

## Politički kontekst

Mediji imaju ključnu ulogu u oblikovanju mišljenja, stavova i predrasuda u određenom društvu. Žene su proizvođačice i potrošačice, kao i dio medijskog sadržaja. Medijski sadržaj nije uvijek „rodno osjetljiv“, u okviru njega mogu se prikazivati ponižavajuće slike o ženama te se mogu održavati rodne uloge, stereotipovi i norme. Zbog rasta digitalne tehnologije i novih oblika komunikacije odnos između uloga žena u medijima i načina na koji se proizvođači/ce, potrošači/ce i sadržaj povezuju s njima postao je još složeniji. Tradicionalni oblici medija konzumiraju se na drugačiji način, uključujući nove načine pružanja odgovora na javne povratne informacije.

### U okviru zaključaka Vijeća Europske unije (lipanj 2013.)

- obilježava se znatan napredak u ovom području;
- zahtijevaju se dodatne dobrovoljne inicijative od strane medijskih organizacija s ciljem unapređenja ravnopravnosti spolova;
- predlaže se provedba npr. praksi zapošljavanja na temelju „jasnih, transparentnih i neutralno oblikovanih“ kriterija, „organizacijske kulture prilagođene zaposlenicima“, politika kojima se omogućuje bolja ravnoteža između poslovnog i privatnog života i rodno-osjetljivog upravljanja.

### Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama (2010/13/EU)

- zabranilo se poticanje mržnje na osnovi rase, spola, religije ili nacionalnosti;
- pozvalo se sve države članice na to da osiguraju odgovarajuća sredstva kako audiovizualne usluge koje daju pružatelji medijskih sadržaja pod njihovom nadležnošću ne bi sadržavale nijedno od prethodno navedenog.

### Inicijative EU-a kojima se preispituje diskriminacija i rodni stereotipovi u medijima:

- Izvješće Odbora za prava žena i ravnopravnost spolova (FEMM) Europskog parlamenta o uklanjanju rodni stereotipova u EU-u.
- Mišljenje Savjetodavnog odbora za jednake mogućnosti za žene i muškarce (Europske komisije) o rušenju rodni stereotipova u medijima.

- Okvir mjera Odbora EU-a za audiovizualni sektorski socijalni dijalog (Europskog gospodarskog i socijalnog odbora) za ravnopravnost spolova i „niz alata“ za dobre prakse u vezi s mjerama za jednakost spolova u audiovizualnim medijskim tijelima.

## Strateški ciljevi BPfA-e i pokazatelji EU-a

- J.1.** Povećati sudjelovanje žena i pristup izražavanju i donošenju odluka u medijima i putem medija te novih komunikacijskih tehnologija.
- J.2.** Promicati uravnoteženo prikazivanje žena u medijima koje se ne temelji na stereotipovima.

Za vrijeme irskog predsjedništva Vijećem EU-a tijekom 2013. godine potvrđeni su pokazatelji u okviru kojih se procjenjuje udio žena i muškaraca na položajima za donošenje odluka, kao i pokazatelj za ocjenjivanje politika kojima se promiče ravnopravnost spolova u medijskim organizacijama. U ljeto 2012. godine prikupljeni su usporedivi podaci na području EU-a o zastupljenosti žena u donošenju odluka u okviru javnih i privatnih medijskih organizacija. U studiji nije bilo riječi o mnogo složenijem području mogućeg učinka sudjelovanja žena na položajima uredničkog nadzora na rodno osjetljiv medijski sadržaj.

U bazi podataka „Žene i muškarci u EU-u – činjenice i brojke“ koju je razvio Europski institut za ravnopravnost spolova nalaze se najnoviji podaci i informacije o ovim indikatorima koji su dostupni na adresi <http://eige.europa.eu/content/women-and-men-in-the-eu-facts-and-figures>

## Zaključci na temelju podataka prikupljenih diljem EU-a

### Nedovoljna zastupljenost žena u upravi medijskih organizacija

Tijekom dvaju desetljeća povećala se stopa zaposlenosti žena u medijskom sektoru. Do 2011. godine žene su činile gotovo polovicu (44 %) radne snage u medijskom sektoru. Na razini EU-a 2011. godine žene su činile najveću skupinu (68 %) osoba sa završenim sveučilišnim studijem novinarstva i informacijskih tečajeva.



Istodobno žene u medijskim organizacijama zauzimaju položaje s ograničenim utjecajem na sadržaj i strategiju organizacije. Na području EU-a malen broj žena (odnosno 32 %) zauzima visoke položaje u medijskim organizacijama. Učinak „staklenog stropa“ odražava sve manji udio žena u odnosu na razinu seniorstva položaja: žene su činile 21 % glavnih operativnih službenika/ca EU-a i 16 % glavnih izvršnih službenika/ca. Izbor radnih mjesta na ovoj razini relativno je malen, no odsutnost žena razlog je za zabrinutost s obzirom na to da je riječ o ulogama koje obično imaju najveći utjecaj na medijsku strategiju i sadržaj.

Zastupljenost žena u privatnim i javnim medijskim organizacijama razlikuje se: dok su žene 2012. godine zauzimale ukupno 35 % upravnih položaja javnih medijskih tijela, stopa u privatnim medijskim organizacijama iznosila je 29 %.

### Nedovoljna zastupljenost žena u odborima medijskih organizacija u EU-u

Stopa zastupljenosti žena u odborima medijskih organizacija u EU-u tijekom 2012. godine nije se mijenjala i iznosila je 26 % što je neznatno niža stopa od stope zastupljenosti na visokim upravnim položajima (33 %). U prosjeku 29 % članova javnih medijskih odbora bile su žene u usporedbi s 22 % u odborima privatnih medijskih organizacija.

### Raširena horizontalna i vertikalna spolna segregacija u okviru medijskih organizacija

Prema studiji koju je 2011. godine provela Međunarodna ženska medijska zaklada nedovoljna zastupljenost novinarki u određenim područjima znatna je, primjerice, u području upravljanja, proizvodnje i dizajna te na tehničkim položajima. Istodobno je ta nedovoljna

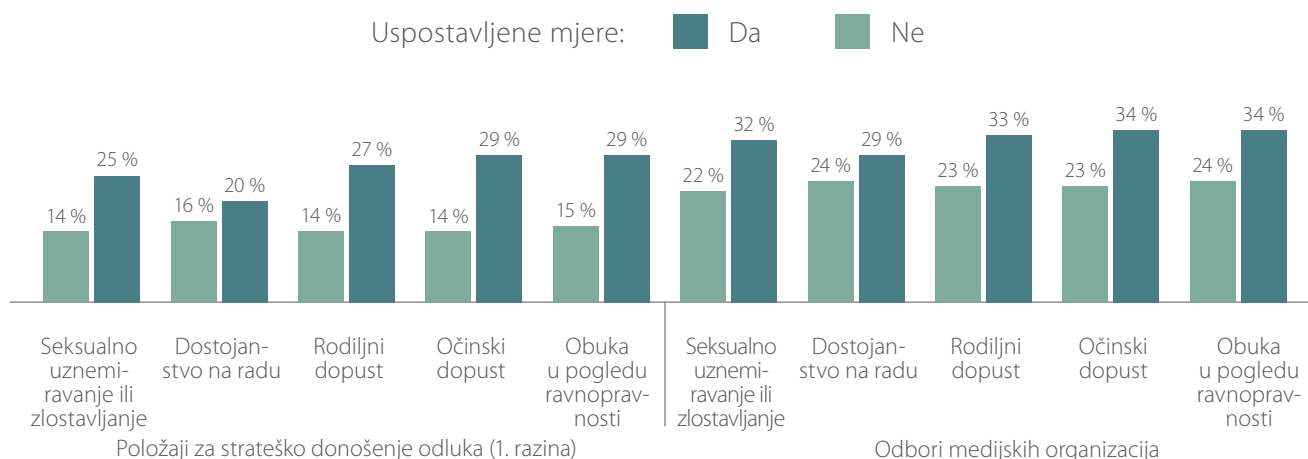
zastupljenost u suprotnosti s pretjeranom zastupljenošću žena u ostalim medijskim područjima. Još jedan primjer spolne segregacije u medijima općenito je veći ugled koji uživaju mediji u kojima prevladavaju muškarci kao što su novine u usporedbi s časopisima u kojima su žene u većoj mjeri zastupljene.

### Politikama i mjerama može se ojačati ravnopravnost spolova u okviru medijskih organizacija

Razlozi zastupljenosti žena na nižim nadležnim položajima u organizacijama složeni su, ne samo u medijima, nego i u političkim, gospodarskim i ostalim sferama. Tijekom 2012. godine tek je manji dio medijskih organizacija obuhvaćenih istraživanjem (36 %) imao uspostavljene politike o ravnopravnosti spolova i jednakim mogućnostima, kao i praktične mjere za unapređenje ravnopravnosti spolova kao što su uspostavljanje politika ravnopravnosti i mehanizama nadzora. Četvrtina je imala uspostavljenu politiku ili kodeks ravnopravnosti spolova, a petina je donijela politiku jednakih mogućnosti i raznolikosti. Malen broj medijskih organizacija izvijestio je o uspostavljenim mehanizmima za provedbu i nadzor predanosti radu u području ravnopravnosti spolova.

Za medijske organizacije u EU-u postojala je neznatno manja vjerojatnost da će donijeti praktične mjere za unapređenje ravnopravnosti spolova (33%) nego da će donijeti opći kodeks i mehanizme nadzora ravnopravnosti spolova (36 %). Zabilježeni udjeli u kojima je poduzet veći broj „praktičnih koraka“ bili su (od najvećeg prema najmanjem): politika protiv seksualnog uznemiravanja (23 %), politika dostojanstva na radu (18 %), politika roditeljnog dopusta (17 %), politika očinskog dopusta (16 %), obuka u pogledu osviještenosti o ravnopravnosti za osoblje (8 %), obuka u pogledu vodstva za žene (6 %), savjetnici/e o uznemiravanju i zlostavljanju (4 %) i pripravnički

## POSTOTAK ŽENA NA POLOŽAJIMA ZA DONOŠENJE ODLUKA UZ USPOSTAVLJENE RAZLIČITE POLITIKE RAVNOPRAVNOSTI SPOLOVA ILI NJIHOV IZOSTANAK, 2012.



Izvor: EIGE, Unapređenje ravnopravnosti spolova u donošenju odluka u medijskim organizacijama, 2013.



položaji za žene. Mjere su očigledno u snažnoj vezi s većim udjelom žena na položajima za strateško donošenje odluka (1. razina) i u medijskim odborima.

Postojanje svake od tih mjera u medijskim organizacijama može biti od koristi za poboljšanje položaja žena u području donošenja odluka. Za medijske organizacije koje su provele politike ili mjere za ravnopravnost spolova u praksi postojala je veća vjerojatnost da će imati veći udio žena na položajima za strateško donošenje odluka.

### **Nevladine organizacije i socijalni partneri u suradnji s vladama rade na unapređivanju žena na visoke položaje u medijima**

Socijalni partneri i organizacije civilnog društva, osobito ženske organizacije, aktivne su u pružanju potpore napretku žena u zapošljavanju, uključujući u medijima. Mnogi sindikati medija imaju službenike/ce ili vijeća za

pitanja ravnopravnosti ili samo ženska pitanja. Postoje sindikati konkretno za medijske stručnjakinje kao što su Rumunjsko udruženje novinarki i Žene na filmu i televiziji u Ujedinjenoj Kraljevini. Usto postoji niz drugih organizacija civilnog društva koje se bave pitanjem žena i medija. Europski ženski lobi nadzire politike za žene i medije, uključuje se u obuku za novinare/ke i ima važnu ulogu u prikupljanju podataka diljem EU-a o rodnim stereotipovima, seksizmu i nasilju u medijima.

## **Zaključci iz EIGE-ovog rada na dobrim praksama**

### **Plan za ravnopravnost spolova, ORF (Österreichischer Rundfunk, Austrijska korporacija za radio-difuziju), Austrija**

U 2011. godini Austrijski nacionalni emiter, ORF, istražio je položaj žena u svojoj organizaciji i zaključio da postoji široko zastupljena rodna neravnoteža. Dok žene čine 42% ukupne radne snage, one su brojnije u zanimanjima koja se tiču proizvodnje programa nego u zanimanjima koja uključuju rad s tehnikom. Žene su značajno manje zastupljene na višim nivoima upravljanja i čine samo 11% direktora/ica regionalnih studija i 22% centralnih upravitelja/ica ureda. U upravnom odboru uopće nema žena, dok žene čine dvije trećine zaposlenika/ca na nepuno radno vrijeme.

Da bi riješio ovaj problem, 2012. godine ORF je predstavio šestogodišnji plan za rodnu ravnopravnost. Cilj plana je poboljšati rodnu ravnopravnost i karijere žena, ukinuti postojeće diskriminacijske prakse, omogućiti usklađivanje obiteljskog i radnog vremena za žene i muškarce, ostvariti udio žena od 45% u onim područjima u kojima su žene nedovoljno zastupljene, te povećati udio žena u zanimanjima koja uključuju rad s tehnikom. Provođenje plana se nadgleda svake godine i o njemu raspravlja Odbor za rodnu ravnopravnost. Centralno radno vijeće, i svi zaposleni. Početni rezultati su ohrabrujući i pokazuju povećanje broja žena na bolje plaćenim pozicijama s 26,2 % na 27,7 % u periodu između 2011. i 2012. godine.

### **KVINFO Stručna baza podataka, Danska**

Godine 1997., KVINFO, Danski centar za informacije o rodu, ravnopravnosti i različitosti je pokrenuo na internetu svoju Stručnu bazu podataka s ciljem poboljšanja vidljivosti žena u medijima i njihovog pristupa višim pozicijama u medijskim organizacijama. Baza podataka sada predstavlja skoro 1 200 žena iz svih društvenih područja, uključujući znanstvenice i istraživačice, poslovne žene i menadžerice, političarke, novinarke i žene iz svijeta umjetnosti i kulture. Iako su žene dosta vidljive u danskim medijima i nalaze se na prestižnim pozicijama kao što su čitateljice vijesti, izvjestiteljice s ratišta i izvršne direktorice medijskih programa, u javnosti se malo raspravlja o ovoj temi. Iako su žene u Danskoj među najobrazovanijim na svijetu, 72% stručnjaka/inja koji/e su se pojavljivali/e u medijima tokom 2010. godine su bili muškarci.

Baza podataka pruža novinarima/kama, poslodavcima/kama, organizatorima/cama konferencija jednostavno oruđe za pretraživanje stručnjakinja s posebnim kvalifikacijama i vještinama u mnogim oblastima (znanost, poduzetništvo, politika, kultura, umjetnost). To čini stručnjakinje vidljivima novinarima i povećava autoritet i glas žena u medijima.



## POBOLJŠANJA I PREPREKE U PODRUČJU J: ŽENE I MEDIJI

### FORTSCHRITTE

- Žene su dobro zastupljene u obrazovnim stupnjevima povezanim s medijima.
- Žene su napredovale u pogledu ulaska u medijska zanimanja.
- Pojedine (većinom javne) medijske organizacije razvile su mehanizme ravnopravnosti spolova kojima se potiče zapošljavanje žena u medijima.
- Žene su imale više uspjeha u dolasku na visoke položaje u medijskim organizacijama u istočnoj Europi i nordijskim državama članicama EU-a.
- U pojedinim se državama članicama uvode dobrovoljne regulatorne prakse.

### PREPREKE

- Žene su premalo zastupljene na visokim položajima koji u najvećoj mjeri utječu na urednički sadržaj.
- Tijekom 2012. godine politike ravnopravnosti spolova/mehanizmi nadzora nisu bili uspostavljeni u svim medijskim tijelima EU-a.
- „Stakleni strop“ u medijskoj industriji mogao bi pridonijeti razlici u plaćama na osnovi spola/roda i vertikalnoj segregaciji.
- Mjerenje zastupljenosti žena i muškaraca u pogledu medijskog sadržaja trenutačno nije moguće.
- Postoji nedovoljan broj informacija o položaju žena u određenim medijskim sektorima (npr. digitalnim medijima, oglašavanju, režiji i izdavaštvu).

## Put prema naprijed za EU

- Usmeriti se na stalno prisutan „stakleni strop“ u medijskoj industriji s ciljem poboljšanja sudjelovanja žena na visokim položajima za donošenje odluka i kao članica odbora.
- Nadopuniti dobrovoljne mjere koje su donijele medijske organizacije političkim mjerama kojima se promiče preobrazba medijskog sektora i njegovog sadržaja.
- Riješiti pitanje razlike u plaćama na osnovi spola/roda i vertikalnu segregaciju provođenjem posebnih mjera.
- Prepoznati ozbiljne posljedice rodnih stereotipova proizvedenih u okviru medijskih sadržaja.
- Procijeniti zastupljenost muškaraca i žena u medijima.
- Preispitati stereotipove u medijskom sadržaju štiteći pritom slobodu govora.

## Europski institut za ravnopravnost spolova (EIGE)

Europski institut za ravnopravnost spolova je centar znanja o ravnopravnosti spolova Europske unije. EIGE pruža podršku kreatorima politika i svim relevantnim institucijama u njihovim nastojanjima da ravnopravnost između žena i muškaraca postane stvarnost za sve Europljane i šire tako što im pruža konkretnu stručnu podršku i uvid u usporedive i pouzdane podatke o rodnoj ravnopravnosti u Europi.

Više informacija dostupno je na <http://eige.europa.eu/>

Informacijski dokumentacijski centar (RDC) pri Europskom institutu za ravnopravnost spolova je inovativno i praktično oruđe razvijeno s ciljem pružanja pomoći u lociranju ključnih izvora o ravnopravnosti spolova, omogućavanja razmjene znanja među onima koje zanimaju politike za ravnopravnost spolova, i s ciljem kreiranja virtualnog prostora za razgovor i diskusiju.

Više informacija dostupno je na <http://eige.europa.eu/rdc>



### Kontakt:

Europski institut za ravnopravnost spolova  
Gedimino pr. 16, LT-01103 Vilnius, LITVA  
Tel. +370 5 215 7444, Tel. +370 5 215 7400

[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:1 **MISSING**

MH-04-15-022-DE-N