

Tirsdag den 17. april 2018

P8\_TA(2018)0101

## Ligestilling inden for mediesektoren i EU

### Europa-Parlamentets beslutning af 17. april 2018 om ligestilling inden for mediesektoren i EU (2017/2210(INI))

(2019/C 390/03)

*Europa-Parlamentet,*

- der henviser til artikel 11 og 23 i Den Europæiske Unions charter om grundlæggende rettigheder,
- der henviser til artikel 2 og artikel 3, stk. 3, andet afsnit, i traktaten om Den Europæiske Union (TEU) og artikel 8 i traktaten om Den Europæiske Unions funktionsmåde (TEUF),
- der henviser til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2006/54/EF af 5. juli 2006 om gennemførelse af princippet om lige muligheder for og ligebehandling af mænd og kvinder i forbindelse med beskæftigelse og erhverv <sup>(1)</sup>,
- der henviser til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2010/13/EU af 10. marts 2010 om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne om udbud af audiovisuelle medietjenester (direktiv om audiovisuelle medietjenester) <sup>(2)</sup>,
- der henviser til Kommissionens forslag af 26. april 2017 til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om balance mellem arbejds- og privatliv for forældre og omsorgspersoner og om ophævelse af Rådets direktiv 2010/18/EU (COM(2017)0253),
- der henviser til Kommissionens forslag om Fællesskabets 3. handlingsprogram på mellemlang sigt om lige muligheder for kvinder og mænd 1991-1995 (COM(90)0449),
- der henviser til resolution vedtaget af Rådet og repræsentanterne for medlemsstaternes regeringer, forsamlet i Rådet, af 5. oktober 1995 om kvinders og mænds image i reklamer og medier <sup>(3)</sup>,
- der henviser til Kommissionens meddelelse af 7. juni 2000 med titlen "På vej mod en EF-rammestrategi for ligestilling mellem mænd og kvinder (2001-2005) (COM(2000)0335),
- der henviser til Rådets konklusioner af 9. juni 2008 om afskaffelse af kønsstereotyper i samfundet,
- der henviser til Rådets konklusioner af 24. juni 2013 om fremme af kvinders rolle som beslutningstagere i medierne,
- der henviser til den europæiske ligestillingspakt (2011-2020), som Rådet vedtog i marts 2011,
- der henviser til køreplanen for ligestilling mellem kvinder og mænd 2006-2010 af 1. marts 2006 (COM(2006)0092),
- der henviser til Strategien for ligestilling mellem kvinder og mænd 2010-2015 af 21. september 2010 (COM(2010)0491),
- der henviser til arbejdsdokument af 3. december 2015 fra Kommissionens tjenestegrene "Strategic engagement for gender equality 2016-2019" (Strategisk indsats for ligestilling mellem kvinder og mænd 2016-2019) (SWD(2015)0278),
- der henviser til sin beslutning af 25. juli 1997 om diskriminering af kvinder i reklamer <sup>(4)</sup>,
- der henviser til sin beslutning af 3. september 2008 om hvordan markedsføring og reklame påvirker ligestillingen mellem mænd og kvinder <sup>(5)</sup>,

<sup>(1)</sup> EUT L 204 af 26.7.2006, s. 23.

<sup>(2)</sup> EUT L 95 af 15.4.2010, s. 1.

<sup>(3)</sup> EFT C 296 af 10.11.1995, s. 15.

<sup>(4)</sup> EFT C 304 af 6.10.1997, s. 60.

<sup>(5)</sup> EUT C 295 E af 4.12.2009, s. 43.

**Tirsdag den 17. april 2018**

- der henviser til sin beslutning af 12. marts 2013 om afskaffelse af kønsstereotyper i EU <sup>(6)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 28. april 2016 om ligestilling mellem kønnene og styrkelse af kvinders position i den digitale tidsalder <sup>(7)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 13. september 2016 om skabelse af arbejdsmarkedsvilkår, som er mere fordelagtige for at skabe balance mellem arbejds- og privatliv <sup>(8)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 15. september 2016 om anvendelsen af Rådets direktiv 2000/78/EF af 27. november 2000 om generelle rammebestemmelser om ligebehandling med hensyn til beskæftigelse og erhverv (direktivet om ligebehandling på beskæftigelsesområdet) <sup>(9)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 14. juni 2017 om behovet for en EU-strategi til at gøre en ende på og forebygge kønsbestemt pensionsforskel <sup>(10)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 4. juli 2017 om arbejdsvilkår og usikre ansættelsesforhold <sup>(11)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 3. oktober 2017 om kvinders økonomiske selvstændiggørelse i den private og offentlige sektor i EU <sup>(12)</sup>,
  - der henviser til sin beslutning af 26. oktober 2017 om bekæmpelse af seksuel chikane og misbrug i EU <sup>(13)</sup>,
  - der henviser til henstilling fra Europarådets Ministerkomité af 10. juli 2013 om ligestilling mellem mænd og kvinder og medier,
  - der henviser til Europarådets Parlamentariske Forsamlings resolution 1555 af 24. april 2002 om fremstilling af kvinder i medier,
  - der henviser til Europarådets Parlamentariske Forsamlings resolution 1799 af 26. juni 2007 om fremstilling af kvinder i reklamer,
  - der henviser til henstilling fra Europarådets Ministerkomité af 27. september 2017 til medlemsstaterne om ligestilling mellem mænd og kvinder i den audiovisuelle sektor,
  - der henviser til undersøgelse fra Det Europæiske Institut for Ligestilling mellem Mænd og Kvinder (EIGE) fra 2013 med titlen "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",
  - der henviser til Beijingerklæringen og -handlingsprogrammet og bilagene hertil, der blev vedtaget på den fjerde verdenskonference om kvinder i september 1995,
  - der henviser til Europarådets rapport fra 2013 om medierne og fremstillingen af kvinder,
  - der henviser til forretningsordenens artikel 52,
  - der henviser til betænkning fra Udvalget om Kvinders Rettigheder og Ligestilling og udtalelse fra Udvalget om Beskæftigelse og Sociale Anliggender (A8-0031/2018),
- A. der henviser til, at ligestilling mellem mænd og kvinder er et centralt princip i Den Europæiske Union, som er forankret i traktaterne i artikel 8 i traktaten om TEUF, hvor det fastslås, at Unionen i alle sine aktiviteter tilstræber at fjerne uligheder og fremme ligestilling mellem kvinder og mænd; der henviser til, at EU's politikker til fremme af ligestilling mellem kønnene har bidraget til at forbedre livet for mange europæiske borgere;

<sup>(6)</sup> EUT C 36 af 29.1.2016, s. 18.

<sup>(7)</sup> EUT C 66 af 21.2.2018, s. 44.

<sup>(8)</sup> Vedtagne tekster, P8\_TA(2016)0338.

<sup>(9)</sup> Vedtagne tekster, P8\_TA(2016)0360.

<sup>(10)</sup> Vedtagne tekster, P8\_TA(2017)0260.

<sup>(11)</sup> Vedtagne tekster, P8\_TA(2017)0290.

<sup>(12)</sup> Vedtagne tekster, P8\_TA(2017)0364.

<sup>(13)</sup> Vedtagne tekster, P8\_TA(2017)0417.

Tirsdag den 17. april 2018

- B. der henviser til, at medierne fungerer som en fjerde magt og har kapacitet til at påvirke og i sidste ende forme den offentlige mening; der henviser til, at medier er en af grundpillerne i et demokratisk samfund og som sådan har pligt til at sikre informationsfrihed, meningsmangfoldighed og mediepluralisme, fremme respekten for den menneskelige værdighed og bekæmpe alle former for forskelsbehandling og uligheder, bl.a. ved at skildre diversificerede sociale rollemodeller; der henviser til, at medievirksomhederne derfor skal sensibiliseres;
- C. der henviser til, at den fjerde verdenskonference om kvinder, der blev afholdt i Beijing i 1995, anerkendte betydningen af forholdet mellem kvinder og medier med hensyn til at opnå ligestilling mellem kvinder og mænd og indføjede to strategiske mål i Beijinghandlingsprogrammet:
- a) en forøgelse af kvinders deltagelse i og adgang til ytringer og beslutningstagning i og via medierne og ny kommunikationsteknologi
  - b) fremme af en afbalanceret og ikke-stereotyp fremstilling af kvinder i medierne;
- D. der henviser til, at fremstillingen af kvinder og mænd i medierne kan give udtryk for ulige repræsentation i forskellige sammenhænge, herunder politiske, økonomiske, sociale, videnskabelige, religiøse, kulturelle og sportslige sammenhænge – hvor mænd hovedsagelig forekommer i aktive sociale roller og kvinder er begrænset til mere passive roller; der henviser til, at af alle de stereotyper, der påvirker opfattelsen af kvinder og mænd, er det bedste eksempel seksualiseringen af kvindens krop, hvilket kan ses mest tydeligt i tabloidpressen og i reklamer; der henviser til, at erotiseringen af vold og objektivering af kvinder i medierne har en negativ virkning på indsatsen for udryddelse af vold mod kvinder; der henviser til, at kønsstereotyper ofte kombineres med andre stereotyper, der indebærer forskelsbehandling af enhver art;
- E. der henviser til, at medierne har en væsentlig indflydelse på kulturelle kønsbestemte normer og på, hvordan sociale fremstillinger af både kvinder og mænd dannes, udvikler sig og påvirker publikum med stereotype billeder af kroppen og idéer om maskulinitet og kvindelighed, for eksempel fremstilling af kvinder i reklamer og den måde, hvorpå produkter rettet mod potentielle forbrugere har en tendens til at opretholde traditionelle kønsbestemte normer; der henviser til, at i de tilfælde, hvor medierne fortsat formidler stereotype fremstillinger af kvinder og mænd, herunder af LGBTI-personer, opfatter folk meget ofte disse fremstillinger som legitime, hvilket gør det vanskeligt eller umuligt at sætte spørgsmålstegn ved dem;
- F. der henviser til, at reklamebranchen i nutidens samfund spiller en vigtig rolle i medielandskabet, eftersom den kommunikerer ved hjælp af billeder og idéer, der appellerer til vores følelser og dermed kan forme vores værdier, holdninger og opfattelser af verden; der henviser til, at reklamer ved at give et fordrejet kønsbillede kan gribe til sexisme og kopiere diskriminerende praksisser; der henviser til, at en reklame kan anses for diskriminerende eller sexistisk, hvis et køn er fremstillet på en nedværdigende og krænkende måde eller som mindre kompetent, intelligent eller ringere;
- G. der henviser til, at nye teknologier er ved at forandre de traditionelle medieforretningsmodeller; der henviser til, at den audiovisuelle sektor er en yderst vigtig sektor af økonomiske værdi, som alene direkte beskæftiger over en million mennesker i EU; der henviser til, at det for at håndtere de nye online kommunikations- og multimediesystemer er nødvendigt at foretage justeringer af tilsynet med ordningerne på nationalt niveau og af selvreguleringsordninger uden at foregribe resultatet af forhandlingerne om direktivet om audiovisuelle medietjenester;
- H. der henviser til, at både kvinders og mænds perspektiv bør tages i betragtning på samme vis for at opnå et fuldstændigt og differentieret billede af alle aspekter af den sociale virkelighed; der henviser til, at det i forbindelse med formidlingen af oplysninger, fakta og holdninger om de udfordringer, som kvinder møder i medierne, er vigtigt ikke at gå glip af kvinders potentiale og færdigheder og samtidig at anerkende, at kvinder ikke kan behandles som en homogen gruppe;
- I. der henviser til, at den fortsatte negative og nedværdigende fremstilling af kvinder i medierne – de elektroniske og trykte medier samt billed- og lydmedier – må ændres; der henviser til, at uligheder mellem kønnene ligeledes skabes og kopieres gennem sprog og billeder, der spredes af medierne; der henviser til, at børn konfronteres med kønsbestemte uligheder i en meget ung alder gennem rollemodeller i tv-serier og programmer, diskussioner, spil, computerspil og reklamer; der henviser til, at kønsroller hovedsageligt skabes i barndommen og ungdommen og påvirker gennem hele livet; der henviser til, at almen og faglig uddannelse af mediefagfolk er effektive redskaber til at bekæmpe og udrydde stereotyper, øge bevidstheden og fremme ligestilling;

**Tirsdag den 17. april 2018**

- J. der henviser til, at kvinderne udgjorde 68 % af de nyuddannede inden for journalistik og information i EU-28 i 2015 <sup>(14)</sup>, men at beskæftigelsesdata for EU-28 i perioden 2008-2015 viser, at andelen af kvinder, der er beskæftiget i mediesektoren, i gennemsnit stadig ligger på ca. 40 %;
- K. der henviser til, at andelen af kvinder i beslutningstagningen i medierne i EU-28 i 2015 stadig lå under kønsbalancezonen (40-60 %) på blot 32 %, mens andelen af kvindelige bestyrelsesformænd kun lå på 22 % <sup>(15)</sup>;
- L. der henviser til, at kønsbetingede løn- og pensionsforskelle er et vedvarende problem i EU, og at de er tydelige i forskellige økonomiske sektorer, herunder i mediebranchen, hvor den kønsbetingede lønforskel er på 17 %;
- M. der henviser til, at kvinder fortsat møder et glasloft i medierne og måske ikke har lige muligheder for fremmelse eller karriereudvikling på grund af en række faktorer, herunder procedurerne i en organisatorisk kultur, der ofte er ugunstig for en balance mellem arbejdsliv og privatliv med et konkurrencepræget miljø præget af stress, ufleksible tidsfrister og lange arbejdstider; der henviser til, at kvinder har mindre beslutningskompetence ved fastsættelsen af nyhedsprogrammet på grund af deres underrepræsentation i ledende stillinger;
- N. der henviser til, at medieorganisationer i medlemsstaterne kan oprette deres egne ligestillingspolitikker, hvilket fører til et bredt spektrum af praksis i EU: der henviser til, at disse strækker sig fra meget omfattende politiske rammer vedrørende medieindhold, der sikrer en afbalanceret repræsentation af mænd og kvinder i beslutningstagende organer, til fuldstændigt fravær af en sådan politik;
- O. der henviser til, at forskning har vist, at kun 4 % af nyhedsdækningen er mod stereotype fremstillinger; der henviser til, at kvinder udgør knap 24 % af de personer, vi hører eller læser om i aviserne <sup>(16)</sup>; der henviser til, at omkring 37 % af historier fra både online- og offlinenyhedskilder indberettes af kvinder, og at denne situation ikke har påvist nogen udsigt til forbedring i de seneste 10 år <sup>(17)</sup>; der henviser til, at kvinder oftest anmodes om at fremlægge en populær udtalelse (41 %) eller berette om personlige erfaringer (38 %) og sjældent citeres som eksperter (kun 17 % af historier); der henviser til, at forskning også har vist, at mindre end én ud af fem eksperter eller kommentatorer er kvinder (18 %) <sup>(18)</sup>;
- P. der henviser til, at kvinder er uforholdsmæssigt underrepræsenteret i nyheds- og informationsmedierne og endnu mindre synlige inden for områderne sport, politik, økonomi og finanser til trods for de mange forskellige medier på tværs af medlemsstaterne; der henviser til, at historisk betydningsfulde kvinder er næsten helt fraværende i relevant medieindhold såsom biografiske dokumentarprogrammer;
- Q. der henviser til, at det er afgørende, at kvinder deltager på lige fod med mænd i medieindhold og fungerer som informationskilder, ikke blot af hensyn til repræsentation, men også af hensyn til lige muligheder og fuld anerkendelse af deres ekspertise og viden; der henviser til, at der inden for det europæiske medielandskab er hindringer for at iværksætte en ansvarlig tilgang til ligestilling mellem kønnene i betragtning af de finansielle begrænsninger og arbejdsvilkår, herunder jobusikkerhed og niveauet af erhvervs erfaring kombineret med det stigende tempo for oplysninger og kommercielle overvejelser;
- R. der henviser til, at der er kvinder i medierne, som arbejder på et topprofessionelt niveau, herunder berømte filminstruktører, journalister og reportere, som, selv om de klarer sig lige så godt som mænd, er mere udsatte for kønsbaseret vold og forskelsbehandling på arbejdspladsen og måske ikke værdsættes i samme grad som deres mandlige modparter;

<sup>(14)</sup> UNESCO's, OECD's og Eurostats (UOE's) fælles dataindsamling, findes på adressen: [http://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta\\_educ\\_part\\_grad\\_educ\\_uoe\\_grad02](http://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta_educ_part_grad_educ_uoe_grad02)

<sup>(15)</sup> EIGE's indeks for ligestilling mellem kønnene 2017.

<sup>(16)</sup> [https://www.womenlobby.org/IMG/pdf/factsheet\\_women\\_and\\_media.pdf](https://www.womenlobby.org/IMG/pdf/factsheet_women_and_media.pdf)

<sup>(17)</sup> Lenka Vochocová, FEMM's offentlige høring om ligestilling inden for mediesektoren i EU af 26. juni 2017, optagelsen kan ses på <http://www.europarl.europa.eu/ep-live/en/committees/video?event=20170626-1500-COMMITTEE-FEMM>

<sup>(18)</sup> Global Media Monitoring project, regional rapport for Europa (2015), findes på [http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports\\_2015/regional/Europe.pdf](http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/reports_2015/regional/Europe.pdf)

Tirsdag den 17. april 2018

- S. der henviser til, at kvinder, der engagerer sig på de sociale medier, i stigende grad udsættes for chikane; der henviser til, at denne chikane har potentialet til at undertrykke kvinders stemme og svække deres deltagelse i samfundet; der henviser til, at data indsamlet på verdensplan viser, at halvdelen af de kvinder, der er beskæftiget i medierne, har været udsat for seksuel misbrug, at en fjerdedel af dem har været udsat for fysisk vold, og at tre fjerdedele har været udsat for trusler eller overgreb <sup>(19)</sup>; der henviser til, at der er voksende bekymring over internetvold mod kvinder og piger, og at det skønnes, at en ud af ti kvinder i EU har oplevet en form for internetvold, efter at de er fyldt 15 år; der henviser til, at der er en mangel på data om og forskning i internetvold mod kvinder og piger på EU-plan; der henviser til, at psykisk og seksuel chikane er krænkelse af menneskerettighederne; der henviser til, at medierne og nationale og internationale myndigheder bør fastsætte bestemmelser, herunder sanktioner, der skal anvendes af medieorganisationer, for at håndtere disse spørgsmål;
- T. der henviser til, at undersøgende journalister, navnlig kvinder, ofte udsættes for vold og dødbringende angreb, hvilket sagerne Veronica Guerin og Daphne Caruana Galizia vidner om;
- U. der henviser til, at ifølge en undersøgelse fra European Women's Audiovisual Network (EWA) <sup>(20)</sup> er kun én ud af fem film i de syv europæiske lande, der deltog i undersøgelsen, instrueret af en kvinde, og langt de fleste midler går til film, som ikke instrueres af kvinder, selv om ca. halvdelen af alle kandidater fra filmskoler er kvinder;
- V. der henviser til, at medievirksomhederne bør vedtage selvreguleringsystemer og adfærdskodekser, der fastsætter procedureregler og kriterier for karrieremuligheder og mediedækningen for at sikre og fremme ligestilling mellem kønnene; der henviser til, at selvreguleringsystemer og adfærdskodekser af denne art bør udarbejdes i samarbejde med branchens fagforeninger og følge en klar politik om ligestilling mellem kønnene;

### **Kvinders tilstedeværelse i medierne**

1. understreger, at kvinder, selv om de på medieområdet på universitetsniveau udgør en betydelig arbejdsstyrke, er underrepræsenteret i ledelser og topstillinger; mener, at både de offentlige og de private medietjenester har et ansvar for at sikre ligestilling mellem mænd og kvinder og forhindre enhver forskelsbehandling; opfordrer medlemsstaterne til at udvikle politiske incitamenter til at mindske hindringerne for kvinders adgang til ledende stillinger og ledelse i medieorganisationer;
2. beklager, at kvinders repræsentation i de offentlige medier i EU generelt er lav, såvel i strategiske som i operationelle ledende stillinger og i bestyrelser (i 2017: 35,8 % for ledende stillinger, 37,7 % for ikke-ledende stillinger og 33,3 % for bestyrelsesmedlemmer) <sup>(21)</sup>;
3. minder om, at med henblik på overvågning af kritiske områder i Beijinghandlingsprogrammet hvad angår kvinder i medierne udvikle Det Europæiske Ligestillingsinstitut følgende indikatorer:
  - andelen af kvinder og mænd på beslutningstagende poster i medieorganisationer og i bestyrelserne i medieorganisationer i EU
  - andelen af kvinder og mænd i bestyrelserne i medieorganisationer i EU
  - politikker til fremme af ligestillingen mellem kvinder og mænd i medieorganisationer;
4. minder om, at direktivet om audiovisuelle medietjenester fastslår, at dens mål ikke i tilstrækkelig grad kan opfyldes af medlemsstaterne og derfor bedre kan nås på EU-plan, men ikke indeholder nogen henvisning til lige repræsentation i medieorganisationer;
5. bemærker, at kvinder, til trods for at de ikke er tilstrækkeligt repræsenteret i ledende stillinger, på nuværende tidspunkt fortsat har større sandsynlighed for at blive ansat eller forfremmet til ledende stillinger i offentlige medier end i private medieorganisationer <sup>(22)</sup>;

<sup>(19)</sup> Det Internationale Journalistforbunds kampagne om kønsbaseret vold på arbejdspladsen, <https://www.ifj-stop-gender-based-violence.org/>

<sup>(20)</sup> "Where are the women directors in European films? Gender equality report on female directors (2006-2013) with best practice and policy recommendations", <http://www.ewawomen.com/en/research.html>

<sup>(21)</sup> Gender Equality in Power and Decision-Making. Review of the Implementation of the Beijing Platform for Action in the EU Member States, 2017 (Kilde: EIGE's database for ligestillingsstatistik – Kvinder og mænd i beslutningsprocessen).

<sup>(22)</sup> Det Europæiske Institut for Ligestilling mellem Mænd og Kvinder (EIGE): 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 (2013).

**Tirsdag den 17. april 2018**

6. opfordrer medlemsstaterne og medieorganisationer til at støtte og udvikle incitamenter, herunder kvoter, med henblik på ligelig repræsentation af kvinder og mænd på beslutningstagende poster og for at sikre, at en effektiv overvågning af sådanne bestræbelser bliver mere fremtrædende i disse organisationer; opfordrer Kommissionen til at intensivere sine bestræbelser på at genoptage arbejdet med direktivet om kvinder i bestyrelser, der har været stillet i bero i Rådet siden 2013;
7. noterer sig den lange tradition for at ansætte både freelancepersonale og fastansatte, som findes i mediesektoren, og den fortsatte digitalisering af sektoren, som har ført til en nedgang i den traditionelle omsætning og reklameindtægt, hvilket har indflydelse på den type ansættelseskontrakter, der tilbydes i sektoren; påpeger endvidere, at mange kvinder er overrepræsenterede i atypiske former for arbejde på hele arbejdsmarkedet; bemærker, at det stigende pres på mediesektoren for at bevare dens økonomiske levedygtighed sandsynligvis vil føre til en stigning i disse former for kontrakter;
8. mener, at stereotyper kan føre til et negativt socialt miljø for kvinder og bidrage til kønsdiskrimination på arbejdspladsen; bemærker, at et positivt socialt miljø spiller en vigtig rolle for at hjælpe arbejdstagere med at håndtere høje niveauer af arbejdsintensitet;
9. minder om, at medieorganisationer er frit stillet med hensyn til at fastsætte rollerne for deres ansatte, både mænd og kvinder, men opfordrer dem indtrængende til at gøre dette med den største respekt for den personlige værdighed og faglige kvalitet; bemærker i denne sammenhæng foruroligende tilfælde af kvindelige journalister, der vurderes som bedre egnet til TV-journalistik på grund af deres formodede evne til at tiltrække publikum, og som erstattes af yngre kolleger, når de bliver ældre;
10. fordømmer endvidere den udbredte forekomst af seksuel chikane og andre former for overgreb, især i onlinespil og på sociale medier, og tilskynder medievirksomheder til at skabe sikre miljøer, der reagerer hurtigt på eventuelle tilfælde af chikane; opfordrer derfor til forskellige foranstaltninger, herunder oplysningskampagner, interne regler om disciplinære sanktioner for overtrædelser og psykologisk og/eller juridisk bistand til ofre for disse former for praksis, til forebyggelse og bekæmpelse af mobning og seksuel chikane på arbejdspladsen samt i onlinemiljøet;
11. fordømmer på det kraftigste angreb på kvindelige journalister, der frygtløst beretter om vigtige politiske og strafferetlige spørgsmål, og opfordrer til, at der gøres den størst mulige indsats for at sikre beskyttelsen af og sikkerheden for alle journalister;
12. opfordrer offentlige og private medieorganisationer til hurtigst muligt at vedtage interne politikker såsom politikker om lige muligheder og mangfoldighed, som omfatter foranstaltninger til bekæmpelse af chikane, barselsorlov, forældreorlov og fleksible arbejdsordninger, som støtter balancen mellem arbejdsliv og privatliv og giver kvinder og mænd mulighed for på lige fod at drage fordel af forældreorlov og tilskynder mænd til at tage fædreorlov, hvilket sikrer en rimelig fordeling af børnepasningen, samt mentor- og lederuddannelsesprogrammer, anvendelse af telearbejde og fleksible arbejdsordninger for både kvinder og mænd på frivilligt grundlag, og uden at det påvirker deres karrieremuligheder;
13. opfordrer medierne til at overholde kvinders og mænds ret til at tage barselsorlov, fædreorlov eller forældreorlov; påpeger, at ingen gravid kvinde bør forskelsbehandles på grund af hendes tilstand, og at ingen kvinde bør nægtes ansættelse, fordi hun kan beslutte at blive gravid; opfordrer medieorganisationer og de regulerende myndigheder til at oplyse om den kønsbestemte lønforskel, til at indføre forpligtelser til løngennemsigtighed og til at gennemføre princippet om lige løn for lige arbejde ved hjælp af bindende foranstaltninger;
14. foreslår, at medieorganisationer opretter databaser over kvindelige eksperter på en række områder, navnlig de områder, hvor kvinder er underrepræsenteret, med henblik på at benytte dem, når det er relevant; tilskynder endvidere til indsamling af kønsopdelte data om alt muligt medieindhold;
15. opfordrer Kommissionen og medlemsstaterne til at øge kvinders deltagelse i og adgang til ytringer og beslutningstagning i og via medierne og ny kommunikationsteknologi;
16. mener, at alle mediefolk kan have gavn af den generelle forbedring af vilkårene for kvinder på arbejdspladsen; mener imidlertid, at en sådan forbedring ikke har været tilstrækkelig, og at der fortsat findes uligheder; understreger behovet for, at medlemsstaterne og Kommissionen fremmer og sikrer princippet om lige løn i henhold til artikel 157 i TFEU, bl.a. ved at bekæmpe kønsbestemte løn- og pensionsforskelle, reducere usikre ansættelsesforhold<sup>(23)</sup>, sikre tilgængeligheden af økonomisk overkommelige børnepasningsordninger af høj kvalitet og politikker, der bedre sikrer balancen mellem arbejds- og familieliv, samt ved at sikre retten til kollektive forhandlinger;

<sup>(23)</sup> Se Europa-Parlamentets beslutning af 4. juli 2017 om arbejdsvilkår og usikre ansættelsesforhold.

Tirsdag den 17. april 2018

17. gentager, at medierne som et hasteanliggende skal gennemføre princippet om lige løn for lige arbejde, herunder forpligtelse til løngennemsigtighed, og give kvinder mulighed for at nyde godt af de samme fremmelses- og uddannelsesmuligheder og alle andre yderligere fordele på lige fod med mænd;

18. bemærker den positive rolle, som kvinderåd og ligestillingsmedarbejdere har på arbejdspladser; opfordrer til, at ligestilling mellem kønnene fremmes som en tværgående politik for menneskelige ressourcer inden for medierne; mener, at opnåelse af ligestilling for kvinder på alle niveauer, især beslutningsniveauer, i medierne kræver en medarbejderorienteret kultur og en køns sensitiv øverste ledelse; anbefaler, at nationale tilsynsorganer og medieorganisationer følger Kommissionens henstilling 2014/124/EU om styrkelse af princippet om lige løn til mænd og kvinder gennem åbenhed<sup>(24)</sup>, udarbejder en vejledning om retfærdige udvælgelsesprocedurer, etablerer omfattende ligestillingspolitikker, der omfatter medieindhold og fremme af kvinder i beslutningstagende organer, og indfører interne procedurer til håndtering af mobning på arbejdspladsen; opfordrer Kommissionen til at fortsætte med at overvåge den korrekte anvendelse og håndhævelse af direktiv 2006/54/EF, der vender bevisbyrden i tilfælde af forskelsbehandling på grund af køn;

### **Medieindhold og kvinder**

19. understreger mediernes rolle som agent for social forandring og deres indflydelse på den offentlige mening, og opfordrer medlemsstaterne til at fremme indhold, der omfatter ligestilling mellem kønnene i de offentlige medier; påpeger, at ethvert lovindgreb mod sexismen og stereotype kønsrollefremstillinger i medieindhold hidtil har henhørt under medlemsstaternes kompetence; minder om forbudet mod kønsbaseret forskelsbehandling i medierne i henhold til direktivet om audiovisuelle medietjenester; understreger endvidere, at mens lovgivningsmæssige foranstaltninger er underlagt behørigt hensyn til princippet om ytringsfrihed, bør redaktionel frihed under ingen omstændigheder tjene til at tilskynde eller legitimere nedværdigende fremstilling af kvinder og LGBTI-personer; opfordrer indtrængende medlemsstaterne til at sikre, at ovennævnte friheder regulerer adgangen til videospil med skadeligt onlineindhold og pornografi på internettet;

20. understreger, at økonomiske argumenter ikke kan være en undskyldning for at opretholde kønsstereotyper i medieindhold;

21. understreger, at voldeligt og sexistisk medieindhold har en negativ indvirkning på kvinder og deres deltagelse i samfundet; udtrykker bekymring over visse former for audiovisuel kommerciel kommunikation, der skaber psykologisk eller fysisk skade på børn og unge; opfordrer indtrængende de relevante interessenter og myndigheder til at behandle spørgsmålet om reklame, der indirekte tilskynder til spiseforstyrrelser som anoreksi, og til at træffe andre foranstaltninger for at beskytte særligt sårbare personer, herunder piger og unge kvinder mod sådant indhold;

22. opfordrer indtrængende til, at medieindhold, herunder reklame, med tilknytning til familieplanlægning, seksuelle og reproduktive rettigheder, mødres og børns sundhed samt uddannelse rettes mod både mænd og kvinder;

23. understreger betydningen af at fremme mediekendskab og forsyne alle relevante interesserede parter med køns sensitive medieuddannelsesinitiativer for at tilskynde unge til at udvikle færdigheder til kritisk tænkning, og til at hjælpe dem med at identificere og protestere imod sexistisk fremstilling og forskelsbehandling, kønsbaseret vold, internetmobning, hadefuld tale og vold motiveret af en persons køn, kønsidentitet, kønsudtryk, seksuelle orientering eller køns karakteristika; fremhæver behovet for forebyggende foranstaltninger såsom kryptering og forældrekontrol med henblik på at sikre en mere sikker internetadgang og digitale færdigheder og mediekendskab; henleder opmærksomheden på, at kønsstereotyper i reklamer og i andre medier har en potentiel indvirkning på børns socialisering og dermed, hvordan de ser på sig selv, deres familiemedlemmer og resten af verden; påpeger, at reklamer kan være et effektivt redskab til at udfordre stereotyper såsom kønsstereotyper og stereotyper mod LGBTI-personer; opfordrer derfor til øget fokus på faglige og almene uddannelsesaktiviteter som et middel til at bekæmpe forskelsbehandling og fremme ligestilling mellem kønnene og for LGBTI-personer;

24. anbefaler, at bløde foranstaltninger såsom ligestillingsplaner eller retningslinjer bør gives en mere fremtrædende plads i medieorganisationer, og anbefaler, at disse protokoller fastsætter standarderne for positive fremstillinger af kvinder inden for reklamer, nyheder, rapportering, produktion eller transmission og dækker alle følsomme indholdsområder såsom skildring af magt og autoritet, ekspertise, beslutningstagning, seksualitet, vold, forskellige roller og anvendelsen af et ikke-sexistisk sprog; opfordrer endvidere offentlige og private medier til at integrere ligestilling mellem kønnene i alt deres indhold og til at vedtage ligestillingsplaner med henblik på at afspejle social mangfoldighed;

<sup>(24)</sup> EUT L 69 af 8.3.2014, s. 112.

**Tirsdag den 17. april 2018**

25. anbefaler, at regler udstedt af tilsynsmyndigheder for medier og kommunikation omfatter kriterier for at sikre stereotypfri fremstillinger af piger og kvinder og muligheden for at fjerne eller suspendere krænkende indhold; anbefaler endvidere, at specialiserede organisationer, f.eks. nationale ligestillingsorganer og kvinde-NGO'er deltager i overvågningen af gennemførelsen af disse regler;

26. påpeger, at medlemsstaterne ved hjælp af alle passende midler skal sikre, at medierne, herunder internettet og sociale medier, samt reklamer er fri for enhver tilskyndelse til vold eller had rettet mod en person eller en gruppe af personer; understreger behovet for at indsamle kønsopdelte data og udføre forskning i samarbejde med EIGE til at imødegå internetvold, seksuel chikane på internettet, trusler og sexistiske bemærkninger og hadefulde tale mod kvinder og piger, herunder LGBTI-personer; understreger, at der skal lægges særlig vægt på uddannelse i, hvordan medierne rapporterer om tilfælde af kønsbaseret vold mod kvinder, herunder mod LGBTI-personer; foreslår, at videreuddannelse vedrørende kønsrelaterede fremstillinger i medieindhold stilles til rådighed for mediefagfolk, herunder dem i ledende stillinger; anbefaler, at ligestilling mellem mænd og kvinder skal afspejles i undervisningsmoduler på kurser inden for journalistik og kommunikation på bachelor- og kandidatniveau;

27. opfordrer medlemsstaterne og Kommissionen til at fremme selvregulering og samregulering i medierne gennem adfærdskodekser;

**Eksempler på god praksis**

28. bemærker med interesse de forskellige eksempler på god praksis, der kan konstateres i alle medlemsstater, herunder mediekampagner, specifik lovgivning, udmærkelser eller negative udmærkelser for stereotype og sexistiske reklamer, databaser over kvindelige eksperter, kurser for branchefolk og medieorganisationers ligestillingsplaner, adfærdskodekser og politikker for lige muligheder og mangfoldighed samt minimumstærsklerne for repræsentation af kønnene i medietilsynsmyndighedernes styrende organer;

29. opfordrer medlemsstaterne til at støtte kampagner, såsom den belgiske Expertalia, den tjekkiske "Sexist Piggy" eller den svenske #TackaNej blandt andre initiativer; opfordrer medlemsstaterne til at gennemføre regelmæssige informations- og bevidstgørelseskampagner om kønsbaseret diskriminerende indhold i medierne, og til regelmæssigt at aflægge rapport om tendenser inden for ligestilling mellem kønnene i medierne; opfordrer Kommissionen til at afsætte særlige midler til delprogrammer med fokus på fremme af kvinder i mediebranchen og til at støtte mediesammenslutninger og -netværk i at indføre offentlige og sektorspecifikke oplysningskampagner; opfordrer endvidere Kommissionen til at opstille en EU-pris for studerende inden for medieområdet for arbejde vedrørende ligestilling mellem kønnene;

30. opfordrer civilsamfundsorganisationer til at udarbejde kommunikationsstrategier, ikke blot for de traditionelle medier, men også for online-medier, for at udvide mulighederne for at påvirke og overvåge mediernes dagsorden;

**Yderligere henstillinger**

31. opfordrer medlemsstaterne til, i samarbejde med ligestillingsorganer fuldt ud at gennemføre den eksisterende lovgivning vedrørende ligestilling mellem mænd og kvinder og til at tilskynde tilsynsorganer til at være opmærksomme på kvinders tilstedeværelse og forfremmelse og på at undgå stereotypt medieindhold; opfordrer medlemsstaterne til at foretage regelmæssige evalueringer af de ovennævnte områder og til at udvikle, hvis dette endnu ikke er sket, lovgivning, som fokuserer på ikke-stereotypt medieindhold; understreger medlemsstaternes rolle med hensyn til at gøre bedre brug af de eksisterende ressourcer i medierne inden for deres mandat til at udføre deres public service-rolle og samtidig afspejle et mere kønsbalanceret og demokratisk samfund;

32. opfordrer Kommissionen til at gennemføre yderligere forskning om kvinders deltagelse i ledende stillinger i medierne; roser EIGE for sit arbejde på området og opfordrer det til at fortsætte med at udvikle og overvåge de relevante indikatorer, herunder, men ikke begrænset til kvinders deltagelse i beslutningstagningen, deres arbejdsvilkår og ligestilling mellem kønnene i medieindhold, og samtidig udvide dets opmærksomhed på den nye sociale medieteknologi for at udvikle metoder til at forhindre kønsbaseret vold og chikane på de sociale medier;

33. opfordrer Kommissionen og medlemsstaterne til at støtte og fremme kvindeorganisationer, der gør en aktiv indsats for kønnenes ligestilling i medierne, herunder de organisationer, som støtter kvinder og piger, der er ofre for kønsbestemt vold, intersektionel forskelsbehandling eller seksuel chikane;



Tirsdag den 17. april 2018

34. opfordrer medlemsstaterne til at gennemføre handlingsprogrammer, der sikrer kvinders inddragelse i udformningen og gennemførelsen af effektive kønssensitive politikker og programmer inden for medieorganisationer;

35. opfordrer medlemsstaterne til at udvikle programmer for at forbedre kvinders færdigheder inden for fagene naturvidenskab, teknologi, ingeniørvirksomhed og matematik (STEM), som er vigtige for karrierer i mediesektoren, der har et større teknisk fokus, såsom lydteknikere og audiovisuelle teknikere; fremhæver betydningen af erhvervsuddannelse i diversificering af karrierevalg og introduktion af kvinder og mænd til ikke-traditionelle karrieremuligheder for at overvinde den horisontale og vertikale opdeling;

o

o o

36. pålægger sin formand at sende denne beslutning til Rådet og Kommissionen.

---