

## Politisk kontekst

Medierne spiller en central rolle med at forme meninger, holdninger og fordomme i et givent samfund. Kvinder er både producenter og forbrugere af medier, ligesom de også er en del af medieindholdet. Medieindhold er ikke altid »kønssensitivt« og kan portrættere kvinder nedværdigende og fastholde kønsroller, stereotyper og normer. Den digitale teknologis fremmarch og nye kommunikationsformer har skabt yderligere komplikationer mellem kvinders roller i medierne og måden, hvorpå producenter, forbrugere og indhold forholder sig til dem. Traditionelle former for medier bruges forskelligt, herunder nye metoder til at reagere på offentlige tilbagemeldinger.

### Rådet for Den Europæiske Unions konklusioner (juni 2013)

- markerer en betydelig udvikling på dette område
- opfordrer til yderligere frivillige initiativer fra medieorganisationer for at fremme ligestilling
- foreslår indførelse af f.eks. rekrutteringspraksis baseret på »tydelige, gennemsigtige og neutralt formulerede« kriterier, en »medarbejdervenlig organisationskultur«, politikker, der giver mulighed for en bedre balance mellem arbejde og familieliv, og en ligestillingsorienteret ledelse.

### Direktivet om audiovisuelle medietjenester (2010/13/EU)

- forbød tilskyndelse til had på grund af race, køn, religion og nationalitet
- opfordrede medlemsstaterne til at sikre, at der findes hensigtsmæssige metoder til at sikre, at audiovisuelle medietjenester leveret af medieudbydere under deres jurisdiktion ikke indeholder ovenstående.

### EU-initiativer, der udfordrer diskrimination og kønsbaserede stereotyper i medierne

- Betænkningen fra FEMM-Udvalget (Europa-Parlamentet) om afskaffelse af kønsstereotyper i EU.
- Udtalelsen fra det rådgivende udvalg om lige muligheder for kvinder og mænd (Europa-Kommissionen) om at bryde med kønsstereotyper i medierne.

- Handlingsrammen fra EU's underudvalg om social dialog i den audiovisuelle sektor (Det Europæisk Økonomiske og Sociale Udvalg) om ligestilling og »værktøjskassen« om god praksis vedrørende ligestillingsforanstaltninger i audiovisuelle medieorganer.

## De strategiske mål for Beijinghandlingsplanen og EU-indikatorerne

- J.1.** Øge kvinders deltagelse i og adgang til at kunne ytre sig og deltage i beslutningstagningen i og gennem medierne og de nye kommunikationsteknologier.
- J.2.** Fremme en afbalanceret og ikkestereotyp afbildning af kvinder i medierne.

Under det irske formandskab for EU-Rådet i 2013 vedtog man indikatorer til vurdering af andelen af kvinder og mænd i stillinger med beslutningskompetence og bestyrelser samt en indikator til evaluering af politikker til fremme af ligestilling i medieorganisationer. I sommeren 2012 indsamlede man sammenlignelige data over hele EU vedrørende kvinders repræsentation i beslutningstagningen i offentlige og private medieorganisationer. Undersøgelsen inkluderede ikke det mere komplekse område, som drejer sig om de potentielle virkninger af kvinders deltagelse i stillinger med redaktionel kontrol over kønssensitivt indhold.

## Konklusioner på EU-dækkende data

### Kvinder er underrepræsenteret i ledelsen af medieorganisationer

Gennem to årtier er kvinders beskæftigelse inden for mediesektoren steget, og de udgør næsten halvdelen (44 %) af medarbejderne i mediesektoren i 2011. På EU-niveau udgør kvinderne den største gruppe (68 %) af kandidater fra uddannelser i journalistik og information i 2011.



Samtidig indtager kvinder i medieorganisationer stillinger med begrænset indflydelse på organisationens indhold og strategi. I hele EU indtager kun få kvinder (32 %) topstillinger i medieorganisationer. »Glaslofteffekten« afspejler kvindernes faldende tilstedeværelse i stillinger med større ansvar: Kvinderne udgjorde 21 % af de administrerende direktører i EU og 16 % af de ansvarlige direktører. Antallet af stillinger på dette niveau er forholdsvis begrænset, men kvindernes fravær giver anledning til bekymring, fordi disse stillinger typisk har størst indflydelse på mediernes strategi og indhold.

Der er forskel på kvindernes tilstedeværelse i private og offentlige medieorganisationer: Mens kvinderne i 2012 indtog 35 % af lederstillingerne i de offentlige medieorganisationer, lå tallet på 29 % for private medieorganisationer.

### Kvinder er underrepræsenteret i bestyrelserne for medieorganisationer i EU

Kvindes tilstedeværelse i bestyrelserne for EU's medieorganisationer lå på 26 % i 2012, en smule under tallet for deres repræsentation i topledelsen (33 %). I gennemsnit var 29 % af medlemmerne af bestyrelserne for offentlige medier kvinder sammenlignet med 22 % i bestyrelserne for private medieorganisationer.

### Udbredt horisontal og vertikal kønsopdeling i medieorganisationer

Ifølge undersøgelsen, som blev udført af International Women's Media Foundation i 2011, er der tale om en betydelig underrepræsentation af kvindelige journalister inden for bestemte områder, f.eks. inden for styring, produktion og design samt i tekniske stillinger. Samtidig står denne underrepræsentation i modsætning til kvinders overrepræsentation inden for andre områder af medierne. Et andet eksempel på kønsopdeling i medierne er

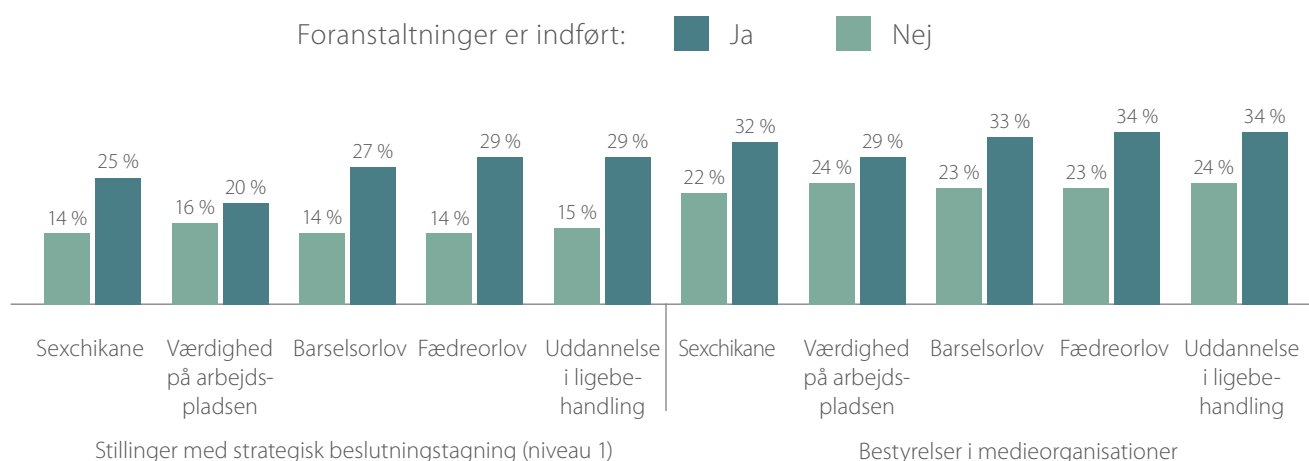
den generelt større prestige, som tilskrives mandsdominerede medier, som f.eks. store aviser sammenlignet med tidsskrifter, hvor kvinder står stærkere.

### Politikker og foranstaltninger kan styrke ligestillingen inden for medieorganisationer

Årsagerne til kvindernes koncentration på de lavere beslutningsniveauer i organisationerne er komplekse — ikke bare for mediet, men også for det politiske og økonomiske samt andre områder. I 2012 havde kun et lille mindretal af de undersøgte medieorganisationer (36 %) politikker for ligestilling og lige muligheder eller praktiske foranstaltninger til at fremme ligestilling såsom indførelse af ligestillingspolitikker og en overvågningsmekanisme. En fjerdedel havde en ligestillingspolitik eller en adfærdskodeks, og en femtedel havde vedtaget en politik for lige muligheder og mangfoldighed. Få medieorganisationer meldte om, at de havde mekanismer til at gennemføre og overvåge forpligtelserne vedrørende ligestilling.

Medieorganisationer i EU har lidt sjældnere vedtaget praktiske foranstaltninger til at fremme ligestilling (33 %), end de har indført generelle adfærdskodekser og overvågningsmekanismer for ligestilling (36 %). Andelene af indberetninger, hvor man havde taget mere »praktiske skridt«, var (i faldende rækkefølge): politik for seksuel chikane — 23 %, politik for værdighed på arbejdspladsen — 18 %, politik for barsel — 17 %, politik for fædreorlov — 16 %, uddannelse af medarbejderne i bevidsthed om ligestilling — 8 %, lederuddannelse for kvinder — 6 %, chikanerådgivere — 4 % og praktikantpladser for kvinder. Foranstaltningerne hænger tilsyneladende i høj grad sammen med en større andel af kvinder i stillinger med strategisk beslutningstagning (niveau 1) og i mediernes bestyrelser.

## DEN PROCENTVISE FORDELING AF KVINDER I STILLINGER MED BESLUTNINGSKOMPETENCE, FORDELT PÅ HVORVIDT LIGESTILLINGSPOLITIKKER ER INDFØRT, 2012



Kilde: EIGE, Advancing gender equality in decision-making in media organisations, 2013.



Hvis nogle af disse foranstaltninger er til stede i medieorganisationer, kan det gavne fremme af kvinder til beslutningstagende stillinger. De medieorganisationer, der gennemførte ligestillingspolitikker eller foranstaltninger i praksis, havde generelt en højere andel af kvinder i stillinger med strategisk beslutningstagning.

### **NGO'er og arbejdsmarkedets parter arbejder sammen med staten om at fremme kvinder i topstillinger inden for medierne**

Arbejdsmarkedets parter og civilsamfundets organisationer har været aktive i deres støtte til fremme af

kvinder på arbejdsmarkedet, herunder i medierne. Mange fagforeninger inden for medierne har formænd eller råd, der beskæftiger sig med ligestillings spørgsmål eller specifikke kvindespørgsmål. Der findes også fagforeninger udelukkende for kvindelige mediefolk som f.eks. sammenslutningen af kvindelige journalister i Rumænien og den britiske Women in Film and Television. Desuden findes der en lang række andre organisationer i civilsamfundet, der arbejder med kvinder og medier. Den europæiske kvindelobby overvåger politikker om kvinder og medier, er aktiv i uddannelse for journalister og spiller en rolle med at indsamle data fra hele Europa om kønstereotyper, sexismen og vold i medierne.

## **Aus der Arbeit des EIGE gewonnene Erkenntnisse zu bewährten Verfahren**

### **Gleichstellungsplan des ORF (Österreichischer Rundfunk), Österreich**

2011 führte der Österreichische Rundfunk (ORF) eine Untersuchung zur Position von Frauen in seiner Organisation durch und stellte ein starkes Ungleichgewicht der Geschlechter fest. Zwar stellen Frauen 42 % aller Beschäftigten, doch sind sie deutlich stärker in der Programmgestaltung als in technischen Stellen vertreten. Auf der höheren Führungsebene war ihr Anteil besonders niedrig: Bei den regionalen Studioleitungen entfiel ein Anteil von 11 % und bei den Abteilungsleitungen auf zentraler Ebene ein Anteil von 22 % auf Frauen. Die Geschäftsführung war ausschließlich mit Männern besetzt. Hingegen waren zwei Drittel der Teilzeitbeschäftigten Frauen.

Um dieses Problem anzugehen, führte der ORF 2012 einen über sechs Jahre ausgelegten Plan zur Geschlechtergleichstellung ein. Dieser zielt darauf ab, die Geschlechtergleichstellung und berufliche Entwicklung von Frauen zu fördern, bestehende Diskriminierungen abzubauen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Frauen und Männer gleichermaßen zu ermöglichen, den Anteil der Frauen in Bereichen, in denen sie unterrepräsentiert sind, auf 45 % zu steigern sowie den Anteil der Frauen in technischen Berufen zu erhöhen. Die Umsetzung des Plans wird jährlich überwacht und vom Ausschuss für Geschlechtergleichstellung, zentralen Betriebsrat und allen Beschäftigten erörtert. Die vorläufigen Ergebnisse sind ermutigend: Zwischen 2011 und 2012 war ein Anstieg bei der Zahl der Frauen in besser bezahlten Positionen von 26,2 % auf 27,7 % festzustellen.

**MISSING TRANSLATION**

### **Expertinnendatenbank KVINFO – Dänemark**

1997 richtete KVINFO, das dänische Zentrum für Informationen über Geschlechter, Gleichstellung und Vielfalt, seine Online-Expertinnendatenbank ein, um die Sichtbarkeit von Frauen in den Medien und ihren Zugang zu höheren Positionen in Medienorganisationen zu verbessern. Die Datenbank führt jetzt knapp 1 200 Frauen aus allen Bereichen der Gesellschaft, darunter Wissenschaftlerinnen und Forscherinnen, Geschäftsfrauen und Managerinnen, Politikerinnen, Journalistinnen und Persönlichkeiten aus Kunst und Kultur. Obwohl Frauen in den dänischen Medien sehr präsent sind und wichtige Funktionen wahrnehmen, wie Nachrichtensprecherinnen, Kriegsreporterinnen und Geschäftsführerinnen von Medienkanälen, gibt es nur eine begrenzte öffentliche Debatte zu dem Thema. Zwar zählen die dänischen Frauen zu den bestausgebildetsten weltweit, doch waren 2010 72 % der in den Medien präsenten Fachkräfte Männer.

Die Datenbank bietet all jenen, die im Bereich Journalismus, Personalplanung und Konferenzorganisation tätig sind, ein benutzerfreundliches Instrument für die Suche nach Expertinnen mit besonderen Qualifikationen und Kompetenzen in den unterschiedlichsten Bereichen (Wissenschaft, Wirtschaft, Politik, Kultur, Kunst). Dadurch werden die Sichtbarkeit von Expertinnen für Journalisten und das Gewicht und die Stimme von Frauen in den Medien gestärkt.



## FREMSKRIDT OG FORHINDRINGER PÅ OMRÅDE J: KVINDER OG MEDIER

### FREMSKRIDT

- Kvinder i EU er godt repræsenteret inden for medieuddannelser.
- Kvinder gjorde fremskridt med at komme ind i medieprofessionerne.
- Nogle (især offentlige) medieorganisationer har udviklet ligestillingsmekanismer for at støtte kvinders beskæftigelse i medierne.
- Kvinder har haft større succes med at nå toppen i medieorganisationer i østeuropæiske og nordiske EU-medlemsstater.
- I nogle medlemsstater indfører man frivillig reguleringspraksis.

### FORHINDRINGER

- Kvinder er underrepræsenteret i de topstillinger, der har størst indflydelse på det redaktionelle indhold.
- Der var ikke indført ligestillingspolitikker/overvågningsmekanismer i alle EU's medieorganer i 2012.
- »Glasloftet« i mediebranchen bidrager til kønsbestemte lønforskel og vertikal opdeling.
- I øjeblikket er det ikke muligt at måle, hvordan kvinder og mænd er repræsenteret i medieindholdet.
- Utilstrækkelige oplysninger om kvinders stilling i nogle mediesektorer (f.eks. digitale medier, reklame, filmproduktion og forlagsbranchen).

## Vejen frem for EU

- Målrette indsatsen mod det fortsatte »glasloft« i mediebranchen for at styrke kvinders deltagelse i de øverste beslutningstagende stillinger og som bestyrelsesmedlemmer.
- Supplere frivillige foranstaltninger, som medieorganisationerne har indført med politiske foranstaltninger, der understøtter ændringerne inden for mediesektoren og dens indhold.
- Afhjælpe de kønsbestemte lønforskel og den vertikale opdeling ved at gennemføre specifikke foranstaltninger.
- Anerkende de alvorlige konsekvenser af kønsbestemte stereotyper, som medieindholdet fremkalder.
- Vurdere, hvordan mænd og kvinder gengives i medierne.
- Udfordre stereotyper i medieindhold, idet man samtidig beskytter ytringsfriheden.

## Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen (EIGE)

Das Europäische Institut für Gleichstellungsfragen (EIGE) ist das EU-Kompetenzzentrum für Gleichstellungsfragen. Das EIGE unterstützt politische Entscheidungsträger und alle relevanten Einrichtungen in ihren Bemühungen zur Verwirklichung der Gleichstellung von Frauen und Männern in Europa und darüber hinaus, indem es spezifisches Fachwissen sowie verlässliche und vergleichbare Daten zur Gleichstellung in Europa bereitstellt.

Weitere Informationen: <http://eige.europa.eu>

Das Ressourcen- und Dokumentationszentrum (RDC) des Europäischen Instituts für Gleichstellungsfragen (EIGE) ist ein innovatives und praktisches Instrument, das dabei hilft, wichtige Ressourcen zur Geschlechtergleichstellung zu identifizieren und unter den an der Gleichstellungspolitik und -praxis interessierten Personen erleichtert und einen Online-Bereich für Diskussionen und Debatten bietet.

Weitere Informationen: <http://eige.europa.eu/content/rdc>



### Kontakt:

Europäisches Institut für Gleichstellungsfragen  
Gedimino pr. 16, LT-01103 Vilnius, LITAUEN  
Tel. +370 521574-44/00

[facebook.com/eige.europa.eu](https://facebook.com/eige.europa.eu)



[twitter.com/eurogender](https://twitter.com/eurogender)



[youtube.com/eurogender](https://youtube.com/eurogender)



<https://eurogender.eige.europa.eu>



ISBN 978-92-9218-563-3

doi:10.2839/1885

MH-04-15-022-DE-N