



PRIIMTI TEKSTAI

P8_TA(2018)0101

Lyčių lygybė ES žiniasklaidos sektoriuje

2018 m. balandžio 17 d. Europos Parlamento rezoliucija dėl lyčių lygybės ES žiniasklaidos sektoriuje (2017/2210(INI))

Europos Parlamentas,

- atsižvelgdamas į Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 ir 23 straipsnius,
- atsižvelgdamas į Europos Sąjungos sutarties (ES sutarties) 2 straipsnį ir 3 straipsnio 3 dalies antrą pastraipą, taip pat į Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 8 straipsnį,
- atsižvelgdamas į 2006 m. liepos 5 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2006/54/EB dėl moterų ir vyrų lygių galimybių ir vienodo požiūrio į moteris ir vyrus užimtumo bei profesinės veiklos srityje principo įgyvendinimo¹,
- atsižvelgdamas į 2010 m. kovo 10 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvą 2010/13/ES dėl valstybių narių įstatymuose ir kituose teisės aktuose išdėstytų tam tikrų nuostatų, susijusių su audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų teikimu, derinimo (Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyva)²,
- atsižvelgdamas į 2017 m. balandžio 26 d. Komisijos pasiūlymą dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos dėl tėvų ir prižiūrinčiųjų asmenų profesinio ir asmeninio gyvenimo pusiausvyros, kuria panaikinama Tarybos direktyva 2010/18/ES (COM(2017)0253),
- atsižvelgdamas į Komisijos pasiūlymą dėl trečiosios vidutinės trukmės Bendrijos veiksmų programos dėl moterų ir vyrų lygių galimybių 1991–1995 m. (COM(90)0449),
- atsižvelgdamas į 1995 m. spalio 5 d. Tarybos ir Taryboje posėdžiavusių valstybių narių vyriausybės atstovų rezoliuciją dėl moterų ir vyrų įvaizdžio reklamoje ir žiniasklaidoje³,
- atsižvelgdamas į 2000 m. birželio 7 d. Komisijos komunikatą „Bendrijos pagrindų strategijos lyčių klausimu rengimas (2001–2005 m.)“ (COM(2000)0335),
- atsižvelgdamas į 2008 m. birželio 9 d. Tarybos išvadas „Visuomenėje išsisknijusių lyčių

¹ OL L 204, 2006 7 26, p. 23.

² OL L 95, 2010 4 15, p. 1.

³ OL C 296, 1995 11 10, p. 15.

stereotipų griovimas“,

- atsižvelgdamas į 2013 m. birželio 24 d. Tarybos išvadas dėl moterų, kaip sprendimus priimančių asmenų, vaidmens didinimo žiniasklaidoje,
- atsižvelgdamas į Europos lyčių lygybės paktą (2011–2020 m.), kurį 2011 m. kovo mėn. priėmė Europos Sąjungos Taryba,
- atsižvelgdamas į 2006 m. kovo 1 d. Moterų ir vyrų lygybės gaires (2006–2010) (COM(2006)0092),
- atsižvelgdamas į 2010 m. rugsėjo 21 d. 2010–2015 m. moterų ir vyrų lygybės strategiją (COM(2010)0491),
- atsižvelgdamas į 2015 m. gruodžio 3 d. Komisijos tarnybų darbinį dokumentą „Strateginė veikla siekiant lyčių lygybės 2016–2019 m.“ (SWD(2015)0278),
- atsižvelgdamas į savo 1997 m. liepos 25 d. rezoliuciją dėl moterų diskriminacijos reklamoje¹,
- atsižvelgdamas į savo 2008 m. rugsėjo 3 d. rezoliuciją dėl rinkodaros ir reklamos įtakos moterų ir vyrų lygybei²,
- atsižvelgdamas į savo 2013 m. kovo 12 d. rezoliuciją dėl lyčių stereotipų panaikinimo ES³,
- atsižvelgdamas į savo 2016 m. balandžio 28 d. rezoliuciją dėl lyčių lygybės ir moterų įgalinimo skaitmeniniame amžiuje⁴,
- atsižvelgdamas į savo 2016 m. rugsėjo 13 d. rezoliuciją dėl profesinio ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrai palankių darbo rinkos sąlygų kūrimo⁵,
- atsižvelgdamas į savo 2016 m. rugsėjo 15 d. rezoliuciją dėl 2000 m. lapkričio 27 d. Tarybos direktyvos 2000/78/EB, nustatančios vienodo požiūrio užimtumo ir profesinėje srityje bendruosius pagrindus (Lygių užimtumo galimybių direktyvos) taikymo⁶,
- atsižvelgdamas į savo 2017 m. birželio 14 d. rezoliuciją dėl poreikio parengti ES strategiją siekiant pašalinti vyrų ir moterų pensijų skirtumą ir jo išvengti⁷,
- atsižvelgdamas į savo 2017 m. liepos 4 d. rezoliuciją dėl darbo sąlygų ir mažų garantijų darbo⁸,
- atsižvelgdamas į savo 2017 m. spalio 3 d. rezoliuciją dėl moterų ekonominio įgalėjimo

¹ OL C 304, 1997 10 6, p. 60.

² OL C 295 E, 2009 12 4, p. 43.

³ OL C 36, 2016 1 29, p. 18.

⁴ OL C 66, 2018 2 21, p. 44.

⁵ Priimti tekstai, P8_TA(2016)0338.

⁶ Priimti tekstai, P8_TA(2016)0360.

⁷ Priimti tekstai, P8_TA(2017)0260.

⁸ Priimti tekstai, P8_TA(2017)0290.

- ES privačiajame ir viešajame sektoriuose¹,
- atsižvelgdamas į savo 2017 m. spalio 26 d. rezoliuciją dėl kovos su seksualiniu priekabiavimu ir prievarta ES²,
 - atsižvelgdamas į 2013 m. liepos 10 d. Europos Tarybos Ministrų Komiteto rekomendaciją dėl lyčių lygybės ir žiniasklaidos,
 - atsižvelgdamas į 2002 m. balandžio 24 d. Europos Tarybos Parlamentinės Asamblėjos rekomendaciją Nr. 1555 dėl moterų įvaizdžio žiniasklaidoje,
 - atsižvelgdamas į 2007 m. birželio 26 d. Europos Tarybos Parlamentinės Asamblėjos rekomendaciją Nr. 1799 dėl moterų įvaizdžio reklamoje,
 - atsižvelgdamas į 2017 m. rugsėjo 27 d. Europos Tarybos Ministrų Komiteto rekomendaciją dėl lyčių lygybės audiovizualiniame sektoriuje,
 - atsižvelgdamas į Europos lyčių lygybės instituto (EIGE) 2013 m. tyrimą „Pekino veiksmų platformos įgyvendinimo ES valstybėse narėse peržiūra. Moterys ir žiniasklaida – lyčių lygybės stiprinimas žiniasklaidos priemonių sprendimų priėmimo organuose“ (angl. *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*),
 - atsižvelgdamas į 1995 m. Pekine vykusioje ketvirtojoje pasaulinėje konferencijoje moterų klausimais priimtą deklaraciją bei veiksmų programą ir jos priedus,
 - atsižvelgdamas į 2013 m. Europos Tarybos ataskaitą „Žiniasklaida ir moterų įvaizdis“,
 - atsižvelgdamas į Darbo tvarkos taisyklių 52 straipsnį,
 - atsižvelgdamas į Moterų teisių ir lyčių lygybės komiteto pranešimą ir Užimtumo ir socialinių reikalų komiteto nuomonę (A8-0031/2018),
- A. kadangi moterų ir vyrų lygybė yra esminis Europos Sąjungos principas, įtvirtintas SESV 8 straipsnyje, kuriame teigiama, kad visuose savo veiksmuose Sąjunga siekia pašalinti moterų ir vyrų nelygybės apraiškas ir diegti jų lygybę; kadangi ES lyčių lygybės skatinimo politika padėjo pagerinti daugelio ES piliečių gyvenimą;
- B. kadangi žiniasklaida veikia kaip ketvirtoji valdžia, yra pajėgi daryti įtaką viešajai nuomonei ir galiausiai ją formuoti; kadangi žiniasklaida yra vienas iš kertinių demokratinės visuomenės akmenų, todėl privalo užtikrinti informacijos laisvę, nuomonių įvairovę ir žiniasklaidos pliuralizmą, skatinti pagarbą žmogaus orumui ir kovoti su visų formų diskriminacija ir nelygybe, be kita ko, rodydama įvairius socialinių vaidmenų modelius; kadangi, atsižvelgiant į tai, žiniasklaidos organizacijos turi būti apie tai informuotos;
- C. kadangi 1995 m. Pekine vykusioje ketvirtojoje pasaulinėje konferencijoje moterų klausimais buvo pripažinta moterų ir žiniasklaidos santykio svarba siekiant moterų ir

¹ Priimti tekstai, P8_TA(2017)0364.

² Priimti tekstai, P8_TA(2017)0417.

vyrų lygybės, be to, į Pekino veiksmų platformą buvo įtraukti du strateginiai tikslai:

- a) žiniasklaidos priemonėse bei naujose ryšių technologijose ir pasitelkiant šias priemones bei technologijas didinti moterų aktyvumą naudojantis saviraiškos laisve bei dalyvavimą priimant sprendimus ir jų teisę naudotis saviraiškos laisve bei dalyvauti priimant sprendimus;
 - b) skatinti proporcingą ir nestereotipišką moterų vaizdavimą žiniasklaidoje;
- D. kadangi moterų ir vyrų vaizdavimas žiniasklaidoje įvairiuose kontekstuose, įskaitant politinį, ekonominį, socialinį, akademinį, religinį, kultūrinį ir sporto, gali būti nevienodas: vyrai paprastai atlieka aktyvius socialinius vaidmenis, o moterims tenka pasyvesni vaidmenys; kadangi iš visų stereotipų, turinčių įtakos moterų ir vyrų įvaizdžiui, puikus pavyzdys yra moters kūno seksualizavimas, kuris labiausiai matomas bulvarinėje spaudoje ir reklamoje; kadangi smurto erotizavimas ir moterų sudaiktinimas žiniasklaidoje neigiamai veikia kovą siekiant panaikinti smurtą prieš moteris; kadangi lyčių stereotipai dažnai susiję su kitais stereotipais ir diskriminacija dėl bet kokių priežasčių;
- E. kadangi žiniasklaida daro didelę įtaką kultūrinėms lyčių normoms ir moterų ir vyrų socialinio vaizdavimo formavimui bei raidai, taip pat, stereotipiškai vaizduodama kūnus ir skleisdama stereotipines idėjas apie vyriškumą ir moteriškumą, pvz., moterų vaizdavimu reklamoje ir būdu, kuriuo prekės reklamuojamos potencialiems vartotojams, veikia visuomenę; kadangi tais atvejais, kai žiniasklaida ir toliau stereotipiškai vaizduoja moteris ir vyrus, įskaitant LGBTI asmenis, žmonės labai dažnai tą vaizdavimą suvokia kaip teisėtą, todėl tampa sunku arba neįmanoma iškelti abejonę dėl jų teisingumo;
- F. kadangi šiuolaikinėje visuomenėje reklamos sektoriui tenka labai svarbus vaidmuo žiniasklaidos struktūroje, nes jis savo komunikacijoje naudoja į mūsų emocijas apeliuojančius vaizdus ir idėjas, taigi gali formuoti mūsų vertybes, požiūrius ir pasaulio suvokimą; kadangi iškreiptai vaizduodama lytis, reklama gali nueiti iki seksizmo ir diskriminacinės praktikos atkartojimo; kadangi reklama gali būti laikomi diskriminacine, jei lytis vaizduojama žeminamai ir įžeidžiamai arba rodoma kaip mažiau gebanti, ne tokia protinga arba mažiau verta;
- G. kadangi dėl naujų technologijų keičiasi tradiciniai žiniasklaidos verslo modeliai; kadangi audiovizualinis sektorius yra labai svarbus ekonominę vertę turintis sektorius, kuriame tiesiogiai dirba daugiau kaip milijonas ES gyventojų; kadangi siekiant prisitaikyti prie naujųjų internetinių ryšių ir multimedijos sistemų, nepažeidžiant derybų dėl Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvos rezultatų, nacionaliniu lygmeniu reikia atlikti būtinus priežiūros ir savireguliacijos sistemų pakeitimus;
- H. kadangi norint susidaryti išsamų ir įvairiapusį vaizdą apie kiekvieną socialinės realybės aspektą, reikia vienodai atsižvelgti ir į moterų, ir į vyrų perspektyvą; kadangi svarbu nepalikti neišnaudoto moterų potencialo ir gebėjimų perduoti informaciją, faktus ir nuomones apie problemas, su kuriomis susiduria moterys žiniasklaidoje, kartu pripažįstant, kad moterys negali būti laikomi vienalyte grupe;
- I. kadangi reikia pakeisti žiniasklaidos priemonėmis taikant elektronines, spaudos, vaizdo ir garso technologijas ir toliau kuriamą neigiamą ir žeminantį moterų įvaizdį; kadangi lyčių nelygybė taip pat kuriama ir atkartojama pasitelkiant žiniasklaidos kalbinę raišką

ir vaizdus; kadangi vaikai labai jauname amžiuje susiduria su lyčių nelygybe, nes televizijos serialais ir programomis, diskusijomis, žaidimais, vaizdo žaidimais ir reklamomis skatinami vaidmenų modeliai; kadangi lyčių vaidmenys daugiausia formuojami vaikystėje bei paauglystėje ir turi įtakos visą gyvenimą; kadangi žiniasklaidos specialistų švietimas ir mokymas yra veiksmingos priemonės kovojant su lyčių stereotipais ir juos naikinant, taip pat didinant informuotumą ir skatinant lygybę;

- J. kadangi 28 ES valstybėse narėse 2015 m. moterys sudarė 68 % žurnalistikos ir komunikacijos studijų absolventų¹, tačiau iš ES 28 valstybių narių 2008–2015 m. užimtumo duomenų matyti, kad žiniasklaidos sektoriuje dirbančių moterų vidutinė procentinė dalis nuolat stagnuoja ties 40 %;
- K. kadangi, be to, 28 ES valstybėse narėse 2015 m. moterų, dalyvaujančių priimant sprendimus žiniasklaidos srityje, dalis tebebuvo žemiau lyčių pusiausvyros ribos (40–60 %) ir sudarė vos 32 %, o moterų valdybos pirmininkų dalis siekė tik 22 %²;
- L. kadangi vyrų ir moterų darbo užmokesčio ir pensijų skirtumai yra nuolatinė ES problema ir yra akivaizdūs įvairiuose ekonomikos sektoriuose, įskaitant žiniasklaidą, kur vyrų ir moterų darbo užmokesčiai skiriasi 17 %;
- M. kadangi dėl įvairių veiksnių, įskaitant organizacinės kultūros, kuri dažnai nepalanki profesinio ir asmeninio gyvenimo pusiausvyrai, procedūras ir konkurencinę aplinką, kurioje vyrauja įtampa, nelankstūs terminai ir ilgos darbo valandos, moterys žiniasklaidoje vis dar susiduria su vadinamosiomis stiklo lubomis ir jų galimybės perkelti į aukštesnes pareigas ir darant karjerą ne visada yra lygios; kadangi moterys turi mažiau galių priimant sprendimus dėl naujienų temų, nes yra mažiau moterų, einančių vyresniųjų vadovų pareigas;
- N. kadangi valstybių narių žiniasklaidos organizacijos gali nustatyti savo lygybės politiką, o tai nulemia labai įvairią praktiką ES: pradedant labai daug aprėpiančiomis politikos sistemomis, kurios apima žiniasklaidos turinį ir užtikrina atstovavimo moterims ir vyrams sprendimų priėmimo organuose pusiausvyrą, ir baigiant atvejais, kai nevykdoma jokia politika šiuo klausimu;
- O. kadangi tyrimai parodė, kad tik 4 % naujienų nepropaguojamas stereotipinis vaizdavimas; kadangi iš žmonių, apie kuriuos kalbama arba rašoma žiniuose, tik 24 % yra moterys³; kadangi moterys parengia apie 37 % tiek internete, tiek ne internete skelbiamų naujienų reportažų, ir tai padėtis, kuri per pastaruosius dešimt metų nepagerėjo⁴; kadangi moterų dažniausiai prašoma pateikti visuomenės nuomonę (41 %) ar asmeninę patirtį (38 %) ir jos retai cituojamos kaip ekspertės (tik 17 % naujienų reportažų); kadangi tyrimai taip pat parodė, kad iš penkių ekspertų ar komentatorių

¹ UNESCO, EPBO ir Eurostato (UOE) bendras duomenų rinkinys, kurį galima rasti adresu: http://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta_educ_part_grad_educ_uae_grad02

² Europos lyčių lygybės instituto (EIGE) 2017 m. lyčių lygybės indeksas.

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

⁴ Lenka Vochocová, FEMM komiteto 2017 m. birželio 26 d. viešasis klausymas „Lyčių lygybė ES žiniasklaidos sektoriuje“, įrašą galima rasti adresu <http://www.europarl.europa.eu/ep-live/en/committees/video?event=20170626-1500-COMMITTEE-FEMM>.

mažiau kaip vienas yra moteris (18 %)¹;

- P. kadangi, nepaisant žiniasklaidos priemonių įvairovės valstybėse narėse, moterims yra neproporcingai menkai atstovaujama naujienų ir informacijos priemonėse ir jos yra dar mažiau matomos tokiose srityse kaip sportas, politika, ekonomika ir finansai; kadangi atitinkamo turinio žiniasklaidoje, kaip antai biografinės dokumentinės apybraižos, istoriškai svarbių moterų beveik nėra;
- Q. kadangi lygus moterų ir vyrų dalyvavimas rengiant turinį ir informacijos šaltinius itin svarbus ne tik siekiant vienodo atstovų skaičiaus, bet ir dėl lygių galimybių ir visapusiško jų patirties ir žinių pripažinimo; kadangi Europos žiniasklaidos aplinkoje esama veiksmų, kurie trukdo įsipareigoti laikytis atsakingo požiūrio į lyčių lygybę, atsižvelgiant į finansinius suvaržymus ir darbo sąlygas, įskaitant darbo vietų nesaugumą ir profesinės patirties lygį, o prie to dar prisideda vis didėjantis informacijos greitis ir komerciniai sumetimai;
- R. kadangi yra moterų, dirbančių aukščiausio lygio profesionalų darbą, pvz., pripažintų filmų kūrėjų, žurnalisčių ir reporterių, kurios, nors dirba ne prasčiau už vyrus, dažniau susiduria su smurtu dėl lyties bei diskriminacija darbo vietoje ir ne visada gauna tokį vertinimą, kaip jų kolegos vyrai;
- S. kadangi prie socialiniuose tinkluose aktyvių moterų vis dažniau priekabiuojama; kadangi dėl tokio priekabiavimo moterys gali pradėti bijoti reikšti savo nuomonę ir mažiau dalyvauti visuomenės gyvenime; kadangi iš surinktų viso pasaulio duomenų matyti, kad pusė žiniasklaidos srityje dirbančių moterų patyrė seksualinę prievartą, ketvirtadalis jų patyrė fizinį smurtą, o trys ketvirtadaliai šių moterų buvo bauginamos, joms buvo grasinama arba jos buvo užgauliojamos²; kadangi vis labiau rūpinamasi dėl smurto prieš moteris ir mergaites kibernetinėje erdvėje ir manoma, kad ES viena iš dešimties moterų nuo 15 metų amžiaus kibernetinėje erdvėje patyrė kokios nors formos smurtą; kadangi ES lygmeniu trūksta duomenų ir mokslinių tyrimų, susijusių su smurtu prieš moteris ir mergaites kibernetinėje erdvėje; kadangi psichologinis ir seksualinis priekabiavimas yra žmogaus teisių pažeidimai; kadangi žiniasklaida ir nacionalinės ir tarptautinės reguliavimo institucijos, siekdamos spręsti šias problemas, turėtų nustatyti taisykles, įskaitant sankcijas, kurios būtų taikomos žiniasklaidos organizacijoms;
- T. kadangi tiriamąją veiklą vykdančios žurnalistės dažnai patiria smurtą ir tampa mirtinų išpuolių aukomis, kaip parodė Veronicos Guerin ar Daphne Caruanos Galizios atvejai;
- U. kadangi, pagal Europos moterų audiovizualinio tinklo tyrimą³, septyniose nagrinėtose Europos šalyse tik vieno iš penkių filmų režisierė yra moteris, be to, didžioji finansavimo išteklių dalis skiriama filmams, kurių režisieriai nėra moterys, nors maždaug pusė kino mokyklų absolventų yra moterys;
- V. kadangi žiniasklaidos įmonės turėtų nustatyti savireguliacijos sistemas ir elgesio

¹ Iniciatyvos „Global Media Monitoring project“ Europai skirta regioninė ataskaita (2015), kurią galima rasti adresu http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/regional/Europe.pdf.

² Tarptautinės žurnalistų federacijos kampanija dėl smurto dėl lyties darbe, žr. adresu <https://www.ifj-stop-gender-based-violence.org/>.

³ „Where are the women directors in European films? Gender equality report on female directors (2006-2013) with best practice and policy recommendations“, žr. adresu <http://www.ewawomen.com/en/research-.html>.

kodeksus, kuriais būtų nustatomos procedūrinės taisyklės, taip pat su karjera ir informacijos pateikimu žiniasklaidoje susiję kriterijai, siekiant apsaugoti ir skatinti lyčių lygybę; kadangi tokio pobūdžio savireguliacijos sistemos ir elgesio kodeksai turi būti rengiami bendradarbiaujant su pramonės sektoriaus profesinėmis sąjungomis, aiškiai laikantis lyčių lygybės politikos;

Moterys žiniasklaidoje

1. pabrėžia, jog neatsižvelgiant į tai, kad šioje srityje aukštojo mokslo diplomą turinčios moterys sudaro didelę darbo jėgos dalį, per mažai jų eina vadovaujamas ir aukščiausio lygio pareigas; mano, kad teikiant viešas ir privačias žiniasklaidos paslaugas išsipareigojama užtikrinti moterų ir vyrų lygybę ir užkirsti kelią bet kokiai diskriminacijai; ragina valstybes nares rengti politikos paskatas siekiant sumažinti kliūtis, trukdančias moterims gauti vadovaujamas pareigas ir tapti žiniasklaidos organizacijų vadovėmis;
2. apgailestauja, kad moterų skaičius ES viešosiose žiniasklaidos priemonėse lygis apskritai yra žemas: tiek einančių strategines ir aukšto lygio pagrindinės veiklos pareigas, tiek dirbančių valdybose (2017 m.: vykdomosios pareigos – 35,8 % , nevykdomosios pareigos – 37,7 % ir valdybos narių pareigos – 33,3 %)¹;
3. primena, kad, atsižvelgdamas į labai svarbios Pekino veiksmų platformos su moterimis žiniasklaidoje susijusių sričių stebėseną, EIGE nustatė šiuos rodiklius:
 - moterų ir vyrų, einančių su sprendimų priėmimu susijusias pareigas ES žiniasklaidos organizacijose ir žiniasklaidos organizacijų valdybose, dalis;
 - moterų ir vyrų dalis ES žiniasklaidos organizacijų valdybose;
 - lyčių lygybės žiniasklaidos organizacijose skatinimo politika;
4. primena, kas nors Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvoje teigiama, kad jos tikslų valstybės narės negali deramai pasiekti ir kad jų būtų lengviau siekti Sąjungos lygmeniu, joje nėra jokių nuorodų į vienodą vyrų ir moterų skaičių žiniasklaidos organizacijose;
5. pažymi, kad nepaisant to, jog moterims jose šiuo metu atstovaujama nepakankamai, viešosiose žiniasklaidos organizacijose jų galimybės būti įdarbintoms eiti aukšto lygio pareigas ar būti į jas perkeltoms vis dar yra didesnės nei privačiose²;
6. ragina valstybes nares ir žiniasklaidos organizacijas remti ir kurti skatinamąsias priemones, įskaitant kvotas, kad vyrų ir moterų, einančių su sprendimų priėmimu susijusias pareigas taptų vienodas ir teikti daugiau reikšmės veiksmingam tokių pastangų stebėjimui tose organizacijose; ragina Komisiją dėti daugiau pastangų, kad būtų atnaujintas direktyvos dėl moterų valdybose svarstymas, kurį Taryba užblokavo

¹ „Lyčių lygybė valdžioje ir sprendimų priėmimo procese. Pekino veiksmų platformos įgyvendinimo ES valstybėse narėse peržiūra“, 2017 (Šaltinis: EIGE lyčių statistikos duomenų bazė, „Moterys ir vyrai sprendimų priėmimo procese“).

² Europos lyčių lygybės institutas (EIGE): „Pekino veiksmų platformos įgyvendinimo ES valstybėse narėse peržiūra. Moterys ir žiniasklaida – lyčių lygybės stiprinimas žiniasklaidos priemonių sprendimų priėmimo organuose“ (2013).

2013 m. ;

7. atkreipia dėmesį į tai, kad ilgą laiką žiniasklaidos sektoriuje buvo įdarbinami ir laisvai samdomi, ir nuolatiniai darbuotojai, ir į tebesitęsiantį žiniasklaidos skaitmeninimą, kuris lėmė pajamų ir tradicinių pardavimų ir reklamos sumažėjimą, o tai daro poveikį šiame sektoriuje siūlomoms darbo sutartims; be to, pažymi, kad visoje darbo rinkoje yra daugiau moterų, dirbančių daug netipinio pobūdžio darbų; pažymi, kad panašu, jog dėl vis didesnio žiniasklaidos sektoriui daromo spaudimo išlaikyti ekonominį perspektyvumą tokio pobūdžio sutarčių daugės;
8. mano, kad šie stereotipai gali lemti neigiamą socialinę aplinką moterims ir paskatinti diskriminaciją dėl lyties darbo vietoje; atkreipia dėmesį į teigiamos socialinės aplinkos svarbą padedant darbuotojams susidoroti su dideliu darbo intensyvumu;
9. primena, kad žiniasklaidos organizacijos yra laisvos nustatyti savo darbuotojų – tiek vyrų, tiek moterų – funkcijas, tačiau primygtinai ragina jas tai daryti laikantis didžiausios pagarbos asmens orumui ir profesionalumui; atsižvelgdamas į tai, atkreipia dėmesį į susirūpinimą keliančius atvejus, kai reporterės laikomos tinkamesnėmis televizijos žurnalistikai dėl jų numanomo patrauklumo žiūrovams, o, kai tampa vyresnės, jos pakeičiamos jaunesnėmis kolegėmis;
10. be to, smerkia dažnai pasitaikančius seksualinio priekabiavimo ir kitokio pobūdžio užgauliojimo atvejus, visų pirma internetinių žaidimų srityje ir socialiniuose tinkluose, ir skatina žiniasklaidos įmones kurti saugią aplinką, kurioje būtų reaguojama į bet kokios formos priekabiavimą; todėl ragina imtis įvairių priemonių, įskaitant informuotumo didinimo kampanijas bei vidaus taisykles dėl drausminės sankcijos pažeidėjams, ir teikti psichologinę ir (arba) teisinę paramą tokio elgesio aukoms, siekiant užkirsti kelią patyčioms ir seksualiniam priekabiavimui darbe, taip pat interneto aplinkoje, ir su tuo kovoti;
11. griežtai smerkia išpuolius prieš žurnalistes, kurios drąsiai kalba apie labai svarbias politines ir kriminalines problemas, ir ragina dėti kuo didesnes pastangas siekiant užtikrinti visų žurnalistų apsaugą ir saugą;
12. ragina viešąsias ir privačiąsias žiniasklaidos organizacijas nustatyti vidaus politiką, kaip antai lygių galimybių ir įvairovės politika, kuri apimtų kovos su priekabiavimu priemones, motinystės ar vaiko priežiūros atostogų sistemas, lanksčias darbo sąlygas, kurios padėtų derinti darbą ir asmeninį gyvenimą bei sudarytų sąlygas moterims ir vyrams vienodai pasinaudoti vaiko priežiūros atostogomis, o vyrai būtų skatinami eiti tėvystės atostogų, užtikrinant teisingą vaikų priežiūros pasiskirstymą, taip pat kuravimo ir vadybos mokymo programas, nuotolinį darbą ir tiek moterims, tiek vyrams taikomas lanksčias darbo sąlygas savanorišku pagrindu ir nedarant poveikio jų karjerai;
13. prašo žiniasklaidos sektoriaus atstovų gerbti moterų ir vyrų teisę pasinaudoti motinystės, tėvystės ar vaiko priežiūros atostogomis; pažymi, jog nė viena nėščia moteris neturėtų būti diskriminuojama dėl savo būklės ir neturėtų būti atsisakyta įdarbinti nė vienos moters dėl to, kad ji gali nuspręsti pastoti; ragina žiniasklaidos organizacijas ir reguliavimo institucijas atskleisti vyrų ir moterų darbo užmokesčio skirtumus, nustatyti darbo užmokesčio skaidrumo reikalavimus ir taikant privalomas priemones įgyvendinti vienodo užmokesčio už vienodą darbą principą;
14. siūlo žiniasklaidos organizacijoms sukurti moterų eksperčių daugelyje sričių, ypač tų,

kuriose moterų mažiau, duomenų bazes, kad prireikus būtų galima jomis naudotis; be to, ragina rinkti pagal lytį suskirstytus duomenis apie bet koki įmanomą žiniasklaidos turinį;

15. ragina Komisiją ir valstybes nares pasitelkiant žiniasklaidos priemones ir naujas ryšių technologijas didinti moterų aktyvumą naudojantis saviraiškos laisve bei dalyvavimą priimant sprendimus ir jų teisę naudotis saviraiškos laisve bei dalyvauti priimant sprendimus;
16. mano, kad visi žiniasklaidos darbuotojai galėtų pasinaudoti bendra pažanga, susijusia su moterų sąlygomis darbo vietoje; tačiau mano, kad tokios pažangos nepakanka ir vis dar esama nelygybės; pabrėžia, kad valstybės narės ir Komisija turi skatinti ir užtikrinti vienodo užmokesčio principą pagal SESV 157 straipsnį, be kita ko, kovojant su vyrų ir moterų darbo užmokesčio ir pensijų skirtumais, mažinant mažų garantijų darbą¹, užtikrinant nebrangios ir kokybiškos vaikų priežiūros prieinamumą ir geresnės darbo ir asmeninio gyvenimo pusiausvyros politiką, taip pat teises į kolektyvines derybas;
17. pakartoja, kad žiniasklaidos sektoriuje turi būti kuo skubiau įgyvendinama vienodo užmokesčio už vienodą darbą politika ir nustatyta darbo užmokesčio skaidrumo prievolė, suteikiant moterims būti perkeltoms į aukštesnes pareigas, dalyvauti mokymuose ir naudotis kitais papildomais pranašumais vienodomis sąlygomis su vyrais;
18. atkreipia dėmesį į teigiamą moterų tarybų ir pareigūnų moterų lygybės klausimais vaidmenį darbo vietose; ragina, kad lyčių lygybė būtų skatinama kaip kompleksinė žmogiškųjų išteklių politikos priemonė žiniasklaidos sektoriuje; mano, kad, siekiant žiniasklaidos sektoriuje užtikrinti moterų lygybę visais lygmenimis, visų pirma sprendimų priėmimo lygmeniu, būtina kultūra, kurios dėmesio centre būtų darbuotojas, ir vyresniųjų vadovų komanda, atsižvelgianti į lyčių aspektą; rekomenduoja nacionalinėms reguliavimo institucijoms ir žiniasklaidos organizacijoms vadovautis Komisijos rekomendacija 2014/124/ES dėl vienodo vyrų ir moterų darbo užmokesčio principo stiprinimo didinant skaidrumą², parengti gaires dėl sąžiningų atrankos procedūrų, įtvirtinti visapusišką lygybės politiką, apimančią žiniasklaidos turinį ir galimybę moterims patekti į sprendimų priėmimo organus, taip pat nustatyti vidaus procedūras, kurios būtų taikomos sprendžiant priekabiavimo darbo vietoje problemas; ragina Komisiją toliau stebėti, ar teisingai taikoma ir vykdoma Direktyva 2006/54/EB, pagal kurią perkeliama įrodinėjimo našta diskriminacijos dėl lyties atvejais;

Žiniasklaidos turinys ir moterys

19. pabrėžia žiniasklaidos kaip socialinių pokyčių skatintojos vaidmenį ir jos įtaką formuojant viešąją nuomonę ir ragina valstybes nares viešojoje žiniasklaidoje skatinti lyčių lygybės turinį; pažymi, kad iki šiol visi reguliavimo veiksmai, susiję su seksizmu ir stereotipiniu lyčių vaizdavimu žiniasklaidos turinyje, priklausė valstybių narių kompetencijai; primena, kad pagal Audiovizualinės žiniasklaidos paslaugų direktyvą diskriminacija dėl lyties žiniasklaidoje draudžiama; be to, pabrėžia, kad nors reguliavimo veiksmai turi būti imamasi deramai atsižvelgus į saviraiškos laisvės principą, redakcijos laisve jokiais aplinkybėmis neturi būti naudojamos siekiant

¹ Žr. 2017 m. liepos 4 d. Europos Parlamento rezoliucija dėl darbo sąlygų ir mažų garantijų darbo.

² OL L 69, 2014 3 8, p. 112.

paskatinti ar įteisinti žeminantį moterų ar LGBTI asmenų vaizdavimą; primygtinai ragina valstybes nares saugant minėtas laisves reglamentuoti prieigą prie žalingą interneto turinį teikiančių vaizdo žaidimų ir pornografijos internete;

20. pabrėžia, kad ekonominiai argumentai negali būti dingstis ir toliau internete stereotipiškai vaizduoti lytis;
21. pabrėžia, kad smurtinis ir seksistinis žiniasklaidos turinys turi neigiamos įtakos moterims ir jų dalyvavimui visuomenės gyvenime; reiškia susirūpinimą dėl tam tikrų komercinių audiovizualinių pranešimų, psichologiškai ar fiziškai kenksmingų vaikams ir jaunimui; primygtinai ragina atitinkamus suinteresuotuosius asmenis ir valdžios institucijas spręsti reklamos, kuria skatinami mitybos sutrikimai, pvz., anoreksija, problemą ir imtis kitų priemonių, kad nuo šio turinio būtų apsaugoti ypač pažeidžiami asmenys, įskaitant mergaites ir merginas;
22. primygtinai ragina, kad žiniasklaidos turinys, įskaitant reklamą, susijęs su šeimos planavimu, seksualinėmis ir reprodukcinėmis teisėmis, motinos ir vaiko sveikata ir švietimu, būtų skiriamas ir vyrams, ir moterims;
23. pabrėžia, kad svarbu skatinti gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis ir visiems atitinkamiems suinteresuotiesiems subjektams teikti iniciatyvas dėl mokymo tinkamai naudotis žiniasklaidos priemonėmis atsižvelgiant į lyčių aspektą, siekiant paskatinti jaunimą gilinti kritinio mąstymo įgūdžius ir padėti jam atpažinti ir viešai pasisakyti prieš seksistinį vaizdavimą ir diskriminaciją, smurtą dėl lyties, patyčias kibernetinėje erdvėje, neapykantą kurstančią kalbą ir smurtą, kurių priežastis – asmens lytis, lytinė tapatybė, lyties raiška, lytinė orientacija ar lyties ypatumai; pabrėžia, kad, siekiant užtikrinti saugesnį naudojimąsi internetu, skaitmeninį raštingumą ir gebėjimą naudotis žiniasklaidos priemonėmis, reikia prevencinių priemonių, įskaitant šifravimą ir tėvų kontrolę; atkreipia dėmesį į tai, kad stereotipai reklamoje ir kituose žiniasklaidos produktuose gali turėti įtakos vaikų socializacijai, taigi ir tam, kaip jie suvokia save, savo šeimos narius ir išorinį pasaulį; pažymi, kad reklama gali būti veiksminga priemonė stereotipams – pvz., lyčių stereotipams ir stereotipams, nukreiptiems prieš LGBTI asmenis – įveikti; todėl ragina daugiau dėmesio skirti profesinio mokymo ir švietimo veiklai, kaip priemonei kovoti su diskriminacija ir skatinti lyčių lygybę bei LGBTI asmenų lygiateisiškumą;
24. mano, kad žiniasklaidos organizacijose dar daugiau dėmesio reikia skirti neprivalomosioms priemonėms, pvz., lyčių lygybės įgyvendinimo planams arba gairėms, ir rekomenduoja, kad šiuose protokoluose būtų nustatyti teigiamo moterų vaizdavimo reklamoje, žiniose, reportažuose, taip pat rengiant arba transliuojant laidas standartai ir kad jie apimtų visas jautraus turinio temas, pvz., galios ir valdžios vaizdavimą, kompetenciją, sprendimų priėmimą, seksualumą, smurtą, vaidmenų įvairovę ir neseksistinės kalbos vartojimą; be to, skatina į visą viešosios ir privačiosios žiniasklaidos turinį integruoti lyčių lygybės aspektą ir patvirtinti lyčių lygybės įgyvendinimo planus, kurie atspindėtų socialinę įvairovę;
25. rekomenduoja už žiniasklaidą ir komunikaciją atsakingų valdžios institucijų leidžiamose reglamentavimo nuostatose nustatyti kriterijus, kuriais būtų užtikrintas nestereotipinis moterų ir mergaičių vaizdavimas, taip pat į juos įtraukti galimybę (laikina) pašalinti įžeidžiamą turinį; taip pat rekomenduoja į šių reglamentavimo nuostatų įgyvendinimo stebėseną įtraukti specializuotas organizacijas, tokias kaip nacionalinės lygybės įstaigos ir nevyriausybinės moterų organizacijos;

26. pažymi, kad valstybės narės turi visais tinkamais būdais užtikrinti, kad žiniasklaidoje, įskaitant internetinę ir socialinę žiniasklaidą, ir reklamoje nebūtų skatinamas smurtas ar neapykanta prieš jokią asmenį ar asmenų grupę; pabrėžia, kad siekiant spręsti smurto kibernetinėje erdvėje, seksualinio priekabiavimo internete, grasinimų, seksistinių užuominų ir neapykantą moterims ir mergaitėms, įskaitant tas, kurios yra LGBTI, kurstančios kalbos internete problemas, būtina rinkti pagal lytį suskirstytus duomenis ir bendradarbiaujant su EIGE atlikti tyrimus; pabrėžia, kad ypatingą dėmesį reikia skirti mokymams apie tai, kaip žiniasklaidoje turi būti pranešama apie smurto dėl lyties, įskaitant smurtą prieš LGBTI asmenis, atvejus; siūlo žiniasklaidos specialistams, įskaitant tuos, kurie eina vadovaujamas pareigas, suteikti tęstinio mokymosi galimybę lyčių vaizdavimo žiniasklaidos turinyje tema; rekomenduoja žurnalistikos ir komunikacijos pirmosios pakopos ir pouniversitetinių studijų mokymo programose atsižvelgti į lyčių lygybę;
27. ragina valstybes nares ir Komisiją skatinti žiniasklaidos savireguliaciją ir bendrą reguliavimą parengiant elgesio kodeksus;

Gerosios praktikos pavyzdžiai

28. su džiugesiu atkreipia dėmesį į įvairius gerosios patirties pavyzdžius, kurių galima rasti visose valstybėse narėse, be kita ko: žiniasklaidos kampanijas, specialius teisės aktus, apdovanojimus ar antiapdovanojimus už stereotipinę ir seksistinę reklamą, moterų eksperčių duomenų bazes, pramonės profesionalų mokymo kursus ir žiniasklaidos organizacijų lygybės įgyvendinimo planus, elgesio kodeksus ir lygių galimybių bei įvairovės politiką, taip pat į nustatytus minimalius skirtingų lyčių atstovų skaičius žiniasklaidos reguliavimo institucijų valdymo organuose;
29. ragina valstybes nares remti tokias kampanijas kaip Belgijos „Expertalia tool“, Čekijos apdovanojimai „Sexist Piggy“ ar Švedijos iniciatyva „#TackaNej“ (liet. „Ne, ačiū“); ragina valstybes nares reguliariai vykdyti informavimo ir informuotumo didinimo kampanijas apie lyčių požiūriu diskriminacinę žiniasklaidos turinį ir reguliariai teikti ataskaitas dėl lyčių lygybės tendencijų žiniasklaidoje; ragina Komisiją numatyti specialų finansavimą paprogramiams, kuriuose daugiausia dėmesio skiriama moterų galimybių žiniasklaidos sektoriuje didinimui, ir remti žiniasklaidos asociacijas ir tinklus, vykdančius viešas ir atskirų sektorių informuotumo didinimo kampanijas; ragina Komisiją įsteigti ES apdovanojimą, kuris būtų skiriamas žiniasklaidos studentams už su lyčių lygybės skatinimu susijusį darbą;
30. primygtinai ragina pilietinės visuomenės organizacijas rengti komunikacijos strategijas, skirtas ne tik tradicinei, bet ir internetinei žiniasklaidai, siekiant daryti didesnę įtaką žiniasklaidos srities darbotvarkei ir išplėsti jos stebėsenos apimtį;

Kitos rekomendacijos

31. ragina valstybes nares kartu su lygybės įstaigomis visapusiškai įgyvendinti esamus teisės aktus, kuriais sprendžiami lyčių lygybės klausimai, ir skatinti reguliavimo institucijas teikti dėmesį moterims žiniasklaidos sektoriuje bei jų galimybių šiame sektoriuje didinimui ir nestereotipiniam žiniasklaidos turiniui; ragina valstybes nares vykdyti reguliarius pažangos šiose srityse vertinimus ir parengti, jei tai dar nebuvo padaryta, teisės aktus dėl nestereotipinio žiniasklaidos turinio; pabrėžia valstybių narių vaidmenį, kiek leidžia, kaip viešųjų paslaugų teikėjų, funkcija, užtikrinti, kad būtų geriau panaudoti esami žiniasklaidos ištekliai siekiant, kad būtų vaizduojama labiau

lyčių požiūriu subalansuota ir demokratiškesnė visuomenė;

32. ragina Komisiją atlikti daugiau moterų dalyvavimo einant vadovaujamas pareigas žiniasklaidos srityje tyrimų; palankiai vertina EIGE darbą šioje srityje ir ragina jį toliau plėtoti ir stebėti atitinkamus rodiklius, įskaitant, be kita ko, moterų dalyvavimą priimančias sprendimus, jų darbo sąlygas ir lyčių lygybę žiniasklaidos turinyje, taip pat atkreipti dėmesį į naujas socialinės žiniasklaidos technologijas, siekiant parengti metodiką, kaip užkirsti kelią smurtui dėl lyties ir priekabiavimui socialinėje žiniasklaidoje;
33. ragina Komisiją ir valstybes nares remti moterų organizacijas, kurios aktyviai dalyvauja skatinant lyčių lygybę žiniasklaidoje, įskaitant organizacijas, kurios remia moteris ir mergaites, nukentėjusias nuo smurto dėl lyties, tarpsektorinės diskriminacijos ar seksualinio priekabiavimo, ir teikti joms finansinę paramą;
34. ragina valstybes nares įgyvendinti veiksmų programas, kuriomis būtų užtikrintas moterų dalyvavimas rengiant ir įgyvendinant veiksmingą ir efektyvią lyčių lygybės politiką ir programas žiniasklaidos organizacijose;
35. ragina valstybes nares parengti programas, kuriomis būtų siekiama pagerinti moterų įgūdžius, susijusius su gamtos mokslų, technologijos, inžinerijos ir matematikos (MTIM) dalykais, kurie yra svarbūs siekiant karjeros labiau techninėse žiniasklaidos sektoriaus srityse, pvz., garso ir audiovizualinių sistemų techniko darbo; pabrėžia profesinio rengimo ir mokymo svarbą siekiant įvairinti profesijos pasirinkimą ir supažindinti moteris ir vyrus su galimybėmis rinktis netradicines profesijas, kad būtų įveikta horizontalioji ir vertikalioji atskirtis;

o

o o

36. paveda Pirmininkui perduoti šią rezoliuciją Tarybai ir Komisijai.