



SPREJETA BESEDILA

P8_TA(2018)0101

Enakost spolov v medijskem sektorju v EU

Resolucija Evropskega parlamenta z dne 17. aprila 2018 o enakosti spolov v medijskem sektorju v EU (2017/2210(INI))

Evropski parlament,

- ob upoštevanju členov 11 in 23 Listine Evropske unije o temeljnih pravicah,
- ob upoštevanju člena 2 in člena 3(3)(2) Pogodbe o Evropski uniji (PEU) ter člena 8 Pogodbe o delovanju Evropske unije (PDEU),
- ob upoštevanju Direktive 2006/54/ES Evropskega parlamenta in Sveta z dne 5. julija 2006 o uresničevanju načela enakih možnosti ter enakega obravnavanja moških in žensk pri zaposlovanju in poklicnem delu¹,
- ob upoštevanju Direktive 2010/13/EU Evropskega parlamenta in Sveta z dne 10. marca 2010 o usklajevanju nekaterih zakonov in drugih predpisov držav članic o opravljanju avdiovizualnih medijskih storitev (Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah)²,
- ob upoštevanju predloga direktive Evropskega parlamenta in Sveta o usklajevanju poklicnega in zasebnega življenja staršev in oskrbovalcev ter razveljavitvi Direktive Sveta 2010/18/EU, ki ga je Komisija predložila 26. aprila 2017 (COM(2017)0253),
- ob upoštevanju predloga Komisije o tretjem srednjeročnem akcijskem programu Skupnosti o enakih možnostih žensk in moških 1991–1995 (COM(90)0449),
- ob upoštevanju resolucije Sveta in predstavnikov vlad držav članic, ki so se sestali v okviru Sveta, z dne 5. oktobra 1995 o podobi žensk in moških v oglaševanju in medijih³,
- ob upoštevanju Sporočila Komisije z dne 7. junija 2000 z naslovom Na poti k okvirni strategiji Komisije za enakost med spoloma (2001–2005) (COM(2000)0335),

¹ UL L 204, 26.7.2006, str. 23.

² UL L 95, 15.4.2010, str. 1.

³ UL C 296, 10.11.1995, str. 15.

- ob upoštevanju sklepov Sveta z dne 9. junija 2008 o odpravi stereotipov o spolih v družbi,
- ob upoštevanju sklepov Sveta z dne 24. junija 2013 o spodbujanju vloge žensk pri odločanju v medijih,
- ob upoštevanju Evropskega pakta za enakost spolov (2011–2020), ki ga je Svet sprejel marca 2011,
- ob upoštevanju Načrta za enakost med ženskami in moškimi 2006–2010 z dne 1. marca 2006 (COM(2006)0092),
- ob upoštevanju Strategije za enakost žensk in moških 2010–2015 z dne 21. septembra 2010 (COM(2010)0491),
- ob upoštevanju delovnega dokumenta služb Komisije z dne 3. decembra 2015 o strateških prizadevanjih za enakost spolov 2016–2019 (SWD(2015)0278),
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 25. julija 1997 o diskriminaciji žensk v oglaševanju¹,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 3. septembra 2008 o vplivu trženja in oglaševanja na enakost med ženskami in moškimi²,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 12. marca 2013 o odpravi stereotipov o spolih v EU³,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 28. aprila 2016 o enakosti spolov in krepitvi vloge žensk v digitalni dobi⁴,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 13. septembra 2016 o ustvarjanju ugodnih razmer na trgu dela za usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja⁵,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 15. septembra 2016 o uporabi Direktive Sveta 2000/78/ES z dne 27. novembra 2000 o splošnih okvirih enakega obravnavanja pri zaposlovanju in delu (direktiva o enakosti pri zaposlovanju)⁶,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 14. junija 2017 o potrebi po strategiji EU za odpravo in preprečevanje razlik v pokojninah med spoloma⁷,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 4. julija 2017 o delovnih pogojih in prekarni zaposlitvi⁸,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 3. oktobra 2017 o krepitvi ekonomskega položaja

¹ UL C 304, 6.10.1997, str. 60.

² UL C 295E, 4.12.2009, str. 43.

³ UL C 36, 29.1.2016, str. 18.

⁴ UL C 66, 21.2.2018, str. 44.

⁵ Sprejeta besedila, P8_TA(2016)0338.

⁶ Sprejeta besedila, P8_TA(2016)0360.

⁷ Sprejeta besedila, P8_TA(2017)0260.

⁸ Sprejeta besedila, P8_TA(2017)0290.

- žensk v zasebnem in javnem sektorju v EU¹,
- ob upoštevanju svoje resolucije z dne 26. oktobra 2017 o boju proti spolnemu nadlegovanju in zlorabam v EU²,
 - ob upoštevanju priporočila Odbora ministrov Sveta Evrope z dne 10. julija 2013 o enakosti spolov in medijih,
 - ob upoštevanju priporočila Parlamentarne skupščine Sveta Evrope št. 1555 z dne 24. aprila 2002 o podobi žensk v medijih,
 - ob upoštevanju priporočila Parlamentarne skupščine Sveta Evrope št. 1799 z dne 26. junija 2007 o podobi žensk v oglaševanju,
 - ob upoštevanju priporočila Odbora ministrov Sveta Evrope državam članicam z dne 27. septembra 2017 o enakosti spolov v avdiovizualnem sektorju,
 - ob upoštevanju študije Evropskega inštituta za enakost spolov z naslovom Review of the implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States: Women and the Media – Advancing gender equality in decision-making in media organisations (Pregled izvajanja pekinških izhodišč za ukrepanje v državah članicah EU: ženske in mediji – pospeševanje enakosti spolov pri odločanju v medijskih organizacijah),
 - ob upoštevanju deklaracije in akcijskega programa ter prilog k programu, sprejetih na četrti svetovni konferenci o ženskah v Pekingu septembra 1995,
 - ob upoštevanju poročila Sveta Evrope iz leta 2013 z naslovom Media and the Image of Women (Mediji in podoba žensk),
 - ob upoštevanju člena 52 Poslovnika,
 - ob upoštevanju poročila Odbora za pravice žensk in enakost spolov ter mnenja Odbora za zaposlovanje in socialne zadeve (A8-0031/2018),
- A. ker je enakost med ženskami in moškimi temeljno načelo Evropske unije, saj člen 8 PDEU določa, da si Unija v vseh svojih dejavnostih prizadeva odpraviti neenakosti in spodbujati enakost med moškimi in ženskami; ker je politika EU za spodbujanje enakost med spoloma prispevala k izboljšanju življenja številnih evropskih državljanov;
- B. ker mediji delujejo kot četrti oblast, imajo sposobnost, da vplivajo in na koncu oblikujejo javno mnenje, ker so mediji eden od temeljev demokratične družbe in so kot taki dolžni zagotoviti svobodo informacij, raznolikost mnenj in pluralnost medijev, spodbujati spoštovanje človekovega dostojanstva in se boriti zoper vse oblike diskriminacije in neenakosti med drugim s prikazovanjem raznolikih modelov družbenih vlog; ker je zato treba povečati občutljivost organizacij s področja medijev;
- C. ker je bila na četrti svetovni konferenci o ženskah v Pekingu leta 1995 priznana pomembnost odnosa med ženskami in mediji za doseganje enakosti med ženskami in

¹ Sprejeta besedila, P8_TA(2017)0364.

² Sprejeta besedila, P8_TA(2017)0417.

moškimi, v pekinški akcijski program pa sta bila vključena dva strateška cilja:

- (a) povečati udeležbo in dostop žensk do izražanja in sprejemanja odločitev v medijih in novih komunikacijskih tehnologijah ter prek njih;
 - (b) spodbujati uravnoteženo in nestereotipno prikazovanje žensk v medijih;
- D. ker lahko prikazovanje žensk in moških v medijih odraža neenako predstavo v različnih okoljih, vključno s političnim, gospodarskim, družbenim, akademskim, verskim, kulturnim in športnim okoljem, saj se moškim pojavljajo večinoma v dejavnih družbenih vlogah, ženske pa so omejene na bolj pasivne vloge; ker je med vsemi stereotipi, ki prizadenejo podobo žensk in moških, najočitnejši primer seksualizacija ženskega telesa, kar lahko najbolj jasno vidimo v rumenem tisku in oglaševanju; ker erotizacija nasilja in reduciranje žensk na objekt v medijih ovirata izkoreninjenje nasilja nad ženskami; ker se stereotipi o spolu pogosto pojavljajo skupaj z drugimi stereotipi, ki vključujejo diskriminacijo na kakršni koli osnovi;
- E. ker imajo mediji velik vpliv na kulturne norme o spolu in na to, kako se družbeno prikazovanje žensk in moških oblikuje in razvija, ter vplivajo na publiko s stereotipnimi podobami telesa in idejami o moškosti in ženstvenosti, na primer, kako so ženske prikazane v oglasih in kako način, na katerega se izdelki osredotočajo na specifične potencialne potrošnike, večinoma ohranjajo tradicionalne norme o spolu; ker ko mediji še naprej prikazujejo stereotipne predstave o ženskah in moških ter osebah LGBTI, ljudje pogosto tovrstno prikazovanje vidijo kot legitimno, tako pa postane zelo težko ali skoraj nemogoče o njih podvomiti;
- F. ker ima sektor oglaševanja pomembno vlogo na medijskem prizorišču sodobne družbe, saj sporoča z uporabo podob in zamisli, ki vlivajo na naša čustva in lahko tako oblikujejo naše vrednote, vedenje in dojemanje sveta; ker se lahko oglaševanje z odražanjem izkrivljene predstave o spolu poslužuje seksizma in tako ponavlja diskriminacijske prakse; ker se oglas lahko šteje za diskriminacijski ali seksističen, če je en spol prikazan ponižujoče in žaljivo ali kot manj sposoben, pameten ali kot manjvreden;
- G. ker nova tehnologija spreminja tradicionalne poslovne modele; ker je avdiovizualni sektor zelo pomemben in ima veliko gospodarsko vrednost ter v EU neposredno zaposluje več kot milijon ljudi; ker je treba nadzor ureditve na nacionalni ravni in samoregulacijske sheme ustrezno prilagoditi, da bomo lahko kos novim spletnim komunikacijskim in multimedijskim sistemom, brez poseganja v izid pogajanj o direktivi o avdiovizualnih medijskih storitvah;
- H. ker je treba enakovredno upoštevati vidik žensk in moških, da bi dobili popolno in raznoliko sliko vseh vidikov družbene resničnosti; ker je pomembno, da ne zapravimo potencial in spretnosti žensk pri sporočanju informacij, dejstev in mnenj o izzivih, s katerimi se srečujejo ženske v medijih, hkrati pa priznamo, da žensk ne moremo obravnavati kot enotno skupno;
- I. ker je treba spremeniti nenehno prikazovanje negativnih in ponižujočih podob žensk v medijih - elektronskih, tiskanih, vizualnih in slušnih; ker se neenakosti med spoloma ustvarjajo in ponavljajo tudi prek jezika in podob, ki jih širijo mediji; ker se otroci zelo zgodaj soočijo z neenakostjo med spoloma, prek vzorov, ki jih širijo televizijske serije

in programi, razprave, igre, videoigre in oglasi; ker se vloge spolov oblikujejo zlasti v otroštvu in mladosti, učinkujejo pa vse življenje; ker je izobraževanje in usposabljanje zaposlenih v medijih pomembno sredstvo za boj proti stereotipom in njihovo izkoreninjenje, povečanje ozaveščenosti in spodbujanje enakosti;

- J. ker je bilo leta 2015 v EU-28 med diplomanti novinarstva in informacijske znanosti 68 % žensk¹, medtem ko podatki o zaposlovanju za EU-28 v obdobju 2008–2015 kažejo, da delež žensk, zaposlenih v medijskem sektorju, v povprečju stalno znaša zgolj približno 40 %;
- K. ker je poleg tega bil delež žensk na odločilnih položajih v medijih v EU-28 leta 2015 še pod območjem uravnotežene zastopanosti spolov (40-60 %), delež predsednic uprav pa je znašal komaj 22 %²;
- L. ker so razlike v plačilu in pokojnini med spoloma stalna težava v EU, s katero se srečujejo različni gospodarski sektorji, vključno z mediji, kjer je ta razlika 17 %;
- M. ker se ženske še naprej soočajo s steklenim stropom v medijih in lahko nimajo enakih možnosti za napredovanje ali izboljšanje poklicne poti zaradi različnih dejavnikov, vključno s postopki organizacijske kulture, ki pogosto ni naklonjena usklajevanju poklicnega in zasebnega življenja, in tekmovalnega okolja, za katerega so značilni stres, togi roki in dolg delovni čas; ker imajo ženske manj moči odločanja pri določanju sporeda novic, saj nimajo dovolj predstavnic na najvišjih vodstvenih položajih;
- N. ker lahko mediji v državah članicah sprejmejo svoje politike enakosti spolov, zaradi česar se v EU razvijajo zelo različne prakse: od celovitih političnih okvirov, ki zajemajo medijske vsebine in zagotavljajo uravnoteženo zastopanost moških in žensk v organih odločanja, do primerov, ko ni vzpostavljena nobena politika;
- O. ker so raziskave pokazale, da le 4 % novic nasprotuje stereotipnemu prikazovanju; ker ženske predstavljajo le 24 % ljudi, o katerih slišimo ali beremo v novicah³; ker so ženske avtorice le približno 37 % prispevkov v spletnih in nespletnih virih novic, pri čemer v zadnjih desetih letih ni kazalo, da bi se to stanje lahko izboljšalo⁴; ker imajo ženske največkrat nalogo, da predstavijo javno mnenje (41 %) ali osebne izkušnje (38 %), redko pa se jih navaja kot strokovnjakinje (le 17 % prispevkov); ker so raziskave pokazale tudi, da je manj kot vsak peti strokovnjak ali komentator ženska (18 %)⁵;
- P. ker so ženske v novicah in informativnih medijih podpovprečno zastopane, še manj pa so vidne na področju športa, politike, gospodarstva in financ, ne glede na raznolikost medijskih kanalov v državah članicah; ker so ženske iz zgodovine skoraj popolnoma

¹ Skupno zbiranje podatkov Unesca, OECD in Eurostata (UOE), na voljo na:

<http://eige.europa.eu/gender->

[statistics/dgs/indicator/ta_educ_part_grad_educ_uae_grad02](http://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta_educ_part_grad_educ_uae_grad02)

² Indeks enakosti spolov Evropskega inštituta za enakost spolov, 2017.

³ https://www.womenlobby.org/IMG/pdf/factsheet_women_and_media.pdf

⁴ Lenka Vochocová, javna predstavitev mnenj v Odboru za pravice žensk in enakost spolov z dne 26. junija 2017, posnetek na voljo na <http://www.europarl.europa.eu/ep-live/en/committees/video?event=20170626-1500-COMMITTEE-FEMM>

⁵ Projekt spremljanja svetovnih medijev, regionalno poročilo za Evropo (2015), na voljo na http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/regional/Europe.pdf

odsotne iz medijskih vsebin, kot so biografske dokumentarne oddaje;

- Q. ker sodelovanje žensk na enaki ravni kot moških pri poročanju o vsebinah in nastopanju kot vir informacij ni nujno le iz razlogov zastopanja, temveč tudi zaradi enakih možnosti in popolnega priznavanja njihove strokovnosti in znanja; ker v evropskem medijskem okolju obstajajo ovire za odgovoren pristop k enakosti med spoloma, glede na obstoječe finančne omejitve in delovne pogoje, vključno z negotovostjo zaposlitve in ravnjo delovnih izkušenj, v kombinaciji s hitrostjo informaciji in gospodarskimi dejavniki;
- R. ker ženske v mediji delajo na najvišji strokovni ravni, vključno z znanimi režiserkami, novinarkami in poročevalkami, ki so kljub temu, da delo opravljajo enako dobro kot moški, bolj izpostavljene nasilju zaradi spola in diskriminaciji na delovnem mestu in morda niso enako cenjene kot njihovi moški kolegi;
- S. ker so ženske, ki pišejo v družbenih medijih, vse bolj izpostavljene nadlegovanju; ker bi lahko tako nadlegovanje utišalo ženski glas in oslabilo njihovo udeležbo v družbi; ker podatki, zbrani na svetovni ravni kažejo, da je bila polovica žensk, zaposlenih v medijih, žrtev spolne zlorabe, četrtnina je bila žrtev fizičnega nasilja, tri četrtine pa so doživele ustrahovanje, grožnje in zlorabo¹; ker se povečuje zaskrbljenost zaradi kibernetnega nasilja nad ženskami in dekleti in se ocenjuje, da je vsaka deseta ženska od 15. leta dalje v EU doživela kakšno obliko kibernetnega nasilja; ker na ravni EU ni dovolj podatkov in raziskav o kibernetnemu nasilju nad ženskami in dekleti; ker sta psihološko in spolno nadlegovanje kršitvi človekovih pravic; ker bi morali mediji ter nacionalni in mednarodni nadzorniki določiti pravila, vključno s sankcijami, ki bi se naložile organizacijam na področju medijev, za reševanje teh težav;
- T. ker so zlasti ženske raziskovalne novinarke pogosto izpostavljene nasilju in so žrtve napadov, kar dokazujeta primera Veronice Guerin in Daphne Caruane Galizie;
- U. ker v skladu s študijo evropske ženske avdiovizualne mreže² le vsak peti film iz sedmih držav, ki so bile predmet študije, režira ženska in je velika večina sredstev za financiranje filmov namenjena filmom, ki jih ne režirajo ženske, čeprav je približno polovica diplomantov filmskih akademij ženskega spola;
- V. ker bi morale medijske hiše sprejeti samoregulativne sisteme in kodekse ravnanja, ki bi določali postopkovna pravila in merila o karieri in medijski pokritosti, da bi se zaščitila in spodbujala enakost med spoloma; ker bi bilo treba samoregulacijske kodekse in kodekse ravnanja sestaviti v sodelovanju s sindikati tega sektorja, ob prizadevanju za jasno politiko o enakosti med spoloma;

Prisotnost žensk v medijih

1. poudarja dejstvo, da so ženske, čeprav na tem področju predstavljajo pomembno delovno silo, premalo zastopane na vodstvenih in najvišjih položajih; meni, da imajo tako javne kot tudi zasebne medijske službe odgovornost, da zagotovijo enakost med

¹ Kampanja Mednarodne zveze novinarjev o nasilju na podlagi spola na delovnem mestu, <https://www.ifj-stop-gender-based-violence.org/>

² Kje so režiserke evropskih filmov? Poročilo o enakosti med spoloma v zvezi z režiserkami (2006–2013) s priporočili za najboljše prakse in politiko, <http://www.ewawomen.com/en/research.html>

ženskami in moškimi in preprečijo diskriminacijo; poziva države članice, naj oblikujejo politične spodbude za zmanjšanje ovir za dostop žensk do vodstvenih položajev in upravljanja v organizacijah s področja medijev;

2. obžaluje dejstvo, da je zastopanost žensk v javnih medijih v EU v povprečju nizka, in sicer tako na strateških in operativnih visokih položajih kot tudi v upravah (leta 2017: 35,8 % na izvršilnih delovnih mestih, 37,7 % na neizvršilnih delovnih mestih in 33,3 % članic uprav)¹;
3. ponovno poudarja, da je Evropski inštitut za enakost spolov za nadzor nad pekinškimi izhodišči za ukrepanje v zvezi z ženskami v medijih oblikoval naslednja merila:
 - delež žensk in moških na odločilnih položajih medijskih organizacij in v upravah medijskih organizacij v EU,
 - delež žensk in moških v upravnih odborih medijskih organizacij v EU,
 - politike za spodbujanje enakosti med spoloma v medijskih organizacijah;
4. ponovno opozarja, da čeprav direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah določa, da njenih ciljev države članice ne morejo doseči v zadostni meri in jih je zato lažje doseči na ravni Unije, ne vsebuje nobenega sklicevanja na enako zastopanje v medijskih organizacijah;
5. ugotavlja, da čeprav ženske v javnih medijih trenutno niso dovolj zastopane, je še vedno bolj verjetno, da se bodo zaposlile in napredovale na visok položaj v javnih medijih kot v zasebnih medijih²;
6. poziva države članice in največje medijske organizacije k zagotavljanju podpore in oblikovanju spodbujevalnih ukrepov, vključno s kvotami, za enako zastopanje žensk in moških na vodilnih delovnih mestih in k učinkovitemu spremljanju tovrstnih prizadevanj, ki jim je treba v teh organizacijah nameniti več pozornosti; poziva Komisijo, naj okrepi svoja prizadevanja za odpravo blokade direktive o ženskah v upravnih odborih družb, ki je zastala v Svetu že leta 2013;
7. ugotavlja, da tako dolga tradicija zaposlovanja pogodbenih delavcev in stalnega osebja v medijskem sektorju kot tudi stalna digitalizacija sektorja zmanjšujeta tradicionalne prihodke od prometa in oglaševanja, kar vpliva na vrsto pogodb o zaposlitvi v sektorju; nadalje poudarja, da delež žensk nesorazmerno velik v številnih netipičnih oblikah zaposlitve na trgu dela; ugotavlja, da se bo zaradi vse večjih pritiskov na medijski sektor glede ohranitve ekonomske sposobnosti preživetja verjetno povečalo število tovrstnih oblik pogodb;
8. meni, da lahko stereotipi ustvarijo negativno družbeno okolje za ženske in lahko prispevajo k diskriminaciji na podlagi spola na delovnem mestu; ugotavlja, da je

¹ Enakost spolov na položajih moči in odločanja. Pregled izvajanja Pekinških izhodišč za ukrepanje v državah članicah EU, 2017 (vir: Podatkovna zbirka Evropskega inštituta za enakost spolov – Ženske in moški pri odločanju).

² Evropski inštitut za enakost spolov: Pregled izvajanja Pekinških izhodišč za ukrepanje v državah članicah EU: ženske in mediji – pospeševanje enakosti spolov pri odločanju v medijskih organizacijah (2013).

pozitivno družbeno okolje pomembno, saj se delavci v takem okolju lažje spoprijemajo z visokimi delovnimi obremenitvami;

9. opozarja, da lahko medijske organizacije same določajo vloge svojih zaposlenih, tako moških kot žensk, pri čemer jih poziva, naj pri tem v celoti spoštujejo osebno dostojanstvo in strokovnost; v zvezi s tem opozarja na zaskrbljujoče primere poročevalk, katerih primernost za televizijsko novinarstvo se določa glede na njihovo vizualno privlačnost za občinstvo, in jih pozneje, ko so starejše, zamenjajo za mlajše kolegice;
10. nadalje obsoja razširjeni pojav spolnega nadlegovanja in drugih oblik zlorabe, zlasti v spletnih igrah in družabnih omrežjih, in spodbuja medijske družbe, da ustvarijo varno okolje, ki bo reagiralo na vsak primer nadlegovanja; zato poziva k različnim ukrepom, vključno z ozaveščanjem, notranjimi pravili o disciplinskih ukrepih za storilce in psihološko in/ali pravno pomočjo za žrtve teh ravnanj, za preprečevanje ustrahovanja in spolnega nadlegovanja tako na delovnem mestu kot tudi v spletnem okolju;
11. močno obsoja napade na novinarke, ki neustrašno poročajo o pomembnih političnih in kazenskih zadevah, in poziva k čim večjim prizadevanjem, da se zagotovita varnost in zaščita za vse novinarje;
12. poziva javne in zasebne medijske organizacije, naj sprejmejo notranje politike, kot so politika enakih možnosti in raznolikosti, ki vključujejo ukrepe proti nadlegovanju, sheme za porodniški dopust ali dopust za nego in varstvo otroka, fleksibilna organizacija dela, ki prispeva k usklajevanju poklicnega in zasebnega življenja in ženskam in moškim omogoča, da v enaki meri koristijo starševski dopust, moške pa spodbujajo, da koristijo očetovski dopust, s tem pa zagotavljajo pravično porazdelitev skrbi za otroke, pa tudi programi mentorstva in usposabljanja za vodenje, delo na daljavo in fleksibilna organizacija dela za ženske in moške na prostovoljni osnovi in ki ne vpliva na napredovanje na delovnem mestu;
13. poziva medije, naj spoštujejo pravice žensk in moških, da v enaki meri koristijo porodniški ali očetovski dopust ali dopust za nego in varstvo otroka; poudarja, da ne bi smeli diskriminirati nosečih žensk zaradi njihovega stanja, nobeni ženski pa ne bi smeli zavrniti zaposlitve, ker bo morda zanosila; spodbuja medijske organizacije in regulativne organe, naj razkrijejo podatke o razlikah v plačilu med spoloma, uvedejo obveznosti v zvezi s preglednostjo plačil in z zavezujočimi ukrepi uveljavijo načelo o enakem plačilu za enako delo;
14. predlaga, naj medijske organizacije oblikujejo podatkovne zbirke strokovnjakinj z različnih področij, zlasti tistih, na katerih so ženske nesorazmerno malo zastopane, da jih bodo v primernem trenutku uporabile; nadalje spodbuja zbiranje podatkov, razčlenjenih po spolu, o vseh možnih medijskih vsebinah;
15. poziva Komisijo in države članice, naj zagotovijo večjo udeležbo in boljši dostop žensk do izražanja in sprejemanja odločitev prek medijev in novih komunikacijskih tehnologij;
16. meni, da bi lahko splošno izboljšanje delovnih razmer za ženske koristilo vsem medijskim delavcem; vendar meni, da teh izboljšav ni dovolj in da še vedno obstajajo neenakosti; poudarja, da morajo države članice in Komisija spodbujati in zagotavljati

uporabo načela enakega plačila v skladu s členom 157 PDEU, vključno s preprečevanjem razlik v plačilu in pokojnini med spoloma, zmanjšanjem prekarne delal¹, zagotavljanjem dostopa do cenovno sprejemljivega kakovostnega otroškega varstva in boljšimi politikami za usklajevanje poklicnega in zasebnega življenja ter zagotavljanjem pravic do kolektivnih pogajanj;

17. ponovno poudarja, da morajo mediji nujno začeti izvajati politiko enakega plačila za enako delo, vključno z obveznostjo preglednosti plačil, hkrati pa morajo ženskam omogočiti, da pod enakimi pogoji kot moški uživajo priložnosti za napredovanje in usposabljanje in druge dodatne ugodnosti;
18. je seznanjen s pozitivno vlogo ženskih svetov in uradnikov za enakost žensk na delovnem mestu; poziva k spodbujanju enakosti med spoloma kot medsektorske politike človeških virov v medijih; meni, da so za doseganje enakosti za ženske na vseh ravneh v medijih, zlasti na ravni sprejemanja odločitev, obvezni kultura, ki v središče postavlja zaposlene, in vodstvo, ki upošteva različnost spolov, priporoča, naj nacionalni regulativni organi in medijske organizacije upoštevajo priporočila Komisije 2014/124/EU o okrepitevi načela enakega plačila za moške in ženske s preglednostjo², sestavijo smernice o pravičnih izbornih postopkih, vzpostavijo celovito politiko enakosti, ki bo zajemala medijske vsebine in omogočila napredovanje žensk v organe odločanja, in oblikujejo notranje postopke za obravnavanje nadlegovanja na delovnem mestu; poziva Komisijo, naj še naprej spremlja pravilno uporabo in izvrševanje Direktive 2006/54/ES, ki določa obrnjeno dokazno breme v primerih diskriminacije na podlagi spola;

Medijske vsebine in ženske

19. poudarja vlogo medijev kot posrednikov družbenih sprememb in njihov vpliv na oblikovanje javnega mnenja ter poziva države članice, naj spodbujajo vsebine o enakosti spolov v javnih medijih; poudarja, da so doslej bile za vse ureditvene ukrepe na področju seksizma in stereotipnega prikazovanja spolov v medijskih vsebinah pristojne države članice; ponovno opozarja na prepoved diskriminacije zaradi spola v medijih iz direktive o avdiovizualnih medijskih storitvah; poleg tega poudarja, da čeprav je treba za vse ureditvene ukrepe ustrezno upoštevati načelo svobode izražanja, se uredniška svoboda v nobenem primeru ne bi smela izrabljati za spodbujanje ali upravičevanje stereotipnega ali negativnega prikazovanja žensk in oseb LGBTI; spodbuja države članice, naj ob varovanju omenjenih svoboščin uredijo dostop do škodljivih spletnih vsebin in pornografije na spletu;
20. poudarja, da ekonomski argumenti ne morejo biti izgovor za ohranitev spolnih stereotipov v medijskih vsebinah;
21. poudarja, da nasilna in seksistična medijska vsebina negativno vpliva na ženske in njihovo aktivnost v družbi; je zaskrbljen zaradi nekaterih komercialnih avdiovizualnih sporočil, ki otrokom in mladim psihološko ali telesno škodijo; poziva deležnike in oblasti, naj obravnavajo vprašanje oglaševanja, ki posredno spodbuja prehranske motnje, kot je anoreksija, in naj sprejmejo ukrepe za zaščito posebno ranljivih oseb,

¹ Glej resolucijo Evropskega parlamenta z dne 4. julija 2017 o delovnih pogojih in prekarni zaposlitvi.

² UL L 69, 8.3.2014, str. 112.

vključno z deklicami in dekleti, pred tovrstnimi vsebinami;

22. poziva, naj bodo medijske vsebine, vključno z oglaševanjem, vezane na načrtovanje družine, spolne in reproduktivne pravice, zdravje mater in otrok ter vzgojo, namenjene tako moškim kot ženskam;
23. poudarja, kako pomembno je spodbujati medijsko pismenost in vsem ustreznim deležnikom nuditi pobude o medijski vzgoji, ki bodo upoštevale vidik spola, da bi mlade spodbudili k razvoju sposobnosti kritičnega mišljenja ter da bi jim pomagali, da prepoznajo seksistično prikazovanje in diskriminacijo, nasilje na podlagi spola, kibernetško ustrahovanje, sovražni govor in nasilje zaradi spola osebe, njene spolne identitete, spolnega izraza, spolne usmerjenosti ali spolnih značilnosti ter se jim uprejo; poudarja potrebo po preventivnih ukrepih, vključno s šifriranjem in starševskim nadzorom, da bi zagotovili varnejšo uporabo interneta ter digitalno in medijsko pismenost; opozarja, da lahko stereotipi v oglaševanju in drugih medijskih produktih vplivajo na socializacijo otrok in posledično kako doživljajo sebe, svoje družinske člane in zunanji svet; poudarja, da je oglaševanje lahko učinkovito sredstvo za odpravo stereotipov, kot so spolni stereotipi in predsodki do oseb LGBTI; zato poziva k večjemu osredotočanju na strokovno usposabljanje in izobraževalne dejavnosti kot sredstva za boj proti diskriminaciji in spodbujanje enakosti spolov in oseb LGBTI;
24. priporoča, naj se mehki ukrepi, kot so načrti ali smernice za enakost med spoloma, več uporabljajo v medijskih organizacijah, in svetuje, naj ti protokoli določijo standarde za pozitivno prikazovanje žensk v oglasih, novicah, poročanju, produkciji in oddajanju ter obsegajo vsa vsebinsko občutljiva področja, kot so prikazovanje moči in avtoritete, strokovnost, odločanje, spolnost, nasilje, raznolikost vlog in uporaba neseksističnega jezika; nadalje spodbuja javne in zasebne medije, naj v svoje vsebine vključujejo enakost spolov in sprejmejo načrte za enakost, ki bodo odražali družbeno raznolikost;
25. priporoča, da se v predpisih medijskih in komunikacijskih regulativnih organov določijo merila za zagotavljanje nestereotipnega prikazovanja žensk in deklet ter da se vanje vključi možnost odstranitve ali zaustavitve žaljive vsebine; nadalje priporoča, da se specializirane organizacije, kot so nacionalni organi za enakost in ženske nevladne organizacije, vključijo v spremljanje izvajanja teh predpisov;
26. poudarja, da morajo države članice z vsemi ustreznimi sredstvi zagotoviti, da v mediji, vključno s spletnimi, pa tudi v oglaševanju, ne bo nikakršnega spodbujanja k nasilju ali sovražnosti proti katerikoli osebi ali skupini ljudi; poudarja, da je treba zbirati podatke, razčlenjene po spolu, in v sodelovanju z Evropskim inštitutom za enakost spolov opraviti raziskave za boj proti kibernetškemu nasilju, spletnemu spolnemu nadlegovanju, grožnjam, seksističnim pripombam in sovražnemu govoru zoper ženske in dekleta, vključno z osebami LGBTI; poudarja, da je treba posebno pozornost nameniti usposabljanju o tem, kako mediji poročajo o nasilju na podlagi spola, tudi o nasilju nad osebami LGBTI; predlaga, naj bo na voljo stalno usposabljanje o prikazovanju spolov v medijskih vsebinah za zaposlene v medijih, vključno s tistimi na vodilnih položajih; priporoča, naj se enakost med spoloma odraža tudi v učnih programih dodiplomskega in podiplomskega študija novinarstva in komunikacije;
27. poziva države članice in Komisijo, naj spodbujajo samourejanje in sourejanje v medijih s pomočjo kodeksov;

Primeri dobre prakse

28. z navdušenjem opozarja na različne primere dobre prakse, ki jih je mogoče opaziti v vseh državah članicah, kar vključuje medijske kampanje, posebno zakonodajo, nagrade za dobre prakse ali izpostavljanje stereotipnega in seksističnega oglaševanja, podatkovne zbirke strokovnjakinj, tečaje usposabljanja za strokovnjake v tej panogi ter načrte za enakost, pravila ravnanja in politike enakih možnosti in raznolikosti medijskih organizacij ter kvote za zastopanje obeh spolov v upravnih organih nadzornih teles v medijih;
29. spodbuja države članice, naj spodbudijo kampanje, kot je belgijsko orodje Expertalia, češka nagrada Sexistické prasátečko (Seksistični pujssek) ali švedska pobuda #TackaNej (Ne, hvala); poziva države članice, naj redno organizirajo informacijske kampanje in kampanje ozaveščanja o vsebinah v medijih, ki diskriminirajo na podlagi spola, in naj redno poročajo o trendih na področju enakosti med spoloma v medijih; poziva Komisijo, naj nameni posebna sredstva manjšim programom, ki se osredotočajo na napredovanje žensk v medijih, ter podpre medijska združenja in mreže pri oblikovanju kampanj za ozaveščanje javnosti in panoge; nadalje poziva Komisijo, naj ustanovi nagrado EU za študente na področju medijev za delo na področju enakosti med spoloma;
30. poziva civilno družbo, naj vzpostavi komunikacijske strategije, ki ne bodo namenjene le tradicionalnim medijem, temveč tudi spletnim medijem, da bi razširili možnosti vplivanja na načrte medijev;

Nadaljnja priporočila

31. poziva države članice, naj skupaj z organi za enakost spolov osredotočijo v celoti izvajajo obstoječo zakonodajo na področju enakosti spolov in naj spodbujajo regulativne organe, da namenijo pozornost prisotnosti in napredovanju žensk v medijskem sektorju in nestereotipnim medijskim vsebinam; spodbuja države članice, naj redno ocenjujejo omenjena področja in naj oblikujejo zakonodajo, ki se bo osredotočala na nestereotipne medijske vsebine, če taka zakonodaja še ne obstaja; poudarja vlogo držav članic pri boljšem izkoriščanju medijev, da v okviru svojih pristojnosti opravljajo vlogo javne storitve in odražajo družbo, ki je spolno uravnotežena in demokratična;
32. poziva Komisijo, naj izvede nadaljnje raziskave o prisotnosti žensk na vodilnih položajih v medijih; pozdravlja delo Evropskega inštituta za enakost spolov in inštitut poziva, naj še dalje razvija in spremlja ustrezni sklop meril, tudi, a ne izključno, prisotnost žensk pri odločanju, njihove delovne razmere in enakost med spoloma v medijskih vsebinah, hkrati pa posveti pozornost novim tehnologijam družabnih omrežij, da bi oblikovali metodologijo za preprečevanje nasilja na podlagi spola in nadlegovanje na družabnih omrežjih;
33. poziva Komisijo in države članice, naj podprejo in spodbujajo ženske organizacije, ki so dejavne na področju spodbujanja enakosti spolov v medijih, vključno z organizacijami, ki podpirajo ženske in dekleta, ki so žrtve nasilja na podlagi spola, presečne diskriminacije ali spolnega nadlegovanja;
34. poziva države članice, naj izvajajo akcijske programe, ki bodo zagotavljali udeležbo

žensk pri oblikovanju in izvajanju učinkovitih in uspešnih politik ter programov, ki upoštevajo različnost spolov, v medijskih organizacijah;

35. poziva države članice, naj razvijejo programe za izboljšanje znanj in spretnosti žensk pri predmetih s področja znanosti, tehnologije, inženirstva in matematike, ki so pomembni za bolj tehnično usmerjene poklicne poti v medijskem sektorju, na primer za zvočne in avdiovizualne tehnike; poudarja pomen poklicnega izobraževanja in usposabljanja za bolj raznovrstno izbiro poklicnih poti ter seznanjanje žensk in moških z netradicionalnimi poklicnimi možnostmi, da se preseže horizontalna in vertikalna izključenost;

o

o o

36. naroči svojemu predsedniku, naj to resolucijo posreduje Svetu in Komisiji.