

Національна комунікаційна стратегія України у сфері гендерної рівності

Проблема, яка потребує розв'язання

Революція Гідності в Україні закликала до значних змін та руху в напрямі найвищих світових стандартів дотримання прав людини. Невід'ємним елементом становлення України як правової та демократичної держави, що дотримується фундаментальних цінностей, є забезпечення гендерної рівності на всіх рівнях нашого суспільства.

Рівність прав чоловіків та жінок є одним з фундаментальних принципів Статуту Організації Об'єднаних Націй.

Україна приєдналася до Пекінської Декларації та Платформи дій, прийнятим на четвертий Всесвітній конференції зі становища жінок 15 вересня 1995 року, ратифікувала ключові договори з прав людини, включно з Конвенцією про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (1980) та її Факультативного Протоколу.

Підписана у 2014 році Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони зобов'язує до гарантування рівних можливостей для жінок та чоловіків у сферах працевлаштування, освіти, навчання, економіки, у суспільстві та прийнятті рішень.

Формування та покращення розуміння суспільством завдань державної політики у напрямку гендерної рівності сприяє досягненню глобальних цілей сталого розвитку, проголошених ООН (резолюція Генеральної Асамблеї ООН від 25 вересня 2015 року № 70/1) і підтриманих Україною відповідно до Указу Президента України від 30 вересня 2019 року № 722 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року».

Рівність прав закріплена Конституцією України.

Прийнято низку нормативно-правових актів, що заклали базис для гендерно-сприятливого середовища. Гендерний компонент включено до Річної національної програми під егідою Комісії Україна-НАТО, Стратегії реформування державного управління України на період до 2021 року, Стратегії управління державними фінансами на 2017-2020 роки. Прийнято Державну соціальну програму забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2021 року, Національний план дій з виконання резолюції Ради Безпеки ООН 1325 “Жінки, мир, безпека” на період до 2020 року (зі змінами від 5.09.2018 року), Національний план дій з виконання рекомендацій, викладених у заключних зауваженнях Комітету ООН з ліквідації дискримінації щодо жінок до восьмої періодичної доповіді України

про виконання Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок на період до 2021 року.

Національна комунікаційна стратегія України у сфері гендерної рівності (далі – Стратегія) розроблена на виконання пункту 24 Національного плану дій з виконання рекомендацій, викладених у заключних зауваженнях Комітету ООН з ліквідації дискримінації щодо жінок до восьмої періодичної доповіді України про виконання Конвенції з ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок на період до 2021 року, затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 05 вересня 2018 року №634-р.

За даними Доповіді ПРООН про стан людського розвитку за 2019 рік, Україна посідає 60 місце (зі 160 країн) за показником індексу гендерної нерівності.

Розширено доступ жінок до більше як 450 професій та посад шляхом усунення дискримінаційних норм, зокрема у сфері безпеки та оборони.

Інтенсивно розвивається громадський рух з тематики гендерної рівності. Діяльність громадських організацій, стихійні заходи, на кшталт акцій та кампаній в Інтернеті демонструє запит суспільства на якісні зміни. 77% населення України (81% жінок і 73% чоловіків) вважають рівність чоловіків і жінок важливою. Поступово збільшується висвітлення питань гендерної рівності у засобах масової інформації.

Однією з основних проблем є недостатнє розуміння гендерної рівності та її переваг як державними інституціями, зокрема особами, відповідальними за виконання зобов'язань щодо гендерної рівності, так і громадськістю. Зокрема, залишається обмеженим суспільний діалог щодо важливості гендерної рівності для реалізації прав людини та розширення прав і можливостей жінок, що становить перешкоду для набуття жінками потенціалу як носіїв змін в Україні.

Досі присутні прояви нерівності, гендерної дискримінації, сексизму, гендерно зумовленого насильства, гендерні стереотипи в українському суспільстві. При цьому негативною тенденцією є замовчування проявів гендерної дискримінації, сексизму, гендерно зумовленого насильства, у т.ч. сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом, сексуальних домагань, через яку може скластися хибне враження про те, що оскільки самі жінки не наполягають на суттєвих змінах, то насправді такої проблеми не існує. Однак, наявність в Україні потужного жіночого руху і жіночих організацій, а також широке коло прихильників та прихильниць змін демонструє помилковість таких припущень.

Водночас слід визнати недостатню кількість організацій громадянського суспільства, що зосереджуються на захисті прав чоловіків, що може бути наслідком практичної відсутності у публічному дискурсі питання про дискримінацію представників чоловічої статі

Існують в суспільстві і переконання в тому, що жінки не обмежені або не позбавлені своїх прав в Україні. Причина цього полягає в тому, що

український народ недостатньо обізнаний про відповідні статистичні дані, які демонструють, де і в якому обсязі існує проблема.

Існують в суспільстві і переконання в тому, що жінки та чоловіки не обмежені або не позбавлені своїх прав в Україні за ознакою статі. Причина цього полягає в тому, що український народ недостатньо обізнаний про відповідні статистичні дані, які демонструють, де і в якому обсязі існує проблема.

Доволі поширеним є також хибне переконання, що гендерна тематика стосується лише жінок.

Чоловіки так само зазнають дискримінації у реалізації певних прав або стають жертвами домашнього насильства, що, втім, нечасто стає загальновідомим та рідко висвітлюється у засобах масової інформації як соціальна проблема, адже у суспільстві все ще присутній стереотип про «справжнього чоловіка», який не скаржиться на особисті життєві негаразди, не звертається до психологів, не повідомляє, у тому числі до правоохоронних органів, про випадки застосування до нього психологічного або фізичного насильства з боку жінок. Тож якщо проблема дискримінації жінок завдяки скоординованим зусиллям держави та громадянського суспільства все-таки почала вирішуватися, дискримінація чоловіків залишається їхньою особистою проблемою, осмисленням якої суспільство наразі себе не обтяжує».

Хибною є також думка, що гендерна рівність зводиться до утвердження прав жінок щодо реалізації себе в кар'єрі, на ринку праці чи у політиці. Необхідним є комунікування цієї проблеми як проблеми вибору жінки та чоловіка, при якому самодостатнім є будь-яке законне бажання жінки або чоловіка всупереч суспільно прийнятним стереотипам щодо професії, соціальної ролі, типів поведінки. У суспільстві наразі часто бракує розуміння, що жінка або чоловік, які обрали для себе основний шлях у житті через кар'єру або виховання дітей, мають право на повагу та свободу від упереджень незалежно від змісту цього вибору.

Українським є надзвичайно велика кількість сексистського та дискримінаційного контенту в інформаційному, зокрема телевізійному, просторі, у т.ч. сексистської реклами.

Для цілей цієї Стратегії, сексизм пропонується визначати відповідно до рекомендацій Комітету міністрів Ради Європи державам-членам CM/Rec(2019)1 від 27.03.2019 року щодо запобігання сексизму та боротьби з ним. Зокрема, рекомендаціями сексизм визначено як будь-які дію, жест, візуальний прояв, вимовлені або написані слова, практику або поведінку, в основі яких лежить ідея про те, що людина або група людей гірші через свою стать, та які проявляються в публічній або приватній сферах, у мережі або поза нею і скеровані на (або спричиняють):

- порушення власної гідності або прав людини чи групи людей;
- фізичну, сексуальну, психологічну або соціально-економічну шкоду або страждання особи чи групи осіб;

- створення загрозливого, ворожого, принизливого або образливого середовища;

- перешкоджання незалежності або повноцінному здійсненню прав людини з боку особи чи групи осіб;

- підтримку та посилення гендерних стереотипів.

Переконання в суспільстві, що риторика гендерних питань є негативною та викликає ворожнечу, прирівнюється до захисту тієї чи іншої суспільної групи або дотримання нею привілеїв. Натомість проблема гендерної рівності стосується всього суспільства.

Наявні в суспільстві гендерні стереотипи відображаються у внутрішній управлінській та організаційній практиці наукових установ і закладів освіти, освітній діяльності, наповнюваності педагогічного, науково-педагогічного складу. Галузь освіти є фемінізованою — жінок у ній більше 70%, проте кількість чоловіків і жінок неоднакова на різних рівнях управління освітою, гендерна асиметрія наявна у кількості осіб, які мають наукові звання і ступені та в галузях знань. У закладах вищої освіти близько 50% науково-педагогічного складу становлять чоловіки, у закладах дошкільної освіти працюють майже виключно жінки. У сфері освіти наявні приховані та відкриті елементи гендерної дискримінації. Йдеться про зміст навчальних предметів та навчально-методичної літератури, гендерні взаємовідносини в педагогічному колективі, стиль викладання та педагогічного спілкування, упередженість в оцінюванні навчальних та професійних результатів суб'єктів освітнього процесу та здобувачів освіти, мовленнєвий/мовний сексизм.

Хоча жінки в цілому мають високий рівень освіти, вони недостатньо представлені у вищих ланках секторів праці, у суспільному житті та в політиці. Станом на III квартал 2019 року гендерний розрив в оплаті праці становив 24,3% на користь чоловіків. Жінки контролюють лише 5-10% економічних ресурсів. У приватному бізнесі жінки володіють 30% малих, 12,7% середніх і лише 13% великих підприємств.

Середньостатистична тривалість життя українських чоловіків на 10-12 років коротша ніж жінок. Також представники чоловічої статі більш схильні до скоєння завершених суїцидів на відміну від жінок. Порушення репродуктивного та статевого здоров'я, унеможливають батьківство/материнство значної кількості чоловіків та жінок репродуктивного віку. Статевий розподіл засуджених свідчить, що 90% ув'язнених, які перебувають в установах Державної кримінально-виконавчої служби України – це чоловіки. При розлученні дитина найчастіше залишається з матір'ю і право на спілкування батька з дитиною часто порушується. Чоловіки, які йдуть у відпустку по догляду за дитиною, рідко зустрічають підтримку керівництва та колег.

Невирішені гендерні проблеми українського суспільства ускладнюються ще й наявністю збройного конфлікту та тимчасовою окупацією частини Донецької та Луганської областей, Автономної Республіки Крим та м. Севастополя з боку Російської Федерації. Зафіксовані випадки сексуального насильства, пов'язаного із конфліктом. Гібридна агресія Російської Федерації

сприяє активному використанню та популяризації гендерних стереотипів з метою маргіналізації жінок, поляризації суспільства за гендерним принципом, протидії активній участі жінок у соціальному та політичному житті, у тому числі в секторі безпеки і оборони. У контексті гібридної агресії використовується хибна маніпуляція, що гендерна рівність представляє загрозу традиційним українським цінностям.

Висвітлення жінок у засобах масової інформації залишається досить дискримінаційним. Про жінок засоби масової інформації готують матеріали втричі рідше, ніж про чоловіків (в середньому лише у 27% випадків). У ролі експерток журналісти залучають жінок ще менше – лише у 19% випадків (тобто тільки у кожному п'ятому матеріалі). Найчастіше жінки коментують соціальні теми, виступають учасниками кримінальної хроніки або «жовтих» новин, у той час як чоловіки коментують політичні та економічні теми. Найменше жінки представлені в засобах масової інформації в мережі Інтернет (лише в 13% новин жінки виступають як учасниці і в 15% як експертки), найбільше — в друкованих засобах масової інформації (учасниці 35% матеріалів, експертки 22% матеріалів).

Мета і строки реалізації Стратегії

Стратегія спрямована на створення такого майбутнього, у якому кожна жінка та чоловік, що проживає в Україні, користуються рівним доступом до прав і можливостей, які необхідні для повноцінної участі на кожному рівні суспільства на рівній основі, без дискримінації, насильства та експлуатації.

Метою Стратегії є покращення розуміння на кожному рівні суспільства суті та завдань державної гендерної політики та сприйняття її як невід'ємної складової демократичної та правової держави.

Необхідною умовою реалізації Стратегії є доступність загальної стратегічної мети кампаній для сприйняття всіма основними заінтересованими сторонами, які працюють над просуванням гендерної рівності та розширенням прав і можливостей жінок та чоловіків, в тому числі основними засобами масової інформації на національному, регіональному та місцевому рівнях. Це сприятиме підвищенню рівня обізнаності та розумінню органами державної влади та громадськістю поняття гендерної рівності, основних напрямів державної політики, переваг для українського суспільства, а також їх центрального значення для розвитку та миру в Україні.

Реалізація Стратегії розрахована на період до 2023 року.

Шляхи і способи розв'язання проблеми

Досягнення мети Стратегії відбувається шляхом:

- інформування цільових аудиторій та широкого загалу про ключові концепції гендерної рівності та механізми захисту прав жінок, представлення міжнародного досвіду переваг для різних груп жінок і чоловіків, хлопців і дівчат від впровадження гендерної рівності;

- підвищення рівня розуміння українського та міжнародного законодавства, програм та політик, що сприяють гендерній рівності, та передбачають навчання з огляду на національні механізми;

- проведення інформаційно-просвітницьких та навчальних заходів, розробка роз'яснень та рекомендацій для посадових осіб, інших суб'єктів реалізації Стратегії щодо здійснення комунікацій із засобами масової інформації з питань гендерної рівності; комунікаційна підтримка гендерного інтегрування в реформи;

- активізації присутності тематики гендерної рівності у засобах масової інформації, на публічних тематичних заходах, в мережі Інтернет, на офіційних веб-сайтах органів влади, зокрема за участі суб'єктів реалізації Стратегії;

- проведення аудиту досліджень, визначення потреби у додаткових дослідженнях, проведення та широке висвітлення результатів досліджень у засобах масової інформації; врахування результатів досліджень у процесі реалізації Стратегії, зокрема висновків про ефективність заходів, визначення неохоплених раніше тематик тощо; використання досліджень для моніторингу та оцінки досягнення поставлених завдань тематичних кампаній та мети Стратегії;

- аналізу досвіду проведення кампаній та акцій громадськими та міжнародними організаціями, впровадження результатів аналізу, зокрема кращих практик, при реалізації Стратегії;

- спростування/трансформації гендерних стереотипів щодо професії, соціальної ролі, типів поведінки тощо із залученням відомих жінок та чоловіків

- опрацювання результатів розгляду звернень і повідомлень з питань торгівлі людьми, домашнього насильства, насильства за ознакою статі, дискримінації за ознакою статі, які надійшли на телефонні „гарячі лінії”, до експертних рад з питань запобігання та протидії дискримінації за ознакою статі для здійснення моніторингу таких випадків та проведення інформаційно-роз'яснювальної роботи з громадськістю, групами ризику, постраждалими особами

- сприяння збільшенню участі жінок в політичній діяльності та процесах прийняття рішень, у т.ч. через інформування про позитивне ставлення суспільства до цього;

- сприяння збільшенню участі жінок та чоловіків у сферах праці, де вони менш представлені, зокрема шляхом інформаційної підтримки самодостатності вибору кожної людини;

- популяризація концепції гендерно-орієнтованої освіти в суспільстві;

- засудження проявів сексизму, гендерної дискримінації, гендерно зумовленого насильства, що також часто проявляється через сексуальне насильство та сексуальні домагання, та формування нульової толерантності до цих явищ; спрямування кампаній водночас на кривдників/ць та постраждалих осіб; широке висвітлення таких випадків в засобах масової

інформації без засудження та звинувачення постраждалих осіб, та моніторинг розвитку ситуацій;

- сприяння підвищенню рівня громадської обізнаності та освіченості населення про загрози використання гендерної тематики як інструменту гібридної агресії, а також переваги від участі жінок у процесах, спрямованих на досягнення та збереження миру;

- популяризації порядку денного «жінки, мир, безпека»;

- підвищення рівня обізнаності суспільства щодо індивідуально-психологічних та фізіологічних особливостей чоловічої та жіночої статі, а також сприяння рівному доступу обох статей до медичних послуг у закладах охорони здоров'я;

- поширення інформації про гендерні проблеми чоловіків та шляхи їх розв'язання;

- інформування про чоловіків, які підтримують гендерну рівність;

- проведення наукових, соціальних та інших досліджень, спрямованих на виявлення причин суттєвої різниці у тривалості життя чоловіків і жінок, вжиття на основі цього стратегічних заходів з метою збільшення у майбутньому середньої тривалості життя чоловіків;

- вивчення психоемоційного благополуччя чоловіків та жінок;

- проведення моніторингу контенту в засобах масової інформації задля виявлення сексистських та дискримінаційних практик щодо обох статей; реагування на такі випадки; поширення інформації про позитивні приклади усунення дискримінаційного та сексистського контенту;

- збільшення представництва жінок в засобах масової інформації як учасниць сюжетів та експертток.

Стратегія враховує основні напрями діяльності органів виконавчої влади із забезпечення гендерної рівності та спрямована на такі теми в межах щорічних планів реалізації на національному та регіональному рівнях:

- жінки, мир, безпека;

- участь жінок у процесі прийняття рішень та політичній діяльності;

- усунення гендерно зумовленого насильства;

- розширення економічних прав та можливостей жінок, усунення гендерного розриву у оплаті праці та дотриманні трудових прав;

- доступ жінок до правосуддя;

- сімейне життя та відпустка по догляду за дитиною;

- освіта з урахуванням гендерної тематики;

- турбота про здоров'я, зокрема репродуктивне, тривалість життя та добробут жінок та чоловіків, зокрема інформування щодо профілактики онкологічних та інших тяжких захворювань та інформаційна протидія поширенню шкідливих звичок.

Пріоритетною всеохоплюючою темою Стратегії є збільшення рівня базового розуміння гендерної рівності та прав жінок; ідентифікація та трансформація стереотипів; формування нульової толерантності до гендерної дискримінації. Вона буде спрямована на різні рівні складності проблем для усіх цільових аудиторій.

Складність та структура кожної комунікаційної кампанії визначається за трьома основними рівнями професійної компетентності:

- експертний рівень, до якого належать експерти з гендерних питань, державні посадовці, відповідальні за розробку політики та прийняття рішень з питань гендерної рівності, міжнародні організації гендерного спрямування, громадські організації, що займаються проблемами гендерної рівності;

- рівень державно-громадського партнерства, що включає в себе державних службовців, органів державної влади, громадських активістів;

- базовий рівень – широкий загал.

Таким чином, кожна з тематик буде відтворюватися на різних рівнях з урахуванням компетенції, потреб та очікувань цільової аудиторії. В рамках кожної теми експертна аудиторія отримуватиме професійний рівень контенту, державні службовці, представники органів влади та активісти отримуватимуть прикладні комунікації середнього рівня складності, які впливатимуть на прийняття рішень та покращення розуміння проблем гендерної рівності, а широкий загал у різних можливих аспектах отримуватиме базову та узагальнену інформацію з кожної з пріоритетних тем. Ієрархічний підхід до комунікаційних кампаній та ресурсів забезпечить досягнення запланованих та ефективних результатів.

У рамках проведення комунікаційних кампаній невід’ємним елементом їх планування та реалізації є чітке визначення цільових аудиторій. Запропоновані кампанії мають багато цільових аудиторій — як на національному, так і на міжнародному рівнях. На національному рівні аудиторії розрізнятимуться від максимально масштабних, у кампанії з підвищення обізнаності для засвоєння широкою громадськістю, до цільових сегментованих аудиторій та конкретних спільнот і груп інтересів, наприклад, працівники, військовослужбовці, молодь тощо.

При цьому, необхідно забезпечити охоплення слухачів за межами традиційної основної аудиторії, яка сприйнятлива до повідомлень щодо гендерної рівності: зазвичай це жінки, які вже активні чи зацікавлені у цій конкретній програмі та мають відносно високий освітній рівень.

Сполучення підгруп аудиторій із правильною передачею повідомлень та використанням відповідних інструментів матиме вирішальне значення для успіху кампанії, наприклад, використання соціальних мереж для цілеспрямування кампанії на молодь.

Враховуючи євроінтеграційний вектор України, громадяни країн – членів Європейського Союзу, у т.ч. представники міжнародних інституцій, також є важливою додатковою аудиторією, яку слід розглядати для поширення інформаційних повідомлень в рамках реалізації Стратегії.

Зокрема, цільовими аудиторіями, які тією чи іншою кампанією охоплюються при реалізації Стратегії є: чоловіки, хлопці, жінки, дівчата, молодь, підлітки, сільські та міські аудиторії, особи, відповідальні за ухвалення рішень — політики та державні службовці на всіх рівнях, працівники освітньої сфери — на початковому, середньому та вищому рівнях, сектор охорони здоров'я, сектор безпеки і оборони, постачальники

послуг, роботодавці, сектори підприємництва та комерційної діяльності, громадянське суспільство, представники всеукраїнських та місцевих засобів масової інформації.

Інструментами та ресурсами, через які буде здійснюватися реалізація Стратегії, є:

- взаємодія із засобами масової інформації: преса, телерадіомовлення, інтернет-видання та соціальні мережі, інформаційні агентства;
- поширення рекламних матеріалів та поліграфічної продукції;
- проведення публічних виступів, дискусій;
- співпраця із громадськими та міжнародними організаціями, депутатами, Збройними Силами України, науковцями, експертами, представниками іноземних урядових інституцій, послами, тощо.

Невід'ємним елементом реалізації Стратегії є розробка інформаційних повідомлень та матеріалів з метою смислового наповнення передбачених кампаній. Допустимим при цьому є використання як вже сформованих повідомлень та матеріалів громадськими організаціями та правозахисними ініціативами. Повідомлення та матеріали розробляються відповідно до цільових аудиторій, їх мотивів, цінностей, та із урахуванням характеристик, притаманних конкретній аудиторії.

Розробка та поширення інформаційних повідомлень та матеріалів потребує: визначення уповноважених виконавців, які будуть здійснювати розробку та забезпечувати поширення інформаційних повідомлень та матеріалів для кожної теми та кампанії; розробку списку питань відповідних тематичних сфер та аргументованих відповідей на них; подальше поширення цих відповідей згідно запиту та потреб окремих аудиторій.

З метою ефективного використання усіх наявних ресурсів, необхідною є реалізація таких етапів:

- визначення уповноважених виконавців з розробки переліків цільових засобів масової інформації;
- сегментація переліків засобів масової інформації, інших інструментів та ресурсів, з метою закладення основи стратегічного підходу до цільових аудиторій;
- визначення уповноважених виконавців з розробки інструментів, заходів комунікації тощо;
- розробка інформаційних бюлетенів — один узагальнений та по одному для кожної з тем кампанії, прес-пакетів, аналітичних записок, інформаційних пакетів тощо;
- постійний моніторинг негативної реакції на кампанію та підготовка відповідних інформаційних повідомлень чи матеріалів у разі необхідності;
- організація місії щодо визначення впливу збройної агресії на різні групи жінок і чоловіків, хлопців і дівчат на території Донецької та Луганської областей із подальшим оприлюдненням результатів.

Ефективність Стратегії визначається на підставі дослідження, моніторингу та оцінки її реалізації. Метою цього є полегшення формулювання інформаційних повідомлень та матеріалів, розуміння того,

яким чином змінюється суспільна думка, виявлення, які комунікаційні методології є більш ефективними, які повідомлення знаходять відгук у яких демографічних верствах тощо.

Бажаним при цьому є проведення початкових досліджень з метою встановлення початкових даних щодо суспільної думки та подальший порівняльний аналіз початкових результатів із проміжними (у разі наявності) та фінальними – після закінчення проведення кампаній.

Очікувані результати

Реалізація Стратегії створить сприятливі умови для покращення сприйняття питання гендерної рівності в суспільстві, розуміння та підтримки основних принципів рівності, популяризація серед різних цільових аудиторій нетерпимості стосовно усіх форм дискримінації, подолання усталених стереотипів стосовно гендерних ролей, а також укорінення у суспільстві стандартів рівності прав чоловіків та жінок.

Крім того, Стратегія сприятиме сталому розвитку і прогресу українського суспільства в цілому, а також виконанню програми реформ на досягнення стратегічної мети членства в Європейському Союзі та Північноатлантичному Альянсі.

Обсяг фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів

Реалізація Стратегії здійснюється за рахунок та в межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів інформаційної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, внесків міжнародних організацій та інших джерел, не заборонених законом. Суб'єкти реалізації Стратегії здійснюють ресурсне, кадрове та інше забезпечення в межах покладених на них повноважень.
