da usvoje odgovarajući zakonski okvir čija je namena da se osigura poštovanje načela ljudskog dostojanstva i zabrane diskriminacije na osnovu pola, kao i podsticanja na mržnju i svih oblika rodno zasnovanog nasilja u medijima.”

³ Vidi str. 30.

Racionalan osnov za angažovanje privatnog sektora i medija u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici

Istambulska konvencija teži nultoj toleranciji prema nasilju nad ženama. Ona zahteva od država potpisnica da inkriminišu ili na neki drugi način kazne sledeće specifične oblike takvog nasilja: seksualno uznemiravanje, proganjanje, prinudni brak, genitalno sakaćenje žena, prinudni abortus, prinudna sterilizacija i nasilje u porodici u njegovim mnogobrojnim oblicima (fizičko, seksualno, psihološko ili ekonomsko nasilje).⁴ Time se upućuje jasna poruka da nasilje nad ženama, u njegovim mnogobrojnim oblicima, nije privatna stvar. Budući da mnoge žene koje su podvrgnute nekoj od tih vrsta nasilja i dalje pate ćutke zbog sveprožimajuće kulture optuživanja i sramoćenja žrtava, nasilje često ostaje neotkriveno.⁵ Međutim, nasilje se dešava svuda; njegove posledice se osećaju na svim mestima, uključujući privatni sektor.

U mnogim evropskim zemljama poslodavci su zakonski obavezni da spreče seksualno uznemiravanje na radnom mestu,⁶ a potencijalni sudski procesi mogu

⁴ Savet Evrope, Informacioni letak o Istambulskoj konvenciji.

⁵ Agencija Evropske unije za osnovna prava (2014) ustanovila je da se oko jedne četvrtine žena koje su žrtve partnerskog ili nepartnerskog seksualnog nasilja u Evropskoj uniji uzdržava da prijavi nasilje zato što se osećaju postideanima zbog onoga što im se dogodilo. Do 40% žena koje su pretrpele psihičko ili seksualno nasilje nisu se nikome obratile, uključujući prijatelje ili porodicu.

⁶ Na primer, član 26. Direktive EU 2006/54/EC o sprovođenju načela jednakih mogućnosti i jednakog postupanja prema muškarcima i ženama u pitanjima zapošljavanja i rada (ispravljene) glasi kako sledi: „Države-članice u skladu sa svojim unutrašnjim pravom, kolektivnim ugovorima ili praksom podstiču poslodavce i lica nadležna za strukovno osposobljavanje da preduzmu efikasne mere radi sprečavanja svih oblika diskriminacije na osnovu pola, a posebno radi sprečavanja uznemiravanja i seksualnog

imati velike finansijske posledice po kompanije. Međutim, nasilje nad ženama na radnom mestu negativno se odražava i na druge načine na celokupno poslovanje. Kada se na radnom mestu dogodi nasilje, kao što je seksualno uznemiravanje, time se erodira tkivo poverenja i saradnje na kome počiva zdravo radno okruženje, a zbog svega toga zajedno ekonomski učinak je slabiji. Nasilje van radnog mesta, pre svega nasilje u porodici, utiče na poslovanje kroz posledice koje ima po zaposlene koji su žrtve takvog postupanja.

Takođe postoji relevantna veza između medija i sprečavanja nasilja jer neprimereno medijsko izveštavanje o nasilju nad ženama, bez odgovarajuće kontekstualizacije i uz davanje prednosti senzacionalizmu, može osnažiti rodne stereotipe koji prožimaju rodno zasnovano nasilje. U tom kontekstu, neobavezujući standardi Saveta Evrope⁷ i nacionalni zakonski okviri u jednom broju evropskih zemalja⁸ dopunjuju odredbe člana 17. Istambulske konvencije svojim bližim odredbama o sprečavanju podsticanja na nasilje nad ženama i/ili seksističkog govora mržnje u sadržaju koji se objavljuje u medijima.

Negativan uticaj nasilja nad ženama na preduzeća i zaposlene u njima

Prvo, poslodavci se mogu uveriti u snagu uticaja koje nasilje nad ženama ima na poslovanje: na primer, 45–55% žena u Evropskoj uniji prijavljuje da je osetilo neku vrstu seksualnog uznemiravanja na radnom mestu (Agencija za osnovna prava 2014). U Ujedinjenom Kraljevstvu procenjuje se da svake godine više od 20% zaposlenih žena uzme slobodne dane zbog nasilja u porodici. Neposredni rezultat takvog zlostavljanja jeste da 2% tih žena čak gubi posao (Walby S. *et al.* 2004, str. 38).

Drugo, sve se više priznaje da se nasilje u porodici negativno odražava na sposobnost pojedinca da obavlja svoje profesionalne dužnosti. Zaposleni ne donose na posao samo deo sebe već ih i svaki aspekt njihovog života prati na radnom mestu. Dobro zdravlje i blagostanje ključni su činioci koji omogućuju pojedincu da uđe na tržište rada i ostane na njemu. Istraživanja pokazuju da je blagostanje radnika važno i za poslovnu produktivnost i za ekonomski rast (McKee M. *et al.* 2012; Marmot M. 2010). Zdravo psiho-socijalno radno okruženje, koje deluje konsultativno, fleksibilno i podsticajno, može omogućiti zaposlenima da budu u većoj meri motivisani da njihov rad bude profitabilniji i, što je najvažnije, može da pomogne u postizanju

uznemiravanja na radnom mestu, kao i u vezi s mogućnošću zapošljavanja, strukovnog osposobljavanja i napredovanja.”

⁷ Preporuka CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara zemljama-članicama o rodnoj ravnopravnosti i medijima.

⁸ Primeri nacionalnih zakonskih okvira navedeni su u poglavlju koje počinje na str. 28.

funkcionalnije i efikasnije organizacije. Blagostanje zaposlenih doprinosi većoj produktivnosti i većem angažmanu radne snage, uz istovremeno smanjenje budućih zahteva za pružanje zdravstvene nege (HAPI 2012).

Osim toga, nasilje nema negativne posledice samo po pojedinca nego ima i značajne implikacije za njegove kolege na poslu koji se mogu uključiti u ono što se njemu događa kako bi mu pomogli ili koji mogu biti svedoci nekog akta nasilja čiji je počinitelj kolega, klijent ili neki stranac. Zaposleni koji su zlostavljani pate, a to se može neposredno ili posredno odraziti i na njihove kolege.

Na organizacionom nivou, osećaj nemoći da se nekom pomogne može izazvati frustraciju unutar same organizacije (Pattison G. 2006). Nasilje može uticati na socijalnu koheziju u radnom okruženju, kao i na način na koji je rad organizovan [Johnson P.R. i Gardner S. (2000), str. 197–203]. Ono se negativno odražava na motivaciju i posvećenost zaposlenih, na njihovu lojalnost preduzeću, na radnu klimu, predstavu koju javnost ima o tom preduzeću, čak i na otvorenost za inovacije i sticanje znanja. Osim toga, nasilje na radu može obuhvatiti uništavanje imovine, a sudski postupci zbog zlostavljanja i nasilja mogu iscrpiti budžet preduzeća. Ako se sudski procesi gube ili ako se pristane na poravnanja van suda, to takođe može imati krupne neposredne finansijske implikacije.

Treće, socijalni i ekonomski troškovi nasilja nad ženama i devojkama i nasilja u porodici nisu visoki samo za žrtve već i za društvo u celini i za privatni sektor jer se izražavaju u vidu ekonomskih troškova i izgubljene ekonomske dobiti zbog izostajanja s posla. Veoma je teško doći do tačnih i sistematizovanih podataka o ceni domaćeg nasilja u zemljama članicama zbog ogromnih razlika u definicijama, metodologiji prikupljanja podataka i objavljivanja rezultata. Ipak, uloženi su neki naponi kako bi se procenili troškovi nasilja nad ženama u Evropi. Evropski institut za rodnu ravnopravnost (*European Institute for Gender Equality – EIGE*) procenjuje da trošak rodno zasnovanog nasilja u zemljama članicama EU premašuje svotu od 200 milijardi evra godišnje (Evropski institut za rodnu ravnopravnost 2014). Taj iznos obuhvata izgubljenu ekonomsku dobit, pružanje usluga, uključujući usluge na planu zdravstvene zaštite, pravne i socijalne usluge i specijalizovanu podršku, kao i individualni (fizički i emocionalni) uticaj na žrtvu. Jedna studija pokazuje da samo u Ujedinjenom Kraljevstvu ukupni godišnji trošak nasilja u porodici iznosi za državu, poslodavca i žrtve oko 16 milijardi funti (Walby S. 2009). Izgubljena ekonomska dobit i svi gubici za poslodavce iznose oko 1,8 milijardi funti godišnje (Coy M. i Kelly L. 2011). To je trošak bolovanja, izostajanja s posla, gubitka produktivnosti, odlazjenja s

posla pre kraja radnog vremena, kašnjenja na posao, fluktuacije na poslu i slabog zdravlja. Procenjuje se da oko polovine troškova takvih izostajanja zbog bolesti snosi poslodavac, dok drugu polovinu snosi zaposleni u vidu gubitka prihoda.

Stoga je od presudnog značaja da i privatni sektor shvati da je nasilje nad ženama i nasilje u porodici veoma ozbiljna i prepoznatljiva pojava koja se može sprečiti. U tom cilju države potpisnice mogu da preduzmu čitav niz mera kako bi motivisale poslodavce za jačanje i zaštitu zdravlja, bezbednosti i blagostanja svojih zaposlenih u sklopu svojih poslovnih standarda i standarda rukovođenja, kao i odgovarajuće sektorske politike i prakse. U narednom odeljku navešćemo primere takvih mera da bismo to još jednom ponovili na kontrolnom spisku koji se nalazi na kraju ovog rada.

Veza između načina na koji mediji prikazuju žene i muškarce i načina na koji oni reprodukuju rodne stereotipe i nasilje nad ženama

Sredstva masovnog informisanja nisu samo puka ogledala društva, niti ona predstavljaju neutralne posrednike u komunikaciji.⁹ Kroz svoje izveštavanje i način izlaganja mediji kreiraju značenja i teme i aktivno oblikuju mišljenja, stavove, percepcije i ideje. U suštini, zahvaljujući napretku tehnologije, mediji danas imaju veću ulogu u socijalizaciji pojedinaca nego ikada ranije. Mediji su integralni i nezaobilazni deo svakodnevnog života ljudi.

Mediji mogu osnažiti status kvo tako što će iznova ponavljati rodne stereotipe i stavove koji odobravaju nasilje nad ženama. Seksizam, trivijalizacija nasilja ili hiperseksualizacija žene koji se mogu naći u medijima, uključujući društvene medije, kao i takvo oglašavanje mogu čak pojačati nasilje nad ženama. Rodni stereotipi i nasilje nad ženama neraskidivo su međusobno povezani. Ideje o inferiornosti žena, predstave o nekakvom muškom pravu ili predrasude o ženskoj ili muškoj seksualnosti bitno utiču na ponašanje i opravdavaju muško nasilje nad ženama kao jedan oblik kontrole nad ženama. Osim toga, mediji imaju centralnu ulogu u proizvodnji i širenju predstava o muškarcima i ženama, a te predstave bitno utiču na javne percepcije i o jednom i o drugom polu, kao i o rodnim ulogama.

Isto tako, mediji mogu doprineti društvenoj promeni time što će promovisati nultu toleranciju prema nasilju nad ženama. Mediji mogu promovisati uravnotežene predstave o ženama i muškarcima i tako pomoći uzdizanju nivoa svesti

⁹ Savet Evrope (2013) „Mediji i predstava o ženama“.

o nasilju nad ženama i nasilju u porodici, kao i o tome kako različiti sektori društva mogu postupati da bi sprečili to nasilje i da bi pružili podršku žrtvama tog nasilja. Primeri kako se mediji mogu angažovati u sprečavanju nasilja nad ženama navedeni su u ovom radu u poglavlju o medijima i sprečavanju nasilja nad ženama (str. 23).

Kako angažovati privatni sektor za sprečavanje i borbu protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici

Prilikom kreiranja mera za podršku angažovanju privatnog sektora u sprečavanju nasilja nad ženama važno je da se povede računa o različitim ulogama koje bi privatni sektor tu mogao da ima: ulozi poslodavca, ali, što je podjednako važno, i ulozi onoga koji oblikuje stavove i percepcije, ulozi nekoga ko oglašava ili proizvodi robu i usluge i ulozi pripadnika šire zajednice. Sve te uloge omogućavaju privatnom sektoru da preduzme akciju za sprečavanje nasilja nad ženama ili da se nastavi i neprekidno održava takvo nasilje. U ovom odeljku ilustrovaćemo kako privatni sektor može uticati na nasilje nad ženama i, s druge strane, kako nasilje nad ženama utiče na privatni sektor. Razmotrićemo izvestan broj praktičnih rešenja kada je reč o tome šta preduzeće može da učini da bi poboljšalo situaciju i ilustrovaćemo to primerima dobre prakse.

Učešće privatnog sektora u ulozi poslodavca

U većini evropskih zemalja domaći zakonodavni okvir sadrži odredbe kojima se uređuje uloga poslodavca u vezi sa sprečavanjem i ukidanjem seksualnog uznemiravanja na poslu.¹⁰ To obuhvata uvođenje specifičnih procedura i određivanje osoba za kontakt u odeljenjima za ljudske resurse i često se dopunjava radom sindikata. Međutim, kako sugeriše Istambulska konvencija, postoje dodatni

¹⁰ Vidi napomenu 5. o članu 26. Direktive EU 2006/54/EC, *op.cit.* Pored toga, prema Izveštaju Međunarodne organizacije rada *Seksualno uznemiravanje na poslu, nacionalni i međunarodni odgovori*, „zakoni o seksualnom uznemiravanju u većini jurisdikcija nameću određene dužnosti poslodavcima. Neki od tih zakona nameću poslodavcu obavezu da odgovori na incidente u vezi sa uznemiravanjem”, vidi Bibliografiju.

načini na koje privatni sektor može da interveniše i igra ulogu u pogledu sprečavanja nasilja nad ženama, uključujući nasilje koje se događa van radnog mesta.

Davanje informacija i obuka o nasilju nad ženama

Prvi korak za poslodavce koji žele da učestvuju u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici može biti podizanje nivoa svesti o tom pitanju među zaposlenima. Pošto se na rodno zasnovano nasilje lako gleda kao na tabu temu, poslodavcima može biti prilično teško da razgovaraju o nasilju i oni ne znaju uvek kako da pokrenu razgovor o tome. Zato poslodavci imaju mogućnost da svojim zaposlenima daju „dozvolu“, kao i potrebne informacije da bi sami ti zaposleni počeli da govore o nasilju na radnom mestu. Stoga obrazovanje zaposlenih može obuhvatiti i obuku o tome kako uopšte voditi razgovor o rodno zasnovanom nasilju i na radnom mestu i u zajednici. Obuka takođe može obuhvatiti tumačenje znakova koji ukazuju na postojanje problema, kao i raspravu o tome šta treba uraditi, a šta ne treba uraditi ako ima razloga da se veruje da je koleginica suočena s nasiljem u porodici ili na radnom mestu. Imenovanje ambasadora visokog nivoa unutar organizacije, zaduženih za prevenciju nasilja takođe ukazuje na to da je borba protiv nasilja nad ženama veoma važna i da predstavlja svačiju brigu.

U Ujedinjenom Kraljevstvu računovodstvena kompanija *KPMG* radi na uzdizanju svesti svojih zaposlenih o nasilju u porodici. Cilj koji je ta kompanija postavila jeste snaženje profesionalnog okruženja u kome zaposleni koji trpe neki vid zlostavljanja mogu da se ohrabre da iznesu svoj problem. Da bi upoznala javnost s tim svojim zvaničnim stavom, ta kompanija je osnovne podatke o elementima unutrašnje politike podrške stavila na intranet mrežu. Na intranetu se mogu naći i podaci o tome kakva je podrška dostupna i koji postupak treba slediti ako se ta podrška traži. Osim toga, rukovodioci srednjeg nivoa obučavaju se kako da povećaju poverenje koje uživaju kako bi mogli da izađu na kraj sa zlostavljačima i da pruže pomoć i podršku žrtvama nasilja u porodici. Veza između poslovne produktivnosti i nasilja u porodici potvrđuje se time što se podrška i prevencija neposredno vezuju za upravljanje rezultatima celokupne organizacije.

Obrazovanje o rodno zasnovanom nasilju omogućiće zaposlenima da shvate zbog čega sprečavanje nasilja i podrška žrtvama mogu biti važni za samu kompaniju. Onog trenutka kada zaposleni bolje shvate to pitanje, oni su takođe spremniji da pomognu i doprinesu razvoju internih sektorskih politika samog preduzeća. Interni sistemi poslovne podrške za zaposlene koji su izloženi riziku od nasilja mogu bitno uticati na promenu situacije i pritom ti sistemi ne moraju da budu skupi – za njih se mogu koristiti sredstva koja već postoje u organizaciji. Važno je izgraditi osnovu za poverenje između zaposlenih i organizacije. Rukovodioci i kolege koji uživaju poverenje mogu pomoći u rešavanju tog zadatka jer se zaposleni koji su izloženi

nasilju mogu lakše otvoriti i govoriti o svojoj situaciji nekome koga poznaju nego nekom potpuno nepoznatom licu ili policijskom službeniku ili službeniku pravosuđa. Stoga obuka može obuhvatiti i pripremu zaposlenih za to da budu u stanju da pruže „psihološku prvu pomoć“ žrtvama nasilja u sopstvenoj organizaciji.

Poslodavci mogu smanjiti poslovne i ekonomske troškove radnog mesta koje im stvara nasilje u porodici tako što će prihvatiti aktivnu ulogu u sprečavanju nasilja. Na nasilje nad ženama treba gledati kao na pitanje bezbednosti na radnom mestu. Organizacija može obavestiti zaposlene o telefonskim linijama pomoći i o dostupnim uslugama. Na primer, u španskoj kompaniji *HC Energia* to se radi tako što se na intranet te kompanije stavljaju informacije o seksualnom uznemiravanju i proganjanju, kao i o različitim načinima na koje se mogu prijaviti takvi incidenti u skladu sa odredbama španskog Zakona br. 3/2007 [Evropska komisija (2012), str. 258–259]. Informacije o savetovanju i poslovnoj podršci za žrtve rodno zasnovanog nasilja takođe su dostupne na intranetu te kompanije.

Davanje informacija o nasilju u porodici: Milbank, Tweed, Hadley i McCloy LLP i Wragge & Co. LLP (Ujedinjeno Kraljevstvo / Međunarodni okviri)

Intervencija: Ove dve međunarodne pravne firme uključile su se u jedan broj inicijativa za sprečavanje nasilja u porodici i na radnom mestu nakon što su se učlanile u Korporativni savez protiv nasilja u porodici. U toaletima su postavljeni poster i čiji je cilj uzdizanje nivoa svesti o nasilju u porodici i na radnom mestu. To zaposlenima omogućava da pročitaju te informacije na bezbednom mestu, u intimnom okruženju, a žrtvama nasilja da shvate da je ono što im se događa neprihvatljivo i da mogu zatražiti i dobiti pomoć. Na svakom posteru nalaze se odsečci (slipovi) koji se mogu otepeti i na kojima je odštampan broj telefona za dvadesetčetvoročasovnu pomoć; na toj telefonskoj liniji rade lica s kojima zaposleni mogu diskretno da razgovaraju. Na intranet sajtovima kompanija navedeni su linkovi za veb-sajtove s kojih žrtve mogu dobiti dodatnu praktičnu pomoć i podršku. U celokupnom materijalu koji se pojavljuje na intranetu takođe se ukazuje na to šta treba uraditi ako zaposleni misli da je neko koga on poznaje zlostavljač. Timovi iz odeljenja za ljudske resurse i ključni rukovodioci u kompanijama obučeni su da prepoznaju znake na osnovu kojih je moguće zaključiti da je neko možda žrtva nasilja u porodici i šta treba, a šta nikako ne treba uraditi u takvoj situaciji. Recepcioneri i službenici obezbeđenja takođe su obučeni za postupanje sa zlostavljačima koji pokušavaju da stupe u kontakt sa svojim žrtvama na njihovom radnom mestu. Zaposleni mogu dobiti pratnju do svojih automobila, taksija, autobusa ili voza ukoliko su proganjeni.

Rezultati: Pojačana svest zaposlenih o nasilju u porodici dovela je do toga da su ljudi sve spremniji da razgovaraju o tom problemu. Budući da su rukovodioci prošli obuku o tome kako se baviti tim pitanjem, u firmama je počeo da se pojavljuje sve veći broj izveštaja o najrazličitijim vrstama rodno zasnovanog nasilja. Čini se da su posebno delotvorni bili posteri u toaletima. Na intranetu stranice o nasilju u porodici zaposleni posećuju 20-25 puta mesečno i pritom se sve duže zadržavaju na njima, što ukazuje da oni zaista čitaju informacije koje su tamo date. Odeljenju za ljudske resurse prijavljeni su neki slučajevi nasilja u porodici.

Naučene lekcije: Obrazovanje i informacije predstavljaju važna sredstva zahvaljujući kojima zaposleni shvataju koliko je u društvu, čak i u samoj firmi zaista prisutan problem nasilja u porodici. Vladina istraživanja i podaci korisno su poslužili za uzdizanje svesti o tome među zaposlenima. Važno je pružiti doprinos shvatanju da je nasilje u porodici problem koji je dominantan, ali je u isto vreme i prikriven.

Kako ovaj pristup funkcioniše na planu sprečavanja nasilja: Zahvaljujući uzdizanju nivoa svesti i preduzimanju aktivnih mera za prevazilaženje nasilja u porodici ovo pitanje je postalo vidljivo u firmi. Ta pojačana vidljivost stvara okruženje bezbednosti i poverenja u kome su zaposleni pozvani da razmišljaju o svojoj ličnoj situaciji ili o situaciji u kojoj se nalaze drugi ljudi u njihovom okruženju. Zaposleni tako postaju svesni svojih prava i strukturne prirode nasilja u porodici kao socijalnog pitanja koje prevazilazi njihovu individualnu situaciju. Informacije o tome gde je moguće potražiti pomoć i podršku dostupne su kako žrtvama, tako i učiniocima nasilja u porodici.

Sprečavanje nasilja i pružanje podrške žrtvama unutar organizacije takođe se može integrisati u shemu povlastica i koristi za zaposlene (*benefits scheme*). Zdravstveno stanje i blagostanje zaposlenih mogu se pratiti na osnovu onlajn anketa i zdravstvenih kontrolnih pregleda. Žrtvama rodno zasnovanog nasilja može se pružiti psihološka, medicinska, pravna i ekonomska podrška, kao što se to radi u kompaniji *Red Eléctrica de España*. Ta španska kompanija pokriva troškove svojih zaposlenih izazvane rodno zasnovanim nasiljem do iznosa od 600 evra mesečno za period do šest meseci. Mora se istaći da se može odabrati da programi interne podrške budu usredsređeni ne samo na žrtve i preživeli u slučajevima zlostavljanja već i na počiniocima, koji takođe mogu biti zaposleni u organizaciji.

Podsticaji i partnerstva da bi se privatni sektor angažovao u borbi protiv nasilja nad ženama

Uprkos postojećim inicijativama i dobroj praksi, privatni sektor vrlo lako postaje „karika koja nedostaje“ onda kada se treba uhvatiti u koštac s nasiljem nad ženama i nasiljem u porodici. Budući da finansijska podrška nije uvek na raspolaganju, potrebna je politička podrška vlade i njeno liderstvo, pored podsticaja, da bi se ohrabrilu angažovanje privatnog sektora u sprečavanju nasilja onako kako to predviđa Ištambulska konvencija.

Zbog otpora koji nastaje usled toga što kompanije ne veruju da se nasilje događa u njihovim organizacijama, akterima u privatnom sektoru potrebna je pomoć da bi mogli da shvate zbog čega treba da se angažuju u borbi protiv rodno zasnovanog nasilja, kao i kako da koordinišu i uključe to pitanje u svoju politiku prema zaposlenima. Zato davanje privatnom sektoru ciljanih informacija i podataka o učestalosti i troškovima nasilja nad ženama, o tome kako su ljudi na radnom mestu pogođeni rodno zasnovanim nasiljem, u kojoj se meri takvo nasilje negativno odražava na poslovanje, produktivnost i ekonomski rast, koje su dostupne vladine strategije za sprečavanje tog nasilja i koji podsticaji na tom planu postoje – predstavljaju važne instrumente pomoću kojih vlade mogu da angažuju privatni sektor u sprečavanju nasilja. Preduzeća nemaju uvek pristup informacijama o najboljoj praksi, ali sama mogu biti delotvorno mesto za primenu sektorskih politika sprečavanja nasilja.

Da bi utvrdile takve podsticaje i inicijative, vlade i druge nadležne organizacije mogu takođe ponuditi poreske olakšice, mogu ustanoviti odgovarajuće planove ili uvesti oznake za rodnu ravnopravnost kako bi stimulisale sprečavanje nasilja u privatnom sektoru. Takve politike postoje u različitim zemljama, iako su one mahom usredsređene na rodnu ravnopravnost u celini, a ne konkretno na sprečavanje nasilja.¹¹ Na globalnom nivou telo UN zaduženo za rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena *UN Women* i volonterska inicijativa *UN Global Compact* pokrenuli su zajedničku inicijativu „Principi osnaživanja žena – ravnopravnost je ozbiljna stvar“ (*Women's Empowerment Principles – Equality Means Business*),¹² koja nastoji da dobije obećanje i posvećenost privatnog sektora i nagrađuje preduzeća za napore koje ulažu na planu ženskih prava. U tim principima utvrđeno je sedam koraka koja

¹¹ U Belgiji je ustanovljena nagrada Wo.Men@Work Award za generalnog direktora koji uloži najviše truda u uspostavljanje rodne ravnopravnosti u svom preduzeću čije sedište mora biti u Belgiji. www.womenatworkaward.be/concept. U Gruziji je UNDP ustanovio nagradu za rodnu ravnopravnost kojom se nagrađuju oni koji su postigli najveću rodnu ravnopravnost u privatnom sektoru www.ge.undp.org/content/georgia/en/home/presscenter/pressreleases/2015/07/06/gender-equality-in-business-and-politics.html.

¹² Više informacija o toj globalnoj inicijativi može se naći na adresi www.wepinciples.org.

preduzeća treba da preduzmu da bi osnažila žene na radnom mestu, na tržištu i u zajednici. Princip br. 3. odnosi se na „osiguranje zdravlja, bezbednosti i blagostanja svih zaposlenih, žena i muškaraca“. Iako se u tom principu ne pominje konkretno iskorenjivanje nasilja nad ženama, on predstavlja prvi korak ka uzdizanju nivoa svesti o nasilju na radnom mestu i korak kojim poslovni rukovodioci iz svih zemalja i sektora ispoljavaju svoje vođstvo i opredeljenost za unapređivanje ravnopravnosti žena i muškaraca.

Takođe se mogu ulagati naponi pomoću inicijativa u vezi s javnim nabavkama: tako npr. u Francuskoj kompanije koje ne poštuju odredbe Zakona iz 2014. godine o stvarnoj ravnopravnosti između žena i muškaraca mogu biti isključene iz postupka javnih nabavki.¹³

Pored toga, podrška koju pružaju vlade organizovanjem okruglih stolova i umrežavanjem može poslužiti kao spona između javnog sektora, privatnog sektora i nevladinih organizacija (NVO), a ta spona, u idealnim uslovima, može voditi ka razvoju javno–privatnih partnerstava. NVO, naročito one koje se konkretno bave borbom protiv nasilja nad ženama poseduju stručnost koja može biti od koristi za privatni sektor kada je reč o uzdizanju nivoa svesti i uspostavljanju lokalnih partnerstava. Tako npr. NVO mogu da se o posebnim manifestacijama, kao što je npr. Međunarodni dan ukidanja nasilja nad ženama, uključe u napore koji se u samim kompanijama preduzimaju za uzdizanje nivoa svesti među zaposlenima.

Stvaranje planova kolegijalne podrške radi sprečavanja nasilja kroz ciljane usluge i razmenu iskustava: Korporativna alijansa protiv nasilja u porodici¹⁴ (UK)

Intervencija: Korporativna alijansa protiv nasilja u porodici (*Corporate Alliance against Domestic Violence CAADV*) pruža mrežu podrške kompanijama koje žele da izađu u susret potrebama zaposlenih koji su žrtve, počinioci ili svedoci nasilja u porodici. Alijansa nudi svojim članovima programe za obuku, usluge i podršku, kao i instrumente neposredne poslovne saradnje za razvoj interne politike prema nasilju u porodici.

Rezultati: CAADV pomaže kompanijama koje su njegovi članovi, ali i onima koje nisu njegovi članovi da stupe u akciju nakon što ih zaposleni obavesti o nasilju u porodici; na primer 2013. godine bilo je 18 takvih slučajeva samoprijavlivanja i pružanja podrške koje je potom usledilo. Alijansa trenutno broji više od 50 članova i povezanih poslodavaca, tako da ukupno ostvaruje kontakt sa više od pet miliona

¹³ *Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes* (Francuska), tekst Zakona dostupan na adresi: www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes

¹⁴ www.caady.org.uk/.

zaposlenih u privatnom, javnom i volonterskom sektoru. Alijansa je dosad obezbedila akreditovanu obuku neposredno za više od 10.000 zaposlenih; oni nisu obučeni u tom smislu da postaju psihološki savetnici već su obučeni za to da uoče znake upozorenja i preduzmu određenu akciju.

Naučene lekcije: Primer CAADV svedoči o tome koliki potencijal postoji za nuđenje ciljanih usluga i za izgradnju mreža poslodavaca i pronalaženje saveznika s kojima se mogu razmenjivati iskustva i primeri dobre prakse u pogledu sprečavanja nasilja.

Kako ovaj pristup funkcioniše u pogledu sprečavanja nasilja: CAADV nudi svojim članovima praktične procedure, razvoj i sprovođenje politike zasnovane na primerima najbolje prakse, istraživanje i znanje o ovom pitanju. CAADV funkcioniše kao program kolegijalne podrške među preduzećima da bi sva ta preduzeća mogla da doprinesu sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

Takođe se mora uočiti važnost uloge sindikata u stavljanju na dnevni red pitanja sprečavanja nasilja nad ženama. Sindikati mogu biti životno značajan partner kao i forum za razmenu ideja i vizija o načinima borbe protiv rodno zasnovanog nasilja iz perspektive privatnog sektora.¹⁵

Tretiranje rodno zasnovanog nasilja kao povrede ljudskih prava trebalo bi da bude imperativ svih subjekata političkog odlučivanja kako u javnom, tako i u privatnom sektoru. Zbog svoje fleksibilnosti, privatni sektor može da igra važnu ulogu u hvatanju u koštac s problemima izazvanim rodno zasnovanim nasiljem. Vodeći računa o nacionalnim i međunarodnim okvirima, privatni sektor može da koncipira i sprovodi sopstvenu politiku i mere protiv nasilja, i to može da uradi veoma brzo. Kada to radi, važno je da uspostavi valjanu ravnotežu između poslovnih interesa i efikasnosti mera primenjenih u cilju ukidanja rodno zasnovanog nasilja. To je evidentno već po načinu korišćenja terminologije i ukupnog diskursa. U privatnom sektoru, poslovni jezik koji obuhvata takve izraze kao što su „proizvod” i „produktivnost” verovatno će se pojaviti i u diskursu kojim se govori o rodno zasnovanom nasilju, dok će se javni diskurs mnogo više usredsrediti na nasilje nad ženama kao na povredu ljudskih prava.

Ukidanje rodno zasnovanog nasilja je krajnji cilj i vlade bi u tom smislu trebalo da podstaknu poslovne krugove da mere koje sami preduzimaju povežu s javnim politikama i da učestvuju u sprečavanju nasilja tako što će iznositi informacije o tome

¹⁵ Vidi, na primer, Osmi izveštaj Evropske konfederacije sindikata, iz marta 2014, o sindikalnoj strategiji za sprečavanje nasilja nad ženama:
www.etuc.org/sites/www.etuc.org/files/other/files/etuc_8th_march_survey_2014_en_eh.pdf.

kako se blagostanje zaposlenih može povezati sa ekonomskim koristima i boljim poslovnim rezultatima, na primer tako što će se smanjiti broj izostanaka s posla i povećati produktivnost. Konačno, izazov u pogledu angažovanja privatnog sektora za sprečavanje rodno zasnovanog nasilja i pružanje podrške žrtvama takvog nasilja leži u pronalaženju zajedničkog imenitelja koji povezuje viziju javnog sektora, privatnog sektora i trećeg sektora, njihove resurse i terminologiju koju koriste, a istovremeno obezbeđuje sprovođenje standarda u vezi s borbom protiv nasilja nad ženama.

Privatni sektor kao neko ko oblikuje stavove prema ženama svojom robom i uslugama

Kada je reč o sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici, privatni sektor takođe igra važnu ulogu kao neko ko oblikuje stavove. Da bi se promenili stavovi prema rodno zasnovanom nasilju, neophodna je podrška privatnog sektora jer on može bitno da utiče na kulturne i socijalne norme. S jedne strane, poslovni krugovi mogu doprineti trivijalizaciji nasilja nad ženama tako što će marketing i prodaju robe i usluga povezati s nasiljem. S druge strane, time što izbegavaju rodno slepilo i stereotipizaciju i/ili time što aktivno promovišu rodno osetljive poruke, kompanije mogu promovisati ravnopravnost i nenasilje u sklopu svoje politike reklamiranja robe i usluga i u okviru svoje korporativne društvene odgovornosti. Na primer, zaposleni u sektoru odnosa s potrošačima mogu biti obučeni i mogu im biti pružene informacije o tome kako da se nose sa situacijama u kojima se mogu susresti s klijentima koji su izloženi rodno zasnovanom nasilju. Na taj način zaposleni su u stanju da mušterijama pruže određene informacije i da ih usmere ka stručnim službama, a da pritom sami ne moraju nužno biti stručnjaci za to pitanje.

Postoji rizik od toga da privatni sektor i tržište na neki način predstave nasilje nad ženama kao nešto normalno kada koriste slike fizičkog i seksualnog nasilja za prodaju i reklamiranje svojih proizvoda i usluga. Takvo opredmečivanje i viktimizacija žena utiču na pojedince celog društva jer se odražavaju na način na koji muškarci i žene percipiraju nasilje, seksualnost i rodne uloge. Istraživanja sugerišu da muškarci postaju pasivniji i prihvataju nasilje nad ženama nakon što su izloženi reklamama koje sugerišu seksualno nasilje (Capella M. L. et al. 2010). Kada se rodno zasnovano nasilje poveže s prodajom robe ili usluga, ne samo da se prodaju ta roba i te usluge već se prihvata i ponuđeni stav prema nasilju. Predstava o nasilju nad ženama kao nečem normalnom, opravdanom, legitimnom ili čak poželjnom rizikuje da agresivno ponašanje prema ženama učini još prominentnijim i društveno prihvaćenim.

Postoji hitna potreba da se roba i usluge plasiraju na tržište bez korišćenja rodnih stereotipa ili referenci na fizičko ili seksualno nasilje. Danas se čitav niz proizvoda i usluga, u širokom dijapazonu – od mode i automobila do hotelskih i restoranskih usluga – prodaje uz korišćenje slika fizičkog i seksualnog nasilja čija su meta žene. Takva vrsta oglašavanja i marketinških strategija ponižava žene erotizacijom nasilja, koje se često predstavlja kao nešto što je seksi, glamurozno i avanturistički privlačno. Tako je 2007. godine reklama za modnu kompaniju Dolče i Gabana (*Dolce&Gabbana*) na kojoj je prikazan čovek bez košulje koji drži ženu prikovanu za zemlju izazvala ogorčenje i na kraju je morala da bude povučena. Mnogi drugi brendovi su takođe optuženi da koriste reference na nasilje nad ženama u marketinškom plasmanu svojih proizvoda i usluga.

Osim toga, mora se konstatovati da i sama roba i usluge mogu doprineti iskrivljenoj slici nasilja nad ženama i rodni uloga ili da se one mogu koristiti za primenu nasilja. Naročito se u IKT sektoru mogu naći primeri za to. GPS uređaji za praćenje namenjeni mobilnim telefonima predstavljaju savršen alat za progonitelje, baš kao i aplikacije na pametnim telefonima koje omogućuju da se uđe u trag nekom licu pomoću broja njegovog mobilnog telefona. Na isti način video-igre, kao što je *RapeLay*, usredsređene na muške likove koji progone i siluju žene, povezuju muževnost s muškom nadmoći i nasilnom represijom nad ženama.¹⁶

Svejedno da li se to čini namerno ili nenamerno, tek takva vrsta dizajna proizvoda utiče na društvenu percepciju nasilja nad ženama. Ako je suditi prema istraživanjima, muškarci koji su igrali video-igre koje sadrže seksualizovane ženske likove imaju manje empatije za žrtve seksualnog uznemiravanja i skloniji su optuživanju žrtve (Dill K. E. *et al.* 2008). S tim u vezi, mora se naglasiti da član 17. Konvencije takođe utvrđuje obavezu vlada da u saradnji s privatnim sektorom, razvijaju i promovišu kod dece, roditelja i vaspitača sposobnosti za rad u informaciono-komunikacionom okruženju koje omogućava pristup degradirajućem sadržaju seksualne odnosno nasilne prirode koji može biti štetan.

Međutim, kompanije takođe mogu odabrati da svoju robu i usluge koriste za sprečavanje nasilja. Sprečavanje nasilja nad ženama i pružanje doprinosa podršci žrtvama može čak da postane i karakterističan deo brenda kompanije. U nekim slučajevima sam proizvod svojim dizajnom služi sprečavanju nasilja, kao što je slučaj sa sistemom TecSos kompanije *Vodafone*.¹⁷ To je mobilni telefon koji je razradila Fondacija *Vodafone* u saradnji sa španskim Crvenim krstom i on je koncipiran tako da pruža zaštitu žrtvama nasilja u porodici. Telefon ima posebno dugme koje aktivira neposredni kontakt sa hitnim službama, daje osnovne podatke o lokaciji žrtve i aktivira uređaj za snimanje svega što se dešava u njenom neposrednom okruženju. Taj mobilni uređaj koristi više od 30.000 žena u Španiji, Italiji, Portugaliji, Mađarskoj, Irskoj i Ujedinjenom Kraljevstvu.

S obzirom na uticaj koji privatni sektor ima na oblikovanje stavova prema nasilju nad ženama, postoji potreba da vlade promovišu učešće onih koji rade u privatnom sektoru u prevazilaženju slepila za rodnu ravnopravnost i stereotipizacije. Vlade moraju preduzeti akcije za podsticanje privatnog sektora kako bi on izbegavao korišćenje seksističkih, nasilnih i štetnih sadržaja u kreiranju robe i usluga i njihovom reklamiranju. Jedan broj zemalja članica je već utvrdio regulatorne okvire kojima se uređuje sadržaj reklama i formirao je nezavisna tela zadužena za kontrolu

¹⁶ Više informacija o načinu predstavljanja ženskih likova u video-igramama vidi u: www.youtube.com/watch?v=QC6oxBLXtkU&feature=youtu.be.

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

oglašavanja sa etičkog stanovišta, što obuhvata i pitanja koja se odnose na ljudska prava i rodnu ravnopravnost; ta tela takođe mogu da primaju žalbe javnosti u vezi s navedenom problematikom.¹⁸

Mogu se takođe pokrenuti inicijative za podsticanje društvene odgovornosti kompanija i njihovu opredeljenost za rodna pitanja i/ili dostojanstvo žena. To se može postići tako što će se kompanije individualno opredeliti ili tako što će se ubediti ceo poslovni sektor da se angažuje u razvoju etičkih standarda kojima bi se uspostavila rodna ravnopravnost i poštovalo dostojanstvo žena.¹⁹

Sprovođenje u delo takvih opredeljenja i obećanja može se nadzirati, ocenjivati i posebno isticati pomoću shema za dokazivanje rodne ravnopravnosti, etiketa koje potvrđuju ravnopravnost ili nagrada za nenasilje. Time što nude svoje političko vođstvo na tom planu vlade su u mogućnosti da utvrde standarde i da naglase važnost sprečavanja rodno zasnovanog nasilja u privatnom sektoru.

Vlade mogu pokušati da stimulišu učešće privatnog sektora i tako što će privatnom sektoru pristupiti preko potrošača. Kampanjama čija su ciljna grupa potrošači može se postići nivo javne svesti na kome su građani ohrabreni da protestuju protiv korišćenja nasilnih i seksualnih sadržaja u dizajnu i marketingu proizvoda. Na taj način se može naglasiti opasnost od potrošačkog bojkota zbog degradirajućih sadržaja u reklamiranju proizvoda i usluga kako bi se u sprečavanje nasilja uključili predstavnici privatnog sektora.

Angažovanje privatnog sektora u programima uzdizanja nivoa svesti i pružanja podrške žrtvi

Druga uloga koju privatni sektor može da preuzme jeste angažovanje u uzdizanju nivoa svesti ili pružanje finansijske podrške za usluge namenjene žrtvama ili kroz programe za ukidanje nasilja. To se može uraditi tako što će se kompanije uključiti u kampanje i prikupljanje sredstava ili kroz njihovo učešće u neprofitnom sektoru, kao što su fondacije. Takođe je moguće da preduzeća sklope partnerstva na lokalnom ili nacionalnom nivou kako bi pružila podršku odgovarajućim organizacijama i uslugama.

Da bi privatni sektor mogao uspešno da podržava programe sprečavanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici, potrebna je dobra infrastruktura i ekspertsko poznavanje pitanja o kome je reč. Drugu ključnu komponentu hvatanja u koštac s nasiljem

¹⁸ Primeri se mogu naći u poglavlju pod naslovom „Saradnja između vlada, privatnog sektora i medija na promovisanju mera za sprečavanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici“.

¹⁹ Priručnik za primenu Preporuke CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara Saveta Evrope o rodnoj ravnopravnosti i medijima (str. 25–27).

predstavlja snažno liderstvo u smislu slanja poruka i opredeljivanja resursa. Za privatni sektor može biti važno i to da ima i muške i ženske predstavnike za štampu kada je reč o rodno zasnovanom nasilju i ne bi trebalo dozvoliti da samo žrtve budu te koje će se obraćati javnosti govorom o nasilju. Žene i devojke su izložene većim opasnostima od rodno zasnovanog nasilja, ali žrtve nasilja u porodici mogu biti i žene i muškarci. Učešće muškaraca i mladića u uzdizanju nivoa svesti o rodno zasnovanom nasilju veoma je važno zato što oba pola trpe posledice takvog nasilja. Pored toga, programi su delotvorni onda kada muškarci preuzmu odgovornost za muško nasilje i kada su uključeni tako da postanu deo rešenja.

Stvaranje partnerstva sa NVO koje se bore protiv nasilja i zalažu se za uzdizanje nivoa svesti: Fondacija *Kering PPR* za dostojanstvo i prava žena (Francuska/Internacionalna)

Intervencija: *Kering* je francuska multinacionalna trgovinska kompanija specijalizovana za prodaju luksuzne i sportske robe. Većina njenih zaposlenih i njenih klijenata su žene. Od 2008. godine Fondacija *Kering* je posvećena borbi protiv nasilja nad ženama kroz holistički pristup, uz ambiciju da pomogne pre nego što se nasilje dogodi (prevencija), tokom nasilja (briga i podrška) i nakon što se nasilje dogodi (profesionalna obuka i inkluzija). Ta fondacija je pokrenula sklapanje partnerstava sa sve većim brojem NVO koje su opredeljene za borbu protiv nasilja nad ženama. Inicijativa o kojoj je reč takođe obuhvata pridruživanje socijalnim preduzetnicima i pružanje podrške održivim projektima u koji su uključene lokalne zajednice i javne vlasti. Glavne vrste pomoći sastoje se od finansijske i ljudske podrške putem mobilizacije zaposlenih u kompaniji *Kering grup*. Fondacija je takođe angažovana u inicijativama kojima je cilj uzdizanje nivoa svesti o nasilju nad ženama i sprečavanje tog nasilja. Akcije podrazumevaju prikupljanje novčanih sredstava i pružanje podrške foto-izložbama, snimanju filmova i vođenju kampanja namenjenih uzdizanju nivoa svesti javnosti o nasilju nad ženama. U Francuskoj je *Kering grupa* potpisala Povelju o sprečavanju i borbi protiv nasilja u porodici.

Rezultati: Procenjuje se da je tokom 2013. godine akcijama Fondacije *Kering* bilo obuhvaćeno 140.000 žena širom sveta kroz 47 dugoročnih partnerstava sklopljenih sa NVO u Evropi, Africi, Aziji i Americi.

Naučene lekcije: Preduzeća u privatnom sektoru mogu igrati važnu ulogu u borbi za sprečavanje i suzbijanje nasilja nad ženama tako što će obezbeđivati resurse, koristiti svoj ugled i vidljivost kako bi pozitivno uticale na vlade. Fondacija *Kering* u tom smislu raspolaze znatnim mehanizmom zahvaljujući tome što zapošljava 33.000 ljudi i zahvaljujući tome što je vidljiva i prepoznatljiva u celom svetu. Iskustvo je pokazalo da je, kako bi jedan projekat bio uspešan, takođe neophodno

da se obezbedi prenošenje znanja i veština na lokalnom nivou i da se radi u zajednici u celini, što znači da treba angažovati sve relevantne aktere. Stoga se upravo ti kriterijumi razmatraju onda kada Fondacija bira svoje partnere i projekte kojima namerava da pruži podršku. Kao naredni korak, Fondacija predviđa da se angažuje u aktivnostima na izmeni ponašanja i planira da se u većoj meri usredsredi na prevenciju.

Kako funkcioniše takav pristup sprečavanju nasilja: U celom društvu Fondacija je svojom podrškom kampanjama omogućila uzdizanje svesti i brige zbog nasilja nad ženama. U samoj kompaniji Fondacija je aktivno radila na senzibilizaciji i angažovanju zaposlenih u otklanjanju problema nasilja u porodici.

Prodaja proizvoda takođe se može iskoristiti za pružanje doprinosa sprečavanju nasilja nad ženama kroz uzdizanje nivoa svesti i prikupljanja novčanih sredstava. Kupovinom nekog proizvoda dobro obavješteni kupac može odlučiti da pruži doprinos određenom etički ispravnom cilju. Primer takve vrste inicijative može se naći u međunarodnoj kozmetičkoj kompaniji *Bodi šop (The Body Shop)*. Ta kompanija teži tome da prekine zaveru ćutanja o nasilju u porodici uključujući svoje zaposlene u globalnu kampanju za uzdizanje nivoa svesti javnosti o nasilju nad ženama. Jedan deo od prodaje artikala namenjen toj kampanji izdvaja se za pružanje podrške žrtvama nasilja u porodici. Kampanja „Stop za nasilje u domu” pokrenuta je 2003. godine. Do 2008. godine ona je obuhvatila 56 tržišta i 3,6 miliona funti prikupljeno je za razne dobrotvorne ustanove koje pomažu žrtvama nasilja u porodici.²⁰

Drugi primer međunarodne kozmetičke kompanije koja je aktivno uključena u prikupljanje novčanih sredstava, lobiranje i uzdizanje nivoa svesti o nasilju u porodici i rodno zasnovanom nasilju predstavlja kompanija *Ejvon (Avon)*. To je kompanija koja nastoji da uzdigne svest javnosti o implikacijama rodno zasnovanog nasilja po pojedince i zajednicu kako bi se promenili njeni stavovi. Kompanija *Ejvon* se identifikuje sa ovim istraživanjem i radi zajedno s partnerima na angažovanju zaposlenih i osnivača u borbi protiv nasilja nad ženama. Od 2004. godine kompanija *Ejvon* je donirala 58 miliona dolara neprofitnim organizacijama koje se bave uzdizanjem nivoa svesti, organizovanjem usluga podrške i programa za prevenciju nasilja.²¹

Takođe je važno da se uzdigne nivo svesti o potrebi da se privatni sektor u sklopu svojih partnerskih aktivnosti i prioriteta aktivnije angažuje u prikupljanju novčanih

²⁰ The Body Shop International Plc, Izveštaj o vrednosti za 2009, dostupan na adresi: www.thebodyshop-usa.com/pdfs/values-campaigns/Values_report_lowres_v2.pdf. Vidi takođe: www.thebodyshopusa.com/values-campaigns/stop-violence.aspx

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

sredstava za hvatanje u koštac s problemima nasilja nad ženama.²² Zaista, samo 4,8% ukupnog novca iz bespovratnih kredita koje su dodelile 42 evropske fondacije 2009. godine bilo je od koristi za žene i devojčice, a od toga je samo jedna petina bila posvećena ljudskim pravima žena (Mama Cash 2011). Stoga je presudno važno da se privatni finansijeri i fondacije više angažuju u sklapanju partnerstava i finansiranju aktivnosti na suzbijanju nasilja nad ženama s obzirom na stepen prisutnosti te pojave, ali isto tako i s obzirom na to da je smanjen iznos javnih finansija namenjen rešavanju tog pitanja.

²² Prema izveštajima OECD-DAC, na globalnom planu, ukupno je svega 5% celokupne pomoći bilo namenjeno ostvarivanju rodne ravnopravnosti kao osnovnom cilju 2012–2013. godine. Više informacija o tome dostupno je na: www.unwomen.org/en/news/in-focus/financing-for-gender-equality#sthash.jnNJmK6g.dpuf.

Mediji i sprečavanje nasilja nad ženama

Određbe Istambulske konvencije koje nalažu državama potpisnicama da podstiču medije na učestvovanje u sprečavanju nasilja nad ženama obično se dopunjavaju neobavezujućim standardima koji sadrže bliže praktične preporuke kako se te odredbe mogu sprovesti u praksu. U Preporuci CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara zemljama članicama o rodnoj ravnopravnosti i medijima preporučuju se slične mere,²³ posebno sledeće:

Osim ako već nisu, države članice bi trebalo da utvrde odgovarajući zakonski okvir kako bi se osiguralo poštovanje načela ljudskog dostojanstva i zabrane diskriminacije na osnovu pola, kao i podsticanja na mržnju i svih oblika rodno zasnovanog nasilja u medijima. (Stav A.1)

Takođe je utvrđeno sledeće:

Trebalo bi podsticati medijske organizacije da utvrde samoregulatorne mere, interne kodekse ponašanja / etičke kodekse i kodekse internog nadzora i razviti standarde medijskog izveštavanja kojima se promoviše ravnopravnost polova da bi se poboljšala dosledna unutrašnja politika i uslovi rada kojima je cilj nestereotipno prikazivanje, uloga i vidljivost žena i muškaraca, izbegavanje seksističkog reklamiranja, jezika i sadržaja koji bi mogli da dovedu do diskriminacije po osnovu pola, podsticanja mržnje i rodno zasnovanog nasilja. (Stav B.4)

Navedena preporuka usredsređena je na važnost sadržaja medijskog izveštavanja za sprečavanje nasilja nad ženama u sklopu promovisanja rodne ravnopravnosti. Pored toga, jedan broj zemalja članica utvrdio je zakonske okvire kojima se uređuju pitanja

²³ Vidi takođe Priručnik Saveta Evrope o sprovođenju Preporuke CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara Saveta Evrope o rodnoj ravnopravnosti i medijima.

rodne ravnopravnosti, ljudskog dostojanstva i borbe protiv nasilja nad ženama u sadržaju koji se objavljuje u medijima.²⁴ Osim toga, strukturna organizacija medijskog sektora i sektora komunikacija, uključujući rodni sastav medijskih profesija i prisustvo žena među donosiocima odluka u medijima takođe utiču na kapacitet i spremnost medija da učestvuju u sprečavanju nasilja nad ženama.²⁵ Pokazano je da učešće žena u medijima izaziva pozitivne promene kada je reč o angažovanju medija u sprečavanju nasilja nad ženama. Posebno valja reći da se o silovanju i o seksističkim stavovima više izveštava zahvaljujući inicijativama koje pokreću same žene kroz umrežavanje i kolektivne akcije na društvenim medijima.²⁶

U ovom odeljku analizira se angažovanje medija u sprečavanju nasilja nad ženama i ukazuje se na moguće mere koje države potpisnice mogu preduzeti da bi podstakle medijsko učešće na dva nivoa: korišćenje medija za sprečavanje nasilja nad ženama („u medijima“) i uveravanje medija da se uzdrže od rodnih stereotipa i da prihvate rodno osetljiv pristup u izveštavanju o nasilju nad ženama („u sadržaju koji se objavljuje u medijima“).

Promovisanje pozitivne uloge medija u sprečavanju nasilja nad ženama

Mediji imaju važnu ulogu u tome kako društvo percipira žene i muškarce. Sledstveno tome, svi mediji (štampa, televizija, radio i društveni mediji) imaju i veliki uticaj na svest javnosti o nasilju u porodici i o nasilju nad ženama. U jednom broju istraživačkih izveštaja ukazuje se na to da mediji i popularne televizijske emisije značajno utiču na oblikovanje stavova javnosti i stepen prihvatljivosti nasilja u porodici širom Evrope (Seymour E. 2004). U tom smislu, mediji imaju važnu ulogu u uzdizanju nivoa svesti javnosti o nasilju u porodici kao o neprihvatljivoj društvenoj pojavi i o ekonomskom pitanju koje se u tim situacijama pokreće.

Mediji su odgovorni za objavljivanje tačnih i uravnoteženih izveštaja o nasilju u porodici i nasilju nad ženama. Rezultati jednog broja istraživanja javnog mnjenja ukazuju na to da je u poslednjoj deceniji širom Evrope naglo uzdignut nivo svesti o

²⁴ Vidi poglavlje pod naslovom Saradnja između vlada, privatnog sektora i medija na promovisanju mera za sprečavanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Pored toga, u Direktivi Evropske unije 2007/65 EC, kojom se menja Direktiva Saveta 89/552/EEC o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima, podzakonskim aktima ili upravnim postupcima u zemljama članicama, a koji se odnose na obavljanje delatnosti televizijskog emitovanja, utvrđeno je sledeće: „Države članice na odgovarajuće načine obezbeđuju da pružaju pružaoci medijskih usluga u njihovoj nadležnosti ni na koji način ne podstiču mržnju po osnovu rase, pola, veroispovesti ili nacionalnosti u audio-vizuelnim uslugama koje pružaju.“ (član 3a); kao i da „audio-vizuelne komercijalne komunikacije ne sadrže: (...) niti podstiču bilo kakav oblik diskriminacije na osnovu pola, rasnog ili etničkog porekla, nacionalnosti, vere ili uverenja, invaliditeta, uzrasta ili seksualne orijentacije“ (član 3b).

²⁵ Savet Evrope (2013), „Mediji i predstava o ženama“, str. 5.

²⁶ *Ibid*, str. 11.

rodno zasnovanom nasilju. Prema izveštaju Evrobarometra iz 2010. godine, 98% Evropljana svesno je da nasilje u porodici predstavlja važno pitanje s kojim se društvo mora hvatati u koštac. Ta svest u velikoj meri raste zahvaljujući medijskom izveštavanju o nasilju nad ženama i nasilju u porodici (Eurobarometer 2010).

Kada se planiraju delotvorne medijske kampanje o rodno zasnovanom nasilju, već u ranim fazama planiranja moraju se utvrditi mehanizmi za procenu i praćenje. To će povećati verovatnoću da poruke kampanja delotvorno stignu do ciljane publike. Kao što je već istaknuto, mediji koji izveštavaju o tom pitanju moraju raditi i na uzdizanju nivoa svesti o strukturnim problemima rodne neravnopravnosti, što čini važan deo sadržaja rodno zasnovanog nasilja, a ne smeju prikazivati nasilje nad ženama kao problem koji pogađa žene samo u individualnim okvirima.

Pored toga, društveni mediji utiču na individualni i društveni odgovor na rodno zasnovano nasilje. Pored novih komunikacionih tehnologija pojavljuju se i novi alati i platforme na kojima se nasilje i seksualno zlostavljanje mogu beskrajno ponavljati. Rodno zasnovano nasilje u društvenim medijima može poprimiti oblik visokotehnološkog maltretiranja i nasilničkog ponašanja, visokotehnološkog proganjanja, zloupotrebe digitalnog ugovaranja sastanaka, snimanja i distribucije slika seksualnog napada ili pretnji, govora mržnje prema ženama, korišćenja društvenih mreža za vrbovanje žrtava za trgovinu ženama i devojkama i onlajn izrabljivanja maloletnika. Društveni mediji ne stvaraju rodno zasnovano nasilje, ali lako mogu da ga podstiču, potpomažu ili da posluže kao sredstvo za zlostavlačko ponašanje prema ženama i devojčicama (Fairbairn J. et.al. 2013), uključujući seksistički govor mržnje. Neke grupe žena predstavljaju posebne mete seksističkog govora mržnje; to pre svega važi za mlade žene, novinarku i žene u medijima, žene aktivne u oblasti kompjuterskih igrica, žene u politici i žene angažovane na odbrani ljudskih prava. Međutim, svaka žena koja otvoreno govori u javnosti ili piše potencijalno je na meti onlajn i oflajn seksističkog govora mržnje. Ta sve izraženija pojava da se ženama svakodnevno upućuju pretnje i uvrede seksualnog karaktera kroz imejlove, preko veb-sajtova, društvenih mreža i na druge načine jeste nešto čime se moraju pozabaviti svi akteri, uključujući i same medije. Pored toga, anonimni karakter društvenih medija može biti faktor nekažnjivosti počinitelaca. Kampanje medijske pismenosti pokrenute u saradnji s medijskim organizacijama u tom smislu su suštinski važne. U narednom odeljku navešćemo primere takvih kampanja.

Međutim, ne može se reći da društveni mediji samo stvaraju izazove u borbi protiv rodno zasnovanog nasilja jer oni u isto vreme nude i jedinstvenu dinamiku i nove mogućnosti za mobilizaciju protiv nasilja u digitalnom okruženju. Tako je na primer u Slovačkoj sedam ženskih organizacija uključeno u medijsku kampanju „Peta

žena",²⁷ koja je usredsređena na korišćenje informacione i komunikacione tehnologije u medijskim kampanjama protiv nasilja nad ženama.

Onlajn razmena iskustava i podrške protiv seksizma: Projekat protiv seksizma kao dela svakodnevce²⁸ (međunarodni)

Intervencija: Projekat protiv seksizma kao dela svakodnevce pokazuje kako se mogu koristiti društveni mediji da bi se promenio način prikazivanja žena u društvu. Projekat je izgrađen na interaktivnoj onlajn platformi na kojoj mogu da se dele lična iskustva vezana za seksizam i diskriminaciju. Svedočenja iz 22 zemlje ostaju zabeležena na tom veb-sajtu na izvornim jezicima i prevedena na engleski jezik.

Rezultati: Navedeni veb-sajt je dobio svedočenja žena iz celog sveta u kojima one govore o različitim oblicima diskriminacije i nasilja nad ženama. Cilj je da se stvori kritična masa tih svedočenja kako bi društvu postalo nemoguće da dalje ignoriše taj problem.

Naučene pouke: Korišćenje potencijala onlajn mobilizacije i anonimnosti koju pruža internet predstavlja moćan način za uzdizanje nivoa svesti, ali isto tako omogućava ljudima koji su se suočili sa seksizmom i nasiljem da istupe i kažu šta im se dogodilo.

Kako funkcioniše taj pristup u smislu sprečavanja nasilja: Cilj Projekta borbe protiv seksizma kao dela svakodnevce jeste da evidentira i razvrsta slučajeve seksizma čije su žene svakodnevno žrtve. Ti slučajevi mogu biti teški ili blaži, mogu biti drastično uvredljivi ili delovati do te mere normalno da žene čak i ne shvate da imaju pravo da protestuju. Prikazujući strukturnu prirodu cele te pojave, akumuliranjem iskaza iz celog sveta, Projekat pomaže da se promeni percepcija svakodnevnog seksizma i osnažuju žene da mu se suprotstave.

Sprečavanje nasilja nad ženama iskorenjivanjem rodne stereotipizacije u medijskom izveštavaju

U medijima se pojačano izveštava o rodno zasnovanom nasilju, ali je stereotipizacija i dalje vrlo uobičajena i rasprostranjena. Prikazivanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici može biti problematično zato što su mediji skloni da u prvi plan ističu sve

²⁷ Konačna evaluacija celog Projekta može se naći na adresi: www.apcwomen.org/gemkit/en/practitioners/reports_221f.htm#jump8

²⁸ Vidi: <http://everydaysexism.com/>.

ono što je negativno i neuobičajeno. Temeljita analiza uzroka nasilja je nešto što u medijima često nedostaje jer se objavljuju priče koje neretko pogrešno predstavljaju i senzacionalizuju događaje i krivična dela poput silovanja. Takav vid senzacionalističkog izveštavanja stvara rizik od prihvatanja nasilja kao nečega što je normalno u društvu.

Čak i dobronamerno izveštavanje o nasilju u porodici može pojačati stereotipizaciju. Istraživanja pokazuju da mediji mogu podstaći društvo da opravdava nasilje nad ženama tako što će se neprimereno usredsrediti na navodne „razloge“ za nasilje (Herrera C. i Exposito F. 2009). U jednom izveštaju škotske dobrotvorne organizacije *Zero Tolerance* (2012) sugerise se da izopačeno medijsko izveštavanje o nasilju u porodici može uticati na ponašanje i stavove pojedinaca. Stereotipno izveštavanje o nasilju u porodici, na primer tako što će se sugerisati da je nasilje u porodici nusproizvod komplikovanih i teških odnosa ravnopravnih partnera, a ne izraz moći i kontrole jednog lica nad drugim, može podstaći ženu koja živi s partnerom zlostavljačem da ostane u toj vezi iz straha da je niko neće shvatiti ozbiljno.

Iako statistike pokazuju da različiti oblici nasilja nad ženama, uključujući nasilje u porodici, pogađaju žene iz svih društvenih slojeva i bez obzira na njihov društveno-ekonomski status, ta raznovrsnost nije zastupljena u većini medija koji izveštavaju o tom pitanju. Prekomerna zastupljenost određenih grupa žena kao žrtava nasilja u porodici, što pre svega važi za žene koje su ugrožene zbog svog socijalnog porekla i ekonomskog položaja, neguje i razvija stereotipe i zamagljuje činjenicu da je reč o nasilju nad ženama počinjenom zato što su one žene, a ne zato što pripadaju toj i toj društveno-ekonomskoj klasi. U isto vreme, većina medija u svom izveštavanju sklona je da se usredsredi na ženu kao žrtvu, a ne na muškarca kao počinioca nasilja, čime se ostavlja po strani jedan važan element cele te slagalice. Angažovanje u etičkom izveštavanju o različitim oblicima nasilja nad ženama mora podrazumevati i istraživanje stavova, identiteta i uverenja muškaraca koji siluju i zlostavljaju žene.

Studije o ulozi medija u oblikovanju percepcije roda i nasilja nad ženama ukazuju na to da su žene u mnogim slučajevima opredmećene u izveštavanju i da se nasilje objašnjava nekim površnim razlozima. Svaka takva priča predstavlja se kao zasebna i jedinstvena. Ta činjenica da se nasilje nad ženama i nasilje u porodici ne tretira i ne analizira kao strukturni problem uzrok je predstavljanje nasilja nad ženama kao nečeg normalnog. To podrazumeva da je reč o sporadičnom i neuobičajenom problemu koji se dešava „drugima“, a ne o nečemu što je uobičajeno i što se tiče svakoga u društvu.

Izveštaj pod naslovom „Samo žene“ (Eaves *et.al.* (2012) objavljen je u Ujedinjenom Kraljevstvu u sklopu Levisonove istrage²⁹ i u njemu je analizirano kako se u 11 britanskih nacionalnih listova tokom dve nedelje 2012. godine izveštavalo o krivičnim delima nasilja nad ženama. Prema tom izveštaju, o nasilju nad ženama izveštavano je na način koji samo osnažuje mitove i produžava trajanje stereotipa. Izveštavanje je često netačno i umanjuje važnost akta počinioca, a odgovornost za ono što se dogodilo prebacuje na žrtvu i ostale.

Da bi se sprečila stereotipizacija, neophodno je da se u medijima rodno osetljivo prikazuje nasilje nad ženama i nasilje u porodici. Novinski tekstovi o rodno zasnovanom nasilju moraju biti predočeni u širem kontekstu. Medijske organizacije mogu doprineti boljem razumevanju rodno zasnovanog nasilja kao strukturnog problema koji je povezan s neravnopravnošću između muškaraca i žena. Što je najvažnije, one takođe moraju pomoći da se naglasi da takva vrsta nasilja nikako nije privatna stvar.

Primer rodno osetljivog izveštavanja o nasilju nad ženama pruža italijanska radio-televizija (*Radiotelevisione Italiana – RAI3*). Taj televizijski kanal uključen je u uzdizanje nivoa svesti o nasilju nad ženama tako što jednom nedeljno emituje program pod nazivom *Amore Criminale* („Kriminalna ljubav“). Cilj serije je prikazivanje nasilja nad ženama na nestereotipan način; u njoj je prikazano više od sto slučajeva žena koje su njihovi partneri ubili ili teško ranili. U Belgiji postoji inicijativa pod naslovom Izveštaj o efektu emancipacije medija (*Media Emancipation Effect Report – MEER*) kojoj je cilj pravičnije rodno izveštavanje u televizijskim emisijama kroz uvođenje različitih instrumenata za rodno zasnovanu procenu koji su pogodni za televiziju.

Osim toga, promovisanje neseksističkog jezika i izbegavanje seksističkog oglašavanja i sadržaja doprinosi iskorenjivanju stereotipizacije. Na primer, Udruženje novinarki „Đulija“ (*Giulia*) u Italiji podstiče na korišćenje neseksističkog jezika i teži ka tome da se u italijanskim medijima iznose potpuno tačne informacije o rodno zasnovanom nasilju. U Škotskoj dobrotvorna organizacija *Zero Tolerance* („Nulta tolerancija“) objavljuje medijski vodič u kome su navedeni standardi za pravilno izveštavanje o nasilju nad ženama. Neke druge organizacije utvrdile su smernice za medijsko izveštavanje o nasilju nad ženama i te smernice su korisna alatka koja bi se mogla dalje širiti i koristiti.³⁰

²⁹ Levisonova istraga (*Leveson*) detaljna je istraga o medijskoj etici u jeku skandala s prisluškivanjem telefona koji je 2011. godine potresao Britaniju. Istraga je bila podeljena na četiri modula u kojima se istraživao odnos između štampe i javnosti, političara i policije.

³⁰ Primer predstavljaju smernice koje je 2014. godine sačinila Međunarodna federacija novinara (*International Federation of Journalists – IFJ*) za izveštavanje o nasilju nad ženama: www.ifj.org/fileadmin/images/Gender/Gender_documents/IFJ_Guidelines_for_Reporting_on_Violence_Against_Women_EN.pdf.

Saradnja između vlada, privatnog sektora i medija na promovisanju mera za sprečavanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici

Pristup koji vlade zauzmu prema nasilju nad ženama i nasilju u porodici važan je zato što taj pristup utiče i na način na koji mediji izveštavaju o tim pitanjima, kao i na ukupno angažovanje privatnog sektora u toj oblasti. Vođstvo koje pruža vlada može podstaći ili obeshrabrati privatni sektor i medije da svojim metodima i svojim stanovištima aktivno sprečavaju nasilje. U tom smislu vlade moguće usmeravati društvo da promeni način na koji percipira nasilje nad ženama tako što će sarađivati s medijskim organizacijama kada je reč o rodno zasnovanom nasilju. Tako je, na primer, u Ujedinjenom Kraljevstvu Ministarstvo unutrašnjih poslova pokrenulo televizijsku kampanju pod nazivom „Ovo je zlostavljanje“, čiji je cilj da se pomogne tinejdžerima da prepoznaju odnose koji počivaju na zlostavljanju.³¹ Osim toga, jezik koji vlada koristi da bi javnosti predočila svoju sektorsku politiku i prenela informacije o nasilju nad ženama utiče na način na koji se nasilje i žene percipiraju u društvu, jer u medijima možemo naći odjek tog jezika. Na primer, u kulturnom kontekstu koji ljude identifikuje po njihovim ulogama i pozicijama u društvu, a ne po karakteristikama njihove ličnosti, žene se često predstavljaju u kontekstu porodice umesto da se prikazuju kao individue koje imaju svoja prava i svoje odgovornosti.

Pojačavanje obuke medijskih profesionalaca u vezi s pitanjima koja se odnose na rodnu ravnopravnost i nasilje nad ženama

Kroz obrazovanje novinara vlade mogu podržati to da se koristi neseksistički i nediskriminatorni jezik i da se u manjoj meri stereotipno prikazuju žene i muškarci u

³¹ Vidi: <http://thisisabuse.direct.gov.uk/>.

medijima. U Švedskoj se to radi kroz obuku novinara Javne radio-difuzne organizacije Švedska televizija (*Sveriges Television – SVT*) u pogledu svesti o rodnoj pripadnosti. U Portugaliji, Portugalska javna televizija (*RTP*) u saradnji s Komisijom za ravnopravnost u radu i prilikom zapošljavanja, obučava svoje zaposlene u oblasti rodne ravnopravnosti, korišćenja neseksističkog jezika, načina na koji treba izveštavati o rodno zasnovanom nasilju, genitalnom sakaćenju žena, nasilju u porodici kao jednom obliku rodno zasnovanog nasilja i medijskom izveštavanju o ubistvima u kontekstu intimnih odnosa.

Na isti način, vlade mogu sugerisati da se ta tema uvede u obuku novinara putem specijalizovanih akcija u školama ili uspostavljanjem veza između profesionalaca koji se u svom poslu hvataju u koštac s nasiljem nad ženama (NVO, pravnici) i predavača u medijskom sektoru.

Promovisanje medijske samoregulacije i regulisanja diskriminatornog i nasilnog sadržaja

Seksistički i štetan sadržaj i oglasi u kojima se koriste seksualne i nasilne slike može se izbeći tako što će se mediji podstaći i ohrabriti da koriste samoregulatorne standarde. U mnogim zemljama postoje nezavisna samoregulatorna tela koja nadziru način na koji mediji poštuju skup utvrđenih standarda koji, po pravilu, obuhvataju nediskriminaciju, promovisanje rodne ravnopravnosti i rodno senzitivnog izveštavanja o nasilju nad ženama i nasilju u porodici. U jednom broju evropskih zemalja postoji i regulativa kojom se kroz delovanje zakonodavnih i regulatornih tela uređuje pitanje seksističkog i nasilnog sadržaja, a postoji i koregulisanje kada medijski sektor sarađuje s vladom na utvrđivanju skupa pravila kojima se uređuju medijski sadržaji.

Primer partnerstva na tom planu jeste partnerstvo italijanskog Ministarstva rada i socijalne politike zaduženog za jednake mogućnosti i italijanskog Instituta za samoregulisanje u oglašavanju. To partnerstvo je sklopljeno u januaru 2013. godine kako bi se osiguralo da komercijalne komunikacije „ne koriste slike koje prikazuju nasilje nad ženama ili koje podstiču nasilje nad ženama”.³²

Na Kipru postoji radio-televizijsko telo kao nezavisni samoregulatorni organ koji je, između ostalog, zadužen za uređenje sadržaja koji se emituje na privatnim radio-televizijskim kanalima, na temelju odredaba Uredbe 10/2000 o radio i televizijskim stanicama i načinu na koji one izveštavaju o pitanjima nasilja nad decom, ženama i starijim licima.³³ To telo ispituje medijski sadržaj bilo na sopstvenu

³² Savet Evrope (2014), „Kompilacija primera dobre prakse u medijima”, str. 21.

³³ *Ibid*, str. 14.

inicijativu, bilo na temelju žalbi koje pristignu iz javnosti. Jedan od glavnih prioriteta u radu tog tela jeste otklanjanje bilo kakve vrste diskriminacije po osnovu pola u sadržaju programa koji se emituju.

Španija je oduvek prednjačila u merama za borbu protiv nasilja nad ženama. Tako je 2004. godine ta zemlja donela zakon o merama za sveobuhvatnu zaštitu od rodno zasnovanog nasilja. Taj zakon počiva na multidisciplinarnom pristupu sprečavanju i tretiranju nasilja, prvenstveno se usredsređujući na obrazovanje, oglašavanje i medijsko izveštavanje o nasilju i propisujući poštovanje dostojanstva i ravnopravnosti u tom kontekstu. Španski Zakon iz 2004. o rodno zasnovanom nasilju proglasio je nezakonitim svako oglašavanje u kome se koristi degradirajuća ili diskriminatorna slika žene (član 10). Članom 14. istog zakona takođe se uređuje medijski tretman nasilja nad ženama.³⁴

Francuski Zakon o rodnoj ravnopravnosti iz 2014. godine³⁵ utvrđuje ulogu Nacionalnog audio-vizuelnog saveta (CSA) u pogledu poštovanja ženskih prava u svim audio-vizuelnim komunikacijama. CSA mora obezbediti da žene i muškarci budu pravično prikazani u svim audio-vizuelnim komunikacijama i pritom posvećuje posebnu pažnju načinu na koji su žene prikazane u emisijama, naročito vodeći računa o borbi protiv stereotipa, seksističkih predrasuda, degradirajućih slika i nasilja nad ženama.³⁶

Važno je ne samo da budu usvojeni i prihvaćeni standardi protiv štetnih sadržaja i seksističkog oglašavanja nego i da se ustanove i da se koriste i žalbeni mehanizmi. U decembru 2013. godine u Evropi je doneta prva presuda protiv seksističke prekogranične reklame na kalendaru „Devojke kompanije *Rajaneer*“ (*Girls of Ryanair*), koji je ta vazduhoplovna kompanija štampala od 2007. godine. U decembru 2012. godine, nakon što je taj kalendar svake godine objavljivan, Udruženje za zaštitu potrošača (*Alianza para la Defensa de Consumidores y Usuarios Activos – ADECUA*) iz Španije pokrenulo je u svojoj zemlji sudski postupak protiv te kampanje. Pridružili su im se Državno tužilaštvo, Ženski institut, Opservatorija za predstavu o ženi i feministička organizacija *Federación de Mujeres Progresistas*. Drugi trgovački sud u Malagi utvrdio je da su i onlajn kampanja (u kojoj je kalendar oglašavan kao sredstvo za prikupljanje novca u humanitarne svrhe) i upotreba kalendara u promovisanju usluga vazduhoplovne kompanije nezakoniti budući da

³⁴ Više podataka o tome (na španskom jeziku) može se naći na adresi: http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/lo1-2004.t1.html#c2.

³⁵ *Loi du 4 août 2014 sur l'égalité réelle entre les femmes et les hommes* (Francuska), dostupan na adresi: www.gouvernement.fr/action/la-loi-pour-l-egalite-reelle-entre-les-femmes-et-les-hommes

³⁶ Priručnik o primeni Preporuke CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara i Saveta Evrope o rodnoj ravnopravnosti i medijima.

su stjuardese prikazane „u seksualno sugestivnim pozama“ i da je „žensko telo korišćeno kao puki objekat kako bi skrenulo pažnju na samu reklamu“. Vazduhoplovnoj kompaniji je naloženo da obustavi svoju reklamnu kampanju i da to više ne ponavlja u budućnosti.³⁷

Partnerstvo u cilju pojačanog medijskog izveštavanja o rodnoj ravnopravnosti i nasilju nad ženama

Vlade takođe mogu pokušati da aktivno pojačaju i uzdignu svest o rodno zasnovanom nasilju tako što će pojačati medijsko izveštavanje o tom pitanju u svojim nacionalnim javnim servisima. U Ujedinjenom Kraljevstvu korporacija *Bi-Bi-Si* (*British Broadcasting Corporation – BBC*) pokrenula je inicijativu za nadzor nad rodnom ravnopravnošću na ekranu i van njega. Cilj inicijative jeste da se uspostavi pravična ravnoteža između načina na koji su prikazani muškarci i žene različitih uzrasta u izveštavanju javnog servisa. Isto tako u Belgiji je Flamanska radio-televizija uvela politiku raznovrsnosti kako bi tvorcima radio-televizijskih programa skrenula pažnju na različitost koja postoji u društvu. U Italiji postoji Vanredni akcioni plan za borbu protiv seksualnog i rodno zasnovanog nasilja kojem je, između ostalog, cilj uzdizanje nivoa svesti onih koji upravljaju medijima kako bi se obezbedilo da se u svim informacijama i (komercijalnoj) komunikaciji poštuje rodna zastupljenost i, naročito, slika žene koja se prikazuje.

Promovisanje saradnje na planu medijske pismenosti

Rukovodeća uloga vlade i vladino partnerstvo s medijima i privatnim sektorom važni su i za promovisanje mera koje mogu pomoći deci, roditeljima i vaspitačima da iziđu na kraj s degradirajućim sadržajem seksualne i nasilne prirode koji se sreće u medijima. Hiperseksualizacija slika i korišćenje društvenih mreža za opredmećenje žena predstavljaju novi kontekst u kome žene i muškarci, naročito mladi naraštaji, grade i izražavaju svoje identitete. Nasilničko ponašanje, hiperseksualizacija i seksizam su u porastu na univerzitetima i u školama i veoma su se brzo proširili kroz nove medije i društvene medije.³⁸ Iz tog razloga, član 17. Istambulske konvencije podstiče države potpisnice da sarađuju sa sektorom za informacione i komunikacione tehnologije u pogledu uzdizanja svesti o rizicima i da pomažu deci i

³⁷ Predmet „Ryanair case“, dostupan na adresi: www2.womenslinkworldwide.org/wlw/sitio/caso-interna.php?idcaso=387&idi=en.

³⁸ Savet Evrope (2013), „Mediji i predstava o ženama“, str. 9.

njihovim roditeljima da izbegnu potencijalnu štetu koju im može doneti korišćenje novih tehnologija.

Cilj je da se promoviše svest o društvenim medijima i medijska pismenost kroz razvoj i unapređenje veština među decom, roditeljima i vaspitačima kako bi znali kako da se postave prema štetnim informacijama i zlostavljačkom ponašanju koje se sreće u društvenim medijima. To treba raditi da bi se razvojem onlajn kapaciteta mladih ljudi oni osnažili da se svesno, nezavisno i bezbedno kreću kroz informaciono društvo (Richardson J. 2010, str. 292). Onlajn bezbednost mladih ponajviše zavisi od internet pismenosti i njihove svesti o potrebi da zaštite sopstvene, lične i osjetljive podatke, a ne od poruka u kojima im se kaže da treba da vode računa o bezbednosti i da budu oprezni.³⁹ Moraju se posebno istaći koristi od ulaganja u prevenciju zato što deca koja su tehnološki verzirana rastu u znatno manje ranjive korisnike savremenih komunikacija.

Mnoge zemlje članice Saveta Evrope preduzimaju različite mere za povećanje bezbednosti dece na internetu, u elektronskim komunikacijama i na društvenim medijima. Te mere se kreću u širokom dijapazonu od utvrđivanja kodeksa ponašanja za roditelje i decu u Albaniji;⁴⁰ preko razvoja i održavanja različitih informativnih veb-sajtova u saradnji s partnerima u privatnom sektoru radi pružanja informacija deci i roditeljima o bezbednom korišćenju interneta i elektronskih komunikacija, kao što je slučaj u Italiji;⁴¹ do toga da se roditeljima obezbeđuju softverske opcije za filtriranje, kao što je to slučaj u Turskoj.⁴²

Zlatna pravila „Zauzeti bezbedan pristup digitalnim medijima” (Švajcarska)⁴³

³⁹ Savet Evrope (2009), Priručnik za internet pismenost.

⁴⁰ Kodeks ponašanja za roditelje i decu o bezbednom i odgovornom korišćenju elektronskih komunikacija. Taj kodeks (na albanskom jeziku) dostupan je na adresi: <http://plus.al/download/Kodii-sjelljes-07-02-2013.pdf>.

⁴¹ Portal *Vita de social* (na italijanskom jeziku) (www.commissariatodips.it/vita-da-social.html) razvile su kompanije kako bi informisale korisnike interneta o softverskim sistemima zaštite, mehanizmima nadgledanja i načinu podnošenja žalbi i pritužbi. Portal je razvijen i održava se kroz partnerstvo u kome učestvuju Ministarstvo obrazovanja, Facebook, Fastweb, Google, 3(H3G), Libero, Microsoft, Poste Italiane, Telecom, Symantec, Skuola.net, Vodafone, Virgilio.it, Wind, Youtube i Gruppo Eventi. Pored tog portala, organizovani su različiti događaji kako bi se doprlo do što većeg broja korisnika, kao što su info-kamioneti sa informativnim sadržajima koji se parkiraju ispred osnovnih i srednjih škola i potom organizuju debate kako bi se uzdigao nivo svesti učenika, roditelja i nastavnika. U tim debatama težište se stavlja na odgovorno korišćenje društvenih mreža. Vidi: www.facebook.com/unavitatedasocial.

⁴² Vidi, na primer: www.guvenlinet.org/gb/.

⁴³ Švajcarski Federalni zavod za socijalno osiguranje: „Zauzeti bezbedan pristup digitalnim medijima”, na adresi:

Intervencija: U Švajcarskoj je Nacionalni program Omladina i mediji za promovisanje medijskih veština (2011–2015) razvio sveobuhvatan veb-sajt⁴⁴ na kome roditelji, nastavnici i svi ostali mogu da pronađu savete o tome kako da smanje rizike koji postoje u medijima i pruže pomoć deci uzrasta do 13 godina⁴⁵ da bezbedno koriste elektronske medije. Na tom veb-sajtu postoji obilje informacija, kao što su razne prezentacije i crtani filmovi za porodice, leci, brošure i saveti.

Deset zlatnih pravila za bezbedno korišćenje medija

- 1) Podrška je bolja od zabrane. Deci koja otkrivaju digitalni svet potrebna je podrška roditelja. Razgovarajte sa svojom decom o njihovim iskustvima s digitalnim medijima.
- 2) Deci su potrebni uzori koji umeju da koriste medije. Kada je reč o korišćenju digitalnih medija, roditelji, staratelji i vaspitači su uzori za decu i adolescente. Zato bi bilo korisno da razmislimo o sopstvenim medijskim navikama.
- 3) Pravilo 3-6-9-12. Do treće godine nema ekrana ni monitora, do šeste godine nema konzola za igrice, do devete godine nema interneta i do dvanaeste godine nema interneta bez nadzora odraslih.
- 4) Treba pratiti starosne oznake (*nije pogodno za decu mlađu od*). To važi kako za filmove (jugendundmedien.ch), tako i za kompjuterske igre (pegi.ch).
- 5) Zajednički donosite odluke o vremenu koje se provodi pred ekranom. Uključite svoju decu u odlučivanje o tome koliko vremena mogu da provedu pred ekranom ili monitorom dnevno ili nedeljno. Utvrdite jasne granice i postarajte se da se deca povinuju tim vašim zajedničkim odlukama.
- 6) Ekran i monitori nisu dadilje. Postarajte se da se vaše dete u slobodno vreme bavi aktivnostima koje nemaju nikakve veze s digitalnim medijima.
- 7) Televizori, računari i konzole za igranje igrice ne bi trebalo da se nalaze u dečjim sobama. Te uređaje postavite u zajedničkoj prostoriji (dnevnom boravku). Posebno vodite računa o pametnim telefonima i tabletima.
- 8) Proverite s kim vaše dete četuje. Deca treba da četuju sa onlajn poznanicima samo na javnim, otvorenim internet forumima i u prisustvu roditelja.
- 9) Upozorite svoje dete da na internet nikako ne unosi lične podatke. Kažite svome detetu da ne sme da unosi nikakve lične podatke, kao što je ime, adresa, uzrast i telefonski broj ako se prethodno o tome nije s vama dogovorilo.
- 10) Otvoreni razgovori su bolji od softverskih filtera. Razgovarajte sa svojim detetom primereno njegovim godinama o takvim temama kao što su seksualnost i nasilje. Softverski filteri su osetljivi, ali ne jemče potpunu zaštitu.

www.jugendundmedien.ch/fileadmin/user_upload/Chancen_und_Gefahren/Flyer_goldene_Regeln_13_Sprachen/engl_goldene_Regeln_JuM.pdf

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

⁴⁵ Jedan broj pravila je primenljiv i na adolescente.

Zaključak

Privatni sektor i mediji imaju važnu ulogu u svakodnevnom životu većine žena i muškaraca: kao poslodavci, kao radna mesta, kao proizvođači robe, usluga, medijskih sadržaja i informacione tehnologije. Među muškarcima i ženama koji rade u privatnom sektoru i koji su potrošači robe i usluga verovatno ima i žrtava, i počinilaca, i svedoka i drugih na koje utiču različiti oblici nasilja nad ženama. Radno mesto i mediji isto tako mogu biti i mesta na kojima se nasilje nad ženama sprovodi i održava, ohrabruje ili se pak, nasuprot tome, aktivno sprečava, zavisno od stavova i postupaka različitih aktera. Stoga multisektorski pristup sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici mora uključiti i privatni sektor, uključujući sektor informacione tehnologije i medije.

Istambulska konvencija predstavlja nov instrument pomoću koga države potpisnice mogu da ohrabre privatni sektor, sektor informacione tehnologije i medije da iskoriste potencijal koji poseduju i učestvuju u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Ima mnogo valjanih razloga da se privatni sektor uključi i pruži dobre primere koji treba da posluže kao uzor. Medijsko izveštavanje o nasilju u porodici, silovanju, proganjanju i seksualnom uznemiravanju koje je oslobođeno svih rodni stereotipa i koje je znatno manje senzacionalističko pomoglo bi da se osvetli stvarno pitanje o kome je reč, a to je neravnopravnost žena i muškaraca i neravnopravna podela moći u privatnim i profesionalnim odnosima.

Uzimajući kao osnov postojeće primere i stručnost, uz vođenje računa o ulogama i obavezama privatnih aktera za razliku od javnih aktera i uz dužno poštovanje za nezavisnost medija, moguće je koncipirati delotvorne programe i inicijative za ohrabivanje privatnog sektora kako bi on odigrao svoju ulogu u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

Kontrolni spisak

Član 17. nalaže državama potpisnicama da podstiču privatne kompanije i medije na šire učešće u sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Sledeći kontrolni spisak može biti od pomoći prilikom koncipiranja i sprovođenja sveobuhvatne strategije za ostvarivanje tog cilja.

- Da li su uvedene i da li se sprovode strategije i mere kako bi se podstakli privatni sektor i medijske organizacije da aktivno učestvuju u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici?
 - o Da li su privatni sektor i mediji podstaknuti da se angažuju u sprečavanju nasilja nad ženama u okviru svog brenda, etičkih standarda ili korporativne društvene odgovornosti?
 - o Da li postoje političke i liderske inicijative za angažovanje zajedno s privatnim akterima na sprečavanju nasilja?
 - o Da li je jezik komunikacije prilagođen „poslovnom pristupu“ privatnog sektora sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama?
 - o Da li inicijative koje su namenjene privatnom sektoru i medijima uzimaju u obzir različite uloge koje ti akteri mogu da imaju? Da li su te inicijative usmerene ka preduzećima u njihovoj ulozi poslodavaca, proizvođača robe i usluga, oglašivača, onih koji oblikuju stavove i onih koji su pored toga i pripadnici šire zajednice?
 - o Da li vlada u svojim sektorskim politikama i komunikacijama daje smernice / obezbeđuje mehanizme za izbegavanje seksističkog i stereotipnog jezika?
 - o Da li je obezbeđena finansijska podrška za razvoj strategija i uzdizanje nivoa svesti o sprečavanju nasilja u privatnom sektoru i medijima?
 - o Da li su utvrđeni jasni politički okviri i žalbeni mehanizmi koji obezbeđuju da se povuče seksistički i štetan sadržaj iz medija?
- Da li su utvrđene inicijative za podsticanje privatnog sektora i medija da učestvuju u sprečavanju nasilja nad ženama?

- o Da li su uvedene inicijative kao što su poreske olakšice, programi dodeljivanja nagrada, nagrade za nenasilje ili etikete koje svedoče o rodnoj ravnopravnosti da bi se stimulisalo sprečavanje nasilja u privatnom sektoru i u medijima/oglašavanju?
- o Da li postoje mehanizmi za nadzor, dalje praćenje i vrednovanje inicijativa poslodavaca u vezi sa sprečavanjem nasilja?
- Da li postoje vladine mere za uzdizanje svesti o nasilju nad ženama koje su namenski koncipirane za privatni sektor, kao i za medijske organizacije?
 - o Da li vlada objavljuje prikupljene podatke o učestalosti i troškovima nasilja nad ženama i nasilja u porodici, kao i o strategiji sprečavanja nasilja, da li su ti podaci dostupni javnosti i da li se oni namenski šalju privatnom sektoru i medijima?
 - o Da li se prikupljaju i predočavaju informacije i statistički podaci o tome kako na zaposlene utiče rodno zasnovano nasilje na radnom mestu i koliki je taj uticaj?
 - o Da li se prikupljaju i predočavaju informacije o tome kako se rodno zasnovano nasilje negativno odražava na preduzeće, produktivnost i privredni rast u vidu indirektnih i direktnih troškova?
 - o Da li uzdizanje nivoa svesti obuhvata informacije o ekonomskim i socijalnim koristima koje privrednom sektoru i medijima donosi borba protiv nasilja?
 - o Da li privatni sektor i mediji imaju mogućnost da jednostavno pristupe informacijama o dobroj praksi u borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, na radnom mestu, kod kuće i u široj zajednici?
 - o Da li se nasilje nad ženama i nasilje u porodici predstavlja kao pitanje bezbednosti na radnom mestu?
- Da li se preduzimaju mere za podsticanje poslodavaca da uvedu sektorsku politiku na radnom mestu kojom bi se sprečavalo nasilje nad ženama i koja bi omogućila da se na eventualne slučajeve nasilja odgovori?
 - o Da li je ciljani informativni materijal o nasilju nad ženama, posebno nasilju koje ima veze s radnim mestom, dostupan poslodavcima?
 - o Da li su poslodavci podstaknuti da pruže informacije i podršku zaposlenima koji su žrtve nekog oblika nasilja nad ženama, kao što je seksualno uznemiravanje, proganjanje ili nasilje u porodici?

- o Da li su poslodavci podstaknuti da uvedu sektorsku politiku na radnom mestu koja bi bila usmerena protiv seksualnog uznemiravanja (uzimajući u obzir odredbe važećeg zakonskog okvira)?
- o Da li se poslodavcima navode primeri o tome kako da preko odeljenja za ljudske resurse, postera, intraneta i drugog savetuju žrtve seksualnog uznemiravanja, proganjanja ili nasilja u porodici da potraže stručnu pomoć?
- o Da li se poslodavcima navode primeri kako da integrišu programe podrške žrtvama u programe povlastica za zaposlene, kao što je psihološka, medicinska, pravna i ekonomska podrška?
- Da li se podstiče i omogućava obuka o sprečavanju nasilja nad ženama za privatni sektor i medije?
 - o Da li se poslodavcima ukazuje na činjenicu da se privatnog sektora tiče kako nasilje na radnom mestu, tako i nasilje van radnog mesta?
 - o Da li su poslodavcima preneti stručna znanja o tome kako da podstaknu svoje zaposlene da razgovaraju o nasilju na radnom mestu? To se može, na primer, uraditi kroz obuku o tome kako razgovarati o nasilju i kako prepoznati znake nasilja na radnom mestu ili kako prepoznati znake na osnovu kojih se vidi da kolega trpi nasilje u svome domu.
 - o Da li se naglašava koliko je važno da se i muškarci i žene angažuju na sprečavanju nasilja?
 - o Da li je obuka usredsređena samo na žrtve rodno zasnovanog nasilja ili i na moguće počiniocce unutar organizacije?
- Da li se podstiče uspostavljanje partnerstava, mreža i saveza između privatnog sektora, javnog sektora i medija?
 - o Da li se udruženja poslodavaca i sindikati podstiču da se angažuju na sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici?
 - o Da li su olakšane veze i partnerstva između privatnog sektora i medija i državnih i nedržavnih organizacija koje se konkretno bave sprečavanjem nasilja nad ženama?
 - o Da li se podstiče razmena dobre prakse, kao i delotvornih metoda, instrumenata i sektorskih politika na tom planu?
 - o Da li se organizuju okrugli stolovi ili konferencije kako bi se olakšao taj vid umrežavanja?

- o Da li se privatni akteri podstiču da učestvuju u prikupljanju novčanih sredstava i pružanju finansijske podrške uslugama namenjenim žrtvama nasilja i u drugim inicijativama za hvatanje u koštac s nasiljem nad ženama?
- o Da li se poslovni sektor podstiče na razvoj proizvodnih i marketinških strategija koje mogu direktno ili indirektno da doprinesu sprečavanju nasilja i uzdizanju nivoa svesti?
- Da li se u vladinim naporima za borbu protiv rodno zasnovanog nasilja naglašava važnost privatnog sektora i medija kao onih koji oblikuju stavove u društvu?
 - o Da li se privatni sektor i mediji podstiču da prevazilaze stereotipizaciju i slepilo za rodnu ravnopravnost?
 - o Da li se preduzeća podstiču da se čvrsto pridržavaju regulatornih i samoregulatornih standarda i da se uzdržavaju od korišćenja seksističkih sadržaja u medijima i oglašavanju?
 - o Da li se akterima u privatnom sektoru stavlja do znanja činjenica da sama roba i usluge mogu doprineti vršenju i održavanju nasilja i izvitoperenoj predstavi o rodnim ulogama i o samom nasilju nad ženama?
 - o Da li vladine inicijative obuhvataju i obraćanje privatnom sektoru i medijima kroz kampanje za uzdizanje svesti i žalbene mehanizme među potrošačima?
- Da li su vladine inicijative za borbu protiv nasilja konkretno usmerene na medijske organizacije i da li ih podstiču da se one same u to uključe?
 - o Da li su mediji koji izveštavaju o nasilju nad ženama podstaknuti da kontekstualizuju zločine i analiziraju rodno zasnovano nasilje kao strukturni problem u celom društvu?
 - o Da li se mediji podstiču da se čvrsto pridržavaju regulatornih i samoregulatornih standarda kada je reč o opisivanju nasilja nad ženama?
 - o Da li se preduzimaju mere za osnivanje i jačanje nezavisnih regulatornih tela za rad medija?
 - o Da li su mere za uzdizanje nivoa svesti i obuku usmerene ka novinarima i institucijama i udruženjima za obuku novinara u cilju promovisanja

nesenzacionalističkog i nestereotipnog izveštavanja o nasilju nad ženama?

- o Da li se podstiče upotreba nestereotipnog i neseksističkog jezika u novinarstvu?
- o Da li se kroz samoregulativu podstiče izbegavanje nasilnih i seksualnih sadržaja u oglašavanju?
- o Da li se pored toga što se mediji koriste za uzdizanje nivoa svesti o sprečavanju nasilja koristi i koncipiranje delotvornih medijskih kampanja o rodno zasnovanom nasilju?
- o Da li se u vladinim inicijativama prepoznaje potencijal društvenih medija kao platforme za mobilizaciju protiv rodno zasnovanog nasilja?
- o Da li vladine inicijative podstiču medijske organizacije da sarađuju s državnim organima radi promovisanja svesti o (društvenim) medijima i pismenosti za društvene medije kako bi se među decom, roditeljima i vaspitačima podsticalo sticanje veština o tome kako izaći na kraj s degradirajućim sadržajem seksualne ili nasilne prirode u medijima?
- o Da li se različiti akteri podstiču da učestvuju u istraživanjima i uzdizanju nivoa svesti o štetnim informacijama i vidovima zlostavljačkog ponašanja u društvenim medijima i na internetu?

Ključni izvori

Ujedinjene nacije

Konvencija o eliminisanju svih oblika diskriminacije žena. Usvojena i otvorena za potpisivanje, potvrđivanje i pristupanje Rezolucijom Generalne skupštine 34/180 od 18. decembra 1979, stupila na snagu 3. septembra 1981.

Priručnik o zakonodavstvu o nasilju nad ženama (2009).

Priručnik o nacionalnim akcionim planovima o nasilju nad ženama (2012).

Savet Evrope: Standardi i izvori

Konvencija Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (Istambulska konvencija, CETS br. 210, 2011)

Konvencija Saveta Evrope o zaštiti dece od seksualnog iskorišćavanja i seksualnog zlostavljanja (Lancerote konvencija, CETS br. 201, 2007)

Savet Evrope je preko svog Komiteta ministara i Parlamentarne skupštine doneo sledeće **preporuke** o ravnopravnosti žena i muškaraca, ukidanju nasilja nad ženama i o rodnoj ravnopravnosti u medijima:

Preporuka Rec(2006)12 Komiteta ministara zemljama članicama o osnaživanju dece u novom informacionom i komunikacionom okruženju.

Preporuka Rec(2002)5 Komiteta ministara zemljama članicama o zaštiti žena od nasilja.

Preporuka br. R(84)17 Komiteta ministara zemljama članicama o ravnopravnosti žena i muškaraca u medijima.

Rezolucija Parlamentarne skupštine 1751(2010) i Preporuka 1931(2010) o borbi protiv seksističkih stereotipa u medijima.

Preporuka Parlamentarne skupštine 1882(2009) o promovisanju interneta i onlajn medijskih servisa prilagođenih maloletnicima.

Preporuka Parlamentarne skupštine 1799(2007) o slici žena u oglašavanju.

Preporuka Parlamentarne skupštine 1555(2002) o slici žena u medijima.

Informativni letak Saveta Evrope o Istambulskoj konvenciji.

Opšti pregled studija o troškovima nasilja nad ženama i nasilja u porodici (2012).

Priručnik Saveta Evrope za pismenost na internetu (2009).

Ostale međunarodne pravne obaveze i preporuke

Zapošljavanje

Postoje različite međunarodne pravne obaveze i preporuke koje se odnose na rodnu ravnopravnost i zdravlje i bezbednost kada je reč o zapošljavanju. Ti međunarodni instrumenti posebno su usredsređeni na blagostanje zaposlenih na radnom mestu. Promovisanje ravnopravnosti na radu podrazumeva sprečavanje nasilja i poboljšanje prava i podrške koja se pruža ženama i devojkama koje su žrtve nasilja.

Evropska unija

Direktiva 2006/54/EC Evropskog parlamenta i Saveta od 5. jula 2006, kojom se menja Direktiva Saveta 76/73/ECC o sprovođenju načela jednakih mogućnosti i jednakog postupanja prema muškarcima i ženama u pitanjima zapošljavanja i rada.

Međunarodna organizacija rada

Konvencija o dostojanstvenom radu radnika u domaćinstvu (Konvencija br. 189), 2011.

Konvencija o autohtonim i plemenskim narodima u nezavisnim zemljama (Konvencija br. 169) 1989.

Preporuka u vezi sa HIV i sidom u svetu rada (Preporuka br. 200), 2010.

Kodeks ponašanja u odnosu na nasilje na radnom mestu u uslužnom sektoru i mere za borbu protiv te pojave, 2003.

Rezolucija o jednakim mogućnostima i ravnopravnom postupanju prema muškarcima i ženama prilikom zapošljavanja, 1985.

Međunarodni dan žena 2013: „Stop nasilju na radu”. Osnovni izveštaj.

Saopštenje MOR na 57. zasedanju Komisije za status žena.

Evropska agencija za bezbednost i zdravlje na radu

Nasilje i uznemiravanje na radnom mestu: evropska slika (Izveštaj iz 2010).

Roba i usluge i audio-vizuelni mediji

Evropska unija

Direktiva 2004/113/EC Evropskog parlamenta i Saveta od 13. decembra 2004. o sprovođenju načela jednakog postupanja prema muškarcima i ženama u pristupu i nabavci robe i pružanja usluga.

Direktiva 2007/65/EC Evropskog parlamenta i Saveta, kojom se menja Direktiva Saveta od 13. decembra 2004. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima, podzakonskim aktima ili upravnim postupcima u zemljama članicama, a koji se odnose na obavljanje delatnosti televizijskog emitovanja.

Bibliografija

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 genderbased 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*.

Citirani vebsajtovi

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