

Politikas konteksts

Medijiem ir ļoti svarīga loma sabiedrības viedokļu, attieksmes un aizspriedumu veidošanā. Sievietes ir ne vien mediju satura veidotājas un patērētājas, bet arī daļa no mediju satura. Mediju saturā ne vienmēr tiek ņemts vērā dzimumu līdztiesības aspekts, sievietes medijos var būt attēlotas pazemojošās situācijās, un mediji var uzturēt priekšstatus par dzimumu lomām, kā arī ar dzimumu saistītus stereotipus un normas. Digitālo tehnoloģiju attīstība un jauni komunikācijas veidi ir vēl vairāk sarežģījuši attiecības starp sieviešu lomu medijos un veidu, kā mediju veidotāji, patērētāji un saturs ir saistīti ar sievietēm. Ir mainījies tradicionālo mediju veidu patēriņš, tostarp jauni veidi, kā reaģēt uz sabiedrības sniegto atgriezenisko saiti.

Eiropas Savienības Padomes secinājumi (2013. gada jūnijs)

- Šie secinājumi ir svarīgs solis uz priekšu šajā jomā.
- Mediju organizācijas tiek aicinātas īstenot turpmākas brīvprātīgas iniciatīvas, lai uzlabotu dzimumu līdztiesību.
- Padome ierosina ieviest, piemēram, darbā pieņemšanas praksi, pamatojoties uz skaidriem, pārredzamiem un neitrāli formulētiem kritērijiem, darbiniekiem draudzīgu organizācijas kultūru, politiku, kas ļautu nodrošināt labāku darbu un ģimenes dzīves līdzsvaru un dzimumu līdztiesības principam atbilstošu pārvaldību.

Audiovizuālo mediju pakalpojumu direktīva (2010/13/ES)

- Aizliegta naida kurināšana rases, dzimuma, reliģijas un nacionalitātes dēļ.
- Dalībvalstis aicinātas ar atbilstošiem līdzekļiem nodrošināt, lai audiovizuālo mediju pakalpojumi, ko sniedz to jurisdikcijā esoši mediju pakalpojumu sniedzēji, nesaturētu iepriekš minēto naida kurināšanu.

Pret diskrimināciju un dzimumu stereotipiem medijos vērstas ES iniciatīvas

- Eiropas Parlamenta *FEMM* komitejas ziņojums par dzimumu stereotipu izskaušanu ES.
- Eiropas Komisijas Sieviešu un vīriešu vienlīdzīgu iespēju padomdevējas komitejas atzinums par dzimumu stereotipu laušanu medijos.

- ES Audiovizuālās jomas sociālā dialoga komitejas (Eiropas Ekonomikas un sociālo lietu komiteja) dzimumu līdztiesības pasākumu programma un ar dzimumu līdztiesības pasākumiem audiovizuālo mediju organizācijās saistīti labās prakses principi.

BPfA stratēģiskie mērķi un ES rādītāji

- J.1.** Palielināt sieviešu dalību un lēmumu pieņemšanas iespējas medijos, kā arī ar mediju un jauno komunikācijas tehnoloģiju starpniecību.
- J.2.** Veicināt līdzsvarotu un no stereotipiem brīvu sieviešu attēlojumu medijos.

2013. gadā, kad ES Padomes prezidējošā valsts bija Īrija, tika apstiprināti rādītāji, ar kuriem novērtē sieviešu un vīriešu īpatsvaru ar lēmumu pieņemšanu saistītos amatos un valdēs, un rādītājs, ar ko novērtē dzimumu līdztiesības veicināšanas politiku mediju organizācijās. Salīdzināmi ES mēroga dati par sieviešu pārstāvību lēmumu pieņemšanā sabiedrisko un privāto mediju organizācijās tika iegūti 2012. gada vasarā. Pētījumā nebija ietverts daudz sarežģītākais jautājums par potenciālo ietekmi gadījumos, kad sievietes ieņem amatus ar redakcijas uzraudzības pilnvarām attiecībā uz dzimumu līdztiesības aspekta ņemšanu vērā mediju saturā.

Jaunākie dati un informācija par šiem indikatoriem pieejama Eiropas Dzimumu līdztiesības institūta izveidotajā datubāzē “Vīrieši un sievietes ES — fakti un skaitļi”, kas atrodas tīmekļa vietnē <http://eige.europa.eu/content/women-and-men-in-the-eu-facts-and-figures>

Konstatējumi saskaņā ar ES mēroga datiem

Sievietes ir nepietiekami pārstāvētas mediju organizāciju vadībā

Divdesmit gadu laikā sieviešu nodarbinātība mediju nozarē ir palielinājusies, līdz 2011. gadam sasniedzot gandrīz pusi (44 %) no mediju nozarē nodarbināto kopskaita. ES līmenī žurnālistikas un komunikācijas studiju programmu absolventu vidū 2011. gadā pārsvarā bija sievietes (68 %).



Tajā pašā laikā mediju organizācijās sievietes ieņem amatus ar ierobežotām iespējām ietekmēt saturu un organizācijas stratēģiju. Visā ES maz sieviešu (32 %) ieņem augstus amatus mediju organizācijās. Par "stikla griestu" efektu liecina sieviešu īpatsvara samazinājums, paaugstinoties amata pakāpei: ES izpilddirektoru vidū ir 21 % sieviešu, bet vadītāju vidū — 16 % sieviešu. Darbavieta rezerve šajā līmenī ir samērā maza, tomēr sieviešu trūkums rada bažas, ņemot vērā, ka šie amati parasti ir saistīti ar vislielāko ietekmi uz mediju stratēģiju un saturu.

Sieviešu pārstāvība privāto un sabiedrisko mediju organizācijās atšķiras: kopumā 2012. gadā sabiedrisko mediju organizācijās sievietes ieņēma 35 % vadošo amatu, bet privāto mediju organizācijās šis rādītājs bija 29 %.

Sievietes ir nepietiekami pārstāvētas ES mediju organizāciju valdēs

2012. gadā sieviešu pārstāvība ES mediju organizāciju valdēs bija 26 %, nedaudz zemāka par sieviešu pārstāvību augstākās vadības līmenī (33 %). Vidēji sabiedrisko mediju organizāciju valdēs 29 % valdes locekļu ir sievietes salīdzinājumā ar 22 % privāto mediju organizāciju valdēs.

Mediju organizācijās ir plaši izplatīta horizontālā un vertikālā dzimumu segregācija

Saskaņā ar Starptautiskā Sieviešu mediju fonda 2011. gadā veikto pētījumu dažās jomās (piemēram, pārvaldības, ražošanas un dizaina jomā, kā arī tehniskos amatos) žurnālistu sieviešu pārstāvība ir lielā mērā nepietiekama. Taču nepietiekamā pārstāvība šajās jomās kontrastē ar pārmērīgu sieviešu pārstāvību citās mediju jomās. Par dzimumu segregāciju mediju organizācijās liecina arī tas, ka kopumā par prestižākiem tiek uzskatīti mediji, kuros

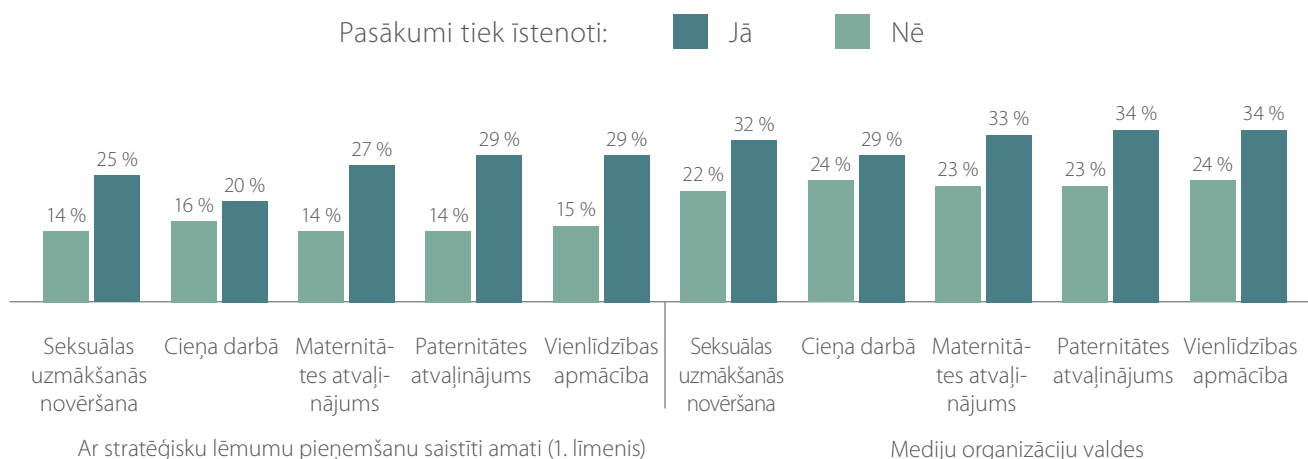
dominē vīrieši, piemēram, lielformāta laikraksti, nevis žurnāli, kuros plašāk ir pārstāvētas sievietes.

Dzimumu līdztiesību mediju organizācijās var uzlabot ar politiku un pasākumiem

lemesli, kuru dēļ notiek sieviešu koncentrēšanās organizāciju zemākajās varas pozīcijās, ir sarežģīti — ne vien mediju, bet arī politikas, ekonomikas un citās jomās. No apsekotajām mediju organizācijām 2012. gadā tikai nelielai daļai (36 %) bija dzimumu līdztiesības un iespēju vienlīdzības politikas vai praktiski pasākumi dzimumu līdztiesības uzlabošanai, paredzot, piemēram, vienlīdzības politikas un uzraudzības mehānisma izveidi. Ceturtai daļai organizāciju bija noteikta dzimumu līdztiesības politika vai ētikas kodekss, bet piektdaļa organizāciju bija pieņēmušas iespēju vienlīdzības un daudzveidības politiku. Tikai dažas mediju organizācijas ir norādījušas, ka tām ir mehānismi saistību izpildei un uzraudzībai dzimumu līdztiesības jomā.

Mediju organizācijas ES nedaudz retāk ir pieņēmušas praktiskus pasākumus dzimumu līdztiesības uzlabošanai (33 %) salīdzinājumā ar vispārīgiem dzimumu līdztiesības ētikas kodeksiem un uzraudzības mehānismiem (36 %). Gadījumos, kad organizācijas ziņojušas par praktiskiem pasākumiem, to īpatsvars (dilstošā secībā) ir šāds: politika seksuālas uzmākšanās novēršanai — 23 %, politika cieņas darbā nodrošināšanai — 18 %, maternitātes atvaļinājuma politika — 17 %, paternitātes atvaļinājuma politika — 16 %, darbinieku apmācība vienlīdzības izpratnes jautājumos — 8 %, sieviešu apmācība vadības jautājumos — 6 %, konsultanti aizskaršanas jautājumos — 4 % un stažieru amati sievietēm. Var secināt, ka pasākumi ir cieši saistīti ar lielāku sieviešu skaitu ar stratēģisku lēmumu pieņemšanu saistītos amatos (1. līmenis) un mediju organizāciju valdēs.

SIEVIEŠU ĪPATSVARŠ AR LĒMUMU PIEŅEMŠANU SAISTĪTOS AMATOS ATKARĪBĀ NO DZIMUMU LĪDZTIESĪBAS POLITIKAS ĪSTENOŠANAS, 2012. GADS



Avots: EIGE, Dzimumu līdztiesības uzlabošana lēmumu pieņemšanā mediju organizācijās, 2013. gads.



Šādu pasākumu klātbūtne mediju organizācijās var labvēlīgi ietekmēt sieviešu iespējas ieņemt ar lēmumu pieņemšanu saistītus amatus. Mediju organizācijās, kas praksē īsteno dzimumu līdztiesības politiku vai pasākumus, ar stratēģisku lēmumu pieņemšanu saistītos amatos biežāk ir lielāks sieviešu īpatsvars.

NVO un sociālie partneri sadarbībā ar valdībām cenšas uzlabot sieviešu iespējas ieņemt augstus amatus mediju organizācijās

Sociālo partneru un pilsoniskās sabiedrības organizācijas, īpaši sieviešu organizācijas, aktīvi atbalsta sieviešu

progresu nodarbinātības jomā, tostarp medijos. Daudzās mediju arodbiedrībās ir amatpersonas vai padomes, kas atbild par vienlīdzības jautājumiem vai konkrēti par sieviešu jautājumiem. Ir arī īpašas mediju speciālistu sieviešu apvienības, piemēram, Rumānijas Žurnālistu sieviešu asociācija un Apvienotās Karalistes organizācija "Sievietes kino un televīzijā". Sieviešu un mediju jomā darbojas arī daudzas citas pilsoniskās sabiedrības organizācijas. Eiropas Sieviešu lobījs uzrauga politiku sieviešu un mediju jomā, iesaistās žurnālistu apmācībā un piedalās Eiropas mēroga datu vākšanā par dzimumu stereotipiem, seksismu un vardarbību medijos.

EIGE apkopotie labās prakses piemēri

Dzimumu līdztiesības plāns, ORF (Österreichischer Rundfunk, Austrijas Pārraidēšanas korporācija), Austrija

2011. gadā Austrijas Pārraidēšanas korporācija ORF, analizējot sieviešu pozīciju organizācijā, atklāja izteiktu dzimuma disbalansu. Lai arī sievietes veido 42 % no visiem darbiniekiem, lielākā daļa sieviešu organizācijā nodarbinātas programmu veidošanas, nevis tehniskajās jomās. Augstākajā pārvaldības līmenī sieviešu pārstāvniecība ir neliela, sievietēm ieņemot tikai 11 % reģionālo studiju vadītāju amatus un 22 % departamenta vadītāju amatus. Valdē amatu neieņem neviena sieviete, lai gan divas trešdaļas no nepilna darba laika darbiniekiem ir tieši sievietes.

Lai risinātu šo situāciju, 2012. gadā ORF ieviesa sešu gadu dzimuma līdztiesības plānu. Plāna mērķis ir veicināt dzimuma līdztiesību un sieviešu karjeras, novērst esošo diskrimināciju, veicināt vīriešu un sieviešu darba un ģimenes dzīves saskaņošanu, nodrošināt 46 % sieviešu pārstāvniecību tajās jomās, kur sievietes ir maz pārstāvētas, kā arī palielināt sieviešu pārstāvniecību tehniskajās profesijās. Plāna ieviešana katru gadu tiek izvērtēta un rezultāti apspriesti starp Dzimuma līdztiesības komisiju, Galveno darba padomi un visiem darbiniekiem. Esošie dati uzrāda pozitīvu tendenci — sieviešu skaits augstāk apmaksātajos darbos ir pieaudzis no 26,2 % 2011. gadā līdz 27,7% 2012. gadā.

KVINFO ekspertu datubāze, Dānija

1997. gadā KVINFO (Dānijas Dzimumu līdztiesības un daudzveidības informācijas centrs) aizsāka tiešsaistes ekspertu datubāzi, lai uzlabotu sieviešu redzamību medijos un piekļuvi augsta līmeņa pozīcijām mediju organizācijās. Šobrīd datubāzē iekļauta informācija par 1200 sievietēm no tādām nozarēm kā zinātne un pētniecība, business un menedžments, politika, žurnālistika, māksla un kultūra. Lai gan sieviešu klātbūtne Dānijas medijos ir liela un sievietes ieņem tādus prestižus amatus kā ziņu moderatores, kara korespondentes, mediju kanālu izpilddirektors, par šo jautājumu ir maz publisko debašu. Lai gan dāņu sievietes ir vienas no izglītotākajām sievietēm pasaulē, 2010. gadā 72 % ekspertu, kas parādījās medijos, bija vīrieši.

Datubāze piedāvā žurnālistiem, darba devējiem un konferences organizētājiem lietotājam draudzīgas meklēšanas iespējas, lai atlasītu sievietes ekspertes ar specifiskām kvalifikācijām un prasmēm no dažādām sfērām (zinātne, business, politika, kultūra, māksla). Šāda iespēja padara sievietes ekspertes redzamākas žurnālistiem, palielinot sieviešu klātbūtni un balsi medijos.



PROGRESS UN ŠĶĒRŠĻI J JOMĀ "SIEVIETES UN MEDIJI"

PROGRESS

- Ar medijiem saistītas izglītības ieguvēju vidū sievietes ES ir labi pārstāvētas.
- Sievietes ir guvušas panākumus, iesaistoties mediju profesijās.
- Atsevišķas (galvenokārt, sabiedrisko) mediju organizācijas ir izveidojušas dzimumu līdztiesības mehānismus, lai atbalstītu sieviešu nodarbinātību medijos.
- ES Austrumeiropas un ziemeļu dalībvalstīs sievietes vairāk ieņem mediju organizāciju vadošos amatus.
- Atsevišķas dalībvalstis ievieš brīvprātīgu reglamentējošu praksi.

ŠĶĒRŠĻI

- Sievietes ir nepietiekami pārstāvētas augstos amatos ar vislielāko ietekmi uz redakcionālo saturu.
- 2012. gadā visās ES mediju organizācijās nebija ieviesta dzimumu līdztiesības politika / uzraudzības mehānismi.
- "Stikla griesti" mediju nozarē var veicināt sieviešu un vīriešu darba samaksas atšķirību un vertikālo segregāciju.
- Pašlaik nav iespējams novērtēt, kā sievietes un vīrieši tiek attēloti mediju saturā.
- Trūkst informācijas par sieviešu stāvokli dažās mediju jomās (piemēram, digitālo mediju, reklāmas, filmu ražošanas un izdevējdarbības jomā).

ES turpmākā rīcība

- Pievērsties neatrisinātajai "stikla griestu" problēmai mediju nozarē, lai palielinātu sieviešu pārstāvību ar lēmumu pieņemšanu saistītos augstos amatos un valdēs.
- Papildināt mediju organizāciju pieņemtos brīvprātīgos pasākumus ar politikas pasākumiem, ar kuriem tiek atbalstīta mediju nozares un mediju satura pārveidošana.
- Īstenojot konkrētus pasākumus, novērst sieviešu un vīriešu darba samaksas atšķirību un vertikālo segregāciju.
- Atzīt mediju satura radīto dzimumu stereotipu nopietnās sekas.
- Novērtēt, kā medijos tiek attēloti vīrieši un sievietes.
- Vērsties pret stereotipiem mediju saturā, vienlaikus aizsargājot vārda brīvību.

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 Sievietes und Vīriešin 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



twitter.com/eurogender



youtube.com/eurogender



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



ISBN 978-92-9218-648-7

doi:10.2839/12559

MH-04-15-022-LV-N