

Politický kontext

Médiá zohrávajú veľmi dôležitú úlohu pri formovaní názorov, postojov a predsudkov danej spoločnosti. Ženy sú tvorkyňami aj prijímateľkami mediálneho obsahu a sú aj jeho súčasťou. Mediálny obsah nie je vždy rodovo citlivý – môže sprostredkovať degradujúce obrazy žien a napomáhať udržiavaniu rodových rol, stereotypov a noriem. Vzťah medzi rolami žien v médiách a spôsobom, akým sa k týmto rolám žien vzťahujú tvorcovia, prijímatelia aj samotný obsah médií sa nástupom digitálnych technológií a nových foriem komunikácie ešte viac skomplikoval. Spôsob používania tradičných foriem médií konzumentmi sa mení a menia sa aj prostriedky reagovania na ohlasy verejnosti.

Záver Rady Európskej únie (jún 2013)

- Zaznamenávajú v tejto oblasti významný rozvoj.
- Vyzývajú k ďalším dobrovoľným iniciatívam na podporu rodovej rovnosti zo strany mediálnych subjektov.
- Navrhujú napr. zavedenie takých náborových postupov, ktoré sa budú riadiť „jasnými, transparentnými, neutrálne formulovanými kritériami“, ďalej zavedenie „organizačnej kultúry zohľadňujúcej potreby zamestnankýň a zamestnancov“ či politik umožňujúcich lepšiu rovnovahu medzi pracovným a súkromným životom a rodovo citlivý manažment.

Smernica o audiovizuálnych mediálnych službách (2010/13/EÚ)

- Zakazuje podnecovanie nenávisť z dôvodu rasy, pohlavia, náboženstva alebo štátnej príslušnosti.
- Vyzýva členské štáty, aby primeranými prostriedkami zabezpečili to, že audiovizuálne mediálne služby tých poskytovateľov mediálnych služieb, na ktorých sa vzťahuje právomoc členských štátov, neobsahovali nič vyššie uvedené.

Iniciatívy Európskej únie zamerané proti diskriminácii a rodovým stereotypom v médiách

- Správa Výboru pre práva žien a rodovú rovnosť (FEMM) Európskeho parlamentu) o odstránení rodových stereotypov v EÚ.
- Stanovisko Poradného výboru pre rovnosť príležitostí žien a mužov (Európska komisia) o prekonávaní rodových stereotypov v médiách.

- Akčný rámec Výboru EÚ pre sociálny dialóg v audiovizuálnom sektore (Európsky hospodársky a sociálny výbor) pre oblasť rodovej rovnosti a „súbor nástrojov“ – osvedčených postupov pri zavádzaní opatrení na dosiahnutie rodovej rovnosti na úrovni audiovizuálnych mediálnych subjektov.

Strategické ciele Pekinskej akčnej platformy a ukazovatele EÚ

Počas írskeho predsedníctva Rady EÚ v roku 2013 boli schválené ukazovatele hodnotiace podiel žien a mužov v rozhodovacích pozíciách a vo vrcholových orgánoch, ako aj ukazovateľ na hodnotenie politik na podporu rodovej

- J.1.** Zlepšiť prístup žien k vyjadrovaniu sa v médiách a nových komunikačných technológiách a zvýšiť podiel žien na rozhodovaní v nich.
- J.2.** Podporovať vyvážené a nestereotypné zobrazovanie žien v médiách.

rovnosti v médiách. V lete 2012 boli na úrovni EÚ zozbierané porovnateľné údaje o zastúpení žien v rozhodovacích pozíciách v médiách verejnej služby aj v súkromných médiách. Táto štúdia sa nezameriavala na zložitejšiu oblasť toho, ako ženy v pozíciách s redakčnou zodpovednosťou majú potenciálny vplyv na rodovo citlivý mediálny obsah.

Najnovšie údaje a informácie o týchto ukazovateľoch poskytuje databáza Women and men in the EU – facts and figures (Ženy a muži v EÚ – fakty a čísla) vypracovaná Európskym inštitútom pre rodovú rovnosť. Je k dispozícii na: <http://eige.europa.eu/content/women-and-men-in-the-eu-facts-and-figures>.

Zistenia vyplývajúce z celoeurópskych údajov

Nedostatočné zastúpenie žien vo vedení mediálnych subjektov

V priebehu dvoch desaťročí zamestnanosť žien v mediálnom sektore stúpala a v roku 2011 ženy tvorili takmer polovicu (44 %) pracovných síl v mediálnom sektore. V roku 2011 na úrovni EÚ medzi absolventkami a absolventmi žurnalistiky a informačnej vedy ženy jasne prevažovali (68 %).



Zároveň však ženy v mediálnych organizáciách zastávajú pozície, v ktorých majú na mediálny obsah a stratégie organizácie malý vplyv. V rámci EÚ zastáva vedúce pozície v mediálnych subjektoch malý počet žien (32 %). Podiel žien so zvyšujúcou sa úrovňou služobného postavenia klesá, ženy teda narážajú na „sklený strop“: ženy tvorili 21 % osôb na pozícii výkonného riadenia a len 16 % osôb na pozícii generálneho riadenia. Počet pracovných miest na tejto úrovni je pomerne malý, ale absencia žien vyvoláva obavy vzhľadom na to, že tieto funkcie sú spravidla funkciami s najväčším vplyvom na mediálnu stratégiu a obsah.

Zastúpenie žien v súkromných médiách a v médiách verejnej služby sa líši: kým v roku 2012 ženy zastávali 35 % vedúcich funkcií v médiách verejnej služby, v súkromných médiách to bolo 29 %.

Nedostatočné zastúpenie žien vo vrcholových orgánoch mediálnych subjektov

Zastúpenie žien vo vrcholových orgánoch mediálnych subjektov v EÚ bolo v roku 2012 na úrovni 26 %, mierne pod podielom zastúpenia vo vedúcich pozíciách (33 %). Ženy tvorili v priemere 29 % členstva vrcholových orgánov médií verejnej služby v porovnaní s 22 % vo vrcholových orgánoch súkromných médií.

Rozšírená horizontálna a vertikálna rodová segregácia v mediálnych subjektoch

Podľa štúdie, ktorú v roku 2011 uskutočnila International Women's Media Foundation, je nedostatočné zastúpenie novinárov v určitých oblastiach závažné, a to napríklad v riadení, v produkcii a dizajne a na technických pozíciách. Toto nedostatočné zastúpenie žien je zároveň v protiklade s ich nadmerným zastúpením v iných oblastiach médií. Ďalším príkladom rodovej segregácie v médiách je vo všeobecnosti vyššia prestíž prisudzovaná médiám, kde prevládajú muži (mienkotvorné denníky) v porovnaní s médiami, kde majú ženy silnejšie zastúpenie (časopisy).

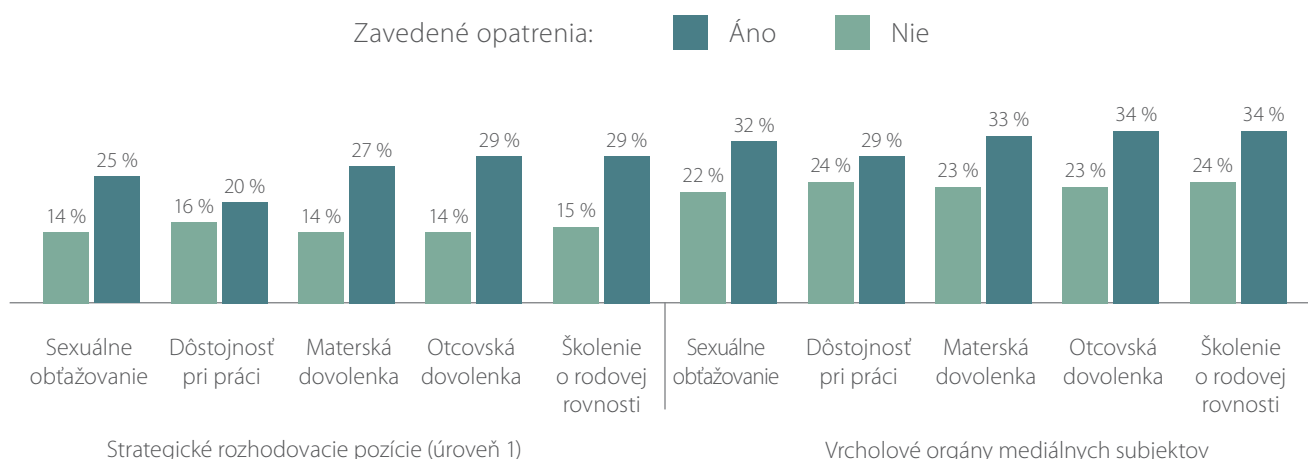
Rodovú rovnosť v mediálnych subjektoch môžu posilňovať konkrétne politiky a opatrenia

Dôvody, prečo sa ženy sústreďujú na pozíciách s menším vplyvom, sú zložité – a to nielen v prípade médií, ale aj v politike, ekonomike a ďalších oblastiach. V roku 2012 mala len malá časť skúmaných mediálnych subjektov (36 %) konkrétne politiky rodovej rovnosti a rovnosti príležitostí alebo praktické opatrenia na podporu rodovej rovnosti (napr. monitorovacie mechanizmy). Štvrtina z nich mala zavedenú politiku rodovej rovnosti alebo zásady správania, pätina prijala politiku rovnosti príležitostí a politiku rozmanitosti (diverzity). Niekoľko mediálnych organizácií uviedlo, že zaviedlo mechanizmy na presadzovanie rodovej rovnosti a monitorovanie záväzkov v tejto oblasti.

Mediálne subjekty v EÚ v oblasti rodovej rovnosti prijímajú skôr všeobecné zásady správania a zavádzajú monitorovacie mechanizmy (36 %), než aby prijímali praktické opatrenia na podporu rodovej rovnosti (33 %). V nasledujúcich oblastiach médií prijali „konkrétne praktické kroky“ (v zostupnom poradí podľa častosti politiky): sexuálne obťažovanie – 23 %; dôstojnosť pri práci – 18 %; materská dovolenka – 17 %; otcovská dovolenka – 16 %; školenie zamestnankýň a zamestnancov na zvýšenie informovanosti o rodovej rovnosti – 8 %; školenie v oblasti rozvoja vodcovských schopností žien – 6 %; ustanovenie poradenských pozícií pre prípady obťažovania – 4 % a stáže pre ženy. Ukazuje sa, že opatrenia sú úzko spojené s väčším podielom žien v strategických rozhodovacích pozíciách (úroveň 1) a vo vrcholových orgánoch médií.

Zavedenie niektorých z týchto opatrení v mediálnych subjektoch môže prospieť kariéernemu postupu žien do rozhodovacích pozícií. Tie mediálne subjekty, ktoré uplatňovali politiky rodovej rovnosti alebo opatrenia v praxi, mali častejšie vyššie zastúpenie žien v strategických rozhodovacích pozíciách.

PERCENTUÁLNE ZASTÚPENIE ŽIEN V ROZHODOVACÍCH POZÍCIÁCH, KEĎ SÚ ALEBO NIE SÚ ZAVEDENÉ KONKRÉTNE POLITIKY RODOVEJ ROVNOSTI, 2012



Zdroj: EIGE, Podpora rodovej rovnosti v rozhodovacích pozíciách v mediálnych subjektoch, 2013.



Mimovládne organizácie a sociálni partneri v súčinnosti s vládami spolupracujú na podpore kariérneho postupu žien do vedúcich pozícií v médiách

Sociálni partneri a občianska spoločnosť, najmä ženské organizácie, aktívne podporujú kariérny postup žien v zamestnaní vrátane médií. V mnohých odborových zväzoch pôsobiacich v médiách pracujú zástupkyne alebo rady pre oblasť rodovej rovnosti alebo postavenie žien. Existujú

aj odborové zväzy združujúce ženy pracujúce v médiách, napr. Rumunská asociácia novinárov a odborový zväz Ženy vo filme a televízii v Spojenom kráľovstve. Existuje rad ďalších občianskych organizácií pracujúcich v oblasti ženy a médiá. Európska ženská lobby monitoruje politiky týkajúce sa žien a médií, zapája sa do školenia novinárov a novinárov a zohráva dôležitú rolu pri zhromažďovaní údajov z celej Európy o rodových stereotypoch, sexizme a zobrazovaní násilia v médiách.

Zistenia z práce EIGE v oblasti osvedčených postupov

Plán rodovej rovnosti v Rakúskom rozhlas a televízii ORF

V roku 2011 ORF – rozhlas a televízia verejnej služby v Rakúsku – preskúmal postavenie žien v svojej organizácii a na viacerých miestach identifikoval rodovú nerovnosť. Ženy síce tvoria 42 % z celkovej pracovnej sily, ale sústreďujú sa najmä v tvorbe programu a chýbajú na technických pozíciách. Nedostatok žien je citelný najmä vo vyšších riadiacich pozíciách – ženy tvoria len 11 % zo všetkých osôb na pozícii riadenia regionálneho štúdia a 22 % zo všetkých osôb na pozícii vedenia oddelenia v centrále ORF. V predstavenstve nie je žiadna žena. Na druhej strane však ženy tvoria dve tretiny všetkých osôb zamestnaných na čiastočný pracovný úväzok.

Pre nápravu tohto stavu v roku 2012 ORF predstavila šesťročný plán rodovej rovnosti. Jeho cieľom je podporovať rodovú rovnosť a kariérny postup žien, odstrániť existujúcu diskrimináciu, umožniť zladovanie rodinného a pracovného života svojich zamestnankýň aj zamestnancov, zvýšiť podiel žien na 45 % v oblastiach, kde sú nedostatočne zastúpené a zvýšiť podiel zamestnankýň na technických pozíciách. Napĺňanie plánu sleduje a každoročne vyhodnocuje Komisia pre rodovú rovnosť, zamestnanecká rada pôsobiaca v centrále aj zamestnankyne a zamestnanci. Prvé výsledky zavedenia plánu rodovej rovnosti sú povzbudivé: v porovnaní s rokom 2011 sa počet žien na vyššie platených pozíciách zvýšil z 26,2 % na 27,7 %.

Dánska databáza expertiek KVINFO

Pre zlepšenie viditeľnosti žien v médiách aj ich lepší prístup ku vyšším pozíciám v mediálnych subjektoch spustilo v roku 1997 Dánske informačné centrum o rode, rovnosti a rozmanitosti KVINFO online databázu expertiek. V súčasnosti je v databáze zaradených 1 200 žien z rôznych sfér spoločnosti – vedkyne, výskumníčky, podnikateľky, manažérky, političky, novinárky, umelkyne a ženy pôsobiace v oblasti kultúry. Hoci sú ženy v dánskych médiách dobre viditeľné a pracujú na prestížnych pozíciách ako moderátorky správ, vojnové reportérky a výkonné riaditeľky televíznych a rozhlasových staníc, diskusia o role žien v médiách prakticky neexistuje. Dánky patria celosvetovo medzi ženy s najlepším vzdelaním, no i tak 72 % z celkového počtu odborníkov a odbornícok vystupujúcich v médiách v roku 2010 tvorili muži.

Databáza expertiek je nástrojom, ktorý umožňuje novinárkam, zamestnávateľským subjektom a osobám organizujúcim konferencie nájsť odborníčku so vzdelaním a skúsenosťami v širokej škále odborov (veda, podnikanie, politika, kultúra, umenie). Novinárky a novinári tak majú o odborníčkach lepší prehľad a hlas žien v médiách je tak lepšie počuť a získava na dôležitosti.



POKROKY A PREKÁŽKY V OBLASTI J: ŽENY A MÉDIÁ

POKROKY	PREKÁŽKY
<ul style="list-style-type: none">• Ženy v EÚ sú dobre zastúpené medzi absolventkami a absolventmi štúdia zameraného na médiá.• Pokrok sa dosiahol v tom, že ženy vstupujú do povolání v médiách.• Niektoré mediálne subjekty (najmä médiá verejnej služby) vypracovali mechanizmy rodovej rovnosti podporujúce zamestnávanie žien v médiách.• Ženy úspešnejšie dosahovali najvyššie pozície v mediálnych subjektoch v členských štátoch východnej Európy a severských členských štátoch.• V niektorých členských štátoch boli zavedené dobrovoľné regulačné postupy.	<ul style="list-style-type: none">• Ženy sú nedostatočne zastúpené v najvyšších pozíciách s najväčším vplyvom na redakčný obsah.• V roku 2012 neboli vo všetkých mediálnych orgánoch zavedené politiky rodovej rovnosti, resp. monitorovacie mechanizmy.• K rodovému mzdovému rozdielu a vertikálnej segregácii v mediálnom priemysle môže prispievať aj „sklený strop“.• Meranie miery zastúpenia žien a mužov v mediálnom obsahu v súčasnosti nie je možné.• Informácie o postavení žien v niektorých mediálnych odvetviach (napr. digitálne médiá, reklama, filmová tvorba a nakladateľstvo) sú nedostatočné.

Ako ďalej v EÚ

- Zamerať sa na „sklený strop“, ktorý v mediálnom priemysle dlhodobo existuje, a zvyšovať podiel žien v najvyšších rozhodovacích pozíciách a podiel žien ako členiek predstavenstiev.
- Doplniť dobrovoľné opatrenia prijaté mediálnymi organizáciami politickými opatreniami na podporu transformácie mediálneho odvetvia aj mediálneho obsahu.
- Zaoberať sa rodovým mzdovým rozdielom a vertikálnou segregáciou uplatňovaním konkrétnych opatrení.
- Vziať na vedomie závažné dôsledky rodových stereotypov, ktoré sú spoluvytvárané mediálnym obsahom.
- Posúdiť povahu zastúpenia mužov a žien v médiách.
- Spochybňovať stereotypy prítomné v mediálnom obsahu a súčasne chrániť slobodu prejavu.

Európsky inštitút pre rodovú rovnosť (EIGE)

Európsky inštitút pre rodovú rovnosť (European Institute for Gender Equality, EIGE) je centrom, ktoré zhromažďuje a vytvára poznatky o rodovej rovnosti v Európskej únii. EIGE poskytuje podporu tvorkyniam a tvorcom politik a všetkým príslušným inštitúciám v ich úsilí o to, aby sa rovnosť medzi ženami a mužmi stala skutočnosťou všetkých Európaniek a Európanov aj ďalších ľudí. Poskytuje im špecializované odborné znalosti a porovnateľné a spoľahlivé údaje o rodovej rovnosti v Európe.

Viac informácií nájdete na: <http://eige.europa.eu>.

Informačné a dokumentačné centrum (Resource and Documentation Centre, RDC) Európskeho inštitútu pre rodovú rovnosť je inovatívnym a praktickým nástrojom, ktorý slúži ako pomôcka pri vyhľadávaní kľúčových dokumentov a zdrojov údajov o rodovej rovnosti, uľahčuje výmenu poznatkov medzi všetkými záujemcami a záujemkyňami o politiku a prax rodovej rovnosti a ponúka aj online priestor na diskusiu v tejto oblasti.

Viac informácií nájdete na: <http://eige.europa.eu/content/rdc>.



Kontakt

European Institute for Gender Equality
(Európsky inštitút pre rodovú rovnosť)
Gedimino pr. 16, LT-01103 Vilnius, LITVA
Tel. +370 5 215 7444, +370 5 215 7400

facebook.com/eige.europa.eu



twitter.com/eurogender



youtube.com/eurogender



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



ISBN 978-92-9218-650-0

doi:10.2839/494542

MH-04-15-022-SK-C