



## Конференция

“Сексизмът в България - история, измерения и перспективи. Препоръка на Съвета на Европа за предотвратяване и борба със сексизма в Европейския съюз“

Илиана Балабанова

# Медии и сексизъм

Ролята на медиите в борбата срещу сексизма.

Стандарти за работа и предложение за етични правила

## Конференция

“Сексизмът в България - история, измерения и перспективи.  
Препоръка на Съвета на Европа за предотвратяване и борба  
със сексизма в Европейския съюз“

10 ноември 2020

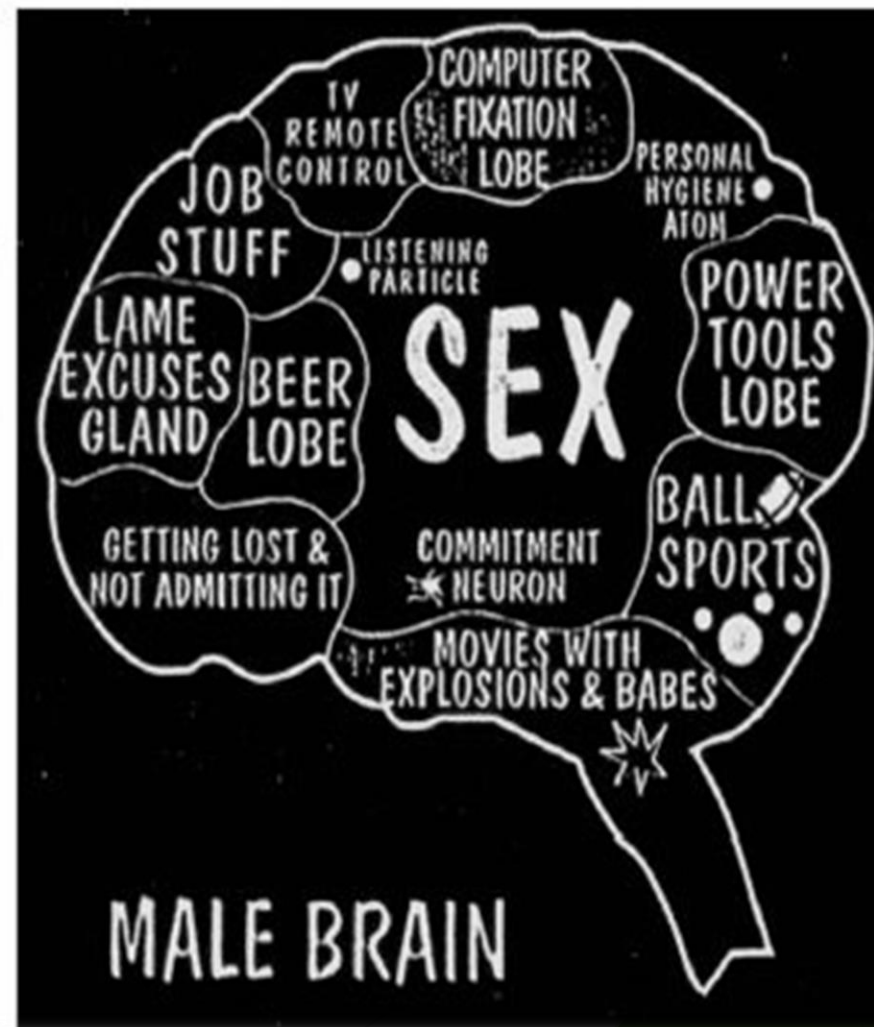
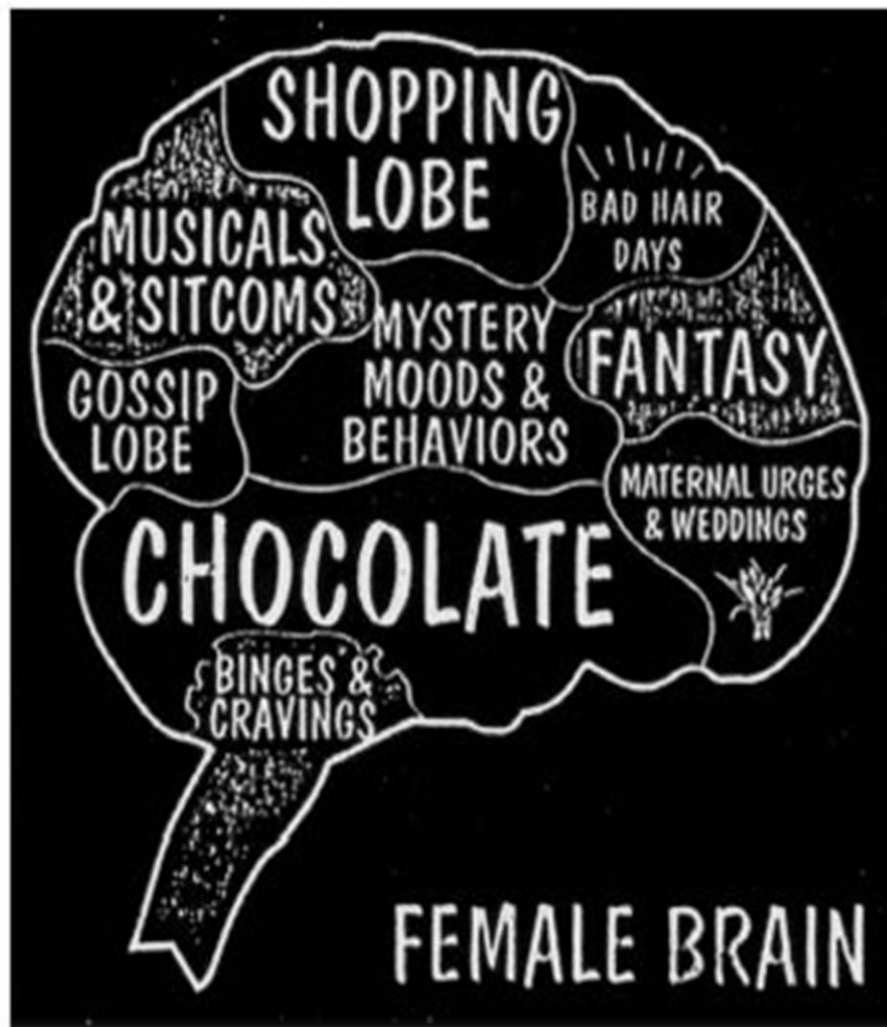
Илиана Балабанова



“Равнопоставеността между жените и мъжете [Gender equality] не означава, че жените и мъжете трябва да са еднакви,  
а че техните права, отговорности и възможности не зависят от това дали са родени мъже или жени”



# Gender Stereotypes



**Джендър стереотипите**, поставят жените и мъжете в позиция на подчиненост. Жените са по-слаби, следователно трябва да бъдат управлявани, ....дори насилвани

Сексизмът и сексисткото поведение не само се коренят, но и подсилват **ДЖЕНДЪР** стереотипите!

„София трябва да се управлява най-сетне от мъж, не от жени и не от полумъже“  
В. Сидеров, БНТ,  
30.09.2019



Преобладаващите възгледи за ролята на жените в обществото води до употребата на женомразки, хомофобски, сексистки език

## НЕЩО ПОВЕЧЕ

Насилието  
срещу жените е  
тясно свързано  
с културата на  
сексизма в  
нашето  
общество

Много често чуваме

„Вината си е нейна....  
Защо ходи сама през  
нощта;  
Защо е с тази къса  
пола;  
Къде е тръгнала сама  
в парка.....и т.н., и  
т.н.

# РОЛЯТА НА МЕДИИТЕ & РЕКЛАМАТА

Игнорирането, сексуализирането и дехуманизирането на образа на жените в медиите всъщност *затвърждава и възпроизвежда отново и отново джендър стереотипите, и допринася за сексистко отношение и поведение*

**Жените като сексуални  
обекти  
и  
насилие над жените**



# Жените са за продан:

- Сексуални обекти
- Подчинение
- Насилие





Прекалено  
красива съм,  
за да работя!

Благодаря Ви, д-р Енчев!

0887 44 24 05

Могла  
да контролирам  
живота си!



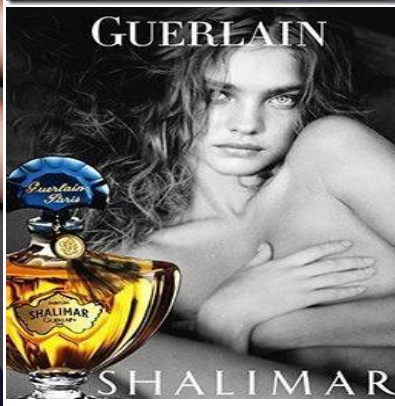
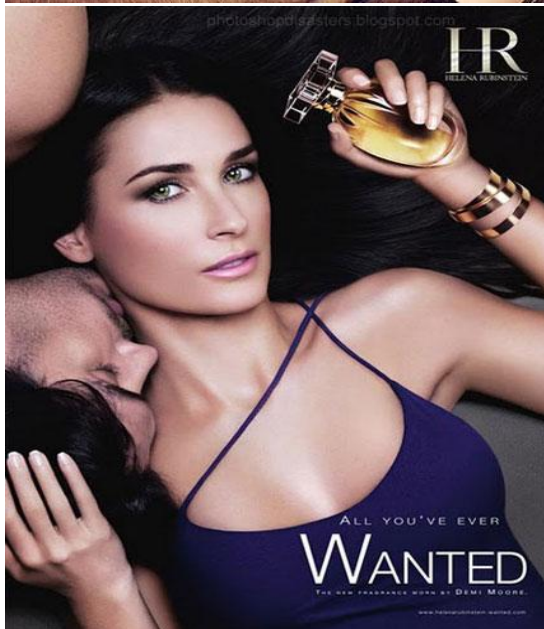
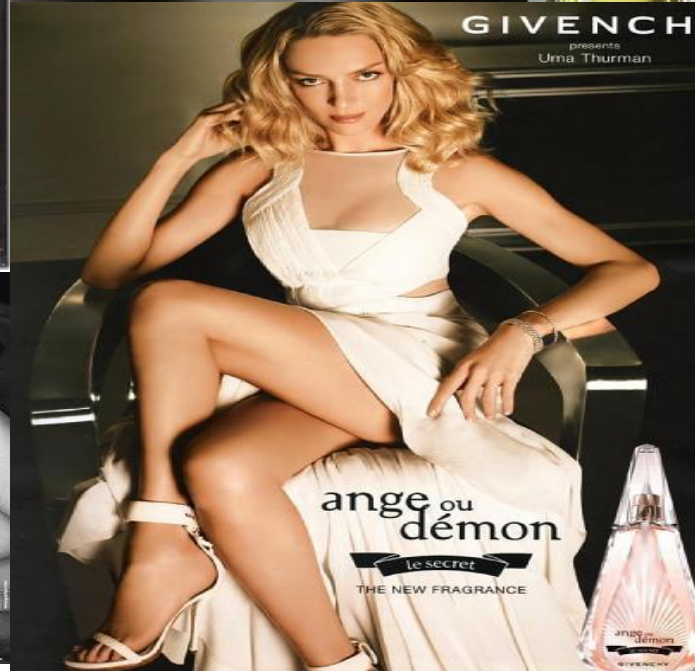
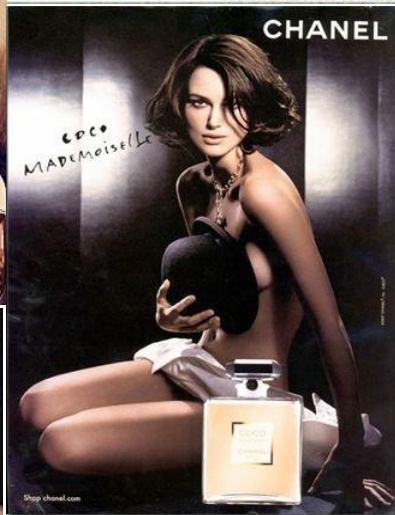
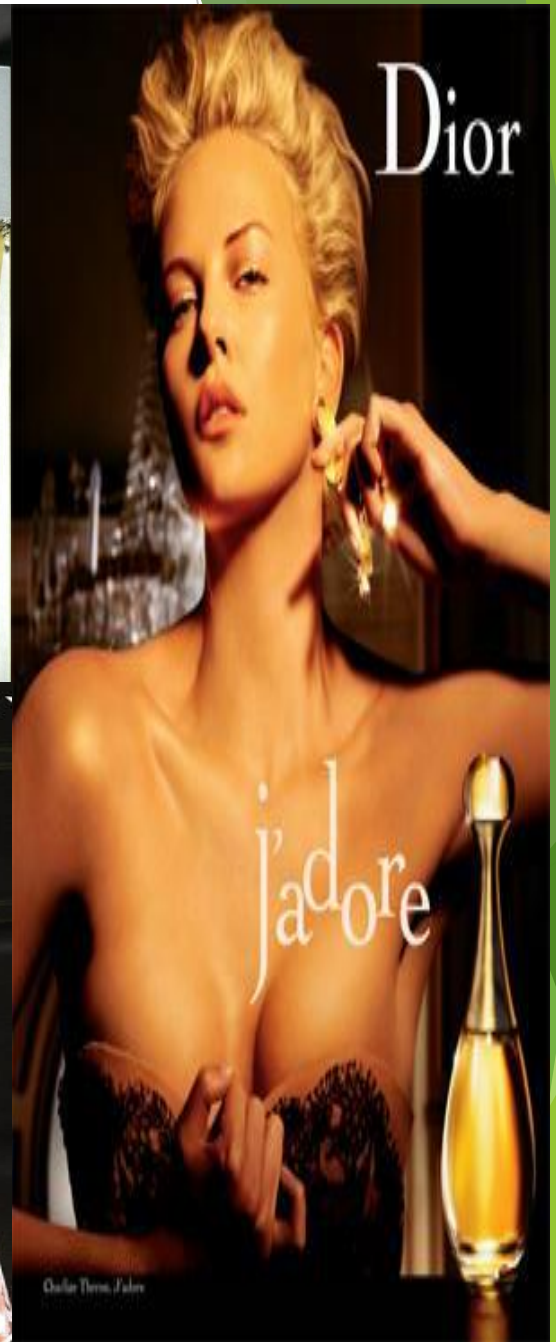
Благодаря Ви, д-р Енчев!

Всички  
се интересуват  
от мен!

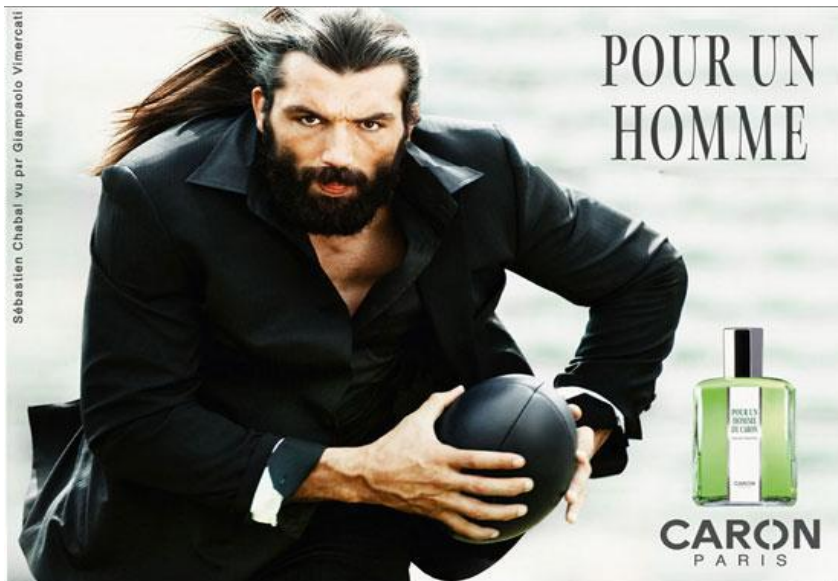


Благодаря Ви, д-р Енчев!

# Стандарти за жените



# Стандарти за мъжете



# GMMР - Who makes the news

ПРОВЕЖДА се от 1995 г. на всеки 5 години

<http://whomakestheneews.org/gmmp-campaign>

- ▶ През 2015 г. жените са едва 24% от всички хора, за които чуваме или четем в новините, /точно толкова, колкото са били и през 2010г/.
- ▶ Жените са невидими не само за традиционните медии, но и за онлайн платформите - едва 26% от новините в интернет пространството, вкл. Twitter, се отнасят за жени или представят жени
- ▶ Жените най-често са представяни като очевидци на дадено събитие, но когато се търси експертно мнение, то медиите представят преимуществено мъже-експерти /19% жени/
- ▶ Само 16% от снимките в европейските вестници показват жени на възраст над 45 години.

Телеграф, 29.09.2020

„Тя чака да ѝ сготвят  
нещо  
главозамайващо“

Статията до снимката е за  
популярен готвач и  
неговата нова съпруга  
/момичето на снимката  
не е новата съпруга/



# Препоръка [CM/Rec\(2013\)1](#) на Комитета на Министрите относно равенството между половете и медиите (приета на 10 юли 2013)

Препоръката насърчава:

- *държавите да приемат законодателство, което да осигури зачитането на човешкото достойнство и забрана на дискриминация и всяка форма на насилие в медиите;*
- *медийните организации да приемат вътрешни правила, които да осигурят представянето на жените и мъжете без стереотипи, избягването на реклами, език и съдържание, които насаждат сексизъм и биха довели до дискриминация въз основа на пола, подбуждане на омраза и насилие, основано на нетърпимост между половете.*

# Препоръка CM/RES (2019)1 за предотвратяването и борба със сексизма

- ▶ Сексизмът е обгърнат от тишина.
- ▶ Някои сфери на дейност са особено податливи към прояви на сексизъм и/или към специфични форми на сексистко поведение.

- ▶ Езикът и комуникацията са основни компоненти на равенството между половете.
- ▶ Нестереотипната комуникация води до повишаване на чувствителността и е превенция срещу сексистко поведение.



## II.C. Медии, реклама и други комуникационни продукти и услуги

Сексизмът в медиите - електронни, печатни, визуални и аудио - допринася за създаването на среда, която толерира и тривиализира „ежедневния“ сексизъм.

Той се проявява в:

- ▶ Сексуални, сексуално насочени и расистки изображения на жени и мъже, момичета и момчета;
- ▶ унизителни коментари за външния вид, облеклото и поведението на жените

- ▶ Коментари и представяне на жените и мъжете в стереотипни роли в рамките на семейството и общността
- ▶ Възпроизвеждане и утвърждаване на стереотипите по пол по отношение на жертвите на насилие, основано на пола;
- ▶ Небалансирано представяне и липса на значимо участие на жените в различни роли (експерти, коментатори), особено по отношение на жените от малцинствата

# Правителствата се приканват да предприемат мерки срещу сексизма в медиите. Част от тях:

- Законодателство за забрана на сексизма в медиите и рекламите
- Насърчаване на включването на наказателни мерки при използването на сексистки изрази, напр. третирането им като клевета
- Политики и механизми за самолегулация за премахване на сексизма, вкл. сексистката реч на омразата
- Създаването на институция, оправомощена да получава, анализира и разглежда жалби във връзка със сексизъм в медиите и в рекламите
- Въвеждане на стратегии за образование и обучение на журналисти за разпознаване на сексизма
- Провеждане на изследвания по отношение на сексизма в медиите и влиянието му върху жените и момичетата;
- Осигуряване на равнопоставено участие на жените и мъжете в процесите на вземане на решения в медиите, в т.ч. и по отношение на съдържанието
- Насърчаване на представянето на позитивни образи на жените
- Подкрепа и насърчаване на прилагането на добри практики
- Подкрепа на проекти срещу дискриминацията на жените в медиите, особено на жени от уязвими групи

## **СТАНДАРТИ на СЕ за преодоляване на джендър стереотипите и сексизма в медиите:**

- ✓ **Представяне на положителен и недискриминиращ образ на жените и мъжете;**
- ✓ **Насърчаване на медиите да прилагат политики за равнопоставеност на жените и мъжете и за преодоляване на джендър стереотипите;**
- ✓ **Намиране на пресечната точка между свободата на медиите и равнопоставеността на половете;**
- ✓ **Насърчаване на лидерството на жени в медиите, като инструмент за позитивна промяна;**

## СТАНДАРТИ на СЕ за преодоляване на джендър стереотипите и сексизма в медиите:

- ✓ Приемане и засилване на механизмите за саморегулация за борба с сексистки изображения и език;
- ✓ Активно търсене, от страна на медиите, на възможности за повишаване на образованието и чувствителността на цялото общество по конкретни теми, свързани с джендър равнопоставеността и насилието над жените.

# КЛЮЧОВИ СЪОБЩЕНИЯ ДО ОБЩЕСТВОТО КАТО ЦЯЛО:

- ▶ Джендър чувствителност - не означава жените да са поставени срещу мъжете. Означава реализъм и подкрепа както за жените, така и за мъжете.
- ▶ Когато говорим за жени, е важно да помним, че те са човешки същества с определени възможности, точно толкова, колкото и мъжете.

- ▶ Полът не предопределя и не е фактор за постигане на по-добри постижения в професията.

С изключение на няколко професии, които изискват сериозно физическо натоварване, все още няма доказателство, че жените не могат да бъдат добри политици, напр. (Съответно, няма и професия, която да бъде запазена само за жени)

## **/Само/-регулиране на медиите:**

*А. Осигуряване на общи разпоредби*

*Б. Посочване на точни примери за сексизъм и стереотипи в медиите и рекламата:*

- толериране на актове на насилие и господство;
- ролята на жената е само декоративна;
- свеждането на образа на жената до определена роля - прелъстителка, кукла, глупава, сервилна, пасивна.....;
- представянето на жената като сексуален обект, сексуално достъпна
- представянето на деца и младежи по начин, несъвместим с тяхната възраст;
- осигуряване на различни стандарти за представяне на идеали за красота - възраст, етнос, килограми....
- популяризиране на разнообразни и балансирани снимки на мъже и на жени

*С. Разработване на стандарти за поведение, мониторинг, преглед и санкции, съвместно с организации и експерти, които работят за равнопоставеност на половете.*

*Насърчаване на обратната връзка с аудиторията/потребителите*

## Някои добри практики

- *The Everyday Sexism Project* (Проект срещу сексизма в ежедневието; аудиторията споделя мнението си в онлайн платформа) <http://everydaysexism.com/>
- Radiotelevisione Italiana (RAI) 3. Седмични репортажи **Amore Criminale**, които представят случаи на жени, убити от техните съпрузи/партньори
- Белгия - **Media Emancipation Effect Report**. Създаден е инструмент за наблюдение на съдържанието на медиите

**Сексизъм: виж го! Назови го! Спри го!**

**<https://www.coe.int/bg/web/human-rights-channel/stop-sexism>**

**Сексист ли сте? Направете този тест и разберете!**

**<https://www.coe.int/bg/web/human-rights-channel/stop-sexism>**



Стани част от кампанията на Съвета на Европа срещу сексизма като споделиш

<https://www.coe.int/bg/web/human-rights-channel/stop-sexism>

в социалните мрежи, качиш линк на кампанията на твоята интернет страница, или като изпратиш твоя филм срещу сексизма на Съвета на Европа!

**ВРЕМЕ Е МЕДИИТЕ ДА  
ПОСТАВЯТ ДЖЕНДЪР ЛЕЩИ!**



БЛАГОДАРЯ ЗА  
ВНИМАНИЕТО!

Илиана Балабанова

[balabanova.sto@gmail.com](mailto:balabanova.sto@gmail.com)