ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ
ΙΣΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ - ΙΣΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ
ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ 1920

Οδηγός Καταπολέμησης των Διακρίσεων λόγω Φύλου στα ΜΜΕ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ - ΣΥΓΓΡΑΦΗ:
ΧΑΡΑ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ
ΛΑΟΥΡΑ ΜΑΡΑΤΟΥ - ΑΛΙΠΡΑΝΤΗ
ΕΙΡΗΝΗ ΦΕΡΕΤΗ

ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ: ΕΥΡΥΔΙΚΗ ΤΣΕΛΙΟΥ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
ΕΠ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ
ΕΣΠΑ 2007-2013
πρόγραμμα για την ανάπτυξη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ
ΙΣΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ - ΙΣΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ
ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ 1920

Οδηγός Καταπολέμησης των Διακρίσεων λόγω Φύλου στα ΜΜΕ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ - ΣΥΓΓΡΑΦΗ:
ΧΑΡΑ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ
ΛΑΟΥΡΑ ΜΑΡΑΤΟΥ - ΑΛΙΠΡΑΝΤΗ
ΕΙΡΗΝΗ ΦΕΡΕΤΗ

ΕΞΩΤΕΡΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ: ΕΥΡΥΔΙΚΗ ΤΣΕΛΙΟΥ

ΑΘΗΝΑ, 2015

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
Ε.Π. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ
ΕΣΠΑ 2007-2013

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οδηγός Καταπολέμησης των Διακρίσεων λόγω Φύλου στα ΜΜΕ
Copyright © **Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας**
Πρώτη Έκδοση, Νοέμβριος 2015
Σκουφά 60, 106 80 Αθήνα
Τηλ. 2103626460
htpp//: www.leagueforwomenrights.gr

ISBN: 978-618-82265-0-0

A Guide on how to Combat Gender Stereotypes in Mass Media
Copyright © **Greek League for Women Rights**
First Edition, November 2015
Skoufa 60, 106 80 Athens
Tel: +302103626460
http//: www.leagueforwomenrights.gr

Επιστημονική επιμέλεια - συγγραφή της έκδοσης:
Χαρά Καραγιαννοπούλου
Λάουρα Μαράτου-Αλιπράντη
Ειρήνη Φερέτη
Ευρυδίκη Τσέλιου

Δημιουργικό/Σελιδοποίηση:
ART&DESIGNSERVICES
Μπέττυ Χατζηγεωργίου

Εκτύπωση: Γραφικές Τέχνες «Λειμών»

*Η παρούσα έκδοση πραγματοποιήθηκε με χρηματοδότηση της **Γενικής Γραμματείας Ισότητας των Φύλων** (ΕΣΠΑ 2007-2013, Κατηγορία Πράξης 3.2.4. «Υποστήριξη των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (Γυναικείων Οργανώσεων)».*

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση ή αναπαραγωγή του παρόντος έργου στο σύνολό του ή τμημάτων του με οποιονδήποτε τρόπο, καθώς και η μετάφραση η εκμετάλλευσή του με οποιονδήποτε τρόπο αναπαραγωγής με βάση το Ν. 100/1975. Επίσης απαγορεύεται η αναπαραγωγή της στοιχειοθεσίας, της σελιδοποίησης, του εξωφύλλου και γενικότερα της όλης αισθητικής του βιβλίου με φωτοτυπίες, ηλεκτρονικές ή οποιεσδήποτε άλλες μεθόδους, σύμφωνα με το Άρθρο 51 του Ν. 2121/1993.

Οδηγός
Καταπολέμησης των Διακρίσεων λόγω Φύλου στα ΜΜΕ

Περιεχόμενα

Σύνοψη.....7

1. Το φαινόμενο των διακρίσεων λόγω φύλου στα ΜΜΕ και η ιδιαιτερότητά του.....12

Εισαγωγή.....12

Έμφυλη βία και ΜΜΕ.....13

Στερεότυπα λόγω φύλου στη διαφήμιση.....13

Σχέδιο Δράσης *«Συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου όπως παρουσιάζονται στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ενημέρωσης»* (2013-2015).....15

Στόχοι του Οδηγού και Ομάδες Στόχου.....16

2. Διεθνές και Περιφερειακό πλαίσιο πολιτικών για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ

Εισαγωγή.....17

I. Διεθνείς θεσμοί πολιτικών ισότητας.....18

II. Περιφερειακοί/ευρωπαϊκοί θεσμοί πολιτικών ισότητας.....20

Συμβούλιο της Ευρώπης/Council of Europe.....20

Ευρωπαϊκή Ένωση/European Union.....23

Ευρωπαϊκή Επιτροπή/European Commission.....24

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο/European Parliament.....26

Ευρωπαϊκό Συμβούλιο/European Council.....29

Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων/EIGE.....30

Ευρωπαϊκό Λόμπι Γυναικών /European Women's Lobby.....31

Συμπερασματικές σκέψεις.....34

3. Εθνικό πλαίσιο πολιτικών ισότητας
Εισαγωγή....35
Νομοθετικές πρωτοβουλίες....36
Δράσεις από αρμόδιους φορείς της πολιτείας, φορείς επαγγελματιών των ΜΜΕ & ΜΚΟ....37
Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (ΓΓΙΦ)....37
Κέντρο Ερευνών για θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ)....39
Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ)....41
Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)....43
Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας (ΣΔΓ) - Σεμινάρια για δημοσιογράφους....43
Συμπερασματικές σκέψεις....45

4. Διεθνείς και Ευρωπαϊκές Καλές Πρακτικές καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ
Εισαγωγή....47
I. Καλές Πρακτικές χωρών της ΕΕ....48
Ισπανία....52
Μάλτα....52
Ιρλανδία....54
II. Καλές Πρακτικές χωρών εκτός της ΕΕ....54
Καναδάς....54
Αυστραλία....55

5. Προτάσεις για μια Εθνική Πολιτική καταπολέμησης των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ
Εισαγωγή....57
Προτεινόμενες Δράσεις
1. θέσπιση Ειδικής Νομοθεσίας....57
2. θέσπιση Κωδίκων Δεοντολογίας.... 58
3. θέσπιση ειδικών Διατάξεων για τον περιορισμό της προβολής της έμφυλης βίας....59
4. Εκπαίδευση και Ευαισθητοποίηση των δημοσιογράφων και του κοινού σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ....60

Παραρτήματα
1. Γλωσσάριο όρων....61
2. Βιβλιογραφία....66
3. Εικόνες Αρνητικών - θετικών στερεοτύπων....74

Σύνοψη

Στη σύγχρονη εποχή της ραγδαίας ανάπτυξης των νέων τεχνολογιών και του διαδικτύου όπου η πληροφορία μεταδίδεται πέρα από τα εθνικά σύνορα, ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) έχει ενδυναμωθεί. Τα ΜΜΕ δεν συνιστούν μόνο πόλους ενημέρωσης για το κοινό, αλλά διαμορφώνουν και αναπαράγουν αντιλήψεις, εικόνες και απόψεις, που έχουν άμεση επιρροή σε αυτό. Παράλληλα, αναπαράγουν, συντηρούν ή και δημιουργούν έμφυλα στερεότυπα, τα οποία δεν αμφισβητούνται, παρά το γεγονός ότι συνιστούν μορφή διάκρισης σε βάρος των γυναικών.

Κατά κανόνα, τα ΜΜΕ αποδίδουν εκ των προτέρων στις γυναίκες ρόλους και χαρακτηριστικά τα οποία πολλές φορές συνιστούν προσβολή για τις ίδιες και δεν ανταποκρίνονται στους ποικίλους ρόλους που έχουν στη δημόσια και ιδιωτική ζωή. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες προβάλλονται ως σεξουαλικά αντικείμενα ή αντικείμενα της ανδρικής επιθυμίας, είτε προβάλλονται κυρίως στους παραδοσιακούς ρόλους της συζύγου, μητέρας, ερωμένης, αποσιωπώντας έτσι άλλους ρόλους που έχουν σήμερα οι γυναίκες π.χ. εργαζόμενη, γυναίκα σε θέσεις ευθύνης κλπ. Παράλληλα, τα ΜΜΕ, κυρίως στο χώρο της διαφήμισης, δεν διστάζουν να χρησιμοποιήσουν σεξιστικές εκφράσεις ή εικόνες, οι οποίες προβάλλουν τις γυναίκες ως κατώτερες και ως άτομα με λιγότερες και πιο περιορισμένες ικανότητες σε σχέση με τους άνδρες. Αξίζει, επίσης, να αναφερθεί ότι και στις περιπτώσεις προβολής περιστατικών έμφυλης βίας, οι γυναίκες προβάλλονται ως θύματα υπεύθυνα για την έμφυλη βία που υπέστησαν. Με άλλα λόγια, τα ΜΜΕ εξακολουθούν να προβάλλουν αναχρονιστικά πρότυπα γυναικών, παρά την έντονη παρουσία των γυναικών σήμερα σε πλήθος τομέων της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής.

Ο σύνθετος χαρακτήρας του προβλήματος των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και οι ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειές του στην προσωπικότητα (χαμηλή αυτοεκτίμηση, αυτοαντίληψη) και στην υγεία των γυναικών (ψυχολογικές και διατροφικές διαταραχές π.χ. ανορεξία, βουλιμία) αποτελούν την κοινή παραδοχή των διεθνών και ευρωπαϊκών οργανισμών, των φορέων πολιτικών ισότητας (Ηνωμένα Έθνη/United Nations, Συμβούλιο της Ευρώπης/Council of Europe, Ευρωπαϊκή Επιτροπή/European Commission, Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο/European Parliament, Ευρωπαϊκό Συμβούλιο/European Council, Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων/European Institute for Gender Equality-EIGE) καθώς και των φορέων της κοινωνίας των πολιτών (Ευρωπαϊκό Λόμπι Γυναικών/European Women's Lobby-EWL).

Στη λογική αυτή, οι διεθνείς θεσμοί πολιτικών ισότητας (ο ΟΗΕ και η αρμόδια Επιτροπή του ΟΗΕ για τις γυναίκες-UN Women) υιοθέτησαν δύο θεμελιώδη κείμενα (**τη Σύμβαση για την Εξάλειψη όλων των Μορφών Διακρίσεων Κατά των Γυναικών/Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW) και την Πλατφόρμα**

Δράσης του Πεκίνου/Beijing Platform for Action). Αυτά αφενός αναγνωρίζουν ρητά τις έμφυλες διακρίσεις ως μορφή διακρίσεων κατά των γυναικών και αφετέρου αναγνωρίζουν για πρώτη φορά τα ΜΜΕ ως χώρο έμφυλων διακρίσεων κατά των γυναικών. Πέραν, όμως, από την αναγνώριση του προβλήματος των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ, τα κείμενα αυτά, θέτουν επίσης συγκεκριμένες κατευθυντήριες γραμμές προς τα κράτη και τα συμβαλλόμενα μέρη για την ουσιαστική αντιμετώπισή του.

Τα κείμενα της CEDAW και της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου αποτελούν επίσης την κύρια βάση πάνω στην οποία εδράζονται όλες οι νομοθετικές (Οδηγίες, Συνθήκες κλπ) και θεσμικές (Ψηφίσματα, Εκθέσεις, Συστάσεις) παρεμβάσεις των ευρωπαϊκών θεσμών, οργάνων και φορέων πολιτικών ισότητας.

Οι νομοθετικές και θεσμικές αυτές παρεμβάσεις έχουν δημιουργήσει ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς για όλα τα κράτη-μέλη σχετικά με την αντιμετώπιση του ζητήματος των έμφυλων στερεοτύπων, με τα εξής κύρια σημεία δράσης:

- Την ισορροπημένη (απαλλαγμένη από έμφυλα στερεότυπα) προβολή των γυναικών στα ΜΜΕ, μέσω της προβολής των ποικίλων σύγχρονων ρόλων που κατέχουν οι γυναίκες.
- Την αποφυγή χρήσης σεξιστικής γλώσσας και εικόνων.
- Τη θέσπιση ειδικής νομοθεσίας και διατάξεων καθώς και Κωδίκων Δεοντολογίας που καταδικάζουν ως παράνομη την προβολή υλικού που προσβάλλει τις γυναίκες και προωθεί τις έμφυλες διακρίσεις, ενώ παράλληλα προβλέπουν ποινές και πρόστιμα για τους αρμόδιους φορείς των ΜΜΕ.
- Την κατάλληλη επιμόρφωση και ενημέρωση του κοινού, των δημοσιογράφων και των εργαζομένων στα ΜΜΕ σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα και τις αρνητικές τους συνέπειες.
- Την ενθάρρυνση της συμμετοχής των γυναικών σε όλους τους τομείς της δημόσιας ζωής μέσω της προβολής αντίστοιχων θετικών προτύπων γυναικών που διαπρέπουν σε διάφορους τομείς της ζωής και
- Την ενίσχυση του ρόλου των γυναικείων ΜΚΟ (Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων) μέσω της συμμετοχής τους στη διαμόρφωση της σχετικής νομοθεσίας.

Αυτό το κοινό πλαίσιο αναφοράς που έχουν χαράξει οι ευρωπαϊκοί θεσμοί, οργανισμοί και φορείς πολιτικών ισότητας αποτέλεσε και αποτελεί τον «Χάρτη πορείας» για αρκετά κράτη (ευρωπαϊκά και μη) στην αντιμετώπιση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, η Ισπανία έχει αναπτύξει και εφαρμόζει νομοθεσία με ειδικές διατάξεις για τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ. Ακόμη, η Ιρλανδία, η Μάλτα καθώς και η Αυστραλία και ο Καναδάς έχουν υιοθετήσει Κώδικες Δεοντολογίας και κατευθυντήριες γραμμές για τη λειτουργία των δημόσιων και ιδιωτικών ΜΜΕ, οι οποίοι διαμορφώνουν ένα συγκεκριμένο πλαίσιο για τον τρόπο προβολής των γυναικών στα ΜΜΕ. Παράλληλα, καταδικάζουν την προβολή κάθε υλικού που δε διαμορφώνεται σύμφωνα με τα κριτήρια που προβλέπουν οι Κώδικες Δεοντολογίας. Οι παραπάνω χώρες αποτελούν παραδείγματα χωρών που εφαρ-

μόζουν μια σειρά από Καλές Πρακτικές για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ.

Ωστόσο, οι δυσκολίες και τα ελλείμματα ελλοχεύουν ακόμη στο υπάρχον νομοθετικό και θεσμικό πλαίσιο των ευρωπαϊκών κρατών και καθιστούν δύσκολη την προώθηση της ισότητας των φύλων στα ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, ορισμένα θεσμικά και νομοθετικά ελλείμματα που παρατηρούνται είναι:

- Ο μη δεσμευτικός χαρακτήρας των Κωδίκων Δεοντολογίας
- Η έλλειψη περιεκτικών και εξειδικευμένων διατάξεων για το περιεχόμενο των έμφυλων διακρίσεων στη νομοθεσία που έχουν υιοθετήσει τα κράτη και
- Η αντιμετώπιση του ζητήματος των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ από τη νομοθεσία ως μία εκ των πολλαπλών διακρίσεων και όχι ως ξεχωριστή μορφή διάκρισης.

Πού βρίσκεται όμως η **Ελλάδα** βάσει του διεθνούς και ευρωπαϊκού πλαισίου και βάσει των καλών πρακτικών που αναφέρθηκαν παραπάνω; Η Ελλάδα, αν και έχει πραγματοποιήσει ορισμένα βήματα προς την υιοθέτηση και εφαρμογή ενός κανονιστικού πλαισίου (επικύρωση CEDAW, ενσωμάτωση Κοινοτικής Οδηγίας για τις υπηρεσίες των οπτικοακουστικών μέσων), οι αρμόδιοι φορείς της πολιτείας (Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων (ΓΓΙΦ), Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας, Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ) καθώς και οι συμβουλευτικοί φορείς (Κέντρο Έρευνας για θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ) και οι επαγγελματικές ενώσεις (Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών-ΕΣΗΕΑ), δεν έχουν προβεί σε ουσιαστικές μεταρρυθμιστικές τομές στο υπάρχον πλαίσιο λειτουργίας των ΜΜΕ, με στόχο την αντιμετώπιση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Παράλληλα, οι αρμόδιοι φορείς της κοινωνίας των πολιτών (γυναικείες ΜΚΟ) δεν έχουν αναπτύξει ένα επαρκές πλαίσιο δράσεων και προγραμμάτων για την ευαισθητοποίηση και επιμόρφωση του κοινού και των εργαζομένων στα ΜΜΕ σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα.

Ο παρών **Οδηγός Καταπολέμησης των Διακρίσεων λόγω Φύλου στα ΜΜΕ** φιλοδοξεί να καλύψει -στο μέτρο του δυνατού- αυτό το κενό που παρατηρείται μεταξύ της πολιτικής για την ισότητα και των πολιτικών στη χώρα μας. Με άλλα λόγια, ο στόχος του Οδηγού είναι διττός: α) αφενός να αποτελέσει ουσιαστική πηγή πληροφόρησης και ενημέρωσης για τους δημοσιογράφους, εργαζόμενους στα ΜΜΕ και κάθε ενδιαφερόμενο πολίτη σχετικά με τις διεθνείς και ευρωπαϊκές δράσεις των θεσμών, οργανισμών και φορέων πολιτικών ισότητας καθώς και τις Καλές Πρακτικές που έχουν υιοθετήσει άλλες χώρες για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων και β) αφετέρου να αποτελέσει πηγή περαιτέρω προβληματισμού και κινητοποίησης για τους αρμόδιους θεσμούς και φορείς της πολιτείας και της κοινωνίας των πολιτών, ώστε η χώρα να αναπτύξει ένα συνεκτικό θεσμικό και νομοθετικό πλαίσιο για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ το οποίο θα πρέπει να περιλαμβάνει:

Θέσπιση ειδικής νομοθεσίας. Αυτή θα εδράζεται στις αρχές της ισότητας των φύλων και του σεβασμού της προσωπικότητας του ατόμου, θα αντιμετωπίζει τα ΜΜΕ ως διακριτό τομέα έμφυλων διακρίσεων και θα περιλαμβάνει περιεκτικούς ορισμούς για τις έννοιες των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και τις διακρίσεις που προκύπτουν από αυτά. Παράλληλα, η νομοθεσία θα ορίζει με σαφήνεια ως παράνομη την προβολή κάθε οπτικοακουστικού υλικού που προβάλλουν τα ΜΜΕ και προωθεί τις έμφυλες διακρίσεις ή συνιστά προσβολή για την προσωπικότητα των γυναικών. Ακόμη, θα προβλέπει αυστηρό πλαίσιο ποινών (χρηματικών και άλλων) για όλους τους αρμόδιους φορείς των ΜΜΕ που δεν λειτουργούν σύμφωνα με τη σχετική νομοθεσία. Επίσης, η νομοθεσία θα δίνει ουσιαστικό βήμα διαλόγου στις γυναικείες ΜΚΟ μέσω της δυνατότητας συμμετοχής τους στη διαμόρφωση της νομοθεσίας και της δυνατότητας προσφυγής τους στη δικαιοσύνη, σε περίπτωση που διαπιστώνουν προβολή παράνομου υλικού στα ΜΜΕ.

Θέσπιση ειδικών Κωδίκων Δεοντολογίας. Αυτοί θα περιλαμβάνουν ένα σύνολο κριτηρίων και κατευθυντήριων γραμμών σχετικά με την ορθή και ισόρροπη προβολή των γυναικών και των ανδρών στα ΜΜΕ. Μεταξύ των κριτηρίων αυτών περιλαμβάνονται: α) η προβολή των ποικίλων σύγχρονων ρόλων που έχουν οι άνδρες και οι γυναίκες στη δημόσια και την ιδιωτική ζωή, β) ο πλουραλισμός στην προβολή των ηλικιών, των ικανοτήτων, των επαγγελμάτων των ανδρών και των γυναικών καθώς και στην προβολή των οικογενειακών μοντέλων, γ) η προβολή θετικών προτύπων ανδρών και γυναικών ως εξίσου ικανών ατόμων σε διάφορους τομείς της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής, δ) η αποφυγή χρήσης σεξιστικής γλώσσας και ε) η χρήση όρων που προωθούν την ισότητα των δύο φύλων.

Θέσπιση ειδικών διατάξεων για τον περιορισμό της προβολής έμφυλης βίας. Αυτές, μεταξύ άλλων, θα προβλέπουν: α) την αποφυγή προβολής των γυναικών ως θυμάτων-υπεύθυνων για την έμφυλη βία που υπέστησαν, β) την απαγόρευση της προβολής περιεχομένου που παρουσιάζει την έμφυλη βία ως «φυσιολογική», υποκινώντας με αυτό τον τρόπο έμμεσα στην αποδοχή της και γ) την υπεύθυνη και αντικειμενική στάση των δημοσιογράφων μέσω της ισόρροπης παρουσίασης περιστατικών έμφυλης βίας (δημόσιου και ιδιωτικού χώρου) και της αποσιώπησης λεπτομερειών (π.χ. τρόπο ένδυσης του θύματος) οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν στη λανθασμένη ή στρεβλή μετάδοση των πληροφοριών.

Συνεργασία όλων των αρμόδιων φορέων της πολιτείας και της κοινωνίας των πολιτών με στόχο την από κοινού διαμόρφωση Καλών Πρακτικών όπως: ενημερωτικές δράσεις, εκπομπές ειδικού περιεχομένου, ημερίδες, εκπαιδευτικά προγράμματα στα σχολεία, επιμορφωτικά σεμινάρια και εκστρατείες ευαισθητοποίησης, που θα απευθύνονται στο κοινό και ιδιαίτερα στα άτομα που είναι πιο ευάλωτα στις εικόνες και στα πρότυπα που προβάλλουν τα ΜΜΕ όπως π.χ. τα άτομα νεαρής ηλικίας καθώς και οι δημοσιογράφοι και οι επαγγελματίες που εργάζονται στο χώρο των ΜΜΕ.

1 Το φαινόμενο των διακρίσεων λόγω φύλου στα ΜΜΕ και η ιδιαιτερότητά του

Εισαγωγή

Είναι γεγονός ότι η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας τελειοποίησε τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ), γεγονός που διευκόλυνε την παγκόσμια επικοινωνία και την είσοδο σε μια νέα φάση λειτουργίας τους. Η άμεση και συνεχής ενημέρωση, που αποκτά τόση ευρύτητα όσο και μαζικότητα, μετουσιώνεται σε πρωταρχικό εφόδιο για κάθε άτομο που θέλει να ενημερώνεται. Πράγματι, οι δυνατότητες που μας παρέχουν σήμερα τα ΜΜΕ, αποτελούσαν απλησίαστα οράματα μόλις πριν από μια δεκαετία.

Με τις εξελίξεις αυτές, η ενημέρωση ξεπερνά τα καθιερωμένα πεδία, δηλαδή αυτά της ενημέρωσης πάνω στα πολιτικά, επιστημονικά και κοινωνικά δρώμενα και αποκτά ένα διαφορετικό χαρακτήρα. Έτσι, τα ΜΜΕ διαδραματίζουν ρόλο διαμορφωτή της κοινής γνώμης και αναπαραγωγού απόψεων και αντιλήψεων. Και βέβαια αναπαράγουν, συντηρούν ή και δημιουργούν στερεότυπα για τα δύο φύλα, τα οποία συνήθως ασυνείδητα δεν αμφισβητούνται. Τα στερεότυπα, όμως, όπως γνωρίζουμε, αποτελούν τη βαθύτερη αιτία των ανισοτήτων σε βάρος των γυναικών που παραμένουν ακόμη στην κοινωνία μας.

Όπως έχει επισημανθεί διεθνώς, όλες οι μορφές και οι τύποι επικοινωνίας εξακολουθούν να προβάλλουν στερεότυπες κοινωνικές αναπαραστάσεις, εικόνες και πρότυπα για τις κατάλληλες κατά φύλο συμπεριφορές, εμποδίζοντας έτσι την επίτευξη της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών. Ακόμη, οι γυναίκες εξακολουθούν να έχουν μειωμένη παρουσία στις ανώτερες θέσεις διοίκησης στους οργανισμούς των ΜΜΕ.

Δυστυχώς, όμως, οι διάφορες θεσμικές και νομοθετικές παρεμβάσεις, ρυθμίσεις, πρωτοβουλίες και καλές πρακτικές που έχουν υλοποιηθεί και εφαρμόζονται μέχρι σήμερα διεθνώς αλλά και στη χώρα μας, δεν είχαν τα αναμενόμενα αποτελέσματα στην καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Κατά συνέπεια, οι στερεοτυπικές αναπαραστάσεις, διακρίσεις και προκαταλήψεις για τα δύο φύλα εξακολουθούν να αναπαράγονται και να προβάλλονται μέσα από μηνύματα στα οπτικοακουστικά μέσα ενημέρωσης καθώς και στα δημοσιεύματα στον τύπο.

Πράγματι, τα ΜΜΕ ακολουθώντας τους κανόνες της αγοράς και τις πρακτικές της υψηλής ακροαματικότητας δεν προωθούν τον πλουραλισμό και την ποιότητα, αλλά, κατά κανόνα, επιβάλουν τις δικές τους απόψεις, κανόνες, αξίες και έμφυλα πρότυπα, αναδεικνύοντας τη γυναίκα ως κατώτερη, ενώ το γυναικείο σώμα γίνεται συχνά αντικείμενο εμπορευματοποίησης.

ΕΜΦΥΛΗ ΒΙΑ ΚΑΙ ΜΜΕ

Ο κυρίαρχος ρόλος των ΜΜΕ στη συντήρηση και αναπαραγωγή των ανδρικών και γυναικείων στερεοτύπων μαζί με την αυξανόμενη προβολή της βίας λειτουργεί προς την αντίθετη κατεύθυνση από αυτήν της ισότητας, της αλληλεγγύης, της συντροφικότητας και του σεβασμού των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων.

Τα ΜΜΕ επιτελούν έναν ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση των πολιτών καθώς και στη διαμόρφωση των κοινωνικών αντιλήψεων απέναντι σε κοινωνικά φαινόμενα όπως είναι οι διάφορες μορφές βίας κατά των γυναικών: η ενδοοικογενειακή βία, η σεξουαλική βία, ο βιασμός, η πορνεία, η πορνογραφία, ο ακρωτηριασμός των γεννητικών οργάνων, το trafficking και η σεξουαλική παρενόχληση στον εργασιακό χώρο. Τα φαινόμενα αυτά γνωστά και ως «κοινωνικά προβλήματα» είναι, σύμφωνα με τον κοινωνιολογικό ορισμό, υπαρκτές καταστάσεις, οι οποίες παραβιάζουν θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα, έρχονται σε σύγκρουση με τις κυρίαρχες κοινωνικές αξίες και απαιτούν δράση για την καταπολέμηση και εξάλειψή τους.

Έχει ιδιαίτερη σημασία να τονιστεί ότι, προκειμένου ο ρόλος των ΜΜΕ να είναι αποτελεσματικός στην πρόληψη της βίας κατά των γυναικών, πρέπει να αποτελεί συστηματικά μέρος ενός ευρύτερου σχεδίου δράσης με τις απαιτούμενες υποστηρικτικές δομές και την παροχή υπηρεσιών για τα θύματα και τις οικογένειές τους. Είναι σαφές ότι η έλλειψη ή η ανεπάρκεια αυτών των δομών δεν είναι δυνατόν να αναπληρωθεί απλώς με την επικοινωνία και την πληροφόρηση.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα του περιεχομένου των μηνυμάτων που χρησιμοποιούνται στα ΜΜΕ για την πρόληψη και αντιμετώπιση της βίας είναι:
οι ποινικές κυρώσεις που επιβάλλονται στους δράστες (γνωστοποίηση της νομοθεσίας), η κοινωνική αποδοκιμασία για τέτοιου είδους πράξεις και συμπεριφορές (real men don't hit women), η ενθάρρυνση των θυμάτων και του φιλικού/συγγενικού περιβάλλοντος να καταγγέλλουν τα περιστατικά που γίνονται αντιληπτά και να αναζητούν βοήθεια (τηλεφωνικές γραμμές, κέντρα υποστήριξης, κλπ).

Απέναντι σε θλιβερά φαινόμενα βίας, παραβιάσεων και εγκλημάτων που χαρακτηρίζουν τις σύγχρονες κοινωνίες, τα ΜΜΕ με τη μοναδική δυνατότητα πρόσβασης που διαθέτουν σε εκατομμύρια πολιτών μπορούν να αποτελέσουν ένα ισχυρό εργαλείο για την προσέγγιση των στόχων της προστασίας των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, της ισότητας των φύλων, της εξάλειψης των στερεοτύπων και της πρόληψης κάθε μορφής βίας.

ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΑ ΛΟΓΩ ΦΥΛΟΥ ΣΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Ο κόσμος της διαφήμισης αποτελεί αδιάσπαστο μέρος της καθημερινής ζωής μεταφέροντας μια ιδεολογία εκφρασμένη με πανομοιότυπο τρόπο σε όλα τα γεωγραφικά μήκη και

πλάτη. Σε αυτό το κοινωνικό πλαίσιο η διαφήμιση, απομακρυσμένη όλο και περισσότερο από την πραγματικότητα, γίνεται ένας καθρέφτης, έστω παραμορφωτικός, των κοινωνικών ρόλων των φύλων. Συγχρόνως, όμως, είναι και φορέας ιδεολογίας που άλλοτε αναπαράγει και άλλοτε δημιουργεί στερεότυπα (μεταξύ αυτών και στερεότυπα φύλου), τα οποία επιβάλλονται και διαμορφώνουν τα άτομα.

Είναι αδιαμφισβήτητο πως τα γυναικεία πρότυπα της τηλεοπτικής διαφήμισης είναι στην πλειονότητά τους παραδοσιακά. Οι γυναικείες εικόνες των διαφημιστικών μηνυμάτων αναφέρονται στους αρχετυπικούς ρόλους της γυναίκας, αυτούς που εύκολα αναγνωρίζει η κοινωνία: η μητέρα, η σύζυγος, η ερωμένη. Οι γυναίκες της παραδοσιακής διαφήμισης τοποθετούνται στο σπίτι, κάνουν οικιακές εργασίες, ολοκληρώνονται μέσω μιας σεξουαλικότητας που έχει στόχο την αναπαραγωγή ή μεταμορφώνονται σε ονειρικά πλάσματα που σαγηνεύουν τους άντρες πάντα μέσα σε μια πλήρη αδράνεια. Ακόμη, όμως, και στις περιπτώσεις προβολής μοντέρνων εικόνων, οι γυναίκες παρουσιάζονται εντός ενός πλαισίου καθορισμένου βάσει των στερεοτύπων του φύλου. Οι μοντέρνες εικόνες σχετίζονται κυρίως με τη γυναικεία εργασία. Έτσι, οι γυναίκες εμφανίζονται σε ορισμένα επαγγέλματα και θέσεις που απαιτούν επένδυση και ενεργητικότητα και οι άνδρες εμφανίζονται να εκτελούν οικιακές εργασίες. Βέβαια, τα επαγγέλματα στα οποία εμφανίζονται (γυναίκες και άνδρες) είναι σε μεγάλο βαθμό στερεοτυπικά και η απεικόνιση ή προβολή των ανδρών σε ρόλους οικιακούς σχετίζεται κυρίως με την ευκολία της χρήσης προηγμένης τεχνολογίας οικιακών συσκευών (πρόκειται για τη στερεότυπη διασύνδεση της ευκολίας στη χρήση της τεχνολογίας με την αρρενωπότητα). Όσον αφορά δε την περίπτωση της χρήσης του ελεύθερου χρόνου, οι διαφημίσεις (ακόμη και οι μοντέρνες) μετατρέπουν τις γυναίκες σε μυθικές φιγούρες (ημίγυμνες, με τέλειο σώμα, αισθησιακές, μαυρισμένες κλπ) που απολαμβάνουν το χρόνο τους, αφήνοντας ανοικτή τη φαντασία για όλες τις απολαύσεις που συνοδεύουν τη φυγή από την καθημερινότητα. Οι περιπτώσεις προβολής υπερσύγχρονων εικόνων είναι σπανιότερες και δεν καταφέρνουν να αποδομήσουν παλαιά στερεότυπα. Ο άντρας και η γυναίκα δεν εμφανίζονται πλέον σε διχοτομικούς στερεοτυπικούς ρόλους, αλλά ως το σύγχρονο ζευγάρι της μετανεωτερικής κοινωνίας, κατασκευάζοντας, έτσι, ένα νέο στερεότυπο.

Η συνύπαρξη παραδοσιακών, μοντέρνων και υπερσύγχρονων εικόνων δεν καταργεί τα παραδοσιακά στερεότυπα των φύλων. Έτσι, μολονότι οι γυναίκες κατέκτησαν σε ένα μεγάλο βαθμό δικαιώματα στην εκπαίδευση και την αγορά εργασίας, οι διαφημίσεις εξακολουθούν να προβάλλουν κυρίως παραδοσιακές εικόνες. Ίσως επειδή, ακόμη κι όταν οι γυναίκες εργάζονται, εξακολουθούν να καταναλώνουν και να αγοράζουν με βάση τις παραδοσιακές

λογικές. Η μεταμόρφωση της οικονομικής τους θέσης δεν σήμανε και την αλλαγή των καταναλωτικών συμπεριφορών. Άλλωστε τα προβαλλόμενα και αναπαραγόμενα μέσω των διαφημίσεων στερεότυπα φύλου δεν (συν)διαμορφώνουν μόνο τις ανδρικές, αλλά και τις θηλυκές ταυτότητες.

ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ «ΣΥΜΒΟΛΗ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΩΝ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΩΝ ΛΟΓΩ ΦΥΛΟΥ ΟΠΩΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΟΝΤΑΙ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ » (2013-2015)

Ο Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας/ ΣΔΓ θέλοντας να συμβάλει ενεργά στον προβληματισμό και την ανάδειξη των ζητημάτων αυτών στη χώρα μας, ανταποκρίθηκε στην Προκήρυξη της Γενικής Γραμματείας Ισότητας Φύλων/ ΓΓΙΦ (στο πλαίσιο της Κατηγορίας Πράξης 3.2.4. «Υποστήριξη των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (Γυναικείων Οργανώσεων)» και υλοποίησε Σχέδιο Δράσης με τίτλο: «Συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου όπως παρουσιάζονται στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ενημέρωσης - ΜΜΕ» με διάρκεια δύο έτη (2013-2015).

Βασικός στόχος του Σχεδίου Δράσης ήταν η ενημέρωση, η πληροφόρηση και η ευαισθητοποίηση των νέων επιστημόνων (απόφοιτων ή φοιτητών/τριών Σχολών ΜΜΕ, ΙΕΚ Δημοσιογραφίας, Διαφημιστών), εν ενεργεία δημοσιογράφων, αλλά και του ευρύτερου κοινού για τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ.

Στο πλαίσιο του Σχεδίου Δράσης υλοποιήθηκαν διάφορες ενέργειες πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης νέων επιστημόνων, όπως Συμβουλευτική - ενημέρωση, Εργαστήρια προς δημοσιογράφους, απασχολούμενους και άνεργους, εκδηλώσεις ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του ευρύτερου κοινού στην Αττική αλλά και εκτός Αττικής, καθώς και συνεργασία με περιφερειακά ΜΜΕ (έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου) δίνοντας τη δυνατότητα σε όσους και όσες συμμετείχαν στις ενέργειες που υλοποιήθηκαν να αναπτύξουν μια κριτική προσέγγιση απέναντι στα ποικίλα οπτικοακουστικά μηνύματα του ηλεκτρονικού τύπου καθώς και στα δημοσιεύματα που περιλαμβάνονται στον ημερήσιο έντυπο τύπο. Επίσης στο Σχέδιο Δράσης συμπεριλαμβάνεται και η συγγραφή «Οδηγού Καταπολέμησης των Διακρίσεων Λόγω Φύλου στα ΜΜΕ» που αποτελεί και το σημαντικότερο παραδοτέο του έργου που υλοποίησε ο ΣΔΓ.

ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΟΔΗΓΟΥ

Καθώς η προβολή και αναπαραγωγή των έμφυλων στερεοτύπων συνιστά μορφή διάκρισης κατά των γυναικών, τόσο η διεθνής όσο και η ευρωπαϊκή κοινότητα έχουν προβεί σε μια σειρά σημαντικών δράσεων, για την ουσιαστική αντιμετώπισή τους.
Ο παρών «Οδηγός Καταπολέμησης των Διακρίσεων λόγω Φύλου στα ΜΜΕ», στοχεύει στη σύντομη παρουσίαση και ανάλυση των διεθνών, ευρωπαϊκών και εθνικών δράσεων, πολιτικών και καλών πρακτικών για την αποδόμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, αναδεικνύοντας παράλληλα τις κύριες προκλήσεις που υφίστανται ακόμη.

Συγκεκριμένα, στόχοι του παρόντος Οδηγού είναι οι εξής:

- η πληροφόρηση και ευαισθητοποίηση των επαγγελματιών του έντυπου και ηλεκτρονικού τύπου (εργαζόμενοι και άνεργοι δημοσιογράφοι) και των συναφών επαγγελματιών (διαφημιστές, παραγωγοί εκπομπών, σχεδιαστές ιστοσελίδων κλπ.) σε θέματα έμφυλων διακρίσεων και ειδικότερα στα στερεότυπα λόγω φύλου όπως προβάλλονται στα ΜΜΕ
- η πληροφόρηση και ενημέρωση για το ρόλο και τις δράσεις των διεθνών και περιφερειακών θεσμών, οργανισμών και φορέων πολιτικών ισότητας (CEDAW, UN-Women, European Commission, Council of Europe, European Parliament κλπ.)
- η πληροφόρηση και ενημέρωση για το θεσμικό και νομικό πλαίσιο καθώς και για τις καλές πρακτικές που έχουν υιοθετηθεί για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, σε διεθνές, ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο
- η διατύπωση προτάσεων και υποδείξεων για την εφαρμογή εθνικής πολιτικής με στόχο την καταπολέμηση και εξάλειψη των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, την προώθηση της ισότητας των δύο φύλων, και τη χρήση μη-σεξιστικής γλώσσας στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο και
- η ενίσχυση του δημόσιου διαλόγου μεταξύ όλων των ενδιαφερόμενων φορέων της πολιτείας (αρμόδια Υπουργεία, φορείς ελέγχου των ΜΜΕ) και της κοινωνίας των πολιτών (γυναικείες ΜΚΟ, οργανώσεις δημοσιογράφων και επαγγελματιών των ΜΜΕ κλπ.) για την προώθηση θεσμικών και άλλων παρεμβάσεων.

Ο παρών Οδηγός φιλοδοξεί να αποτελέσει ένα *εύχρηστο εργαλείο* για κάθε δημοσιογράφο, για κάθε επαγγελματία στο χώρο των ΜΜΕ αλλά και για κάθε ενδιαφερόμενο πολίτη σχετικά με τον εντοπισμό και την καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων στον έντυπο και στον ηλεκτρονικό τύπο.

2 Διεθνές και Περιφερειακό πλαίσιο πολιτικών για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ

Εισαγωγή

Όπως αναφέρθηκε και στο εισαγωγικό κεφάλαιο, τα στερεότυπα λόγω φύλου υπάρχουν και αναπαράγονται στα ΜΜΕ με διάφορους τρόπους, για παράδειγμα μέσω της προβολής των γυναικών στους προκαθορισμένους ρόλους της συζύγου-νοικοκυράς και μητέρας, και μέσω της αποσιώπησης των ρόλων (εργαζόμενη, επιστήμονας, επιχειρηματίας, πολιτικός κλπ.) που κατέχουν σήμερα. Αυτό πραγματοποιείται μέσω της προβολής του γυναικείου σώματος ως σεξουαλικού αντικειμένου, και των γυναικών ως προτύπων ομορφιάς, κυρίως στη διαφήμιση, αλλά και μέσω της χρήσης σεξιστικής γλώσσας και προβολής των γυναικών ως θυμάτων - υπεύθυνων για τη θυματοποίησή τους στα ΜΜΕ.

Γίνεται, επομένως, αντιληπτό ότι η προβολή των γυναικών με αυτόν τον τρόπο από τα ΜΜΕ και η αναπαραγωγή των έμφυλων στερεοτύπων συνιστά μορφή διάκρισης κατά των γυναικών και απειλή για τα δικαιώματά τους. Η διαπίστωση αυτή αποτελεί την κοινή βάση πάνω στην οποία εδράζονται οι δράσεις των διεθνών (ΟΗΕ/Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών) και των ευρωπαϊκών οργανισμών, θεσμών (Συμβούλιο της Ευρώπης/Council of Europe, Ευρωπαϊκή Επιτροπή/European Commission, Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο/European Parliament, Ευρωπαϊκό Συμβούλιο/European Council, Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων/European Institute for Gender Equality), καθώς και των φορέων της κοινωνίας των πολιτών, (Ευρωπαϊκό Λόμπι Γυναικών/European Women's Lobby), για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Οι δράσεις και οι πρωτοβουλίες που έχουν αναλάβει οι διεθνείς και ευρωπαϊκοί οργανισμοί, θεσμοί και φορείς πολιτικών ισότητας, δεν στοχεύουν μόνο στην αντιμετώπιση του ζητήματος της καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων (κατασταλτικές δράσεις) αλλά και στην πρόληψη του φαινομένου, μέσω της οργάνωσης εκστρατειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα και τις αρνητικές τους συνέπειες (προληπτικές δράσεις).

Στο παρόν κεφάλαιο, γίνεται μια σύντομη παρουσίαση των διεθνών και περιφερειακών (ευρωπαϊκών) οργανισμών, θεσμών και φορέων πολιτικών ισότητας καθώς και των νομοθετικών παρεμβάσεων (Οδηγίες, Συμβάσεις, Συστάσεις, Ψηφίσματα) και των δράσεων που έχουν αυτοί υλοποιήσει, με στόχο την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Παράλληλα, η συνολική παρουσίαση του διεθνούς και ευρωπαϊκού πλαισίου, στοχεύει να αναδείξει τα υπαρκτά θεσμικά και νομοθετικά ελλείμματα που υπάρχουν καθώς και τις δυσκολίες που ελλοχεύουν στην προώθηση της ισότητας των φύλων στα ΜΜΕ τόσο διεθνώς όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ι. Διεθνείς θεσμοί πολιτικών ισότητας

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΗΝΩΜΕΝΩΝ ΕΘΝΩΝ (ΟΗΕ)

Η ειδική Επιτροπή του ΟΗΕ για την Ισότητα Φύλων και την Ενδυνάμωση των Γυναικών (United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women) αποτελεί το κύριο θεσμικό όργανο που συμβάλλει στη διαμόρφωση και την υλοποίηση των πολιτικών ισότητας του ΟΗΕ.[1] Η καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου και των διακρίσεων που βασίζονται σ' αυτό, αποτελούν τον κύριο άξονα των πολιτικών ισότητας φύλων του ΟΗΕ, με σκοπό την προάσπιση της ισότητας των φύλων και του σεβασμού των δικαιωμάτων των γυναικών. Ειδικότερα, ο ΟΗΕ έχει διαμορφώσει ένα θεσμικό πλαίσιο για την καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων και στερεοτύπων που εδράζεται σε δύο βασικά κείμενα αναφοράς: τη «Σύμβαση για την Εξάλειψη Όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών» *(Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women,* [CEDAW], 1979)[2] και την Πλατφόρμα Δράσης του Πεκίνου (Beijing Platform for Action, 1995).

Η **CEDAW** αποτελεί το πρώτο κείμενο που αναγνωρίζει ρητά το ζήτημα των διακρίσεων λόγω φύλου και ορίζει ως διάκριση κατά των γυναικών *«κάθε διάκριση, περιορισμό ή αποκλεισμό που γίνεται βάσει φύλου και εμποδίζει την αναγνώριση ή την απρόσκοπτη άσκηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και των θεμελιωδών ελευθεριών των γυναικών στο πολιτικό, οικονομικό, πολιτιστικό και δημόσιο βίο τους».*[3] Παρά το γεγονός ότι το κείμενο της Σύμβασης δεν κάνει ρητή αναφορά στις διακρίσεις κατά των γυναικών στα ΜΜΕ, αποτελεί το θεμελιώδες κείμενο αναφοράς - τόσο στα διεθνή και ευρωπαϊκά κείμενα πολιτικών ισότητας όσο και στις εθνικές νομοθεσίες των κρατών - μερών. Ειδικότερα, θέτει τη βάση για τις πρωτοβουλίες τις οποίες οφείλουν να λάβουν τα κράτη-μέρη για την εξάλειψη των διακρίσεων κατά των γυναικών. Η τήρηση των δεσμεύσεων των κρατών - μερών

[1] Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το ρόλο και τις αρμοδιότητες της ειδικής Επιτροπής για την Ισότητα Φύλων και την Ενδυνάμωση των Γυναικών του ΟΗΕ, βλ. UN United Nations Entity for Gender Equality and the Empowerment of Women,available at: *http://www.unwomen.org/en/about-us/about-un-women*

[2] UN Women, Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW), (1979). Available at: *http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/cedaw.htm*

[3] UN Women, Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW), (1979), article 1. Available at: *http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/cedaw.htm*

που απορρέουν από τη CEDAW καθώς και οι σχετικές πρωτοβουλίες που έχουν αναλάβει, ελέγχονται μέσω της αρμόδιας Επιτροπής για την Εξάλειψη Όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών (CEDAW Committee).

Το κείμενο της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου (Beijing Platform for Action), - στην κατεύθυνση της αντιμετώπισης των διακρίσεων κατά των γυναικών σε κάθε διάσταση της δημόσιας και ιδιωτικής τους ζωής που έθεσε η CEDAW - περιλαμβάνει ένα σύνολο προτάσεων πολιτικής για την έμφυλη ισότητα και την ενδυνάμωση του ρόλου των γυναικών. Οι προτάσεις αυτές διαρθρώνονται σε δώδεκα σημαντικούς τομείς (Στρατηγικούς Στόχους)[4], ανάμεσα στους οποίους είναι και το Σημείο Προτεραιότητας που αφορά στις «Γυναίκες και ΜΜΕ». Το κείμενο της Πλατφόρμας Δράσης αποτελεί το πρώτο διεθνές κείμενο που αναγνωρίζει το χώρο των ΜΜΕ ως έναν από τους σημαντικότερους τομείς της δημόσιας ζωής όπου οι γυναίκες υφίστανται διακρίσεις λόγω φύλου, δεδομένου ότι τα ΜΜΕ αντικατροπτίζουν, παράγουν και αναπαράγουν κοινωνικοπολιτισμικές συνήθειες, νόρμες και στερεότυπα. Συγκεκριμένα, επισημαίνει το γεγονός ότι η αναπαραγωγή αυτών των στερεοτύπων εκδηλώνεται στα ΜΜΕ με α) την διάχυτη παρουσία των έμφυλων στερεοτύπων σε όλα τα ΜΜΕ (δημόσια και ιδιωτικά) σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, β) τη συνεχή προβολή των γυναικών -ειδικότερα στις διαφημίσεις - με τρόπο αρνητικό, προσβλητικό και σεξιστικό και γ) τη μη προβολή όλων των σύγχρονων ρόλων των γυναικών.

Επίσης, αξίζει να αναφερθεί ότι το κείμενο της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου (Beijing Platform for Action) που υιοθετήθηκε με consensus και υπογράφτηκε από τα 189 κράτη που συμμετείχαν στη Διάσκεψη το 1995, ενσωμάτωσε τα 12 Σημεία-Προτεραιότητες (ή Στρατηγικούς Στόχους) για την επίτευξη της ισότητας των φύλων και πρότεινε μια σειρά δράσεων προς τα κράτη. Έτσι, σχετικά με το Σημείο - Προτεραιότητα *"Γυναίκες και ΜΜΕ"*, η Πλατφόρμα Δράσης, αναφέρει ότι οι χώρες θα πρέπει να μεριμνήσουν, ώστε να αυξήσουν την πρόσβαση των γυναικών στην ελευθερία της έκφρασης και τη συμμετοχή τους στα κέντρα λήψης αποφάσεων στους οργανισμούς των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ). Ακόμη, το κείμενο της Πλατφόρμας Δράσης προτείνει στα κράτη να προωθούν μέσω των ΜΜΕ μια ισορροπημένη και απαλλαγμένη από έμφυλα στερεότυπα εικόνα των γυναικών καθώς και να μεριμνούν για την ενσωμάτωση της διάστασης του φύλου (gender mainstreaming) στις διάφορες πολιτικές και τα προγράμματά τους.

[4] Οι δώδεκα Προτεραιότητες της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου (Beijing Platform for Action) είναι: γυναίκα και φτώχεια, γυναίκα και περιβάλλον, γυναίκα και θέσεις ευθύνης στα κέντρα λήψης αποφάσεων, γυναίκα- κορίτσι, γυναίκα και οικονομία, βία κατά των γυναικών, γυναίκα εκπαίδευση και κατάρτιση, γυναίκα και υγεία, γυναίκα και ΜΜΕ, γυναίκα και ένοπλες συγκρούσεις, και θεσμικοί μηχανισμοί για την αναβάθμιση του ρόλου των γυναικών. Πιο αναλυτικές πληροφορίες για τους δώδεκα άξονες της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου *(Beijing Platform for Action) βλ. UN Women,* (1995), Beijing Platform for Action. Available at: *http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/*

Στο πλαίσιο αυτό, συστήνει στα κράτη - μέρη τη λήψη μια σειράς δράσεων όπως:

- στρατηγικές ενημέρωσης και εκπαίδευσης με στόχο την καλύτερη και πιο ισόρροπη προβολή των πολλαπλών ρόλων των γυναικών
- υλοποίηση εκστρατειών ευαισθητοποίησης του κοινού, και εκπαίδευσης των δημοσιογράφων και των εργαζομένων των ΜΜΕ για τα θέματα φύλου
- θέσπιση νομοθεσίας ενάντια στην προβολή πορνογραφικού υλικού και βίας κατά των γυναικών
- υιοθέτηση Κωδίκων Δεοντολογίας
- προώθηση και προβολή των γυναικών που κατέχουν υψηλές θέσεις ευθύνης και διαπρέπουν στο χώρο εργασίας και
- προώθηση και προβολή ισότιμων ρόλων των γυναικών και των ανδρών στο πλαίσιο της οικογένειας[5].

ΙΙ. Περιφερειακοί Ευρωπαϊκοί θεσμοί και φορείς πολιτικών ισότητας

ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ/ COUNCIL OF EUROPE

Το Συμβούλιο της Ευρώπης (Council of Europe), αποτελεί τον κυριότερο περιφερειακό οργανισμό προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, που εδρεύει σε ευρωπαϊκό έδαφος (Στρασβούργο) και αποτελείται από 47 κράτη-μέλη της ευρωπαϊκής ηπείρου. Κύριος στόχος του είναι η προστασία των δικαιωμάτων του ανθρώπου όπως αυτά ορίζονται στην Ευρωπαϊκή Σύμβαση των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου.[6] Η ισότητα των φύλων αναγνωρίζεται από το Συμβούλιο της Ευρώπης ως σημαντικός παράγοντας για την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και για το λόγο αυτό, το κύριο όργανο λήψης αποφάσεων του Συμβουλίου της Ευρώπης, η αρμόδια επιτροπή Υπουργών για την ισότητα ανδρών και γυναικών (Committee of Ministers in the field of Equality between Women and Men)[7] και η Ολομέλεια του Συμβουλίου της Ευρώπης έχουν υιοθετήσει μια σειρά Συστάσεων και Ψηφισμάτων για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου -και ιδιαίτερα αυτών- που αναπαράγονται στα ΜΜΕ.

[5] UN Women, (1995), *Beijing Platform for Action,* Strategic Objective J, Women and the Media. Available at: *http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/media.htm*

[6] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τη σύνθεση και το ρόλο του Συμβουλίου της Ευρώπης, βλ. Council of Europe, available at: *http://www.coe.int/en/web/about-us/who-we-are*

Το 2002, το Συμβούλιο της Ευρώπης υιοθέτησε Σύσταση σχετικά με την εικόνα των γυναικών στα ΜΜΕ (The Image of Women in Media, Recommendation 1555)[8] όπου γίνεται αναφορά στο ζήτημα των στερεότυπων βάσει φύλου στα ΜΜΕ.

Σε αυτό το κείμενο παρατίθενται ορισμένες από τις κυριότερες αιτίες της αναπαραγωγής τους:

- η προβολή της εικόνας των γυναικών με τρόπο αρνητικό (σε σχέση με τους άνδρες) και σεξιστικό (αντιμετωπίζονται ως σεξουαλικά αντικείμενα)
- η ελλιπής ευαισθητοποίηση των δημοσιογράφων και των επαγγελματιών των ΜΜΕ σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα και την ορθή προβολή της εικόνας των γυναικών και
- η απουσία, λόγω έλλειψης πόρων, κατάλληλων μηχανισμών για τον έλεγχο της καταλληλότητας του περιεχομένου των μηνυμάτων που διαμεσολαβούν τα ΜΜΕ.

Επιπλέον, η Σύσταση προτείνει προς τα κράτη την υιοθέτηση κατάλληλου θεσμικού και νομικού πλαισίου με στόχο την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ το οποίο πρέπει να περιλαμβάνει:

- συγκεκριμένες πολιτικές
- ειδική νομοθεσία για την ισότητα των φύλων στα ΜΜΕ
- ενιαίους Κώδικες Δεοντολογίας και συγκεκριμένες αρχές (σύμφωνα με τις δεσμεύσεις που απορρέουν από τα διεθνή κείμενα)
- θέσπιση δικαιώματος δικαστικής προσφυγής για τις ενώσεις και τα σωματεία των ΜΜΕ, σε περίπτωση που διαπιστωθεί παραβίαση ανθρωπίνων δικαιωμάτων και
- δημιουργία ελεγκτικών σωμάτων και μηχανισμών επιτήρησης των ΜΜΕ.

Παράλληλα, τονίζει την ανάγκη να διατεθούν πόροι για την κατάλληλη επιμόρφωση και εκπαίδευση δημοσιογράφων και άλλων εργαζομένων στα ΜΜΕ για τα θέματα ισότητας ανδρών και γυναικών.

Το 2007, το Συμβούλιο της Ευρώπης υιοθέτησε δύο επιπλέον Συστάσεις για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ και ειδικότερα στο χώρο της διαφήμι-

[7] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με την Επιτροπή Υπουργών για την Ισότητα ανδρών και γυναικών του Συμβουλίου της Ευρώπης, βλ. Council of Europe, Committee of Ministers on Equality between men and women. Available at: http://www.coe.int/T/CM/aboutCM_en.asp και *http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/03themes/standards-mechanisms/index_en.asp*

[8] Council of Europe, (2002), Parliamentary Assembly, Recommendation 1555 "The image of women in the media». Available at: *http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta02/EREC1555.htm (access at 18/6/2015)*

σης (*Image of Women in Advertising,* Recommendation 1557[9] και *The Image of Women in Advertising,* Recommendation 1799).[10]

Η πρώτη Σύσταση, υπογραμμίζει ότι οι διαφημίσεις προβάλλουν μια εικόνα των γυναικών που δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Επιπλέον, αναγνωρίζεται ότι η απουσία κατάλληλου θεσμικού και νομικού πλαισίου στη διαφήμιση (Νομοθεσία, Κώδικες Δεοντολογίας) ευνοεί την αναπαραγωγή των έμφυλων στερεοτύπων και αρνητικών εικόνων των γυναικών. Οι γυναίκες έχουν δικαίωμα να βλέπουν μια εικόνα η οποία ανταποκρίνεται στην πραγματική τους ζωή και σέβεται την αξιοπρέπειά τους.

Για το σκοπό αυτό, προτείνει στα κράτη να υιοθετήσουν κατάλληλη νομοθεσία στον τομέα της διαφήμισης που θα διασφαλίζει την προβολή των γυναικών με αξιοπρεπή τρόπο, απαλλαγμένη από έμφυλα στερεότυπα. Η νομοθεσία πρέπει να ορίζει κάθε μορφή διάκρισης ως προσβολή και να δίνει το δικαίωμα ένδικης προσφυγής σε γυναικείες ενώσεις και οργανώσεις που στοχεύουν στην αντιμετώπιση των έμφυλων στερεοτύπων. Επιπλέον, προτρέπει τα κράτη να υιοθετήσουν το *Προαιρετικό Πρωτόκολλο της CEDAW* (1999)[11] το οποίο προβλέπει τον συστηματικότερο έλεγχο των κρατών-μελών για την τήρηση των δεσμεύσεων που απορρέουν από τη CEDAW, και διασφαλίζει το δικαίωμα της ατομικής προσφυγής των πολιτών, ενώ παράλληλα παροτρύνει τα κράτη να λάβουν τα κατάλληλα νομοθετικά και διοικητικά μέτρα.

Επιπρόσθετα, προτείνει τη δημιουργία δωρεάν γραμμών επικοινωνίας όπου το κοινό θα μπορεί να καταγγέλλει περιεχόμενο διαφημίσεων που προσβάλλει την αξιοπρέπεια των γυναικών.

Η δεύτερη Σύσταση προτείνει μέτρα σε ευρωπαϊκό πλέον επίπεδο, όπως την υιοθέτηση ενός Ευρωπαϊκού Κώδικα Δεοντολογίας για τους επαγγελματίες στο χώρο της διαφήμισης. Ο Κώδικας Δεοντολογίας, σε κάθε περίπτωση, θα ενθαρρύνει τους επαγγελματίες του χώρου της διαφήμισης να προβάλλουν εικόνες και μηνύματα απαλλαγμένα από τα έμφυλα στερεότυπα, με σεβασμό στην αξιοπρέπεια ανδρών και γυναικών.

Το 2010, το νέο Ψήφισμα για την καταπολέμηση των σεξιστικών στερεοτύπων στα ΜΜΕ (*Combating Sexist Stereotypes in the Media, Resolution* 1751)[12] που υιοθετείται από το Συμβούλιο της Ευρώπης τονίζει την έντονη παρουσία των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ καθώς και τις ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειές τους στο κοινό και ειδικότερα στους νέους σχετικά με τα πρότυπα των δύο φύλων που αυτοί προσλαμβάνουν. Ακόμη, αναγνωρίζει τα έμφυλα στερεότυπα ως μορφή διάκρισης και γνωστοποιεί τη σημαντική

[9] Council of Europe, (2007), Parliamentary Assembly, Recommendation 1557, "The image of women in advertising. Available at: *http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/ERES1557.htm (access at 18/6/2015)*

[10] Council of Europe, (2007), Parliamentary Assembly, Recommendation 1799, "The image of women in advertising". Available at: *http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/EREC1799.htm (access at 18/6/2015)*

[11] UN Women, (1999), Additional Protocol to the Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW). Available at: *http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/protocol/text.htm*

[12] Council of Europe, (2010), Parliamentary Assembly, Recommendation 1751, "Combating sexist stereotypes in the media". Available at: *http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta10/ERES1751.htm%20 (access at 18/6/2015)*

ευθύνη που έχουν τα ΜΜΕ για την αποδόμησή τους, ως αρμόδια μέσα για την προαγωγή της ανθρώπινης αξιοπρέπειας, την εξάλειψη κάθε μορφής διάκρισης και την προώθηση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών.

Τέλος, η τρέχουσα Στρατηγική του Συμβουλίου της Ευρώπης για την Ισότητα των Φύλων *(Council of Europe Gender Equality Strategy 2014-2017)*[13], έχει θέσει την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων ως έναν από τους κύριους στόχους της, αναγνωρίζοντας την ευθύνη και τη συμβολή των ΜΜΕ στη διαμόρφωση και διάδοση κοινωνικών και πολιτιστικών αντιλήψεων και στερεοτύπων σχετικά με την εικόνα και το ρόλο των γυναικών.

Για το λόγο αυτό, θεωρεί ότι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ είναι η ισόρροπη και ουδέτερη (απαλλαγμένη από έμφυλα στερεότυπα) προβολή των γυναικών και των ανδρών, η οποία θα επιτευχθεί μέσω κατάλληλων πρωτοβουλιών όπως:

- προώθηση των θετικών γυναικείων προτύπων στα ΜΜΕ και προβολή του ρόλου των ανδρών στην επίτευξη της ισότητας των δύο φύλων
- υιοθέτηση κατάλληλου θεσμικού και νομικού πλαισίου (πολιτικές ισότητας, Κώδικες Δεοντολογίας που καταδικάζουν και αντιμετωπίζουν τη χρήση και προβολή σεξιστικών εικόνων, σεξιστικής γλώσσας και πρακτικών και προωθούν τη συμφιλίωση της αρχής της ελευθερίας της έκφρασης και της ισότητας των φύλων) και
- ευαισθητοποίηση του ευρύτερου κοινού μέσω ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ / EUROPEAN UNION

Η **Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ)** έχοντας προσυπογράψει ως οντότητα την **Πλατφόρμα Δράσης του Πεκίνου**, ως βάση πολιτικής για την ισότητα των φύλων, αναγνωρίζει τον τομέα των ΜΜΕ ως χώρο έμφυλων διακρίσεων και δεσμεύεται για την επίτευξη της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών, να καταπολεμήσει τα στερεότυπα λόγω φύλου και στο χώρο των ΜΜΕ. [14]

[13] Council of Europe, *"Gender Equality Strategy 2014-2017- Combating gender stereotyping and sexism in the media"*. Available at: *http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02factsheets/Media%20Stereotypes%20Factsheet%20English.pdf* και *http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02_GenderEqualityProgramme/Council%20of%20Europe%20Gender%20Equality%20Strategy%202014-2017.pdf*

[14] Γίνεται ρητή αναφορά στην Ιδρυτική Συνθήκη της ΕΕ για την αρχή ίσης αμοιβής μεταξύ ανδρών και γυναικών. Ακόμη, η Συνθήκη της Ε.Ε. αναφέρει ρητά ως αξίες της Ε.Ε. την ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών και την απαγόρευση των διακρίσεων (Άρθρο 2) ενώ αναγνωρίζει ως στόχο την προώθηση της ισότητας των δύο φύλων (Άρθρο 3)

Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ (**Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, Ευρωπαϊκό Συμβούλιο**), ο αποκεντρωμένος οργανισμός της (**Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Ισότητας των Φύλων/EIGE**) καθώς και οι ευρωπαϊκές Μη Κυβερνητικές Οργανώσεις (ΜΚΟ) (**Ευρωπαϊκό Λόμπι Γυναικών/EWL**) έχουν προβεί, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων τους στην υιοθέτηση δεσμευτικών κειμένων (π.χ. Συνθήκες, Οδηγίες) και μη δεσμευτικών κειμένων (π.χ. Ψηφίσματα, Συστάσεις, Εκθέσεις κλπ.) για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ/ EUROPEAN COMMISSION

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Ε.Ε. (European Commission), που αποτελεί το κύριο νομοθετικό όργανο της Ε.Ε., και πιο συγκεκριμένα η **Γενική Διεύθυνση Δικαιοσύνης και Καταναλωτών (DG Justice, Consumers)**[15] είναι αρμόδια για την προώθηση της ισότητας των φύλων και το σχεδιασμό πολιτικών ισότητας που στοχεύουν στην ενσωμάτωση της διάστασης του φύλου σε όλες τις πολιτικές της Ε.Ε. (*gender mainstreaming*). Παράλληλα, είναι αρμόδια για τη διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων και μέτρων ανά τομέα πολιτικής όπου οι γυναίκες υφίστανται διακρίσεις, καθώς και για τη νομική κατοχύρωση της ισότητας με την ψήφιση επτά (έως σήμερα) σχετικών Οδηγιών.[16] Η ιδιαίτερη σημασία που αποδίδει η αρμόδια Γενική Διεύθυνση στα θέματα ισότητας φύλου, φαίνεται και από τη συμπερίληψη του όρου ισότητα φύλων (gender equality) στην ονομασία του χαρτοφυλακίου της αρμόδιας Επιτρόπου **(Commissioner for Justice, Consumers and Gender Equality).**[17]

Στο πλαίσιο της καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, το 2010, θεσπίστηκε σχετική **Οδηγία για τις Υπηρεσίες των Οπτικοακουστικών Μέσων** (*Audiovisual Media Services Directive, 2010/13/ΕΕ*)[18], η οποία αποτελεί και το μοναδικό νομοθετικό δεσμευτικό κείμενο της Ε.Ε.. Η **Οδηγία 2010/13/ΕΕ,** με τίτλο **"Οδηγία για τα Οπτικοακουστικά Μέσα Επικοινωνίας και τις συναφείς Υπηρεσίες"**, απαγορεύει τις διακρίσεις με βάση το φύλο, την ηλικία, τη φυλή, την εθνική προέλευση, τη θρησκεία κλπ. και θέτει ένα συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο για το περιεχόμενο των μηνυμάτων που μεταδίδονται από τα

[15] Η αρμοδιότητα χάραξης των πολιτικών ισότητας της Ε.Ε. ανήκε έως το 2010, στη Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης και Κοινωνικών Υποθέσεων και Ένταξης, (DG Employment, Social Affairs & Inclusion), κατόπιν στη Γενική Διεύθυνση Δικαιοσύνης, θεμελιωδών Δικαιωμάτων και Ιθαγένειας (DG Justice, Fundamental Rights and Citizenship) και στη συνέχεια Γενική Διεύθυνση Δικαιοσύνης και Καταναλωτών (DG Justice and Consumers).

[16] Για τα ειδικότερα θέματα που εμπίπτουν στις πολιτικές ισότητας της Ε.Ε. καθώς και για το σύνολο των σχετικών Οδηγιών που έχουν ψηφιστεί μέχρι σήμερα, βλ. Directorate- General for Justice and Consumers. Available at: *http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/index_en.htm*

[17] Ενώ η αρμόδια ΓΔ δεν εμπεριέχει τον όρο gender equality στην επίσημη ονομασία της, ο όρος εμπεριέχεται στην επίσημη ονομασία του χαρτοφυλακίου της αρμόδιας νέας Επιτρόπου, κ. Véra Jourová΄ βλ. *Commissioner for Justice, Consumers and Gender Equality.* Available at: *https://ec.europa.eu/commission/2014-2019/jourova_en*

[18] Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2010), *Οδηγία 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 10ης Μαρτίου 2010 για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων)/Audiovisual Media Services Directive (2010/13/EU),* Επίσημη εφημερίδα της Ε.Ε. (L 95/1), 15/4/2010, Στρασβούργο. Διαθέσιμη στο: *http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EL*

ΜΜΕ και των προτύπων που προβάλλονται μέσα από αυτά. Σύμφωνα με τις διατάξεις της Οδηγίας, τα ΜΜΕ δεν μπορούν να μεταδώσουν οπτικοακουστικό υλικό που εισάγει ή προάγει έμφυλες διακρίσεις και θίγει την ανθρώπινη αξιοπρέπεια. Επιπλέον, τα κράτη-μέλη είναι υποχρεωμένα να λάβουν τα κατάλληλα μέτρα, ώστε οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων να μην προωθούν διακρίσεις λόγω φύλου. Τα κράτη-μέλη οφείλουν να μεριμνήσουν σχετικά, ώστε το περιεχόμενο των ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών (των οργανισμών που υπάγονται στη δικαιοδοσία τους) να μην βλάπτει τη σωματική και πνευματική ανάπτυξη των ανηλίκων και να τους προστατεύει από τις αρνητικές επιπτώσεις προγραμμάτων με βίαιο ή πορνογραφικό περιεχόμενο.

Επίσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το 2010 υιοθέτησε το κείμενο Γνώμης σχετικά με την Αποδόμηση των Έμφυλων Στερεοτύπων (*Opinion on Breaking Gender Stereotypes in the Media*)[19]. Το κείμενο, αναγνωρίζει την ύπαρξη των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και κυρίως τονίζει ότι οι γυναίκες προβάλλονται με τρόπο που δεν ανταποκρίνεται στους σύγχρονους ρόλους που κατέχουν και δε σέβεται τα δικαιώματα και την αξιοπρέπειά τους. Συγκεκριμένα, αναφέρει ότι οι προβαλλόμενοι γυναικείοι ρόλοι προσδιορίζονται πάντα σε συνάρτηση με εκείνους των ανδρών, οι οποίοι φαίνεται να καθορίζουν το προφίλ των γυναικών, με αποτέλεσμα να παρουσιάζονται στερεοτυπικά ως μητέρες, σύζυγοι, θύματα βίας ή ως σεξουαλικά αντικείμενα, κυρίως στο πλαίσιο των διαφημίσεων.

Προκείμενου να επιτευχθεί η κατάλληλη ισορροπία μεταξύ της ισότητας των φύλων από τη μία πλευρά, και της ελευθερίας έκφρασης στα ΜΜΕ και στα κοινωνικά δίκτυα από την άλλη, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε τη δημιουργία ενός κοινού πλαισίου αναφοράς για όλα τα κράτη-μέλη. Με τον τρόπο αυτό θα αποσαφηνιστούν τα κοινά ευρωπαϊκά πρότυπα και θα διατυπωθούν από κοινού ορισμοί σχετικά με ό,τι αφορά στην προβολή σεξιστικών ή προσβλητικών αναπαραστάσεων των γυναικών. Το κοινό αυτό πλαίσιο θα διαμορφωθεί μέσω της σύστασης μιας ευρωπαϊκής ομάδας ελέγχου για την ισότητα των φύλων. Η ομάδα αυτή θα αποτελείται από ειδικούς και εμπειρογνώμονες και, μεταξύ άλλων, θα έχει τη δυνατότητα να δέχεται τα παράπονα του κοινού για προβολή περιεχομένου που προάγει τα έμφυλα στερεότυπα.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επίσης τονίζει ότι και τα κράτη-μέλη οφείλουν να λάβουν σχετικές πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση του ζητήματος της αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων από τα ΜΜΕ, όπως:

[19] European Commission, (2010), Directorate- General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, Advisory Committee on Equal Opportunities for Women and Men, "Opinion on breaking gender stereotypes in the media", Brussels. Available at: *http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/opinions_advisory_committee/2010_12_opinion_on_breaking_gender_stereotypes_in_the_media_en.pdf (access at 16/6/2015)*

- ενσωμάτωση της σχετικής ευρωπαϊκής νομοθεσίας και συστηματικό έλεγχο της εφαρμογής της
- συστηματική μελέτη των στατιστικών δεδομένων και των αποτελεσμάτων των ποικίλων ερευνών, ώστε να αποκτηθεί μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα του προβλήματος
- ισόρροπη προβολή από τα ΜΜΕ όλων των ρόλων που αναλαμβάνουν οι σύγχρονες γυναίκες και περαιτέρω προώθηση των θετικών προτύπων και
- προβολή των ανδρών σε μη καθιερωμένους ρόλους ή σε ρόλους που παραδοσιακά αποδίδονται σε γυναίκες, το οποίο θα συνεισφέρει σημαντικά στη δημιουργία υγιέστερων αντιλήψεων, σχετικά με τους ρόλους γυναικών και ανδρών στην ιδιωτική και δημόσια ζωή.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ/EUROPEAN PARLIAMENT

Το **Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο/European Parliament**, αποτελεί τον κύριο θεσμό εκπροσώπησης των ευρωπαίων πολιτών που συννομοθετεί μαζί με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Συμβούλιο Υπουργών, για την πλειοψηφία των πολιτικών της Ε.Ε. μέσω των ειδικών του επιτροπών και της Ολομέλειας. **Η Επιτροπή Δικαιωμάτων των Γυναικών και Ισότητας Φύλων/ FEMM Committee on Women's Rights and Gender Equality**[20] συνιστά την αρμόδια επιτροπή για την καταπολέμηση κάθε μορφής διακρίσεων λόγω φύλου, και την προστασία των δικαιωμάτων των γυναικών. Στο πλαίσιο αυτό, η Επιτροπή αυτή έχει υιο-θετήσει ψηφίσματα και κείμενα σχετικά με το ρόλο της διαφήμισης και των ΜΜΕ στην αναπαραγωγή των έμφυλων διακρίσεων και στερεοτύπων.

Συγκεκριμένα, στο Ψήφισμα που υιοθέτησε το 2008 το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο/ (FEMM Committee) για το **«Πώς το Μάρκετινγκ και η Διαφήμιση Επηρεάζουν την Ισότητα μεταξύ Ανδρών και Γυναικών» (Resolution on *"How marketing and advertising affect equality between women and men"*, FEMM Committee, EP, 2008)**[21], αναγνωρίζεται ότι τα έμφυλα στερεότυπα στη διαφήμιση εμποδίζουν την επίτευξη της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών. Επισημαίνει μάλιστα δύο από τις κυριότερες προκλήσεις των έμφυλων στερεοτύπων στη διαφήμιση:

[20] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τις αρμοδιότητες και το ρόλο της Επιτροπής για τα Δικαιώματα των Γυναικών και την Ισότητα Φύλων του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, βλ. Committee on Gender Equality and Women's rights. Available at: *http://www.europarl.europa.eu/committees/en/femm/home.html*

[21] European Parliament, FEMM Committee on Women's Rights and Gender Equality, Svensson, Eva-Britt (2008), *Report on how marketing and advertising affect equality between women and men,* (2008/2038(INI). Available at: *http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A6-2008-0199+0+DOC+PDF+V0//EN (access at 17/6/2015)*

- την προβολή των ανδρών και των γυναικών σε συγκεκριμένους ρόλους, οι οποίοι για τις γυναίκες πολλές φορές είναι εξευτελιστικοί και προσβλητικοί και
- τις αρνητικές συνέπειες των προβαλλόμενων προτύπων ομορφιάς (πρότυπα μοντέλων) στην υγεία των νεαρών κοριτσιών (ψυχοσωματικές διαταραχές, ανορεξία, βουλιμία).

Στο πλαίσιο αυτό, προτείνεται να ληφθεί μία σειρά δράσεων ώστε η διαφήμιση να μετατραπεί από μέσο διάδοσης των έμφυλων στερεοτύπων σε μέσο καταπολέμησής τους, όπως:

- συστηματικότερος έλεγχος των κρατών-μελών για την τήρηση των δεσμεύσεών τους που απορρέουν από την ευρωπαϊκή νομοθεσία και άλλα κείμενα (π.χ. Ευρωπαϊκό Σύμφωνο για την Ισότητα των Φύλων (European Pact for Gender Equality)[22], καθώς και από τις εθνικές νομοθεσίες
- υιοθέτηση ειδικών Κωδίκων Δεοντολογίας για τη διαφήμιση που θα προωθούν την ισότητα των δύο φύλων και
- ενημέρωση του κοινού και εκπαίδευση σε θέματα φύλου (gender training) των δημοσιογράφων και των εργαζομένων στα ΜΜΕ, για τις αρνητικές συνέπειες των έμφυλων στερεοτύπων.

Ακόμη, στο Ψήφισμα που υιοθετήθηκε από τη FEMM Committee το 2013, σχετικά με την **«Έκθεση Προόδου για την Ισότητα μεταξύ Γυναικών και Ανδρών στην ΕΕ το 2013»** ***(Report on Progress on Equality between women and men in the European Union in 2013)***, του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, υπογραμμίζεται ότι τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ αναπαράγονται συνεχώς, προωθώντας εκτός των άλλων, και την έμφυλη βία.[23] Στην κατεύθυνση αυτή, γίνεται έκκληση στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή να καταδικάζονται όλες οι εκστρατείες και κάθε άλλη ενέργεια των ΜΜΕ όπου οι γυναίκες απεικονίζονται ως θύματα, υπεύθυνα για τη σωματική, ψυχολογική και σεξουαλική βία που υπέστησαν. Επιπλέον, ζητάει από το Συμβούλιο και την Επιτροπή να λάβουν μέτρα για τη χρήση μη σεξιστικής γλώσσας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η πρόσφατη μελέτη (2013) που εκπόνησε το Τμήμα Πολιτικής C (Policy Department C) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου με τίτλο: ***«Οι Γυναίκες και τα Κορίτσια ως Υποκείμενο Προσοχής των ΜΜΕ και των Διαφημίσεων: Η Κατάσταση στην Ευρώπη, Καλές πρακτικές και***

[22] Council of the European Union, 2011, 3073th *EMPLOYMENT, SOCIAL POLICY, HEALTH AND CONSUMER AFFAIRS* Council meeting, *Council conclusions on the European Pact for gender equality for the period 2011 -2020*, Brussels. Available at: *https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/lsa/119628.pdf (access at 17/6/2015).*

[23] European Parliament, FEMM Committee on Women's Rights and Gender Equality, Tarabella, Marc, (2015), *"Report on Progress on Equality between women and men in the European Union* in 2013, (2014/2217 (INI)). Available at: *http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0015+0+DOC+PDF+V0//EN (access at 17/6/2015)*

Νομοθεσίες»/"Women and Girls as subjects of media's attention and advertisement campaigns: The situation in Europe, Best practices and Legislations" [24], αναφέρεται στο πώς αναπαρίστανται οι γυναίκες και τα κορίτσια στα ΜΜΕ και στις διαφημίσεις, δίνει μια εικόνα των βασικών δεδομένων και περιλαμβάνει τη χαρτογράφηση των ρυθμίσεων και παρεμβάσεων στα 28 κράτη-μέλη. Ειδικότερα, εστιάζει στους τρόπους με τους οποίους οι κοινωνικές αναπαραστάσεις διαχέονται από τα ΜΜΕ, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε έμφυλες διακρίσεις οι οποίες παρεμποδίζουν την επίτευξη της ισότητας των φύλων.

Η χαρτογράφηση των ρυθμίσεων και παρεμβάσεων που έχουν υλοποιηθεί σε επίπεδο κρατών - μελών, αναδεικνύει επίσης ορισμένες από τις κύριες προκλήσεις για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ.

Πιο συγκεκριμένα, οι προκλήσεις είναι:

- η έλλειψη αντιμετώπισης των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ ως ξεχωριστής διάκρισης αλλά ως μίας από τις ποικίλες διακρίσεις (λόγω εθνικότητας, θρησκείας, φυλής κλπ.)
- η ελλιπής αντιμετώπιση των έμφυλων διακρίσεων από το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο των κρατών-μελών και από τους Κώδικες Δεοντολογίας. Οι μεν νομοθεσίες που έχουν δεσμευτική ισχύ, δεν περιέχουν εξειδικευμένες διατάξεις για τις έμφυλες διακρίσεις στα ΜΜΕ, ενώ οι Κώδικες Δεοντολογίας που στοχεύουν στις έμφυλες διακρίσεις των ΜΜΕ, δεν έχουν δεσμευτική ισχύ και
- η υποκειμενική αξιολόγηση του περιεχομένου μιας διαφήμισης ως σεξιστικού ή ως περιεχομένου που προάγει τις έμφυλες διακρίσεις, εμποδίζει την αποτελεσματική αντιμετώπιση των έμφυλων διακρίσεων.

Προς την κατεύθυνση αυτή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο προτείνει ένα αυστηρότερο και συνεκτικότερο νομοθετικό πλαίσιο, που θα προβλέπει:

- απαγόρευση προβολής διαφημιστικού ή άλλου υλικού στα ΜΜΕ το οποίο δε συνάδει με την αρχή της ισότητας των ανδρών και γυναικών και γενικά κρίνεται ακατάλληλο
- επιβολή αυστηρών προστίμων στους φορείς που είναι αρμόδιοι για τη μετάδοση του ακατάλληλου περιεχομένου

[24] European Parliament (2013), Directorate- General for Internal Policies, Policy Department C , *Citizens' Rights and Constitutional Affairs, "Women and Girls as Subjects of Media's Attention and Advertisement Campaigns: The Situation in Europe, Best Practices and Legislations"*, Brussels, available at: *http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/474442/IPOL-FEMM_ET(2013)474442_EN.pdf (access at 18/6/2015)*

- σαφέστερη νοηματοδότηση των όρων που αναφέρονται στις έμφυλες διακρίσεις στα νομοθετικά κείμενα και στους Κώδικες Δεοντολογίας και
- ενεργή συμμετοχή των γυναικείων ΜΚΟ και οργανώσεων στον έλεγχο και την εφαρμογή της σχετικής νομοθεσίας.

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ/EUROPEAN COUNCIL

Το **Ευρωπαϊκό Συμβούλιο (European Council)**, ως κύριο συντονιστικό όργανο των πολιτικών της ΕΕ, διατυπώνει κείμενα συμπερασμάτων και προβαίνει σε συστάσεις προς τα κράτη-μέλη σχετικά με τις διάφορες πολιτικές της ΕΕ. Σχετικά με την πολιτική ισότητας της ΕΕ, έχει υιοθετήσει κείμενο **«Συμπερασμάτων για την Αντιμετώπιση των Έμφυλων Στερεοτύπων στην Κοινωνία»** (Conclusions on *"Eliminating Gender Stereotypes in Society"*)[25] όπου τονίζει τη συμβολή των ΜΜΕ και της διαφήμισης στη μετάδοση και την αναπαραγωγή των παραδοσιακών στερεοτύπων και εικόνων των ανδρών και των γυναικών. Οι συστάσεις του προς τα κράτη-μέλη για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων περιλαμβάνουν:

- καλύτερη ενημέρωση και εκπαίδευση του κοινού μέσω ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ώστε να κατανοήσει τις αρνητικές συνέπειες που έχουν τα έμφυλα στερεότυπα στη διαμόρφωση των αντιλήψεών του για τους ρόλους των δύο φύλων και
- ουσιαστικότερη συμβολή των ΜΜΕ στην προώθηση προτύπων και εικόνων ανδρών και γυναικών, προκειμένου να ανταποκρίνονται στους σύγχρονους ρόλους τους, και να είναι απαλλαγμένα από τα έμφυλα στερεότυπα.

[25] Council of the European Union, (2008), 2876th *EMPLOYMENT, SOCIAL POLICY, HEALTH AND CONSUMER AFFAIRS,* Council meeting, Council Conclusions on Eliminating Gender Stereotypes in Society, Luxembourg. Available at: *http://www.eu2008.si/si/News_and_Documents/Council_Conclusions/June/0609_EPSCO-Gender.pdf* (access at 17/6/2015)

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΣΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ/EUROPEAN INSTITUTE FOR GENDER EQUALITY (EIGE)

Το **Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων (EIGE)** είναι έναν αποκεντρωμένος οργανισμός της ΕΕ με έδρα το Vilnius της Λιθουανίας και ιδρύθηκε το 2010 με στόχο την ενίσχυση και προώθηση της ισότητας των δυο φύλων, την καταπολέμηση όλων των έμφυλων διακρίσεων καθώς και την ενημέρωση των πολιτών των κρατών-μελών της ΕΕ για θέματα ισότητας. Παράλληλα, προβαίνει στη διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων πολιτικής για κάθε τομέα της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής, όπου οι γυναίκες υφίστανται διακρίσεις. Επιπλέον, παρέχει τεχνική βοήθεια στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, αναλύοντας και εξετάζοντας κάθε φορά τα θέματα της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου, υποστηρίζοντας τις εκάστοτε Προεδρίες του Συμβουλίου.[26] Επίσης, το EIGE συμβάλλει στη διαμόρφωση πολιτικών ισότητας μέσω των συγκριτικών μελετών που εκπονεί. Οι δράσεις του EIGE καλύπτουν όλους σχεδόν τους τομείς καταπολέμησης των διακρίσεων κατά των γυναικών, συμπεριλαμβανομένων και αυτών στα ΜΜΕ.[27]

Στο πλαίσιο της επίτευξης των ως άνω στόχων, το EIGE έχει αναπτύξει ένα καινοτόμο και ιδιαίτερα χρήσιμο μεθοδολογικό εργαλείο, τον **Δείκτη Μέτρησης Ισότητας Φύλων (Gender Equality Index)**[28]. Όσον αφορά στο ζήτημα της καταπολέμησης των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ, αυτό αποτέλεσε αντικείμενο πρόσφατης μελέτης που εκπόνησε το EIGE. Η μελέτη εκπονήθηκε στο πλαίσιο της αξιολόγησης της εφαρμογής της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου στην ΕΕ[29] και αφορούσε το Σημείο/ Στρατηγικό Στόχο της Πλατφόρμας **«Γυναίκες και ΜΜΕ».**[30] Η μελέτη έχει τίτλο: **«Προωθώντας την Ισότητα Φύλων στα Κέντρα Λήψης Αποφάσεων στους Οργανισμούς των ΜΜΕ»** ***(Advancing Gender Equality in Decision-making in Media Organizations)***[31] και διερευνά τη συμμετοχή και τις δυνατότητες πρόσβασης των γυναικών σ' αυτά. Επίσης, αναλύει τα ποσοστά των γυναικών και των ανδρών που απασχολούνται σε ΜΜΕ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. Αν και η παρούσα μελέτη στοχεύει περισσότερο στην ανάδειξη του ζητήματος της μικρής εκπροσώπησης των γυναικών στα κέντρα λήψης αποφάσεων στον εργασιακό χώρο των ΜΜΕ και των υφιστάμενων ανισοτήτων μεταξύ των δύο φύλων, συνδέεται άμεσα με την καταπο-

[26] Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Ισότητας Φύλων και το έργο του βλ. European Institute for Gender Equality, available at: *http://eige.europa.eu/sites/default/files/EIGEs%20Mission%20Vision%20Objectves_0.pdf* και *http://eige.europa.eu/content/activities*

[27] Το ίδιο

[28] European Institute for Gender Equality (EIGE), (2015), Gender equality index. Available at: *http://eige.europa.eu/gender-statistics/gender-equality-index/about*

[29] European Institute for Gender Equality (EIGE), (2015), *Beijing+20: The 4th Review of the Implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States,* Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: *http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/MH0414886ENN.PDF (access at 18/7/2015)*

[30] Για τους στόχους της Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου που αφορούν τη γυναίκα και τα ΜΜΕ, βλ. UN Women (1995), *Beijing Platform for Action,* Strategic Objective J. Available at: *http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/*

λέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, καθώς η υπό εκπροσώπηση των γυναικών αποτελεί δείγμα διάκρισης με βάσει το φύλο και συμβάλλει στην περαιτέρω αναπαραγωγή των έμφυλων στερεοτύπων από τα ΜΜΕ. Σε αυτό το πλαίσιο η μελέτη διερευνά το κατά πόσο υπάρχουν εσωτερικές πολιτικές για την προώθηση της ισότητας των φύλων στα ΜΜΕ, ενώ παράλληλα παρουσιάζει δείκτες - για πρώτη φορά σε ευρωπαϊκό επίπεδο - για την παρακολούθηση της προόδου της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών στα ΜΜΕ.

Επιπλέον, το EIGE έχει εκπονήσει μελέτη με στόχο την καταγραφή του τρόπου με τον οποίο αντιλαμβάνονται οι ευρωπαίοι πολίτες των 27 κρατών - μελών το φύλο[32], ενώ έχει διερευνήσει τις απόψεις των γυναικών επαγγελματιών των ΜΜΕ σχετικά με το πώς γίνεται αντιληπτό το ζήτημα της ισότητας των φύλων σε αυτά.[33]

ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΛΟΜΠΙ ΓΥΝΑΙΚΩΝ/EUROPEAN WOMEN'S LOBBY

Το **Ευρωπαϊκό Λόμπι Γυναικών (European Women's Lobby)**, αποτελεί τον μεγαλύτερο φορέα-ομπρέλα των γυναικείων ΜΚΟ σε επίπεδο ΕΕ και ιδρύθηκε το 1979. Σε αυτόν συμμετέχουν πάνω από 2000 ευρωπαϊκές γυναικείες οργανώσεις (από όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ και από 3 από υποψήφια προς ένταξη κράτη) καθώς και 20 αυτοτελείς ευρωπαϊκές οργανώσεις. Το Λόμπι αποτελεί σημαντικό δρώντα στη συνδιαμόρφωση των πολιτικών ισότητας της ΕΕ. Διατυπώνει κατόπιν διαβούλευσης με τα παραρτήματά του, που εδρεύουν στις χώρες που συμμετέχουν σε αυτό, προτάσεις πολιτικής και τις απευθύνει προς τους αρμόδιους θεσμούς της ΕΕ. Παράλληλα, συμβάλλει και στην ενθάρρυνση του ευρωπαϊκού διαλόγου για τα θέματα ισότητας.[34]

Ειδικότερα, για το θέμα των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, το Λόμπι αναγνωρίζει ότι τα έμφυλα στερεότυπα εξακολουθούν να αναπαράγονται με την ίδια ένταση, παρά τις προσπάθειες που έχει κάνει η ΕΕ για την αποδόμησή τους. Επιπλέον, επισημαίνει την έκταση του προβλήματος καθώς η αναπαραγωγή των στερεοτύπων λόγω φύλου δεν περιορίζεται μόνο στα ΜΜΕ, αλλά επεκτείνεται και σε άλλα είδη οπτικοακουστικού υλικού που διακινούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, (διαδίκτυο, βιντεοπαιχνίδια, μουσική, ταινίες κλπ.)[35]

[31] European Institute for Gender Equality (EIGE), (2013), *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media- Advancing gender equality in decision-making in media organizations,* Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: *http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/MH3113742ENC-Women-and-Media-Report-EIGE.pdf (access at 17/7/2015)*

[32] European Institute for Gender Equality (EIGE), (2013), *A Study of Collective Narratives on Gender Perceptions in the 27 EU Member States,* Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: *http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/study-collected-narratives-gender-perceptions-27-eu-member-states (access at 17/6/2015)*

[33] European Institute for Gender Equality (EIGE), "What about gender equality in the media?"-Interviews with women experts". Available at: *http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/Media-interviews-MH0313430ENC.pdf (access at 17/6/2015)*

[34] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με το έργο και τις αρμοδιότητες του Ευρωπαϊκού Λόμπυ Γυναικών, βλ. European Women's Lobby. Available at: *http://www.womenlobby.org/*

[35] European Women's Lobby, "Women and the Media". Available at: *http://www.womenlobby.org/spip.php?rubrique40&lang=en* και European Women' Lobby (2010), "Gender stereotyping and women's access to the media". Available at: *http://www.womenlobby.org/spip.php?article46*

Για το Λόμπι, οι προσπάθειες της ΕΕ δεν είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικές[36] καθώς το πρόβλημα των στερεοτύπων είναι πολυδιάστατο και χρήζει μιας πολύπλευρης λύσης.

Στο πλαίσιο αυτό, έχει διατυπώσει μια σειρά θέσεων τόσο για τον τρόπο με τον οποίο αναπαράγονται τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ, όσο και για τις πολλαπλές συνέπειές τους.

Σύμφωνα, λοιπόν, με το Λόμπι, τα έμφυλα στερεότυπα αναπαράγονται μέσω:

- της μη προβολής γυναικών που κατέχουν θέσεις ευθύνης και της διαρκούς προβολής των γυναικών σε παραδοσιακούς ρόλους
- της προβολής των γυναικών στην ειδησεογραφία θεμάτων «χαμηλής πολιτικής» (π.χ. κοινωνικά, προσωπικές μαρτυρίες) και όχι θεμάτων «υψηλής πολιτικής» (πολιτική, οικονομία κλπ.) και
- της προβολής των γυναικών ως αντικειμένων ομορφιάς και ως σεξουαλικών αντικειμένων, αλλά και ως θυμάτων έμφυλης βίας.

Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι για ορισμένες κατηγορίες γυναικών (γυναίκες με ειδικές ικανότητες ή γυναίκες που ανήκουν σε μειονοτικές ομάδες, π.χ. μουσουλμάνες), τα έμφυλα στερεότυπα που αναπαράγονται είναι ακόμη πιο έντονα.

Σχετικά με τις συνέπειες της αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, το Λόμπι υποστηρίζει ότι η προβολή των γυναικών με αρνητικό και προσβλητικό τρόπο:

- αποτελεί μέσο περαιτέρω αποδυνάμωσης του ρόλου τους στην κοινωνία και υποβάθμισης της ποιότητας ζωής τους
- λειτουργεί αποθαρρυντικά για τις γυναίκες που επιθυμούν να αναλάβουν ισχυρούς ρόλους και να συμμετάσχουν ενεργά στην κοινωνία, ενώ πολλές φορές απειλούν και την ψυχική τους υγεία και
- επιδρά αρνητικά στην πνευματική και σωματική ανάπτυξη των παιδιών (αγόρια και κορίτσια) και ιδιαίτερα των νεαρών κοριτσιών (π.χ. διατροφικές διαταραχές) καθώς και στις αντιλήψεις που διαμορφώνουν για το ρόλο των γυναικών.

Όμως, η προσπάθεια του Λόμπι για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ δεν περιορίζεται μόνο στη διατύπωση των θέσεών του για τη φύση και τις συνέπειες του προβλήματος, αλλά έχει προχωρήσει και σε σχετικές δράσεις με στόχο την περαιτέρω αφύπνιση τόσο της ΕΕ όσο και των κρατών-μελών.

[36] Αναλυτικότερα, το Λόμπυ επισημαίνει ότι η Στρατηγική για την Ισότητα Ανδρών και Γυναικών 2010-2015 δεν κάνει καμία αναφορά στα έμφυλα στερεότυπα και την ισότητα φύλων στα ΜΜΕ ενώ τα περισσότερα διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία και δείκτες επικεντρώνονται περισσότερο στα ΜΜΕ ως επαγγελματικός χώρος για τις γυναίκες (θέσεις ευθύνης, συμμετοχή στη διαδικασία λήψης αποφάσεων) παρά ως χώρος όπου εμφανίζονται έμφυλα στερεότυπα.

[37] Η αναθεωρημένη Οδηγία *«Τηλεόραση χωρίς σύνορα»* του 2006 αποτελεί την Οδηγία του 2010 για τις υπηρεσίες των οπτικοακουστικών μέσων (Audiovisual media services Directive, 2010/13/ΕΕ) που αναφέρθηκε παραπάνω.

Συγκεκριμένα, το 2006, το Λόμπι συμμετείχε ενεργά στην αναθεώρηση της **Οδηγίας «Τηλεόραση χωρίς σύνορα»**[37], δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην προστασία των δικαιωμάτων των γυναικών, την αντιμετώπιση της έμφυλης βίας και την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και τη διαφήμιση.

Ακόμη, έχει προβεί σε συγκεκριμένες προτάσεις προς την ΕΕ οι οποίες, μεταξύ άλλων, προβλέπουν:

- τη θέσπιση νέας νομοθεσίας που θα εξασφαλίζει την ισότητα ανδρών και γυναικών στην εκπαίδευση και τα ΜΜΕ
- την απαγόρευση προβολής και αναπαραγωγής κάθε είδους πορνογραφικού υλικού αλλά και διαφήμισης τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, κάνοντας χρήση του σώματος των γυναικών ως σεξουαλικού αντικειμένου
- τη σύσταση μιας ομάδας ειδικών, αρμόδιας για τον έλεγχο του περιεχομένου που προβάλλεται στα ΜΜΕ και για την λήψη παραπόνων από το κοινό σχετικά με την προβολή περιεχομένου που αναπαράγει έμφυλα στερεότυπα
- την προώθηση και χρηματοδότηση σχετικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων και προγραμμάτων επιμόρφωσης για τους επαγγελματίες των ΜΜΕ και
- την ενίσχυση της έρευνας και αξιολόγησης των στατιστικών δεδομένων σχετικά με την προβολή των γυναικών και, κυρίως των γυναικών που ανήκουν σε ειδικές κατηγορίες όπως οι γυναίκες με ειδικές ικανότητες ή οι γυναίκες μειονοτικών ομάδων (π.χ. μουσουλμάνες)[38].

Όσον αφορά στις προτάσεις του προς τα κράτη-μέλη, το Λόμπι προτείνει:

- ορθή και αποτελεσματική εφαρμογή της σχετικής ευρωπαϊκής νομοθεσίας, προβάλλοντας όλους τους σύγχρονους ρόλους και τις ικανότητες των ανδρών και των γυναικών
- θέσπιση αυστηρών ποινών και προστίμων για τα ΜΜΕ που προβάλλουν υλικό, το οποίο αναπαράγει έμφυλα στερεότυπα και προσβάλει την προσωπικότητα των γυναικών
- σύσταση αποτελεσματικότερων ελεγκτικών μηχανισμών που θα είναι αρμόδιοι για την ορθή τήρηση των Κωδίκων Δεοντολογίας και
- κατάλληλη επιμόρφωση σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα, για τους επαγγελματίες και σπουδαστές των ΜΜΕ, μέσω ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων[39].

[38] European Women' Lobby, (2010), *"Gender stereotyping and women's access to the media"*. Available at: *http://www.womenlobby.org/spip.php?rubrique40&lang=en*, και European Women's Lobby, *"Women and the Media"*.Available at: *http://www.womenlobby.org/spip.php?article46*

[39] European Women' Lobby, (2010), *"Gender stereotyping and women's access to the media"*. Available at: *http://www.womenlobby.org/spip.php?rubrique40&lang=en*, και European Women's Lobby, *"Women and the Media"*. Available at: *http://www.womenlobby.org/spip.php?article46*

Συμπερασματικές σκέψεις

Το ζήτημα της καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ εξακολουθεί να συνιστά μια σύγχρονη πρόκληση, ιδιαίτερα σήμερα που πρότυπα και εικόνες έχουν ένα ευρύτατο κοινό αποδεκτών. Οι διεθνείς και περιφερειακοί θεσμοί που έχουν ασχοληθεί με το ζήτημα, αναγνωρίζουν ότι η ύπαρξη και αναπαραγωγή των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ συνιστούν τροχοπέδη στην επίτευξη της ισότητας των φύλων και βάση πολλών μορφών διακρίσεων που, κυρίως, υφίστανται οι γυναίκες.

Στη λογική αυτή, οι διεθνείς και ευρωπαϊκοί θεσμοί:

έχουν αναγνωρίσει *ρητά το πρόβλημα των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ ως μορφή διάκρισης κατά των γυναικών* στα διάφορα νομοθετικά δεσμευτικά κείμενα (Συμβάσεις, Οδηγίες) και μη δεσμευτικά (Ψηφίσματα, Συστάσεις)

έχουν αναπτύξει *ένα ισχυρό «οπλοστάσιο» εργαλείων πολιτικής (κείμενα, προτάσεις, πολιτικές)*, που μπορούν να αξιοποιήσουν τα κράτη - μέλη για την ουσιαστική αντιμετώπιση του ζητήματος.

Οι διεθνείς και οι ευρωπαϊκοί θεσμοί επισημαίνουν πως η ευθύνη της δράσης κατανέμεται εξίσου μεταξύ της πολιτείας και της κοινωνίας των πολιτών. Η πολιτεία οφείλει να μεριμνήσει για τη θέσπιση ενός ειδικού συνεκτικού κανονιστικού πλαισίου (Νόμοι και Κώδικες Δεοντολογίας) που θα λειτουργεί αποτρεπτικά στην αναπαραγωγή έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ μέσω επιβολής κυρώσεων. Η δε κοινωνία των πολιτών οφείλει να ενημερώνει και να ευαισθητοποιεί το κοινό για τη φύση των στερεοτύπων λόγω φύλου, τον τρόπο με τον οποίο αυτά αναπαράγονται μέσω των ΜΜΕ και τις συνέπειες που προκύπτουν για τις κοινωνίες στις οποίες απευθύνονται τα μηνύματα αυτά.

Επίσης, είναι ευθύνη της κοινωνίας των πολιτών, στο πλαίσιο της λογοδοσίας, να ασκήσει πιέσεις για την υιοθέτηση μέτρων που θα παρεμποδίζουν τη διαιώνιση και διάδοση των έμφυλων στερεοτύπων και να ελέγχει την πορεία αυτών, ώστε να είναι δυνατές διορθωτικές παρεμβάσεις.

Οι δράσεις και οι πρωτοβουλίες των διεθνών και ευρωπαϊκών θεσμών συνιστούν σημαντικά σημεία αναφοράς για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ από τα κράτη, καθώς έχουν αναδείξει σε μεγάλο βαθμό:

- το ζήτημα των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ
- τους πολλαπλούς τρόπους αναπαραγωγής τους και
- τις αρνητικές συνέπειες που έχουν για τους αποδέκτες των μηνυμάτων.

Μένει να δούμε σε ποιο βαθμό θα συντονιστούν επιτυχώς η πολιτεία και η κοινωνία των πολιτών της κάθε χώρας, με τα διεθνή και ευρωπαϊκά σημεία αναφοράς, ώστε οι χώρες να βρουν τον κοινό τους δρόμο στην αντιμετώπιση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

3 Εθνικό πλαίσιο πολιτικών ισότητας

Εισαγωγή

Όπως αναφέρθηκε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, το πλαίσιο που έχουν διαμορφώσει οι διεθνείς και ευρωπαϊκοί θεσμοί μέσω των νομοθετικών παρεμβάσεων, δράσεων και των πρωτοβουλιών που έχουν αναλάβει, αποτελεί το κύριο σημείο αναφοράς στη δράση των κρατών για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Κατά συνέπεια, η Ελλάδα ως κράτος-μέλος του ΟΗΕ αλλά και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οφείλει να δρα σε κάθε τομέα πολιτικής, εντός του συγκεκριμένου θεσμικού και νομικού πλαισίου που διαμορφώνουν οι θεσμοί αυτοί και βάσει των υποχρεώσεων που απορρέουν από τη συμμετοχή της στους θεσμούς αυτούς.

Ειδικότερα, **για την πολιτική ισότητας των φύλων και για την καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων και στερεοτύπων (και στα ΜΜΕ),** το πλαίσιο αυτό περιλαμβάνει:

- υιοθέτηση και εφαρμογή της σχετικής νομοθεσίας (διεθνούς και ευρωπαϊκής) κατά των έμφυλων διακρίσεων
- θέσπιση ειδικής νομοθεσίας και ειδικών διατάξεων για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και την υιοθέτηση Κωδίκων Δεοντολογίας για τα ΜΜΕ και
- ανάληψη δράσεων από όλους τους αρμόδιους φορείς της πολιτείας (αρμόδια Υπουργεία, φορείς ελέγχου ΜΜΕ) και της κοινωνίας των πολιτών (γυναικείες ΜΚΟ, οργανώσεις και φορείς επαγγελματιών των ΜΜΕ) με στόχο αφενός την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ (κατασταλτικές δράσεις) και αφετέρου την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού για τις αρνητικές συνέπειες της αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ (προληπτικές δράσεις).

Σε ποιο βαθμό όμως η Ελλάδα και ειδικότερα οι εθνικοί θεσμοί, οι φορείς πολιτικών ισότητας **(Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων, Κέντρο Έρευνας για θέματα Ισότητας-ΚΕΘΙ),** οι φορείς ελέγχου των ΜΜΕ **(Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης- ΕΣΡ)** και οι οργανώσεις δημοσιογράφων και επαγγελματιών των ΜΜΕ **(Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών-ΕΣΗΑ)** έχουν υλοποιήσει μέχρι σήμερα δράσεις και έχουν αναλάβει πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις που ορίζει το διεθνές και ευρωπαϊκό πλαίσιο;

Το παρόν κεφάλαιο επιδιώκει να απαντήσει στο παραπάνω ερώτημα, μέσω της παρουσίασης των εθνικών θεσμών και φορέων πολιτικών ισότητας καθώς και του θεσμικού πλαισίου και των δράσεων που έχουν υιοθετήσει έως σήμερα για την αντιμετώπιση του ζητήματος των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ. Επίσης, η παρουσίαση των δράσεων και

των πρωτοβουλιών που έχουν ληφθεί σε εθνικό επίπεδο στοχεύει να αναδείξει τα σημεία σύγκλισης και απόκλισης των εθνικών πολιτικών ισότητας με τα σημεία αναφοράς διεθνών και ευρωπαϊκών θεσμών και τις υπάρχουσες ελλείψεις.

Ακολουθεί η συνοπτική παρουσίαση των νομοθετικών πρωτοβουλιών που έχει αναλάβει η Ελλάδα για την καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ.

Νομοθετικές Πρωτοβουλίες

Υιοθέτηση και εφαρμογή της σχετικής νομοθεσίας (διεθνούς και ευρωπαϊκής) κατά των έμφυλων διακρίσεων

Όσον αφορά στην υιοθέτηση της διεθνούς και ευρωπαϊκής νομοθεσίας κατά των έμφυλων διακρίσεων, η Ελλάδα έχει επικυρώσει με νόμο από το 1983, το θεμελιώδες κείμενο για την καταπολέμηση των διακρίσεων: *τη Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για την Εξάλειψη Όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών (CEDAW)*.[1] Ακόμη, η Ελλάδα έχει προσυπογράψει το κείμενο της *Πλατφόρμας Δράσης του Πεκίνου (Beijing Platform for Action)*, το οποίο αναγνωρίζει τον τομέα των ΜΜΕ ως διακριτό χώρο έμφυλων διακρίσεων, όπως έχει ήδη αναφερθεί.

Παράλληλα, η Ελλάδα έχει ενσωματώσει ήδη από το 2010[2] στο εθνικό της δίκαιο την **Οδηγία 2010/13 της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις υπηρεσίες των οπτικοακουστικών μέσων** η οποία απαγορεύει, τις διακρίσεις βάσει φύλου και τη μετάδοση οπτικοακουστικού περιεχομένου που εισάγει ή προωθεί τις έμφυλες διακρίσεις στα ΜΜΕ.

Ειδικές διατάξεις για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ

Σχετικά με την υιοθέτηση ειδικής νομοθεσίας ή ειδικών διατάξεων για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, η Ελλάδα έχει πραγματοποιήσει τα εξής βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση:

- Ο νόμος που ψηφίστηκε το 2015 (Ν4324/2015) σχετικά με τη λειτουργία της ΕΡΤ Α.Ε.,[3] περιλαμβάνει ορισμένες διατάξεις που απαγορεύουν με έμμεσο τρόπο την αναπαραγωγή των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ. Πιο αναλυτικά, το άρθρο 3 προβλέπει ότι: «*Οι*

[1] Η Ελλάδα έχει κυρώσει τη Σύμβαση των Ηνωμένων Εθνών για την Εξάλειψη όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών με το Ν1342/1983 (ΦΕΚ 39/Α'/1983). Το κείμενο του Νόμου κύρωσης της Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για την Εξάλειψη όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών (CEDAW), Ν1342/1983 (ΦΕΚ 39/Α'/1983), Αθήνα είναι διαθέσιμο στο: *http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws* και στο *http://www.isotita.gr/index.php/docs/326 (πρόσβαση 20/7/2015)*

[2] Η Οδηγία 2010/13/ΕΕ για τις υπηρεσίες των Οπτικοακουστικών Μέσων έχει ενσωματωθεί στην ελληνική νομοθεσία από το Νοέμβριο του 2010 με το ΦΕΚ 190/Α'/5-11-2010 και το ΠΔ 109/2011. Το πλήρες κείμενο του ΦΕΚ του *Νόμου που ενσωματώνει την Οδηγία της Ε.Ε. για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων* (2010/13/Ε.Ε.), ΠΔ 109/2011, (ΦΕΚ 190/Α'/5-11-2010), Αθήνα. Είναι διαθέσιμο στο: *http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws*

ραδιοφωνικές και οι τηλεοπτικές εκπομπές καθώς και το περιεχόμενο των ιστοσελίδων πρέπει να σέβονται την προσωπικότητα του ατόμου, ενώ παράλληλα να προστατεύουν τα παιδιά από την ενδεχόμενη έκθεσή τους σε οπτικοακουστικό υλικό που δεν απευθύνεται σε αυτά». Οι συγκεκριμένες διατάξεις αναμένεται να λειτουργήσουν αποτρεπτικά για την προβολή και την αναπαραγωγή των έμφυλων διακρίσεων και στερεοτύπων στα ΜΜΕ που αδιαμφισβήτητα αποτελούν προσβολή της προσωπικότητας.

Δράσεις από αρμόδιους φορείς της πολιτείας, φορείς επαγγελματιών των ΜΜΕ και ΜΚΟ

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται οι δράσεις και οι πρωτοβουλίες των εθνικών θεσμών και φορέων πολιτικών ισότητας (Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων, ΓΓΙΦ) των συμβουλευτικών οργάνων (Κέντρο Έρευνας για θέματα Ισότητας- ΚΕΘΙ), των φορέων ελέγχου των ΜΜΕ στη χώρα μας (Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης- ΕΣΡ), των οργανώσεων δημοσιογράφων και επαγγελματιών των ΜΜΕ (Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών-ΕΣΗΑ) και των φορέων της κοινωνίας των πολιτών (γυναικείες ΜΚΟ) με στόχο την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ και την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού για τις αρνητικές τους συνέπειες.

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ (ΓΓΙΦ)

ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ

Η **Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (ΓΓΙΦ)** αποτελεί τον κύριο κρατικό φορέα, αρμόδιο για το σχεδιασμό, την υλοποίηση και τον έλεγχο της εφαρμογής των πολιτικών ισότητας σε όλους τους τομείς δημόσιας πολιτικής (κοινωνία, οικονομία, εργασία κλπ.). Παράλληλα, μεριμνά για τη βελτίωση της σχετικής υπάρχουσας νομοθεσίας καθώς και για την ένταξη της διάστασης του φύλου σε όλες τις δημόσιες πολιτικές (gender mainstreaming), σύμφωνα με τις δεσμεύσεις που απορρέουν από το ευρωπαϊκό νομικό και θεσμικό πλαίσιο.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, αναπτύσσει και υλοποιεί μια σειρά αναπτυξιακών εθνικών δράσεων, συντάσσει επιχειρησιακά σχέδια στο πλαίσιο του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) καθώς και άλλων ευρωπαϊκών προγραμμάτων (Progress κ.ά.). Το θέμα της καταπολέμησης των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, αποτελεί ζήτημα άμεσης προτεραιότητας του τρέχοντος εθνικού προγράμματος της ΓΓΙΦ αναγνωρίζοντας

[3] Το πλήρες κείμενο του *Νόμου για τη λειτουργία της ΕΡΤ Α.Ε.* (Ν4324/2015, ΦΕΚ 44/Α'/29-4-2015), Αθήνα είναι διαθέσιμο στο: *http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws*

τον καταλυτικό ρόλο που παίζουν τα ΜΜΕ στην αναπαραγωγή των έμφυλων στερεοτύπων, ως διαμορφωτές αντιλήψεων και ως πόλοι ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού.

Ακόμη, αναγνωρίζει ότι ο τρόπος προβολής των γυναικών από τα ΜΜΕ, συνιστά προσβολή για την προσωπικότητα των γυναικών, ενώ συμβάλλει στη διάδοση σεξιστικών προτύπων και συμπεριφορών.

Το τρέχον πρόγραμμα της ΓΓΙΦ, περιλαμβάνει σχετικές δράσεις που υλοποιούνται από τα προγράμματα **ΕΣΠΑ (ΕΠ «Διοικητική Μεταρρύθμιση», ΕΠ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού», Κατηγορίας Πράξης 3.2.4. «Υποστήριξη των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (Γυναικείων Οργανώσεων), ΕΠ «Ψηφιακή Σύγκλιση») και από το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα Progress.**[4]

Όμως, οι πρωτοβουλίες και δράσεις που έχει λάβει η ΓΓΙΦ για την καταπολέμηση των στερεοτύπων στα ΜΜΕ δεν περιορίζονται μόνο στο τρέχον πρόγραμμα. Η ΓΓΙΦ έχει επίσης υλοποιήσει και το **Εθνικό Πρόγραμμα Ισότητας Φύλων στα ΜΜΕ** (2010-2013) σε συνεργασία με τη Δημόσια Τηλεόραση και το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ).[5]

Πέραν τούτου, η ΓΓΙΦ έχει διατυπώσει *κείμενο προτάσεων για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ*, στο πλαίσιο του **Εθνικού Προγράμματος Ισότητας Φύλων στα ΜΜΕ (2010-2013).** Το κείμενο προτάσεων της ΓΓΙΦ έχει κοινοποιηθεί και στους αρμόδιους κρατικούς φορείς λειτουργίας (ΕΡΤ) και τους ανεξάρτητους φορείς ελέγχου των ΜΜΕ (Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης-ΕΣΡ) και περιλαμβάνει τα εξής:

- πρόταση για πιο αποτελεσματική και συστηματική συνεργασία με τους φορείς αυτούς, ώστε να υπάρξει περαιτέρω ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού στο θέμα των έμφυλων στερεοτύπων, μέσω της προβολής ειδικών εκπομπών και
- καθορισμό συγκεκριμένων κριτηρίων και την υιοθέτηση Κωδίκων Δεοντολογίας, ώστε να ελέγχεται με πιο αυστηρό τρόπο το κατά πόσο το περιεχόμενο που προβάλλουν τα ΜΜΕ (διαφημίσεις, προγράμματα), προωθεί σε ικανοποιητικό βαθμό την ισότητα των φύλων και δεν προάγει περαιτέρω τα έμφυλα στερεότυπα[6].

[4] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με το τρέχον πρόγραμμα της Γενικής Γραμματείας Ισότητας Φύλων, βλ. Πρόγραμμα της Γενικής Γραμματείας Ισότητας Φύλων, διαθέσιμο στο: *http://www.isotita.gr/index.php/docs/c158/*

[5] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με το *Εθνικό Πρόγραμμα Ισότητας Φύλων στα ΜΜΕ (2010-2013)* βλ. Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων (ΓΓΙΦ) και Υπουργείο Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, (2010), Εθνικό Πρόγραμμα για την Ουσιαστική Ισότητα των Φύλων 2010-2013. Διαθέσιμο στο: *http://www.isotita.gr/var/uploads/HOME%20PAGE/ETHNIKO%20PROGRAMMA_MAY-2011.pdf*

[6] Για το κείμενο προτάσεων που έχει διατυπώσει η ΓΓΙΦ σχετικά με την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ στο πλαίσιο του Εθνικού Προγράμματος Ισότητας Φύλων στα ΜΜΕ (2010-2013), βλ. Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων (ΓΓΙΦ) και Υπουργείο Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, (2010), *Εθνικό Πρόγραμμα για την Ουσιαστική Ισότητα των Φύλων 2010-2013.* (σελ. 20-21). Διαθέσιμο στο: *http://www.isotita.gr/var/uploads/HOME%20PAGE/ETHNIKO%20PROGRAMMA_MAY-2011.pdf.*

Τέλος, η ΓΓΙΦ σε συνεργασία με τη Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας και Ενημέρωσης, στο πλαίσιο εορτασμού της Ημέρας της Γυναίκας (2009), πραγματοποίησαν Ημερίδα με θέμα *«Γυναίκα και ΜΜΕ»*. Η ημερίδα αυτή αποτέλεσε μια δράση πληροφόρησης, ευαισθητοποίησης και προβληματισμού σχετικά με το ζήτημα της καταπολέμησης των στερεοτύπων του φύλου στα ΜΜΕ. Πιο συγκεκριμένα, η Ημερίδα περιλάμβανε τις εξής δύο θεματικές ενότητες: α) «Η Τηλεόραση ως φορέας γυναικείων προτύπων και στερεοτύπων» και β) «Ο Λόγος ως εργαλείο διαμόρφωσης της εικόνας της γυναίκας». Στην Ημερίδα συμμετείχαν και μίλησαν εκπρόσωποι του χώρου των ΜΜΕ (δημοσιογράφοι, διευθυντικά στελέχη της κρατικής τηλεόρασης κ.ά.) και του ακαδημαϊκού χώρου (συγγραφείς, επιστήμονες) ενώ παρεμβάσεις έκαναν εκπρόσωποι της πολιτείας καθώς και εκπρόσωποι φορέων και γυναικείων οργανώσεων. Η δημοσίευση των πρακτικών της Ημερίδας που πραγματοποιήθηκε στη συνέχεια από τους συνδιοργανωτές αποτελεί ένα χρήσιμο ενημερωτικό υλικό.[7]

ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΕΥΝΩΝ ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ (Κ.Ε.Θ.Ι.)

Το **Κέντρο Ερευνών για θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ)** αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου υπό την εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Ισότητας Φύλων (ΓΓΙΦ). Το ΚΕΘΙ ιδρύθηκε το 1994 και λειτουργεί ως συμβουλευτικό όργανο κεντρικά στην Αθήνα και περιφερειακά στην Πάτρα. Πραγματοποιεί επιστημονικές έρευνες και μελέτες για θέματα ισότητας των φύλων και συμβάλλει στην προώθηση των γυναικών σε όλους τους τομείς της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής καθώς και στην εξάλειψη των διακρίσεων λόγω φύλου. Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, το ΚΕΘΙ υλοποιεί εθνικές και ευρωπαϊκές δράσεις μέσω προγραμμάτων που καλύπτουν όλους τους τομείς, όπου οι γυναίκες υφίστανται διακρίσεις.[8]

Όσον αφορά στην καταπολέμηση των διακρίσεων και στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, το ΚΕΘΙ εκπόνησε ήδη από το 2001 μελέτη/έρευνα πεδίου με τίτλο ***«Φύλο και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης»*** σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα που προβάλλονται και αναπαράγονται στα ΜΜΕ και ειδικότερα στις πρωινές εκπομπές.[9]

Η μελέτη αυτή καταδεικνύει ότι οι πρωινές εκπομπές που προβάλλονται από τα ΜΜΕ (κυρίως από την τηλεόραση) αναπαράγουν έμφυλα αναχρονιστικά στερεότυπα, αφού παρουσιάζουν τις γυναίκες με μονοσήμαντο τρόπο (ως σύζυγο-νοικοκυρά), παρά τις σημαντικές κοινωνικές αλλαγές που έχουν συντελεστεί στους ρόλους και τις ισορροπίες των δύο φύλων.

---

[7] Υπουργείο Εσωτερικών, Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων, Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας και Ενημέρωσης (2009), Ημερίδα «Γυναίκα και ΜΜΕ». Διαθέσιμο στο: *http://www.minpress.gr/minpress/index/currevents/publ_hmer_gynaika.htm*

[8] Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με το έργο και το ρόλο του Κέντρου Ερευνών για θέματα Ισότητας των Φύλων, βλ. Κέντρο Ερευνών για θέματα Ισότητας, διαθέσιμο στο: *http://www.kethi.gr/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=2&Itemid=3&lang=el*

[9] Κακαβούλια Μαρία, Κάππα Βασιλική, Λιάπη Μαρία, (2001), *«Φύλο και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (στοχευμένη έρευνα πεδίου)»*, Κέντρο Ερευνών για θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ) σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο και το Κέντρο Γυναικείων Μελετών και Ερευνών, Αθήνα. Διαθέσιμο στο: *http://www.kethi.gr/attachments/173_FYLO_MME.pdf*

Στο πλαίσιο της ίδιας μελέτης υπογραμμίζεται ότι η a priori απόδοση στις γυναίκες ρόλων που συνδέονται αποκλειστικά με το σπίτι και το νοικοκυριό (ιδιωτική σφαίρα) και στους άνδρες ρόλων που συνδέονται περισσότερο με την εργασία και την καριέρα (δημόσια σφαίρα) διαιωνίζει την αντίληψη της διχοτόμησης των σφαιρών (δημόσια- ιδιωτική), τοποθετώντας σε κάθε μια από αυτές την παρουσία και την δράση των ανθρώπων ανάλογα με το φύλο τους.

Παράλληλα, αυτός ο τρόπος απόδοσης των ρόλων στα δύο φύλα, συμβάλλει στην αναπαραγωγή ενός κοινωνικού μοντέλου οργάνωσης ρόλων, όπου η συμμετοχή των δύο φύλων στη δημόσια και ιδιωτική σφαίρα είναι άνισα κατανεμημένη και δε συνάδει με τις σύγχρονες κοινωνικές τάσεις και αλλαγές.[10]

Ακόμη, η μελέτη τονίζει ότι οι πρωινές εκπομπές εστιάζουν κυρίως στα εξωτερικά χαρακτηριστικά των γυναικών παρουσιάζοντάς τες ως σεξουαλικά αντικείμενα. Προτείνουν δε ακατάπαυστα τρόπους βελτίωσης της εξωτερικής τους εμφάνισης, ώστε αυτή να συνάδει με τα σύγχρονα πρότυπα ομορφιάς. Με άλλα λόγια, το πρότυπο των γυναικών που προβάλλεται και προτείνεται είναι αυτό των γυναικών-μοντέλων και όχι των επιτυχημένων γυναικών που με τις ικανότητες και τις γνώσεις τους διαπρέπουν σε διάφορους τομείς της κοινωνικής και οικονομικής ζωής. Η γυναικεία θεματολογία των εκπομπών αυτών εστιάζει κατά κύριο λόγο στο γάμο, τη μόδα και στις οικιακές δραστηριότητες, αποσιωπώντας κάθε άλλη δραστηριότητα ή άλλο ρόλο των σύγχρονων γυναικών.

Πέραν της μελέτης αυτής, το ζήτημα των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ αποτελεί επίσης θεματική ενότητα του εκπαιδευτικού υλικού που εξέδωσε το 2014 το ΚΕΘΙ, με τίτλο ***«Πολιτική Επικοινωνία: Ζητήματα Επικοινωνίας και Φύλου»***, στο πλαίσιο των δράσεων που υλοποιούνται από το Δίκτυο «Ελένη Σκούρα», ως μέρος του ευρύτερου προγράμματος που υλοποιεί το ΚΕΘΙ «για την ενθάρρυνση και υποστήριξη της συμμετοχής των γυναικών σε θέσεις πολιτικής ευθύνης και εκπροσώπησης σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο πολιτικής».[11]

Η μελέτη εστιάζει σε δύο κύρια σημεία: α) στην παρουσίαση των διαφόρων έμφυλων στερεοτύπων στις αντιλήψεις, τις εικόνες και τα μηνύματα που μεταδίδουν και προβάλλουν τα ΜΜΕ, ο κινηματογράφος, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κλπ. και β) στην παρουσίαση εναλλακτικών τρόπων προβολής των γυναικών και της συμβολής των νέων τεχνολογιών στην προώθηση της ισότητας των φύλων και την ενεργή συμμετοχή των γυναικών στο δημόσιο βίο.[12]

Συγκεκριμένα, στη μελέτη επισημαίνεται ότι τα έμφυλα στερεότυπα λειτουργούν αποτρεπτικά στην ενίσχυση της συμμετοχής των γυναικών στην πολιτική και γενικότερα σε άλλους τομείς του δημόσιου βίου. Στη συνέχεια αναλύεται ο τρόπος με τον οποίο προβάλλονται οι

---

[10] Το ίδιο

[11] Αθανασάτου Ιωάννα, (2014), *Πολιτική Επικοινωνία- Ζητήματα Επικοινωνίας και Φύλου- 3η θεματική Ενότητα εκπαιδευτικού υλικού, ΚΕΘΙ* σελ. 1-88. Διαθέσιμο στο: *http://www.gynaikes-politiki.gr/*

[12] Το ίδιο, σελ. 1-88

[13] Το ίδιο, σελ. 23, 26-27, 31

[14] Το ίδιο, σελ. 40

γυναίκες στον κινηματογράφο και στα ΜΜΕ υπογραμμίζοντας ότι οι γυναίκες προβάλλονται περισσότερο ως παθητικά αντικείμενα του ανδρικού βλέμματος και της ανδρικής ηδονής παρά ως υποκείμενα που δρουν ενεργά.[13]

Ακόμη, στη ίδια μελέτη τονίζεται ότι: «η εκ των προτέρων απόδοση συγκεκριμένων χαρακτηριστικών στις γυναίκες και η αναπαραγωγή έμφυλων στερεοτύπων από τα ΜΜΕ, συμβάλλει στη διατήρηση της διχοτομικής αντίληψης του βίου σε δύο σφαίρες (δημόσια και ιδιωτική σφαίρα) βάσει φύλου, σύμφωνα με την οποία η δημόσια σφαίρα (οικονομία, διοίκηση) αποτελεί τον χώρο δράσης των ανδρών ενώ η ιδιωτική σφαίρα (οικιακά, οικογένεια κλπ.) αποτελεί το χώρο δράσης των γυναικών».[14]

Παράλληλα, όμως, υπογραμμίζεται ότι η χειραφέτηση των γυναικών και η «πολιτικοποίηση» πολλών γυναικείων ζητημάτων (σεξουαλική βία, ενδοοικογενειακή βία, πορνογραφία) που θεωρούνταν έως τώρα ζητήματα του ιδιωτικού βίου έχουν μεταφερθεί τώρα στη δημόσια σφαίρα, με αποτέλεσμα οι ισορροπίες μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου βίου να έχουν αρχίσει να μεταβάλλονται.

Στο πλαίσιο αυτό, το κείμενο παρουσιάζει μια σειρά προτάσεων σχετικά με την ορθή προβολή των γυναικών που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν από τα ΜΜΕ (έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος, τηλεόραση, ραδιόφωνο) και την πολιτεία ευρύτερα, οι οποίες είναι οι εξής:

- προβολή των γυναικών και των ανδρών σε μη παραδοσιακούς ρόλους
- απαγόρευση χρήσης σεξιστικής γλώσσας και εικόνων που προωθούν τις έμφυλες διακρίσεις ή συνιστούν προσβολή των γυναικών
- κατάλληλη εκπαίδευση και ενημέρωση των δημοσιογράφων και των εργαζομένων στα ΜΜΕ σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ και τις αρνητικές επιπτώσεις τους, καθώς και την ορθή προβολή των γυναικών στα ΜΜΕ.
- χρήση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως χώρου ενθάρρυνσης διαλόγου μεταξύ των γυναικών πέρα από σύνορα και έμφυλες διακρίσεις και ως μέσου ευαισθητοποίησης του κοινού για τα έμφυλα στερεότυπα, δεδομένης της διάχυτης παρουσίας των σεξουαλικών προτύπων και εικόνων που κυριαρχούν σήμερα σε αυτά (πορνοποίηση/σεξουαλικοποίηση του πολιτισμού) και
- ενίσχυση της πολιτιστικής δημιουργίας ανδρών και γυναικών, σε θέματα που αφορούν την ισότητα των φύλων.

ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΡΑΔΙΟΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ (ΕΣΡ)

Το **Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ),** αποτελεί την αρμόδια Ανεξάρτητη Αρχή συνταγματικώς κατοχυρωμένη που μεριμνά για την ορθή λειτουργία των δημόσιων και ιδιωτικών ραδιοτηλεοπτικών σταθμών και για τον έλεγχο τήρησης της ραδιοτηλεοπτικής νομοθεσίας από το σύνολο των σταθμών αυτών. Ειδικότερα, το ΕΣΡ είναι αρμόδιο να ελέγχει το περιεχόμενο των ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών, και το βαθμό στον οποίο αυτό εναρμονίζεται με τις αρχές που διέπουν τη λειτουργία του και να παρακολουθεί εάν οι συνταγματικές επιταγές γίνονται πράξη. Ακόμη, είναι αρμόδιο να συντάσσει Κώδικες Δεοντολογίας Ειδησεογραφικών Εκπομπών, Διαφημίσεων και Ψυχαγωγικών Προγραμμάτων και να απευθύνει συστάσεις και οδηγίες σε όσους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς δεν συμμορφώνονται ή παραβιάζουν τη σχετική νομοθεσία.[15]

Στο πλαίσιο των παραπάνω αρμοδιοτήτων, το 2003, το ΕΣΡ συνέταξε τον ***«Κώδικα Δεοντολογίας ειδησεογραφικών και άλλων δημοσιογραφικών και πολιτικών εκπομπών»*** τόσο της δημόσιας όσο και της ιδιωτικής τηλεόρασης. Ο Κώδικας Δεοντολογίας, ο οποίος κυρώθηκε με Προεδρικό Διάταγμα[16] και έχει επομένως ενταχθεί στην εθνική νομοθεσία, περιλαμβάνει *ειδική διάταξη σχετικά με τις έμφυλες δυσμενείς διακρίσεις που αναπαράγονται στα ΜΜΕ.* Σύμφωνα με το άρθρο 4 (παράγραφος 1) του Κώδικα Δεοντολογίας, *απαγορεύεται η προβολή των προσώπων στα ΜΜΕ με κάθε τρόπο που μπορεί να ενθαρρύνει τις έμφυλες διακρίσεις εις βάρος τους.* Επίσης, σύμφωνα με το ίδιο άρθρο (παράγραφος 2) *απαγορεύεται η προβολή κάθε σεξιστικού μηνύματος ή χαρακτηρισμού.*

Το ΕΣΡ έχει επίσης διατυπώσει μια *σειρά συστάσεων για την απαγόρευση προβολής διαφημίσεων παιδικών παιχνιδιών που προωθούν τις διακρίσεις λόγω φύλου* στο κείμενο της Οδηγίας (αριθ.2/18.02.2014) με τίτλο: ***«Μετάδοση από τηλεοπτικούς σταθμούς διαφημίσεων παιδικών παιχνιδιών».***[17]

[15] Για περαιτέρω λεπτομέρειες σχετικά με τις αρμοδιότητες του ΕΣΡ, βλ. Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης, διαθέσιμο στο: *http://www.esr.gr/arxeion-xml/pages/esr/esrSite/get-index*

[16] Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), (2003), Κώδικας Δεοντολογίας (ΦΕΚ/Α' 75/28-3-2003). Διαθέσιμο στο: *http://www.esr.gr/*

[17] Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), (2014), Οδηγία υπ' αριθμόν 2 (2-2014, 18-2-2014) *«Μετάδοση από τηλεοπτικούς σταθμούς διαφημίσεων παιδικών παιχνιδιών».* Διαθέσιμη στο: *www.esr.gr*

ΕΝΩΣΗ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ ΗΜΕΡΗΣΙΩΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΩΝ ΑΘΗΝΩΝ (ΕΣΗΕΑ)

Η **Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)** αποτελεί το κύριο συλλογικό όργανο που εκπροσωπεί τα συμφέροντα των δημοσιογράφων των ημερήσιων εφημερίδων των Αθηνών και μεριμνά για την περαιτέρω επιμόρφωση και ενημέρωσή τους.

Στο πλαίσιο συγκεκριμένων αρμοδιοτήτων της, η ΕΣΗΕΑ δεν έχει αναλάβει εξειδικευμένες δράσεις και δεν έχει υιοθετήσει κείμενα για την καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων και στερεοτύπων στα ΜΜΕ. Ωστόσο, η απαγόρευση των έμφυλων διακρίσεων και η ισότητα των φύλων, αποτελούν θεμελιώδεις έννοιες του κειμένου των Αρχών Δεοντολογίας που έχει υιοθετήσει από το 1998.

Συγκεκριμένα, στο άρθρο 4 (σημείο γ') του κειμένου των αρχών δεοντολογίας αναφέρεται ότι: *«ο δημοσιογράφος οφείλει να αντιμετωπίζει τους πολίτες με ίσο τρόπο, να μην ασκεί αλλά ούτε και να δέχεται οποιαδήποτε διάκριση βάσει φύλου και να σέβεται την αξιοπρέπεια και την προσωπικότητα των πολιτών».* Στο άρθρο 2 (σημείο στ') αναφέρεται ότι ο δημοσιογράφος οφείλει *«να είναι ιδιαίτερα προσεκτικός κατά την παρουσίαση γεγονότων έμφυλης βίας και να μην αποκαλύπτει με άμεσο ή έμμεσο τρόπο την ταυτότητα του θύματος»*.

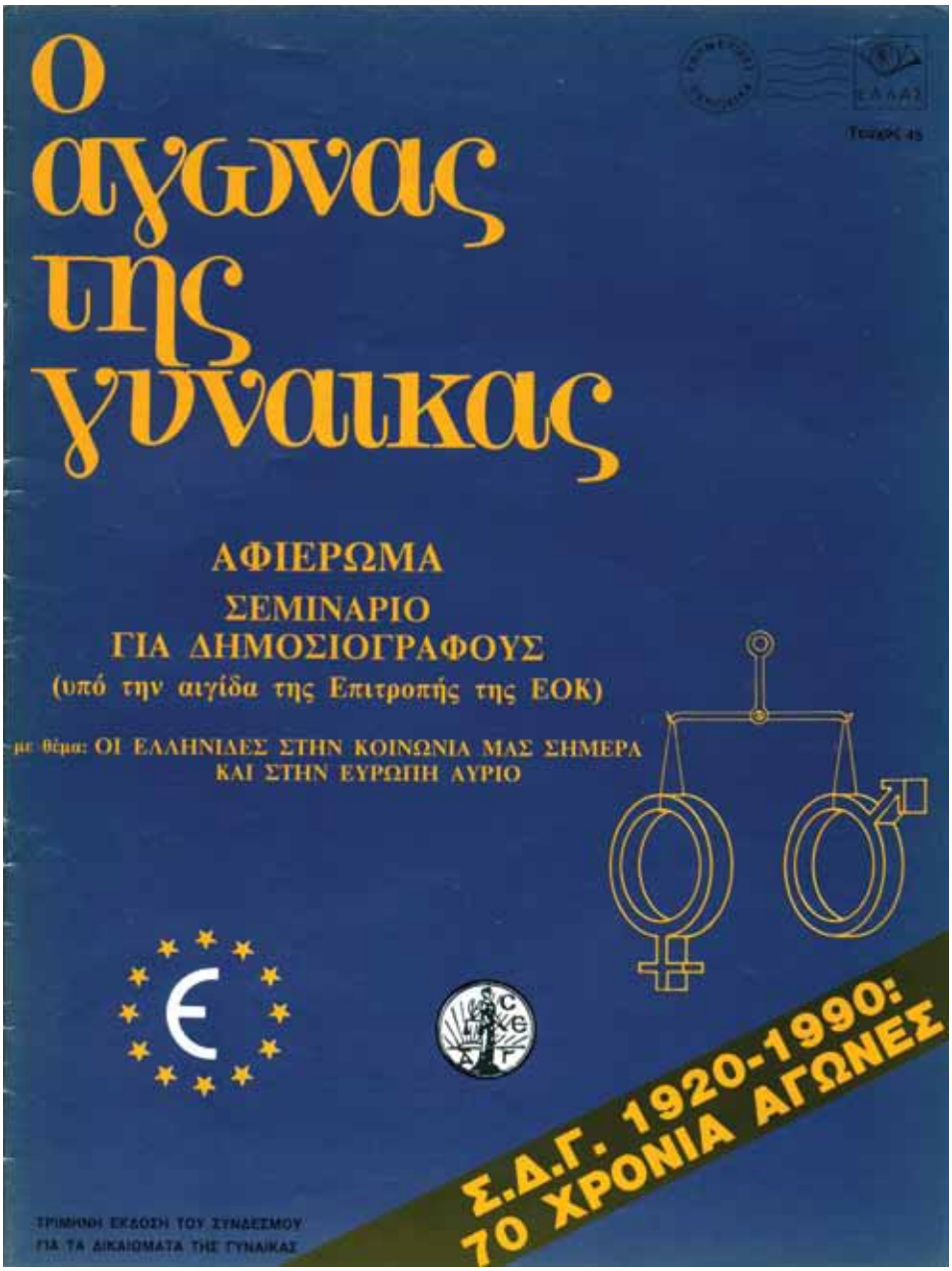
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ (ΣΔΓ) - ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ ΓΙΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΥΣ

Ο Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας (ΣΔΓ) από την ίδρυση του το 1920 αγωνίζεται για την προώθηση της ισότητας και την προστασία των δικαιωμάτων των γυναικών, αναγνωρίζοντας ότι μεγάλο μέρος των διακρίσεων σε βάρος τους συντηρείται και αναπαράγεται από τις λεγόμενες «βαθειά ριζωμένες κοινωνικές αντιλήψεις». Αυτά τα «στερεότυπα λόγω φύλου» έχουν διεισδύσει στα ΜΜΕ και εξακολουθούν να κυριαρχούν στους τομείς της ενημέρωσης, πληροφόρησης, επικοινωνίας, κοινωνικής δικτύωσης και ψυχαγωγίας σε παγκόσμια κλίμακα.

Ήδη από το 1990 ο ΣΔΓ έκανε μια πρώτη συντονισμένη δράση - Σεμινάριο για Δημοσιογράφους προκειμένου να ενημερώσει και να ευαισθητοποιήσει δημοσιογράφους και στελέχη των ΜΜΕ για τη θέση της γυναίκας και την ανάγκη προώθησης της ισότητας σε όλους τους τομείς σύμφωνα με τις δυνατότητες που τους παρέχει ο επαγγελματικός τους χώρος.[18]

[18] Βλέπε σχετικά με τη δράση αυτή "Ειδικό αφιέρωμα για το Σεμινάριο στους Δημοσιογράφους" στο περιοδικό του ΣΔΓ *Ο Αγώνας της Γυναίκας,* (1990), *τεύχος 45*. Διαθέσιμο στο: *http://www.genderpanteion.gr/gr/anazitisi.php*

Ο ΣΔΓ έχει πάντα ανάμεσα στις προτεραιότητές του την προβολή των θεμάτων ισότητας στα ΜΜΕ μέσα από συστηματική συνεργασία με εκπροσώπους του χώρου καθώς και τη συστηματική επιβράβευση της έντυπης και ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας που προάγει την ισότητα.



Συμπερασματικές σκέψεις

Η Ελλάδα αποτελεί μια χώρα η οποία έχει ενσωματώσει σε ικανοποιητικό βαθμό το διεθνές και ευρωπαϊκό νομοθετικό πλαίσιο για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ. Ωστόσο, **οι αρμόδιοι εθνικοί φορείς πολιτικών ισότητας (Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων) και οι συμβουλευτικοί φορείς (Κ.Ε.Θ.Ι.)** δεν έχουν αναπτύξει επαρκώς τους κατάλληλους μηχανισμούς και τα εργαλεία για την εφαρμογή των διεθνών και ευρωπαϊκών πολιτικών ισότητας και για την περαιτέρω ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του κοινού για το θέμα των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Όπως είδαμε, οι εθνικοί φορείς και θεσμοί πολιτικών ισότητας έχουν υλοποιήσει μια σειρά δράσεων και προγραμμάτων για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ. Παράλληλα, έχουν προβεί και στη διατύπωση συγκεκριμένων προτάσεων για την ορθή προβολή των γυναικών στα ΜΜΕ και τη γενικότερη καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ. Παρόλα αυτά, οι δράσεις και τα προγράμματα που υλοποιήθηκαν, δεν είχαν μέχρι τώρα την άμεση επιρροή που θα μπορούσαν να έχουν στο κοινό, στους δημοσιογράφους και στους εργαζόμενους στα ΜΜΕ, ώστε όλοι να αποκτήσουν μια πιο ολοκληρωμένη άποψη για τις πολλαπλές διαστάσεις και τις αρνητικές συνέπειες του ζητήματος των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Ακόμη, οι δράσεις αυτές δεν φαίνεται να έχουν αποτελέσει μέχρι σήμερα ισχυρό κίνητρο για τη θέσπιση ενός ειδικού συνεκτικού κανονιστικού πλαισίου με κώδικες δεοντολογίας και ειδική νομοθεσία για τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ. Το χάσμα μεταξύ των πολιτικών και της πολιτικής, γίνεται ιδιαίτερα αντιληπτό εάν αναλογιστούμε ότι μέχρι σήμερα η νομοθεσία δεν αντιμετωπίζει τα ΜΜΕ ως ξεχωριστό χώρο έμφυλων διακρίσεων, αλλά προσεγγίζει το ζήτημα σφαιρικά στο πλαίσιο της γενικότερης απαγόρευσης των διακρίσεων κάθε μορφής και του σεβασμού της προσωπικότητας του ατόμου.

Επίσης, οι αρμόδιοι φορείς ελέγχου των ΜΜΕ (όπως το ΕΣΡ), άλλα και οι συλλογικές οργανώσεις των δημοσιογράφων και επαγγελματιών των ΜΜΕ (όπως η ΕΣΗΕΑ), δεν έχουν προβεί στην αναθεώρηση των Κωδίκων Δεοντολογίας ή των Αρχών Δεοντολογίας τους και δεν έχουν προχωρήσει στην υιοθέτηση ειδικών ρυθμίσεων για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

Παράλληλα, οι φορείς της κοινωνίας των πολιτών (γυναικείες ΜΚΟ, με εξαίρεση τον ΣΔΓ, οι φορείς ελέγχου των ΜΜΕ και οι συλλογικές οργανώσεις δημοσιογράφων και επαγγελματιών των ΜΜΕ) θα μπορούσαν να έχουν αναλάβει έναν πιο ενεργό ρόλο στην ευαισθητοποίηση και πληροφόρηση του κοινού, στην επιμόρφωση των δημοσιογράφων και των εργαζομένων στα ΜΜΕ, μέσω της διοργάνωσης ειδικών σεμιναρίων και ημερίδων.

Σε κάθε περίπτωση, παρήγορο είναι ότι οι αρμόδιοι εθνικοί θεσμοί και φορείς πολιτικών ισότητας, οι συμβουλευτικοί φορείς και οι φορείς ελέγχου των ΜΜΕ καθώς και οι οργανώσεις δημοσιογράφων και επαγγελματιών των ΜΜΕ:

- έχουν αναγνωρίσει την ύπαρξη και αναπαραγωγή των στερεοτύπων λόγω φύλου στο χώρο των ΜΜΕ, ως σοβαρό πρόβλημα με ιδιαίτερα αρνητικές συνέπειες
- έχουν υλοποιήσει ορισμένες θεσμικές και νομοθετικές παρεμβάσεις βάσει του διεθνούς και ευρωπαϊκού πλαισίου, με κύρια έμφαση στους τρόπους έκφρασης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και τις αρνητικές συνέπειες που προκύπτουν για τις κοινωνίες στις οποίες απευθύνονται τα μηνύματα αυτά και
- έχουν διατυπώσει συγκεκριμένες προτάσεις πολιτικής για την ουσιαστική αντιμετώπιση του προβλήματος από συμβουλευτικούς φορείς όπως το Κ.Ε.Θ.Ι., οι οποίες θα μπορούσαν να αποτελέσουν τη βάση πάνω στην οποία η πολιτεία σε συνεργασία με την κοινωνία των πολιτών, θα διαμορφώσει τις επόμενες νομοθετικές και θεσμικές παρεμβάσεις.

Με άλλα λόγια, η αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση του σύνθετου προβλήματος των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ προϋποθέτει το συντονισμό των αρμόδιων φορέων άσκησης πολιτικής, των ανεξάρτητων θεσμών, των επαγγελματικών οργανώσεων και των οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών σε δύο επίπεδα:

α) Σε εθνικό επίπεδο μεταξύ τους, μέσω της ανάπτυξης ενός κοινού κώδικα επικοινωνίας και κοινών αξόνων πολιτικής και δράσης και

β) Σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο, βάσει των σημείων αναφοράς των διεθνών και ευρωπαϊκών θεσμών που περιλαμβάνονται στο προηγούμενο κεφάλαιο αυτού του Οδηγού.

4 Διεθνείς και Ευρωπαϊκές Καλές Πρακτικές καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ

Εισαγωγή

Οι διεθνείς και ευρωπαϊκοί θεσμοί αλλά και οι φορείς πολιτικών ισότητας που ασχολούνται με την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, δημιουργούν το θεσμικό και νομικό πλαίσιο βάσει του οποίου διαμορφώνονται και υλοποιούνται ποικίλες δράσεις σε εθνικό επίπεδο. Τα κράτη ακολουθώντας τους «χάρτες πορείας» που έχουν ήδη σχεδιαστεί σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο και όντας συνεπή στις υποχρεώσεις που απορρέουν από τη συμμετοχή τους στους διεθνείς και ευρωπαϊκούς θεσμούς, προχωρούν σε **δράσεις** με στόχο:

- την ενσωμάτωση και την εφαρμογή της διεθνούς και ευρωπαϊκής νομοθεσίας για τις πολιτικές ισότητας
- τη θέσπιση και την υιοθέτηση ειδικής νομοθεσίας και Κωδίκων Δεοντολογίας κατά των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ
- την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση των απασχολούμενων στα ΜΜΕ αλλά και των αποδεκτών των μηνυμάτων τους, για το ζήτημα της προβολής και αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων και τις αρνητικές τους συνέπειες και
- την κινητοποίηση όλων των αρμόδιων φορέων της πολιτείας και της κοινωνίας των πολιτών (γυναικείες ΜΚΟ, φορείς ελέγχου και οργανώσεις των ΜΜΕ κλπ.) για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Όμως, παρά το γεγονός ότι οι υποχρεώσεις που απορρέουν από τη συμμετοχή των κρατών στους διεθνείς και ευρωπαϊκούς θεσμούς είναι ίδιες για όλα τα κράτη, αυτά δεν ανταποκρίνονται σ' αυτές με τον ίδιο τρόπο, ούτε με τον ίδιο ρυθμό. Κατά συνέπεια, υπάρχουν κράτη τα οποία έχουν εφαρμόσει τη σχετική διεθνή και ευρωπαϊκή νομοθεσία και έχουν υλοποιήσει με τρόπο αποτελεσματικό δράσεις για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και άλλα που, παρά την ενσωμάτωση και εναρμόνιση του εθνικού δικαίου με τις διεθνείς και ευρωπαϊκές επιταγές, δεν έχουν αναπτύξει υποστηρικτικά δίκτυα και δεν έχουν υλοποιήσει επαρκείς δράσεις.

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει αναφορά σε αποτελεσματικές Δράσεις - Καλές Πρακτικές που έχουν υλοποιηθεί από κράτη της ΕΕ (Ισπανία, Μάλτα, Ιρλανδία) αλλά και εκτός αυτής (Καναδάς και Αυστραλία) για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ.

Η επιλογή των χωρών δεν είναι τυχαία, αλλά έγινε με βάση τα κριτήρια που θέσπισε το Policy Department C του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τις ανάγκες της μελέτης που εκπόνησε σχετικά με την προβολή των γυναικών και των κοριτσιών στα ΜΜΕ και τη διαφήμιση.[1] Ειδικότερα, τα κριτήρια επιλογής των χωρών είναι τα εξής:

- η αποτελεσματικότητα που έχουν οι πρακτικές των χωρών αυτών, ως προς την επίτευξη του στόχου, δηλαδή την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ και τη δυναμική που έχουν, ώστε να ωθήσουν και σε άλλες νέες καλές πρακτικές *(works well)*
- η αντιμετώπιση του ζητήματος της ύπαρξης και αναπαραγωγής των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ ως ξεχωριστή διάκριση, λαμβάνοντας υπόψη τους ποικίλους τρόπους έκφρασης και προβολής των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ *(gender-specificity)*
- η δυνατότητα θετικών επιπτώσεων των Καλών Πρακτικών που αφορούν τα ΜΜΕ και σε άλλους τομείς πολιτικής πέραν του χώρου των ΜΜΕ *(transferability) και*
- ο εκπαιδευτικός χαρακτήρας των Καλών Πρακτικών και ο βαθμός στον οποίο αυτές μπορούν να εμπνεύσουν άλλες χώρες, ώστε κι εκείνες να προχωρήσουν στη διεξαγωγή συμπερασμάτων και την υιοθέτηση ανάλογων μέτρων για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ *(learning potential)*[2].

Ι. Καλές Πρακτικές κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ΙΣΠΑΝΙΑ

Η Ισπανία, ως συμβαλλόμενο μέρος της Σύμβασης του ΟΗΕ για την Εξάλειψη Όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών (CEDAW)[3] και ως κράτος-μέλος της Ε.Ε.,[4] έχει πραγματοποιήσει ουσιαστικά βήματα προς τη θέσπιση ειδικής νομοθεσίας και ειδικών διατάξεων

[1] European Parliament (2013), Directorate-General for Internal Policies, Policy Department C, Citizens' Rights and Constitutional Affairs, *"Women and Girls as Subjects of Media's Attention and Advertisement Campaigns: The Situation in Europe, Best Practices and Legisltations"*, Brussels, available at: *http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/474442/IPOL-FEMM_ET(2013)474442_EN.pdf.*

[2] Η επιλογή των χωρών και των καλών πρακτικών που αυτές εφαρμόζουν για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου έχει γίνει βάσει των κριτηρίων (study-tailored criteria) που θέσπισε το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και ειδικότερα το Policy Department C για την εκπόνηση της μελέτης του με με τίτλο: «Οι γυναίκες και τα κορίτσια ως υποκείμενο προσοχής των ΜΜΕ και των διαφημίσεων: Η κατάσταση στην Ευρώπη, Καλές πρακτικές και νομοθεσίες» ("Women and Girls as subjects of media's attention and advertisement campaigns: The situation in Europe, Best practices and Legislations"). Για το πλήρες κείμενο της μελέτης βλ. http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/474442/IPOL-FEMM_ET%282013%29474442_EN.pdf. Επίσης, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (Policy Department C) θέσπισε τα συγκεκριμένα κριτήρια αξιολόγησης των καλών πρακτικών των χωρών βάσει των κριτηρίων αξιολόγησης καλών πρακτικών (assessment criteria for the evaluation of good practices in gender mainstreaming) που έχει ορίσει το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων (EIGE). Για περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τα κριτήρια του EIGE, βλ. EIGE, (2013). «Mainstreaming gender into the policies and the programmes of the institutions of the European Union and EU Member States- Good practices in Gender Mainstreaming», Luxembourg. Available at: *http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/Good-Practices-in-Gender-Mainstreaming.pdf.*

για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ. Πιο συγκεκριμένα, το 2007 κύρωσε τη ***"Συνταγματική πράξη 3/2007 της 22ης Μαρτίου για την αποτελεσματική ισότητα ανδρών και γυναικών"*** *(Constitutional Act 3/2007 of 22 March for Gender Equality)*,[5] η οποία εμπεριέχει **ειδικό κεφάλαιο σχετικά με την ισότητα στα ΜΜΕ** *(«Ισότητα και ΜΜΕ»)*.

Στο τρίτο κεφάλαιο *(«Ισότητα και ΜΜΕ»)*, της Συνταγματικής πράξης, ορίζονται ειδικές διατάξεις και ρυθμίσεις για την περαιτέρω προώθηση της ισότητας των φύλων στα ΜΜΕ. Ειδικότερα, περιλαμβάνονται διατάξεις και συστάσεις προς τους φορείς της δημόσιας και ιδιωτικής τηλεόρασης για την ορθή προβολή των γυναικών στα ΜΜΕ και ιδιαίτερα στο χώρο της διαφήμισης.[6] Όσον αφορά τα **δημόσια ΜΜΕ**, το άρθρο 36 αναφέρει ότι οφείλουν να λάβουν **σχετικά μέτρα και πρωτοβουλίες** που θα διασφαλίζουν:

- την προβολή των γυναικών με τρόπο απαλλαγμένο από τα έμφυλα στερεότυπα
- την αναφορά σε όλους τους ρόλους των γυναικών (πλουραλισμός), και όχι αποκλειστικά στους παραδοσιακούς ρόλους της μητέρας και της συζύγου που στερεοτυπικά τους αποδίδονται
- την ίση προβολή των γυναικών και των ανδρών στα ΜΜΕ και
- τη συμβολή τους στην περαιτέρω προώθηση και εμπέδωση του ουσιαστικού νοήματος της ισότητας ανδρών και γυναικών.

Στη συνέχεια (Άρθρο 37) προβλέπει μια σειρά συγκεκριμένων κριτηρίων τα οποία πρέπει να λάβει υπόψη του ο αρμόδιος δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας της χώρας (Corporacion RTVE) κατά το σχεδιασμό και την υλοποίηση του προγράμματος του καθώς και ο αρμόδιος φορέας για την ισότητα ανδρών και γυναικών (Agencia EFE) κατά την υλοποίηση των δράσεών του (Άρθρο 38). Τα κριτήρια που προβλέπει η συνταγματική πράξη είναι τα εξής:

- προβολή των γυναικών σε όλους τους τομείς της δημόσιας και ιδιωτικής ζωής
- χρήση μη σεξιστικής γλώσσας
- υιοθέτηση κατάλληλων Κωδίκων Δεοντολογίας και συμπεριφοράς που προωθούν την αξία της ισότητας των φύλων και
- συνεργασία με άλλους αρμόδιους θεσμούς και φορείς για την οργάνωση εκστρατειών ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης με στόχο την περαιτέρω προώθηση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών και την εξάλειψη της έμφυλης βίας.

[3] Η Ισπανία κύρωσε τη CEDAW στις 5/1/ 1984.
[4] Η Ισπανία είναι κράτος-μέλος της Ε.Ε. από την 1/1/1986.
[5] Constitutional Act 3/2007 of 22 March for Gender Equality, Spain. Available at: *http://www.isotita.gr/var/uploads/NOMOTHESIA/INTERNATIONAL/SPANISH%20constitutional%20act3_2007_en.pdf.*
[6] Constitutional Act 3/2007 of 22 March for Gender Equality), Spain (preamble, p.4). Available at: *http://www.isotita.gr/var/uploads/NOMOTHESIA/INTERNATIONAL/SPANISH%20constitutional%20act3_2007_en.pdf.*

Σχετικά με τα ιδιωτικά ΜΜΕ, αναφέρει μια σειρά υποχρεώσεων τις οποίες αυτά οφείλουν να τηρούν κατά τη λειτουργία τους και την προβολή των προγραμμάτων τους. Οι υποχρεώσεις αυτές είναι (Άρθρο 39):

- σεβασμός της αρχής της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών και αποφυγή κάθε είδους διάκρισης
- σύναψη συμφωνιών με τις κεντρικές, περιφερειακές και τοπικές κυβερνήσεις, ώστε το περιεχόμενο που προβάλλουν τα ιδιωτικά ΜΜΕ να είναι πλήρως συμμορφωμένο με το περιεχόμενο της νομοθεσίας για την ισότητα ανδρών και γυναικών και
- υιοθέτηση και λήψη μέτρων για την ορθή προβολή των γυναικών (σύμφωνα με τις συνταγματικές αρχές και αξίες) από τις αρχές που είναι αρμόδιες για την τήρηση των υποχρεώσεων των οπτικοακουστικών μέσων (Άρθρο 40).

Ειδικότερα για το χώρο της διαφήμισης, η Συνταγματική πράξη ορίζει (Άρθρο 41) ως παράνομες (σύμφωνα με τις σχετικές διατάξεις της εθνικής νομοθεσίας για τη διαφήμιση και την επικοινωνία) τις διαφημίσεις που περιέχουν ή προβάλλουν περιεχόμενο που προωθεί τις έμφυλες διακρίσεις ή τα έμφυλα στερεότυπα.

Επίσης, το 2010 η Ισπανία θέσπισε το ***"Νόμο περί Ολοκληρωμένης Προστασίας ενάντια στην Έμφυλη Βία*** *(Spanish Organic Law 1/2004, 28 December, on Measures of Integral Protection against Gender-Based Violence)*,[7] ο οποίος περιλαμβάνει ειδικές διατάξεις για τις διακρίσεις λόγω φύλου και την έμφυλη βία στα ΜΜΕ και ειδικότερα στη διαφήμιση (Title I, Chapter II, *In Advertising and Communications Media*).

Αναλυτικότερα για **το χώρο της διαφήμισης**, ο νόμος ορίζει:

- ως παράνομο κάθε διαφημιστικό ή άλλο υλικό που προβάλλεται στα ΜΜΕ και χρησιμοποιεί ή προβάλλει την εικόνα των γυναικών με τρόπο προσβλητικό ή με τρόπο που να προωθεί τις διακρίσεις λόγω φύλου (Άρθρο 10)
- ότι το διαφημιστικό περιεχόμενο που προβάλλεται στα ΜΜΕ, πρέπει να σέβεται την αξιοπρέπεια των γυναικών και το δικαίωμα τους να προβάλλονται με τρόπο απαλλαγμένο από έμφυλα στερεότυπα ή άλλες διακρίσεις (Εισαγωγικό κεφάλαιο του Νόμου) και
- ότι η αρμόδια εποπτική αρχή των ΜΜΕ οφείλει να διασφαλίζει την ορθή προβολή (σύμφωνα με τις συνταγματικές αρχές και αξίες) των γυναικών στα ΜΜΕ και τη διαφήμιση (Άρθρο 11).

[7] Spanish Organic Law 1/2004, 28 December, on Measures of Integral Protection against Gender-Based Violence, Spain. Available at: *http://www.isotita.gr/var/uploads/NOMOTHESIA/VIOLENCE/SPANISH%20LAW%200rga-nic%20Act%201_28-12-04%20on%20Violence.pdf.*

- ως υποχρεωτική τη συμμετοχή των αρμόδιων φορέων ισότητας στη διαμόρφωση της νομοθεσίας που αφορά την απαγόρευση ή την τροποποίηση διαφημίσεων που προβάλλουν τις γυναίκες με προσβλητικό τρόπο ή με κάθε άλλο τρόπο που προωθεί τις διακρίσεις λόγω φύλου (Άρθρο 12) και
- ως δικαίωμα των αρμόδιων φορέων υπεράσπισης των δικαιωμάτων των γυναικών (Ειδική Αντιπροσωπεία της Κυβέρνησης για την αντιμετώπισης της βίας κατά των γυναικών, το Ινστιτούτο Γυναικείων Θεμάτων και οι αντίστοιχοι φορείς στις διάφορες αυτόνομες κοινότητες της χώρας, το γραφείο του Εθνικού Συνηγόρου κλπ), να προσφύγουν στη δικαιοσύνη, ώστε να απαγορευθεί η προβολή διαφημιστικού υλικού το οποίο έχει κριθεί ως παράνομο σύμφωνα με τις διατάξεις του συγκεκριμένου νόμου. (Άρθρο 13).

Επιπρόσθετα, το κείμενο του νόμου τονίζει το σημαντικό ρόλο και τη συμβολή που πρέπει να έχει η πολιτεία **στην καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων** και την ορίζει αρμόδια για:

- τον έλεγχο της ορθής εφαρμογής της νομοθεσίας σχετικά με την προστασία των θεμελιωδών δικαιωμάτων
- την ενίσχυση των ελέγχων της ορθής εφαρμογής της νομοθεσίας (ειδικά όσον αφορά τις διαφημίσεις) μέσω προληπτικών δράσεων και μηχανισμών εξωδικαστικής επίλυσης των διαφορών και
- την εξάλειψη πρακτικών μέσω των οποίων αναπαράγονται διακρίσεις κατά των γυναικών στα ΜΜΕ και δεν γίνεται σεβαστή η ισότητα των φύλων (Άρθρο 13).

Όσον αφορά δε στην **έμφυλη βία**, το Άρθρο 14 εμπεριέχει διατάξεις σχετικά με την *προβολή και μετάδοση ειδησεογραφικού υλικού και εικόνων έμφυλης βίας*. Πιο συγκεκριμένα προβλέπει ότι οι δημοσιογράφοι και οι επαγγελματίες των ΜΜΕ, στο πλαίσιο της αντικειμενικής παρουσίασης των γεγονότων, οφείλουν να υπερασπίζονται με κάθε τρόπο τα ανθρώπινα δικαιώματα, την ελευθερία και την αξιοπρέπεια των γυναικών-θυμάτων βίας καθώς και των παιδιών τους. Επιπλέον, τονίζει την ανάγκη περαιτέρω ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού στο θέμα της έμφυλης βίας.

ΜΑΛΤΑ

Η Μάλτα, αν και επικύρωσε τη CEDAW πιο πρόσφατα[8] σε σχέση με την Ισπανία και την Ελλάδα και έγινε μέλος της ΕΕ μόλις το 2004,[9] έχει ήδη λάβει σημαντικές πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, με κυριότερες: α) την υιοθέτηση της **«Πράξης Ι του 2003 (όπως τροποποιήθηκε το 2007), για την Ισότητα ανδρών και γυναικών (Κεφάλαιο 456)»**[10] **(Act I of 2003, as amended on 2007, Equality for Men and Women Act, Chapter 456)** και β) τη θέσπιση, το 2007, του κειμένου **«Κατευθυντήριες Οδηγίες της Μάλτας για την Ισότητα των Φύλων και την Προβολή των Φύλων στα Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα» (The Maltese Guidelines on Gender Equality and Gender Portrayal in the Broadcasting Media), από την αρμόδια Εθνική Ραδιοτηλεοπτική Αρχή (Maltese Broadcasting Authority).**[11]

Το κείμενο της **«Πράξης Ι του 2003 (όπως τροποποιήθηκε το 2007), για την Ισότητα ανδρών και γυναικών (Κεφάλαιο 456)»**, περιλαμβάνει διατάξεις για την καταπολέμηση των διακρίσεων λόγω φύλου στο χώρο εργασίας των ΜΜΕ. Ορίζει ότι η δημοσίευση για κάλυψη θέσεων εργασίας στα ΜΜΕ ή και η δημοσιοποίηση οποιουδήποτε άλλου υλικού δεν πρέπει να γίνεται με τρόπο που προωθεί τις διακρίσεις εις βάρος κάποιου φύλου ή εστιάζει στις ιδιαίτερες ικανότητες των ανδρών ή των γυναικών για την άσκηση κάποιου επαγγέλματος, διακρίνοντας έτσι τα επαγγέλματα σε «ανδρικά» και «γυναικεία». Προβλέπει επίσης την επιβολή προστίμων στους παραβάτες (αρμόδιες αρχές ή άτομα).

Οι ***«Κατευθυντήριες Οδηγίες της Μάλτας για την Ισότητα των Φύλων και την Προβολή των Φύλων στα Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα»*** συνιστούν την κύρια δέσμη μέτρων και πρωτοβουλιών που έχει λάβει η χώρα για την καταπολέμηση των έμφυλων διακρίσεων στα ΜΜΕ (δημόσια και ιδιωτικά). Ειδικότερα, αναφέρονται στον τρόπο με τον οποίο πρέπει να προβάλλεται το φύλο στα ΜΜΕ, στην ορθή και μη σεξιστική γλώσσα που πρέπει να χρησιμοποιείται σ' αυτά και στο κατάλληλο υλικό που πρέπει να προβάλλεται.

Πιο αναλυτικά, για την ορθή και ισόρροπη (απαλλαγμένη από τα έμφυλα στερεότυπα) προβολή των δύο φύλων, οι Κατευθυντήριες Γραμμές συστήνουν:

- προβολή των σύγχρονων ρόλων που κατέχουν οι άνδρες και οι γυναίκες στην κοινωνία της Μάλτας (στη δημόσια και ιδιωτική τους ζωή, όπου οι άνδρες αναλαμβάνουν ποικίλους ρόλους και στο σπίτι, και οι γυναίκες δραστηριοποιούνται και στον εργασιακό χώρο) και την παρουσία ανθρώπων διαφόρων ηλικιών, επαγγελμάτων και ικανοτήτων στα ΜΜΕ και

[8] Η Μάλτα επικύρωσε τη CEDAW στις 8/3/1991.
[9] Η Μάλτα έγινε μέλος της Ε.Ε. την 1/5/2004.
[10] Act I of 2003, as amended on 2007, Equality for Men and Women Act, Chapter 456), Malta. Available at: *http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---ilo_aids/documents/legaldocument/wcms_127939.pdf.*
[11] Malta Broadcasting Authority, (2007), The Maltese Guidelines on Gender Equality and Gender Portrayal in the Broadcasting Media, Malta. Available at: *http://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/resources/malta/guidelines-gender-equality-and-gender-portrayal-broadcasting-media.*

- προβολή όλων των σύγχρονων μοντέλων οικογένειας (μονογονεϊκές, οικογένειες με υιοθετημένα παιδιά κλπ.) χωρίς να προβάλλονται ως κατώτερες ή μη φυσιολογικές κάποιες οικογενειακές δομές έναντι άλλων που είναι πιο διαδεδομένες και στερεοτυπικά εκλαμβάνονται ως φυσιολογικές (Κεφ. 2).

Αναφορικά με το υλικό που προβάλλουν τα ΜΜΕ, οι Κατευθυντήριες Οδηγίες προτείνουν:

- το υλικό και τα προγράμματα να μην απευθύνονται αποκλειστικά σε ένα φύλο (άνδρες ή γυναίκες) αλλά να φέρουν γενικούς τίτλους και περιεχόμενο που να αποφεύγει την κατηγοριοποίησή τους ως «ανδρικές ή γυναικείες εκπομπές» και
- την προώθηση της ίσης συμμετοχής ανδρών και γυναικών στα πάνελ των συζητήσεων και των ενημερωτικών εκπομπών καθώς και στις θέσεις ευθύνης και τα διοικητικά συμβούλια των οργανισμών των ΜΜΕ (Κεφ. 1, 2)

Σχετικά με τη γλώσσα που πρέπει να χρησιμοποιείται στα ΜΜΕ, οι Κατευθυντήριες Οδηγίες συστήνουν:

- απαγόρευση της σεξιστικής γλώσσας ή χρήσης σεξιστικών σχολίων θεωρώντας τα μορφή αποκλεισμού και διάκρισης βασισμένης σε έμφυλα στερεότυπα και
- απαγόρευση χρήσης κάθε μορφής λόγου που προσβάλλει, εκπροσωπεί με λάθος τρόπο ή οδηγεί σε υποτίμηση λόγω φύλου.

Τέλος, οι Κατευθυντήριες Οδηγίες, προτείνουν τη θέσπιση ενός συγκεκριμένου νομικού πλαισίου για την προβολή των γυναικών στα ΜΜΕ το οποίο:

- θεσπίζει ως παράνομη την κάθε είδους προβολή προτύπων ή σχολίων που προωθούν τις έμφυλες διακρίσεις καθώς και την προβολή εικόνων που παρουσιάζουν τις γυναίκες ως σεξουαλικά αντικείμενα ή ως θύματα (υπεύθυνα για τη βία που υπέστησαν) και
- προβλέπει την απομάκρυνση από την αρμόδια Εθνική Ραδιοτηλεοπτική Αρχή (Κεφ. 1-3), όλων των φορέων και ΜΜΕ, που προβάλλουν ανάρμοστο ως προς την αρχή της ισότητας φύλου υλικό, με συνέπεια να προσβάλλεται η προσωπικότητα των προβαλλόμενων ατόμων.

ΙΡΛΑΝΔΙΑ

Η Ιρλανδία αποτελεί άλλο ένα παράδειγμα ευρωπαϊκής χώρας, η οποία ως κράτος-μέρος της CEDAW (από το 1985) και της ΕΕ (από το 1973), έχει υιοθετήσει και εφαρμόζει με τρόπο αποτελεσματικό συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο αναφορικά με τα ΜΜΕ και τη διαφήμιση, με στόχο την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου και την περαιτέρω προώθηση της ισότητας των φύλων. Πιο συγκεκριμένα, η Αρμόδια Αρχή της Ιρλανδίας για τη θέσπιση και υιοθέτηση προτύπων στη διαφήμιση (Advertising Standard Authority of Ireland-ASAI), συνέταξε ***"Manual of Advertising, Self-Regulation with the Code of Standards for Advertising, Promotional and Direct Marketing in Ireland"***.[12] Το κείμενο περιλαμβάνει ειδικές διατάξεις καταπολέμησης των στερεοτύπων λόγω φύλου και προώθησης της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών, οι οποίες προβλέπουν ότι κατά την προβολή, διαφήμιση ή προώθηση των προϊόντων, τα ΜΜΕ πρέπει:

- να σέβονται την αρχή της ισότητας των φύλων και την αξιοπρέπεια κάθε ατόμου
- να αποφεύγουν την προβολή των γυναικών ως σεξουαλικών αντικειμένων και
- να χρησιμοποιούν ουδέτερη γλώσσα χωρίς να μεροληπτούν ή να προβαίνουν σε διάκριση εις βάρος του ενός ή του άλλου φύλου. *«Κάθε λέξη που αφορά τις γυναίκες αφορά και τους άνδρες και αντιστρόφως»*[13].

ΙΙ. Καλές Πρακτικές χωρών εκτός της ΕΕ

ΚΑΝΑΔΑΣ

Ο Καναδάς αποτελεί μία από τις χώρες εκτός Ευρώπης η οποία ανέλαβε σημαντικές πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, πριν ακόμη επικυρώσει τη CEDAW (1981). Ήδη το 1979, συγκροτήθηκε Ειδική Επιτροπή (Task Force) η οποία θέσπισε μια σειρά από **Κατευθυντήριες Οδηγίες** σχετικά με την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων και την ορθή προβολή των φύλων στα ΜΜΕ ***"Stereotyping guidelines"*** (το 1987) και ***"Gender Portrayal Guidelines"*** (το 1993)[14]. Οι Κατευθυντήριες

[12] Advertising Standards Authority of Ireland (ASAI), (2007), Manual of Advertising, Self-Regulation with the Code of Standards for Advertising, Promotional and Direct Marketing in Ireland, Ireland. Available at: *http://www.asai.ie/asai-code/.*

[13] Advertising Standards Authority of Ireland (ASAI), (2007), Manual of Advertising, Self-Regulation with the Code of Standards for Advertising, Promotional and Direct Marketing in Ireland, Ireland. (Paragraph 2.17, p. 16). Available at: *http://www.asai.ie/asai-code/.*

[14] Advertising Standards Canada (ASC), (last revision 2014), Gender Portrayal Guidelines, Canada. Available at: *http://www.adstandards.com/en/standards/genderPortrayalGuidelines.aspx.*

[15] Για το ρόλο και της αρμοδιότητες της αρχής ελέγχου των προτύπων διαφήμισης του Καναδά, βλ. την ιστοσελίδα της Advertising Standards Canada, available at: *http://www.adstandards.com/en/AboutASC/aboutASC.aspx.*

Γραμμές υιοθετήθηκαν από τον αρμόδιο φορέα ελέγχου τήρησης των προτύπων διαφήμισης (Advertising Standards Canada)[15] και στη συνέχεια από όλα τα ΜΜΕ της χώρας.

Το κείμενο των Κατευθυντήριων Οδηγιών του 1993 διαπιστώνει ότι οι γυναίκες βρίσκονται σε πιο ευάλωτη θέση (σε σχέση με τους άνδρες) και προβάλλονται συχνότερα με αρνητικό τρόπο στη διαφήμιση και στα ΜΜΕ. Για το λόγο αυτό περιλαμβάνει μια σειρά συστάσεων και προτάσεων προς τα ΜΜΕ και τους αρμόδιους φορείς ελέγχου τους, οι οποίες προβλέπουν τα εξής:

- το σεβασμό της αρχής της ισότητας των φύλων κατά την προβολή ή τη διαφήμιση υλικού
- την προσεγμένη επιλογή των μέσων και του λόγου, απαλλαγμένα από έμφυλα στερεότυπα (Προτάσεις 1-2)
- την προβολή ανδρών και γυναικών σε ποικίλους ρόλους και δραστηριότητες με τρόπο μη μεροληπτικό που υποστηρίζει την αντίληψη πως και οι δύο είναι ικανοί για την ανάληψή τους (Κατευθυντήρια Γραμμή 5)
- την προβολή των ανδρών και γυναικών ως ατόμων εξίσου ικανών και αρμόδιων για τη λήψη αποφάσεων στη δημόσια και ιδιωτική ζωή (Κατευθυντήρια Γραμμή 2)
- την απαγόρευση προβολής του ενός φύλου ως μέσου επιβολής ισχύος έναντι του άλλου και ως πρόκλησης έμφυλης βίας (Κατευθυντήρια Γραμμή 4) και
- την απαγόρευση χρήσης σεξιστικής γλώσσας και της προβολής των ανθρώπων (ανδρών και γυναικών) στις διαφημίσεις ως σεξουαλικών αντικειμένων (Κατευθυντήρια Γραμμή 3).

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ

Η Αυστραλία, και πιο συγκεκριμένα η Αυστραλιανή Αρχή Επικοινωνιών και ΜΜΕ (Australian Communications and Media Authority- ACMA), θέσπισε δύο **Κώδικες Δεοντολογίας και Καλών Πρακτικών, έναν για το Ραδιόφωνο (Commercial Radio Codes of Practice and guidelines, 2011)**[16] **και έναν για την Τηλεόραση (Commercial Television Industry Code of practice, 2010)**[17] με στόχο την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ.

[16] Australian Communications and Media Authority (2011), Commercial Radio codes of practice and guidelines, Australia. Available at: *http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/radio/documents/comme-rcial_radio-codes_and_guidelines_5sept2011.pdf.*
[17] Australian Communications and Media Authority (2010), Commercial Television Industry Code of Practice, Australia. Available at: *http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/radio/documents/comme-rcial_radio-codes_and_guidelines_5sept2011.pdf.*

Τα κείμενα των δύο Κωδίκων, στα ειδικότερα τμήματά τους, που αφορούν στην προβολή των φύλων,[18] τονίζουν ότι η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, δεν πρέπει να αποτελούν μέσα προώθησης και προβολής εικόνων ή περιγραφών που συνιστούν προσβολή ή διάκριση κατά των γυναικών. Επίσης στους Κώδικες διατυπώνεται ο ορισμός της αρνητικής ή μη ισόρροπης προβολής των φύλων από τα ΜΜΕ ως: *«κάθε έκφραση, αναπαράσταση ή άποψη που τείνει να συνδέσει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, ρόλους, συμπεριφορές ή ακόμα και προϊόντα με άτομα, βάσει του φύλου τους, χωρίς να λαμβάνει υπόψη τα ίδια τα άτομα ως προσωπικότητες»*. Στην κατεύθυνση αυτή, συστήνουν:

- αποφυγή χρήσης φράσεων και σχημάτων λόγου (π.χ. «αυτή είναι δουλειά για άντρες», ή «μια γυναίκα δε θα το καταλάβει αυτό» κλπ.) που μπορεί να υπονοεί ότι κάποιο άτομο βρίσκεται σε μειονεκτική θέση έναντι κάποιου άλλου, εξαιτίας του φύλου του
- απαγόρευση της αναφοράς των γυναικών ως σεξουαλικών αντικείμενων και αποφυγή κάθε αναφοράς στη φυσιολογία τους, όταν αυτή δεν αποτελεί αντικείμενο συζήτησης και
- ισότιμη προβολή όλων των σύγχρονων ρόλων καθώς και ίση προβολή ανδρών και γυναικών που διαπρέπουν σε διάφορους επαγγελματικούς χώρους.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στο ζήτημα της προβολής **της έμφυλης βίας στα ΜΜΕ.** Συγκεκριμένα συστήνει:

- απαγόρευση της προβολής περιεχομένου που προωθεί ή μπορεί να προκαλέσει βία κατά των γυναικών
- ισόρροπη προβολή από τα ΜΜΕ περιστατικών έμφυλης βίας που συντελούνται σε δημόσιους χώρους και περιστατικών που συντελούνται σε ιδιωτικούς χώρους (π.χ. σπίτι) και
- απαγόρευση προβολής των γυναικών - θυμάτων έμφυλης βίας ως υπεύθυνων για ό,τι υπέστησαν.

[18] Australian Communications and Media Authority (2011), «Guidelines and Explanatory Notes on the Portrayal of Women on Australian Commercial Radio», Commercial Radio codes of practice and guidelines, Australia, p.p. 29-30. Available at: http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/radio/documents/commercial_radio-codes_and_guidelines_5sept2011.pdf και
Australian Communications and Media Authority (2010), «*Advisory Note on the portrayal of women and men*», Commercial Television Industry Code of Practice, Australia, p.69. Available at: *http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/radio/documents/commercial_radio-codes_and_guidelines_5sept2011.pdf.*

5 Προτάσεις για μια Εθνική Πολιτική για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ

Εισαγωγή

Οι Καλές Πρακτικές καταπολέμησης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, που παρατέθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο και οι οποίες έχουν εφαρμοστεί σε ευρωπαϊκές και άλλες χώρες, μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης για δράσεις και πολιτικές και στην Ελλάδα. Απέναντι σε ένα υπαρκτό και μείζον πρόβλημα, τόσο σε διεθνές όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι δράσεις αυτές, αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της ύπαρξης των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, λειτουργούν ενάντια στην αναπαραγωγή τους και συμβάλλουν στην καταπολέμησή τους.

Στην ενότητα αυτή γίνεται αναφορά σε **προτάσεις και μέτρα που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν από την Ελλάδα.** Οι προτάσεις αυτές λαμβάνουν υπόψη τους αφενός τις ελλείψεις που υπάρχουν στο υφιστάμενο θεσμικό και νομικό πλαίσιο της Ελλάδας σχετικά με την καταπολέμηση των στερεοτύπων στα ΜΜΕ[19] και αφετέρου τις Καλές Πρακτικές που έχουν καταγραφεί σε άλλες χώρες.

Προτεινόμενες δράσεις

1. Θέσπιση Ειδικής Νομοθεσίας

Καταρχάς, η Ελλάδα χρειάζεται να αναλάβει μια σειρά πρωτοβουλιών, ώστε να ενδυναμωθεί το υφιστάμενο νομικό της πλαίσιο στον τομέα της καταπολέμησης των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, οι αρμόδιοι κρατικοί φορείς (Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας και η ΓΓΙΦ του Υπουργείου Εσωτερικών) σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς ελέγχου των ΜΜΕ (Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης -ΕΣΡ) πρέπει να προτείνουν Ειδική Νομοθεσία για τα δημόσια και τα ιδιωτικά ΜΜΕ, ενάντια στα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ, η οποία θα πρέπει να:

- εδράζεται στο σεβασμό της αρχής ισότητας των φύλων και το σεβασμό της προσωπικότητας του ατόμου
- περιλαμβάνει ορισμούς των όρων που σχετίζονται με τα στερεότυπα λόγω φύλου και τις διακρίσεις που προκύπτουν από αυτά, εστιάζοντας στο χώρο των ΜΜΕ και
- αντιμετωπίζει τις έμφυλες διακρίσεις στα ΜΜΕ ως ξεχωριστή έμφυλη διάκριση και όχι ως μία εκ των ποικίλων διακρίσεων.

[19] Για το υπάρχον νομικό και θεσμικό πλαίσιο της Ελλάδας για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, βλ. το κεφάλαιο σχετικά με τους διεθνείς, ευρωπαϊκούς και εθνικούς φορείς πολιτικών ισότητας.

- περιλαμβάνει διατάξεις οι οποίες να ορίζουν ως παράνομη την προβολή οπτικοακουστικού ή διαφημιστικού υλικού ή περιεχομένου το οποίο προβάλλει ή προωθεί τις έμφυλες διακρίσεις ή τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ
- περιλαμβάνει διατάξεις οι οποίες να ορίζουν ως παράνομη την προβολή ανθρώπων με τρόπο που προσβάλλει την προσωπικότητά τους και, ειδικότερα, την απεικόνιση των γυναικών ως σεξουαλικών αντικειμένων
- προβλέπει ποινές, χρηματικά πρόστιμα ή και απομάκρυνση όλων των αρμόδιων φορέων των ΜΜΕ που είναι υπεύθυνοι για την προβολή, διακίνηση, προώθηση ή εκμετάλλευση οπτικοακουστικού ή διαφημιστικού υλικού που προωθεί τις έμφυλες διακρίσεις και τα έμφυλα στερεότυπα
- προβλέπει την ενεργή συμμετοχή των εθνικών φορέων και θεσμών πολιτικών ισότητας στη διαμόρφωση της ειδικής νομοθεσίας και τη διασφάλιση του δικαιώματος άσκησης ένδικης προσφυγής σε περιπτώσεις παράβασης των προβλεπόμενων από το νόμο και
- περιλαμβάνει συγκεκριμένα κριτήρια για τον τρόπο προβολής των δύο φύλων στα ΜΜΕ, έτσι ώστε τα δημόσια και ιδιωτικά ΜΜΕ να έχουν στη διάθεσή τους έναν οδηγό - πλαίσιο για το σχεδιασμό και προβολή των προγραμμάτων τους.

2. Θέσπιση Κωδίκων Δεοντολογίας και Οδηγού Καλών Πρακτικών με ειδικές διατάξεις για την καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου

Παράλληλα με τη θέσπιση της Ειδικής Νομοθεσίας για την καταπολέμηση των έμφυλων στερεοτύπων στα ΜΜΕ, οι αρμόδιοι φορείς ελέγχου των ΜΜΕ (ΕΣΡ) και οι οργανώσεις και ενώσεις των επαγγελματιών των ΜΜΕ (π.χ. Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών-ΕΣΗΕΑ), οφείλουν να αναθεωρήσουν και να επικαιροποιήσουν τους υπάρχοντες Κώδικες Δεοντολογίας και Οδηγούς Καλών Πρακτικών, εισάγοντας σε αυτούς ειδικές διατάξεις σχετικά με την ορθή και ισόρροπη προβολή των δύο φύλων στα ΜΜΕ, οι οποίες θα πρέπει:

- να ορίζουν με σαφήνεια την «ισόρροπη προβολή» των δύο φύλων στα ΜΜΕ
- να διασφαλίζουν την προβολή των ποικίλων σύγχρονων ρόλων γυναικών και ανδρών που έχουν στη δημόσια και ιδιωτική ζωή
- να προωθούν την παρουσία ανδρών και γυναικών διαφόρων ηλικιών, επαγγελμάτων και ικανοτήτων
- να αυξάνουν την προβολή ανδρών και γυναικών ως ατόμων εξίσου ικανών για: α) την άσκηση όλων των επαγγελμάτων, ώστε να σταματήσουν τα ΜΜΕ να αναπα-

ράγουν το στερεότυπο της έμφυλης κατανομής της εργασίας και β) τη λήψη αποφάσεων τόσο στην ιδιωτική, όσο και στη δημόσια ζωή

- να προβάλλουν όλους τους τύπους των σύγχρονων οικογενειακών μοντέλων, ώστε να αποφεύγονται οι διακρίσεις σε βάρος ατόμων που μετέχουν σε μη παραδοσιακού τύπου οικογένειες
- να απαγορεύουν τη χρήση σεξιστικής γλώσσας και να υιοθετούν τρόπους αναφοράς σε άνδρες και γυναίκες που δεν προωθούν διακρίσεις λόγω φύλου
- να προωθούν το σχεδιασμό εκπομπών που απευθύνονται από κοινού σε άνδρες και γυναίκες και
- να αυξάνουν την παρουσία των γυναικών στα πάνελ των συζητήσεων και στις ενημερωτικές εκπομπές καθώς και τη συμμετοχή των γυναικών σε θέσεις ευθύνης και στα διοικητικά συμβούλια των οργανισμών των ΜΜΕ.

3. Θέσπιση ειδικών διατάξεων για τον περιορισμό της προβολής της έμφυλης βίας

Οι Κώδικες Δεοντολογίας και η υπολοίπση Καλών Πρακτικών, πέρα από τις ειδικές διατάξεις που αφορούν την ορθή και ισορροπημένη προβολή των δύο φύλων στα ΜΜΕ, κρίνεται σκόπιμο να περιλαμβάνουν και μια σειρά διατάξεων που αφορούν **στον περιορισμό της προβολής της έμφυλης βίας,** δεδομένου ότι αυτή συνιστά μορφή διάκρισης κατά των γυναικών. Συγκεκριμένα, οι ειδικές διατάξεις οφείλουν να προβλέπουν:

- απαγόρευση της προβολής περιεχομένου που παρουσιάζει την έμφυλη βία ως «φυσιολογική», συντελώντας με αυτό τον τρόπο έμμεσα στην κοινωνική αποδοχή της
- αποφυγή προβολής των γυναικών-θυμάτων ως υπεύθυνων για την έμφυλη βία που υπέστησαν
- ισόρροπη προβολή περιστατικών έμφυλης βίας που συντελούνται τόσο σε δημόσιο χώρο όσο και σε ιδιωτικό χώρο (π.χ. σπίτι) και αποσιώπηση λεπτομερειών (π.χ. τρόπο ένδυσης του θύματος), οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν στη λανθασμένη ή στρεβλή μετάδοση των πληροφοριών και
- σοβαρή και υπεύθυνη στάση των δημοσιογράφων στη διαχείριση της πληροφορίας που σχετίζεται με περιστατικά έμφυλης βίας, έτσι ώστε να διαφυλάσσεται η αξιοπρέπεια των γυναικών-θυμάτων βίας καθώς και των παιδιών τους.

4. Εκπαίδευση και Ευαισθητοποίηση των δημοσιογράφων και του κοινού σχετικά με τα έμφυλα στερεότυπα στα ΜΜΕ

Η *de jure* προώθηση της ισότητας δεν σημαίνει και τη δια του αυτονοήτου *de facto* επίτευξή της. Επομένως, η ύπαρξη νομοθετικού πλαισίου και Κωδίκων Δεοντολογίας που στοχεύουν στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ δεν συνεπάγεται και την αυτόματη και ουσιαστική εφαρμογή τους.

Εκτός λοιπόν, από τον ελεγκτικό μηχανισμό, που είναι απαραίτητο να συσταθεί, προκειμένου να επισημαίνονται ελλείψεις και να γίνονται Συστάσεις, η παρακολούθηση της προόδου που επιτελείται, αποτελεί σημαντικό εργαλείο. Ακόμη, **η εκπαίδευση σε θέματα φύλου (gender training) και η ευαισθητοποίηση** τόσο των ανθρώπων που απασχολούνται στα ΜΜΕ όσο και του κοινού (αναγνωστών, θεατών και ακροατών), θα συμβάλλουν στον περιορισμό του φαινομένου.

Οι συμμετέχοντες/ουσες (ομάδες στόχου) στην εκπαίδευση θα πρέπει να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν τα στερεότυπα λόγω φύλου, να τα αποδομούν και να μην τα αναπαράγουν. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ευαισθητοποίηση των ηλικιακά νεότερων αποδεκτών των μηνυμάτων, διότι αυτοί/ες είναι περισσότερο ευάλωτοι/τες σε πρότυπα και εικόνες που προβάλλουν τα ΜΜΕ, αλλά και πιο δεκτικοί στην υιοθέτηση των προβαλλόμενων σύγχρονων έμφυλων ρόλων.

Σημαντική για την επιτυχία αυτών των δράσεων είναι η **συνεργασία όλων των αρμόδιων φορέων της πολιτείας** (Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων, Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας) με την **κοινωνία των πολιτών,** ώστε η διοργάνωση εκστρατειών ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης (προώθηση ενημερωτικού υλικού, εκδηλώσεις, εκπομπές, σεμινάρια, ημερίδες κά.) να είναι κατά το δυνατόν αρτιότερη και αποτελεσματικότερη.

Η θέσπιση λοιπόν του ειδικού συνεκτικού νομικού και θεσμικού πλαισίου σε συνδυασμό με την κατάλληλη ευαισθητοποίηση και εκπαίδευση, σχετικά με θέματα φύλου στην κοινωνία, και των απασχολούμενων στο χώρο των ΜΜΕ, μπορούν να συμβάλουν στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ και να τα μετατρέψουν σε μέσο προώθησης της ισότητας των φύλων.

1 Γλωσσάριο όρων

Βία λόγω φύλου (έμφυλη βία):

Οποιαδήποτε μορφή βίας πραγματοποιείται με άσκηση ή απειλή σωματικής ή ψυχολογικής πίεσης, συμπεριλαμβανομένων του βιασμού, του ξυλοδαρμού της συζύγου, της σεξουαλικής παρενόχλησης, της αιμομιξίας και της παιδεραστίας.[1]

Βέλτιστες Πρακτικές:

Πρέπει να έχουν τέσσερα κοινά χαρακτηριστικά: να είναι καινοτόμες, να δημιουργούν διαφορά, να εμφανίζουν σταθερή αποτελεσματικότητα στο χρόνο, να έχουν σχεδιαστεί έτσι, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν μοντέλα σε άλλες πρωτοβουλίες.[2]

Διάκριση λόγω φύλου (έμφυλη διάκριση):

Η κατάσταση σύμφωνα με την οποία ένα άτομο υφίσταται διαφορετική μεταχείριση ή λιγότερο ευνοϊκή αντιμετώπιση λόγω του φύλου του.[3]

Ένταξη της διάστασης του φύλου (στις πολιτικές) / gender mainstreaming:

Η διάσταση του φύλου και η ισότητα πρέπει να συνεκτιμούνται σε όλες τις πολιτικές και τις ενέργειες στη φάση του σχεδιασμού, της εφαρμογής, της παρακολούθησης και της αξιολόγησης.[4]

Η αναδιοργάνωση, βελτίωση, ανάπτυξη και αξιολόγηση της διαδικασίας άσκησης πολιτικής, έτσι ώστε η οπτική της ισότητας του φύλου να ενσωματωθεί από όλους τους φορείς που εμπλέκονται στην άσκηση των πολιτικών, σε όλες τις πολιτικές, σε όλα τα επίπεδα και σε όλα τα στάδια.[5]

---

[1] Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1998), *100 λέξεις για την ισότητα»-Γλωσσάριο όρων σχετικών με την ισότητα γυναικών και ανδρών*, Λουξεμβούργο, σελ. 20.
[2] Unesco (1994).
[3] Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1998), *100 λέξεις για την ισότητα-Γλωσσάριο όρων σχετικών με την ισότητα γυναικών και ανδρών*, Λουξεμβούργο, σελ.13 και σελ. 28.
[4] Ευρωπαϊκή Επιτροπή (1997), Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης και Κοινωνικών Υποθέσεων, Οδηγός για την εκτίμηση των επιπτώσεων ανάλογα με το φύλο, Λουξεμβούργο.
[5] ΚΕΘΙ, (2009), Συνοπτικός Οδηγός Εφαρμογής της Ένταξης της Διάστασης του Φύλου στη Δημόσια Διοίκηση σελ. 7. και Council of Europe, (2004), Directorate General of Human Rights, *Gender mainstreaming: Conceptual framework, methodology and presentation of good practices*, Strasbourg, p.12. Available at: *http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/03themes/gender-main-streaming/EG_S_MS_98_2_rev_en.pdf.*

Εκπαίδευση σε θέματα φύλου/gender training:

Αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο της ένταξης της διάστασης του φύλου σε όλες τις πολιτικές, εφόσον δημιουργεί τις ικανότητες και στοχεύει στην πληροφόρηση και απόκτηση γνώσεων και πρακτικών δεξιοτήτων. Παράλληλα, η εκπαίδευση σε θέματα φύλου δημιουργεί κίνητρα σε όλους τους συμμετέχοντες/συμμετέχουσες να εφαρμόσουν την πολιτική της ενσωμάτωσης της διάστασης φύλου και να εργαστούν για την ισότητα των δυο φύλων.[6]

Εκτίμηση των επιπτώσεων (μιας πολιτικής)/Gender Impact assessment:

Αφορά στην εξέταση των προτάσεων μιας πολιτικής, προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσον οι άνδρες και οι γυναίκες επηρεάζονται με διαφορετικό τρόπο, με σκοπό την προσαρμογή τους, ώστε να εξασφαλίζεται η εξάλειψη των τυχόν περιπτώσεων διακριτικής μεταχείρισης και η προώθηση της ισότητας των φύλων.[7]

Ισότητα των φύλων:

Η κατάσταση σύμφωνα με την οποία όλοι οι άνθρωποι ανεξαρτήτως φύλου (άνδρες ή γυναίκες) είναι ελεύθεροι να αναπτύξουν τις προσωπικές τους ικανότητες και να προβούν σε επιλογές. Επίσης, ως ισότητα φύλων νοείται η κατάσταση σύμφωνα με την οποία γίνονται εξίσου σεβαστές οι διαφορετικές συμπεριφορές, φιλοδοξίες και ανάγκες των γυναικών και των ανδρών.[8]

Κώδικας Δεοντολογίας:

Κείμενο που περιλαμβάνει ένα σύνολο κανόνων, αξιών και αρχών που καθορίζουν αφενός την ορθή λειτουργία ενός φορέα ή οργανισμού και αφετέρου την ορθή συμπεριφορά των εργαζομένων ή των μελών που εργάζονται ή ανήκουν στο φορέα ή τον οργανισμό.[9]

Καλή Πρακτική:

Αποτελεί μια πρακτική που συγκεντρώνει τουλάχιστον δύο από τα παρακάτω κριτήρια: οδηγεί σε μια αλλαγή, έχει αντίκτυπο στο πλαίσιο πολιτικής, παρουσιάζει μια καινοτόμο προσέγγιση και εμφανίζει στοιχεία σταθερότητας.[10]

---

[6] EIGE (2013), *Mainstreaming gender into policies and the programmes of the institutions of the European Union and the EU Member States*, Luxembourg.

[7] ΚΕΘΙ (2009). *Συνοπτικός Οδηγός Εφαρμογής της Ένταξης της Διάστασης του Φύλου στη Δημόσια Διοίκηση*, σελ. 10.

[8] Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1997), Γενική Διεύθυνση Απασχόλησης και Κοινωνικών Υποθέσεων, *Οδηγός για την εκτίμηση των επιπτώσεων ανάλογα με το φύλο*, Λουξεμβούργο.

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

Το σύνολο των μέσων επικοινωνίας που προσφέρονται στο διαδίκτυο και επιτρέπουν την επικοινωνία, την ανταλλαγή απόψεων, την έκφραση γνώμης και τη διάδοση φωτογραφικού ή άλλου οπτικοακουστικού υλικού μεταξύ ατόμων, θεσμών, οργανώσεων και άλλων συλλογικών φορέων.

Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης/ Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας /ΜΜΕ:

Τα μέσα αυτά - στα οποία περιλαμβάνονται οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, ο κινηματογράφος, τα βίντεο, τα και άλλα είδη - απευθύνονται ταυτόχρονα σε μεγάλες μάζες πληθυσμού, διακινώντας ειδήσεις και ιδέες. [11]

Ουδέτερη προβολή των γυναικών:

Η προβολή των γυναικών που γίνεται με τρόπο που δεν έχει κάποιο αντίκτυπο (διαφορετικό, θετικό ή αρνητικό) στις σχέσεις μεταξύ ανδρών και γυναικών ή δεν προωθεί τις διακρίσεις λόγω φύλου και σέβεται την ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών.[12]

Σεξιστικός λόγος

Όρος που χρησιμοποιείται για να χαρακτηρίσει μία γλώσσα που προβάλλει τις γυναίκες - κυρίως με προσβλητικό τρόπο- ως κατώτερες των ανδρών ή ως λιγότερο ικανές βάσει του φύλου τους.

Στερεότυπα λόγω φύλου (έμφυλα στερεότυπα):

Αποτελούν ένα σύνολο απλουστευτικά γενικευμένων απόψεων και προκαθορισμένων αντιλήψεων, σύμφωνα με τις οποίες τα άτομα διαχωρίζονται σε συγκεκριμένες ομάδες βάσει φύλου, τους άνδρες και τις γυναίκες. Παράλληλα, τους αποδίδονται εκ των προτέρων

[9] Για τον ορισμό και περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με τον κώδικα δεοντολογίας, βλ. Ethics and Compliance Initiative, *http://www.ethics.org/resource/why-have-code-conduct.*

[10] UN Inter-Agency on Women and Gender Equality, (1999), "What constitutes a good practice? Available at: *http://www.un.org/womenwatch/resources/goodpractices/guideline.html.*

[11] Για τον ορισμό βλέπε Giddens , Anthony (2002), Κοινωνιολογία Β΄ Τόμος, Αθήνα, Gutenberg.

[12] Ευρωπαϊκή Επιτροπή,(1998), *100 λέξεις για την ισότητα-Γλωσσάριο όρων σχετικών με την ισότητα γυναικών και ανδρών*, Λουξεμβούργο, σελ. 46

βάσει του φύλου τους, διαφορετικά επαγγέλματα, διαφορετική αξία, διαφορετικές ευθύνες και υποχρεώσεις σε κάθε τομέα της δημόσιας (κοινωνία, εκπαίδευση, απασχόληση) και της ιδιωτικής ζωής (οικογένεια).[13]

Φύλο, (βιολογικό), sex:

Ο όρος «φύλο» χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις βιολογικές κατηγορίες του «άνδρα» και της «γυναίκας» αντίστοιχα, τις ανατομικές διαφορές που διαφοροποιούν τον άντρα από τη γυναίκα.[14]

Φύλο (κοινωνικό φύλο), gender:

Ο όρος «γένος» /gender / κοινωνικό φύλο χρησιμοποιείται για να περιγράψει τις κοινωνικές κατηγορίες της «αρρενωπότητας» και της «θηλυκότητας», δηλαδή τα χαρακτηριστικά, τους ρόλους και τις κοινωνικά διδασκόμενες μορφές συμπεριφοράς που διαφοροποιούνται ανάλογα το φύλο. Το κοινωνικό φύλο προσδιορίζεται από κοινωνικούς παράγοντες.[15]

Το σύνολο των κοινωνικών διαφορών που υπάρχουν ανάμεσα στις γυναίκες και τους άνδρες, οι οποίες είναι επίκτητες, μεταβαλλόμενες και ποικίλλουν τόσο μεταξύ των διαφόρων πολιτισμών όσο και στα πλαίσια του αυτού πολιτισμού.[16]

[13] Για τον ορισμό των στερεοτύπων λόγω φύλου (gender stereotypes), βλ. Council of Europe, *Gender Equality Strategy 2014-2017-Combating gender stereotyping and sexism in the media*, available at: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02factsheets/Media%20Stereotypes%20Factsheet%20English.pdf και Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1998), 100 λέξεις για την ισότητα»-Γλωσσάριο όρων σχετικών με την ισότητα γυναικών και ανδρών, Λουξεμβούργο, σελ. 40 (κοινωνικό συμβόλαιο του φύλου, ρόλοι του φύλου).

[14] Turner Patricia, (1998), *Βιολογικό φύλο, κοινωνικό φύλο και ταυτότητα του Εγώ*. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα. Σελ. 8.

[15] Το ίδιο.

Χάρτης θεμελιωδών Δικαιωμάτων:

Νομοθετικό δεσμευτικό κείμενο της ΕΕ, το οποίο έχει ενσωματωθεί στην ισχύουσα Συνθήκη της Λισσαβόνας (2010)[17] και στην εθνική νομοθεσία των κρατών-μελών της Ε.Ε. και αναγνωρίζει μια σειρά δικαιωμάτων (προσωπικών, αστικών, πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών) των πολιτών και των μονίμων κατοίκων της ΕΕ[18].

Χάρτης Πορείας για την Ισότητα των Φύλων:

Κείμενο πολιτικής (μη νομοθετικού δεσμευτικού χαρακτήρα) που συντάσσει ανά τακτά χρονικά διαστήματα (4 ή 5 έτη), η Γεν. Διεύθυνση Δικαιοσύνης και Καταναλωτών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και θέτει τις κύριες κατευθυντήριες γραμμές και τους άξονες δράσης (τομείς προτεραιότητας) για την υλοποίηση των πολιτικών ισότητας της ΕΕ[19].

[16] Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1997), Γενική Διεύθυνση Απασχόληση και Κοινωνικές Υποθέσεις, *Οδηγός για την εκτίμηση των επιπτώσεων ανάλογα με το φύλο*, Λουξεμβούργο, σελ. 5.

[17] Ευρωπαϊκή Ένωση, (2010), Ενοποιημένες Συνθήκες - Χάρτης των θεμελιωδών Δικαιωμάτων, Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Λουξεμβούργο. Διαθέσιμο στο: http://europa.eu/pol/pdf/consolidated-treaties_el.pdf

[18] Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2012), Χάρτης θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ε.Ε., Επίσημη Εφημερίδα της Ε.Ε. (C 326/391). Διαθέσιμο στα: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex:12012P και http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=uriserv:l3350

[19] Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στην Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και στην Επιτροπή των Περιφερειών, «Χάρτης Πορείας για την Ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών 2006-2010», COM (2006) 92 final, Βρυξέλλες. Διαθέσιμο στο: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=URISERV:am0005

2 Βιβλιογραφία

Α. Ξενόγλωσση

Act I of 2003 (as amended on 2007), Equality for Men and Women Act, Chapter 456, Malta. Available at: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---ilo_aids/documents/legaldocument/wcms_127939.pdf

Advertising Standards Canada (ASC), (last revision 2014), *Gender Portrayal Guidelines,* Canada. Available at: http://www.adstandards.com/en/standards/genderPortrayal-Guidelines.aspx

Australian Communications and Media Authority (2010), "Advisory Note on the portrayal of women and men", Commercial *Television Industry Code of Practice*, Australia. Available at: http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/radio/documents/commercial_radio-codes_and_guidelines_5sept2011.pdf

Australian Communications and Media Authority (2011), "Guidelines and Explanatory Notes on the Portrayal of Women on Australian Commercial Radio", in *Commercial Radio codes of practice and guidelines,* Australia. Available at: http://www.acma.gov.au/webwr/aba/contentreg/codes/radio/documents/commercial_radio-codes_and_guidelines_5sept2011.pdf

Advertising Standards Authority of Ireland (ASAI), (2007), *Manual of Advertising, Self-Regulation with the Code of Standards for Advertising, Promotional and Direct Marketing in Ireland,* Ireland. Available at: http://www.asai.ie/asai-code/

Constitutional Act 3/2007 of 22 March for Gender Equality, Spain. Available at: http://www.isotita.gr/var/uploads/NOMOTHESIA/INTERNATIONAL/SPANISH%20constitutional%20act3_2007_en.pdf

Council of Europe, Directorate-General of Democracy, Equality Department, *Factsheet on Equality between women and men*. Available at: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02factsheets/FactSheet%20Gender%20equality%20A4%20en.pdf

Council of Europe, *"Gender Equality Strategy 2014-2017- Combating gender stereotyping and sexism in the media".* Available at:

http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/02factsheets/Media%20Stereotypes%20Factsheet%20English.pdf

Council of Europe (2004), Directorate General of Human Rights, *Gender mainstreaming: Conceptual framework, methodology and presentation of good practices,* Strasbourg. Available at: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/03themes/gender-mainstreaming/EG_S_MS_98_2_rev_en.pdf

Council of Europe, (2002), Parliamentary Assembly, Recommendation 1555, *"The image of women in the media"*. Available at: http://assembly.coe.int/Main.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta02/EREC1555.htm (access at 18/6/2015)

Council of Europe, (2007), Parliamentary Assembly, Recommendation 1557, *"The image of women in advertising".* Available at: http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/ERES1557.htm (access at 18/6/2015)

Council of Europe, (2007), Parliamentary Assembly, Recommendation 1799, *"The image of women in advertising".* Available at: http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta07/EREC1799.htm (access at 18/6/2015)

Council of Europe, (2010), Parliamentary Assembly, Recommendation 1751, *"Combating sexist stereotypes in the media".* Available at: http://assembly.coe.int/Mainf.asp?link=/Documents/AdoptedText/ta10/ERES1751.htm%20 (access at 18/6/2015)

Council of the European Union, (2008), 2876th EMPLOYMENT, SOCIAL POLICY, HEALTH AND CONSUMER AFFAIRS Council meeting, *Council Conclusions on Eliminating Gender Stereotypes in Society,* Luxembourg. Available at: http://www.eu2008.si/si/News_and_Documents/Council_Conclusions/June/0609_EPSCO-Gender.pdf (access at 17/6/2015)

Council of the European Union, (2011), 3073th EMPLOYMENT, SOCIAL POLICY, HEALTH AND CONSUMER AFFAIRS Council meeting, *Council conclusions on the European Pact for gender equality for the period 2011 - 2020,* Brussels. Available at: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/lsa/119628.pdf (access at 17/6/2015)

European Commission (2010), Directorate- General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities, Advisory Committee on Equal Opportunities for Women and Men, *"Opinion on breaking gender stereotypes in the media"*, Brussels. Available at: http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/opinions_advisory_committee/2010_12_opinion_on_breaking_gender_stereotypes_in_the_media_en.pdf (access at 16/6/2015)

European Institute for Gender Equality (EIGE), (2013), *A Study of Collective Narratives on Gender Perceptions in the 27 EU Member States,* Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: http://eige.europa.eu/rdc/eige-publications/study-collected-narratives-gender-perceptions-27-eu-member-states (access at 17/6/2015)

European Institute for Gender Equality (EIGE), (2015), *Beijing+20: The 4th Review of the Implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States,* Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/MH0414886ENN.pdf (access at 18/7/2015)

European Institute for Gender Equality (EIGE), (2013), *Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media- Advancing gender equality in decision-making in media organizations,* Luxembourg, Publications Office of the European Union. Available at: http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/MH3113742ENC-Women-and-Me-diaReport-EIGE.pdf (access at 17/7/2015)

European Institute for Gender Equality (EIGE), (2013), *"Mainstreaming gender into the policies and the programmes of the institutions of the European Union and EU Member States- Good practices in Gender Mainstreaming",* Luxembourg. Available at: http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/Good-Practices-in-Gender-Mainstreaming.pdf

European Institute for Gender Equality (EIGE), (2015), Gender equality index. Available at: http://eige.europa.eu/gender-statistics/gender-equality-index/about

European Institute for Gender Equality (EIGE), *"What about gender equality in the media?"-Interviews with women experts"*. Available at: http://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/Media-interviews-MH0313430ENC.pdf (access at 17/6/2015)

European Parliament, FEMM Committee on Women's Rights and Gender Equality, Svensson, Eva-Britt (2008), *Report on how marketing and advertising affect equality between women and men,* (2008/2038(INI). Available at: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A6-2008-0199+0+DOC+PDF+V0//EN (access at 17/6/2015)

European Parliament (2013), Directorate- General for Internal Policies, Policy Department C, Citizens' Rights and Constitutional Affairs, *Women and Girls as Subjects of Media's Attention and Advertisement Campaigns: The Situation in Europe, Best Practices and Legislations,* Brussels. Available at: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/474442/IPOL-FEMM_ET(2013)474442_EN.pdf (access at 18/6/2015)

European Parliament, FEMM Committee on Women's Rights and Gender Equality, Tarabella, Marc, (2015), *"Report on Progress on Equality between women and men in the European Union in 2013*, (2014/2217 (INI). Available at: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0015+0+DOC+PDF+V0//EN (access at 17/6/2015)

European Women's Lobby, "Women and the Media". Available at: http://www.womenlobby.org/spip.php?rubrique40&lang=en

European Women' Lobby (2010), "Gender stereotyping and women's access to the media". Available at: http://www.womenlobby.org/spip.php?article46

Gallagher Margaret, (1980), *Unequal opportunities: the case of women and the media,* Paris, Unesco

Gauntlett, David, (2002), *Media, Gender and Identity,* Routledge, London &New York

Malta Broadcasting Authority, (2007), *The Maltese Guidelines on Gender Equality and Gender Portrayal in the Broadcasting Media,* Malta. Available at: http://eige.europa.eu/gender-mainstreaming/resources/malta/guidelines-gender-equality-and-gender-portrayal-broadcasting-media

Norris, P., (1997), *Women, media and politics,* Cambridge, UK, University of Oxford Press

Ross Karen& Byerly Carolyn M. (eds.), (2004), *Women and media. International Perspectives,* Blackwell publishing

Spanish Organic Law 1/2004, 28 December, on Measures of Integral Protection against Gender - Based Violence, Spain. Available at: http://www.isotita.gr/var/uploads/NOMOTHESIA/VIOLENCE/SPANISH%20LAW%20Organic%20Act%201_28-12-04%20on%20Violence.pdf

UN- Inter Agency on Women and Gender Equality , (1999), *"What constitutes a good practice?"*. Available at: http://www.un.org/womenwatch/resources/goodpractices/guideline.html#note

UN Women, (1999), *Additional Protocol to the Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW).* Available at: http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/protocol/text.htm

UN Women, (1995), *Beijing Platform for Action.* Available at: http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/platform/

UN Women, (1979), *Convention on the Elimination of all Forms of Discrimination Against Women (CEDAW).* Available at: http://www.un.org/womenwatch/daw/cedaw/cedaw.htm

Β. Ελληνική

Αθανασάτου Ιωάννα, (2014), *Πολιτική Επικοινωνία- Ζητήματα Επικοινωνίας και Φύλου - 3η θεματική Ενότητα εκπαιδευτικού υλικού,* Κ.Ε.Θ.Ι. Διαθέσιμο στο: http://www.gynaikes-politiki.gr/

Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων (ΓΓΙΦ) και Υπουργείο Εσωτερικών, Αποκέντρωσης και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης, (2010), *Εθνικό Πρόγραμμα για την Ουσιαστική Ισότητα των Φύλων 2010-2013.* Διαθέσιμο στο: http://www.isotita.gr/var/uploads/HOME%20PAGE/ETHNIKO%20PROGRAMMA_MAY-2011.pdf

Δαμουλιάνου Χριστίνα, (1998), «Η εικόνα της γυναίκας στα μέσα μαζικής επικοινωνίας», στο Ιωάννα Μαγγανάρα (επιμ.) *Εργασία, Συνδικαλισμός και Ισότητα των Φύλων*, Αθήνα, Οδυσσέας, σελ. 293-298

Δουλκέρη Τέσσα, (2000), *Η κοινωνιολογία της διαφήμισης*, Αθήνα, Παπαζήση

Δουλκέρη Τέσσα, (1990), *Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και Ισότητα των Φύλων,* Παπαζήση

Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), (2003), *Κώδικας Δεοντολογίας* (ΦΕΚ/Α' 75/28-3-2003). Διαθέσιμο στο: http://www.esr.gr/

Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ), (2014), *Οδηγία υπ' αριθμόν 2 (2-2014, 18-2-2014) «Μετάδοση από τηλεοπτικούς σταθμούς διαφημίσεων παιδικών παιχνιδιών».* Διαθέσιμη στο: www.esr.gr

Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ), (1998), *Αρχές Δεοντολογίας,* Αθήνα. Διαθέσιμες στο: http://www.esiea.gr/arxes-deontologias/

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1997), Γενική Διεύθυνση Απασχόληση και Κοινωνικές Υποθέσεις, *Οδηγός για την εκτίμηση των επιπτώσεων ανάλογα με το φύλο,* Λουξεμβούργο

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (1998), *100 λέξεις για την ισότητα-Γλωσσάριο όρων σχετικών με την ισότητα γυναικών και ανδρών,* Λουξεμβούργο

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, *Ανακοίνωση της Επιτροπής στο Συμβούλιο, στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στην Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και στην Επιτροπή των Περιφερειών, «Χάρτης Πορείας για την Ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών 2006-2010»,* COM (2006) 92 final, Βρυξέλλες. Διαθέσιμο στο: http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=URISERV:am0005

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, *Οδηγία 2010/13/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 10ης Μαρτίου 2010 για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την παροχή υπηρεσιών οπτικοακουστικών μέσων (οδηγία για τις υπηρεσίες οπτι-*

κοακουστικών μέσων)/Audiovisual Media Services Directive (2010/13/EU), Επίσημη εφημερίδα της Ε.Ε. (L 95/1), 15/4/2010, Στρασβούργο. Διαθέσιμο στο:
http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=EL.

Ευρωπαϊκή Ένωση, (2010), *Ενοποιημένες Συνθήκες- Χάρτης των θεμελιωδών Δικαιωμάτων,* Υπηρεσία Εκδόσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Λουξεμβούργο. Διαθέσιμο στο:
http://europa.eu/pol/pdf/consolidated-treaties_el.pdf

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2012), *Χάρτης θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ε.Ε.,* Επίσημη Εφημερίδα της Ε.Ε. (C 326/391). Διαθέσιμο στα:
http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex:12012P και
http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=uriserv:l33501

Κακαβούλια Μαρία, Κάππα Βασιλική, Λιάπη Μαρία, (2001) *«Φύλο και Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (στοχευμένη έρευνα πεδίου)»,* Κέντρο Ερευνών για θέματα Ισότητας (Κ.Ε.Θ.Ι.) σε συνεργασία με το Πάντειο Πανεπιστήμιο και το Κέντρο Γυναικείων Μελετών και Ερευνών, Αθήνα.
Διαθέσιμο στο: http://www.kethi.gr/attachments/173_FYLO_MME.pdf

Κ.Ε.Θ.Ι., (2009), *Συνοπτικός Οδηγός Εφαρμογής της Ένταξης της Διάστασης του Φύλου στη Δημόσια Διοίκηση*

Κυριαζή Νότα (επιμ.), (2013), *Φύλο και δημοσιογραφία στην Ελλάδα,* Αθήνα, Πεδίο

Κωνσταντινίδου Χριστίνα, (2007), «Το κοινωνικό φύλο στο περιοδικό «Έψιλον» της «Κυριακάτικης Ελευθεροτυπίας», στο Γιώτα Παπαγεωργίου (επιμ.), *Πρακτικά του Διεθνούς Διεπιστημονικού Συνεδρίου, Το Φύλο στις Κοινωνικές Επιστήμες: Έμφυλοι Μετασχηματισμοί,* Ρέθυμνο: Πανεπιστήμιο Κρήτης, σελ. 135-151. Διαθέσιμο στο: http://sociology.soc.uoc.gr/gender/documents/Gend_Trans_Proceedings.pdf

Κωνσταντινίδου Χριστίνα, (2007), «Φεμινιστικές Προσεγγίσεις των Μέσων Επικοινωνίας: Από τη Βεβαιότητα στη θεωρητική και Μεθοδολογική Αμηχανία», *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών,* τεύχος 123, σελ. 79-112. Διαθέσιμο στο: http://www.ekke.gr/wrapper.php?go=http://www.grsr.gr/

Κωνσταντινίδου Χριστίνα, (2010), «Το κείμενο, το συγκείμενο και το κοινωνικό φύλο στις Σπουδές των Μέσων», στο Γιώτα Παπαγεωργίου (επιμ.) , (2010), *Η Έρευνα του Φύλου στην Ελλάδα.* Αθήνα, Gutenberg, σελ. 29-52.

Νόμος κύρωσης της Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για την Εξάλειψη όλων των Μορφών Διακρίσεων κατά των Γυναικών (CEDAW), Ν1342/1983 (ΦΕΚ 39/Α'/1983), Αθήνα.
Διαθέσιμο στο: http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws

Νόμος που ενσωματώνει την Οδηγία της Ε.Ε. για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων (2010/13/Ε.Ε.), ΠΔ 109/2011, (ΦΕΚ 190/Α'/5-11-2010), Αθήνα.
Διαθέσιμο στο: http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws

Νόμος για τη λειτουργία της ΕΡΤ Α.Ε., Ν4324/2015, (ΦΕΚ 44/Α'/29-4-2015), Αθήνα.
Διαθέσιμο στο: http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/search-laws

Ο Αγώνας της Γυναίκας, (1990), τεύχος 45, «Ειδικό Αφιέρωμα για τα σεμινάρια των δημοσιογράφων». Διαθέσιμο στο: http://www.genderpanteion.gr/gr/anazitisi.php

Ο Αγώνας της Γυναίκας, (2014), τεύχος 91, «Ειδικό ένθετο για τη συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ, σελ. 37-52. Διαθέσιμο στο: http://leagueforwomenrights.gr/images/drash/anevasma/entheto-t91%20(1).pdf

Ο Αγώνας της Γυναίκας, (2015), τεύχος 92, «Ειδικό ένθετο για τη συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ», σελ. 1-17. Διαθέσιμο στο: http://leagueforwomenrights.gr/images/drash/anevasma/entheto-t92%20(1).pdf

Ο Αγώνας της Γυναίκας, (2015), τεύχος 93, «Ειδικό ένθετο για τη συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου στα ΜΜΕ», σελ. 23-35. Διαθέσιμο στο: http://leagueforwomenrights.gr/images/teuxh/Teuxos93/93.pdf

Ο Αγώνας της Γυναίκας, (2015), τεύχος 94, « Πρακτικά Τελικής Εκδήλωσης του Σχεδίου Δράσης-Απολογισμού για τη συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου όπως παρουσιάζονται στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης», σελ. 11-38. Διαθέσιμο στο: http://leagueforwomenrights.gr/images/teuxh/Teuxos94/94.pdf

Παπαγεωργίου Γιώτα (επιμ.) , (2010), *Η Έρευνα του Φύλου στην Ελλάδα.* Αθήνα, Gutenberg

Παπαδοπούλου, Δήμητρα, (2010), «Η κατασκευή της έμφυλης πραγματικότητας: Η ανάλυση του Λόγου μέσα από την οπτική του φύλου». στο Παπαγεωργίου Γιώτα (επιμ.), *Η Έρευνα του Φύλου στην Ελλάδα.* Αθήνα: Gutenberg, σελ. 53-66

Giddens, Anthony (2002), *Κοινωνιολογία* Β΄ Τόμος, Αθήνα, Gutenberg

Turner Patricia, (1998), *Βιολογικό φύλο, κοινωνικό φύλο και ταυτότητα του Εγώ.* Αθήνα, Ελληνικά Γράμματα

Υπουργείο Εσωτερικών, Γενική Γραμματεία Ισότητας Φύλων, Γενική Γραμματεία Επικοινωνίας και Ενημέρωσης (2009), *Ημερίδα «Γυναίκα και ΜΜΕ»*. Διαθέσιμο στο:
http://www.minpress.gr/minpress/index/currevents/publ_hmer_gynaika.htm

Ψύλλα Μαριάννα (επιμ.), (2009), *Δημόσιος Χώρος και Φύλο,* Αθήνα, Τυπωθήτω - Γιώργος Δαρδανός

Γ. Ιστοσελίδες

Council of Europe
http://www.coe.int/en/web/about-us/who-we-are
European Commission, DG Justice and Consumers, Gender Equality policy
http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/index_en.htm
European Institute for Gender Equality (EIGE)
http://eige.europa.eu
European Parliament, FEMM Committee on Gender Equality and Women's Rights
http://www.europarl.europa.eu/committees/en/femm/home.html
European Women's Lobby
http://www.womenlobby.org/
UN Women
http://www.unwomen.org/en/about-us/about-un-women
Γενική Γραμματεία Ισότητας των Φύλων (ΓΓΙΦ)
http://www.isotita.gr
Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας
http://www.media.gov.gr/?forward0utdatedBrowser=1
Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ)
www.esr.gr
Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (ΕΣΗΕΑ)
www.esiea.gr
Κέντρο Ερευνών για Θέματα Ισότητας (ΚΕΘΙ)
http://www.kethi.gr
Σύνδεσμος για τα Δικαιώματα της Γυναίκας
http://www.leagueforwomenrights.gr

3 Εικόνες Αρνητικών - θετικών στερεοτύπων

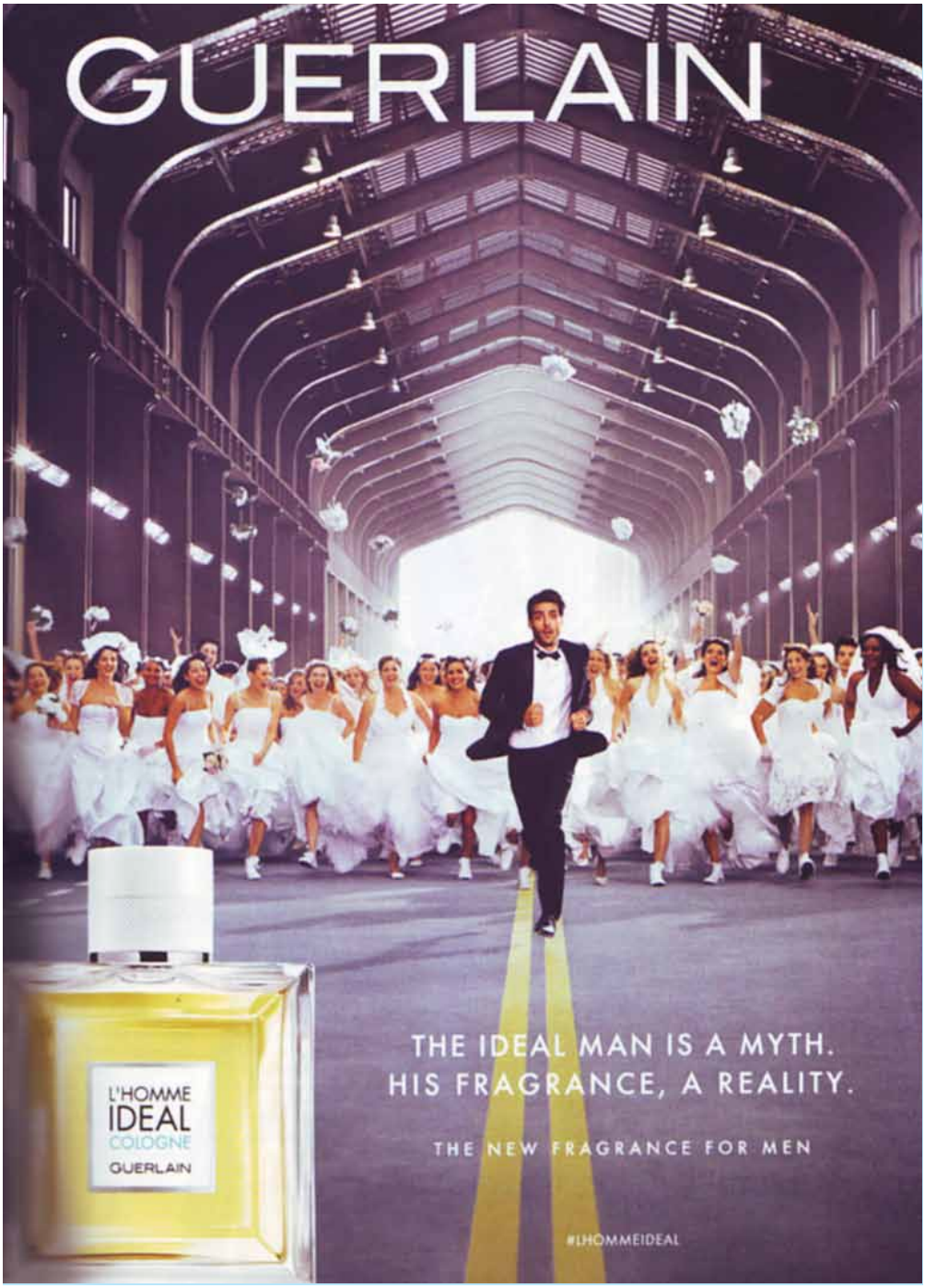
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΑΡΝΗΤΙΚΩΝ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΩΝ

https://sarahberlingieri.wordpress.com/2013/09/13/portrayal-of-women-in-advertising/Έμφυλη Βία

http://www.newsbeast.gr/woman/arthro/436836/sexistikes-diafimiseis-pou-suzitithikan-polu

Gender pay gap, *The Times* / Χάσμα αμοιβών λόγω φύλου
http://www.thetimes.co.uk/tto/business/industries/banking/article3753999.ece

Διαφήμιση, *Daily Mail*
http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2090569/Now-women-Lynx-effect-Body-spray-giant-launches-ladies-27-years-dominating-mens-market.html



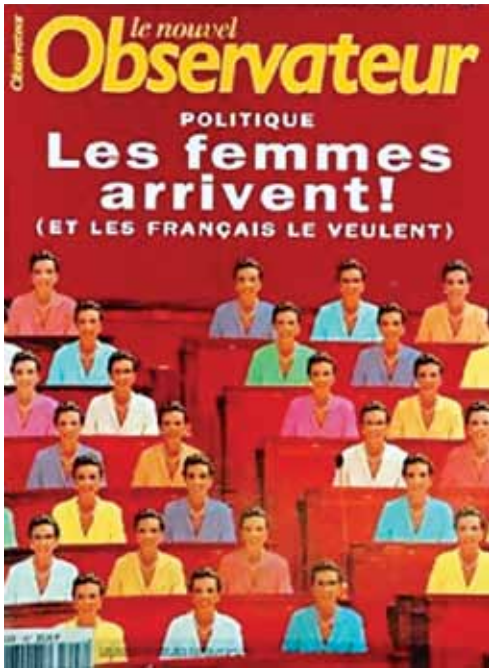
Διαφήμιση *Περιοδικό ON AIR*, **Jun-Aug 2015**, σελ 29

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΘΕΤΙΚΩΝ ΣΤΕΡΕΟΤΥΠΩΝ

Women in top positions, *Financial Times* / Γυναίκες σε υψηλές θέσεις ευθύνης
http://www.oneredeye.com/portfolio/financial-times-women-at-the-top/

Gender violence, *Huffington Post Women* / Έμφυλη Βία
http://www.huffingtonpost.com/2015/02/18/indignadas-maria-maria-acha-kutscher_n_6699608.html

Sports, *Sports Illustrated* / Αθλητισμός
http://sfonline.barnard.edu/sport/printegl.htm



Politics, *Nouvel Observateur* / Πολιτική
http://histoireontheway.blogspot.gr/2009/05/paragraphe-argumente-les-femmes-dans-la.html

http://www.in2life.gr/everyday/modernlife/article/232529/gynaikes-sthn-krish-ta-katafernoyme.html

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΑΣ Σκουφά 60, Αθήνα, Τηλ.: 210 3626460,
e-mail: L.women-rights@otenet.gr, http://www.leagueforwomenrights.gr

Ο παρών Οδηγός εκπονήθηκε από το ΣΔΓ στο πλαίσιο του Σχεδίου Δράσης που υλοποίησε με θέμα: «Συμβολή στην καταπολέμηση των στερεοτύπων λόγω φύλου όπως παρουσιάζονται στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης/ ΜΜΕ» στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Διοικητική Μεταρρύθμιση 2007-2013», Κατηγορία Πράξης 3.2.4. *«Υποστήριξη των Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων (Γυναικείων Οργανώσεων)» (Α' & Β' Κύκλου).*

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ
Ε.Π. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΗ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΣΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΙΣΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΦΥΛΩΝ
ΕΣΠΑ 2007-2013 πρόγραμμα για την ανάπτυξη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

ISBN: 978-618-82265-0-0