



Číslo 3, červen 2009
Edice Policy Paper



POLICY PAPER

GENDER A MÉDIA

Odstraňování genderových stereotypů
v médiích – možnosti a výzvy!

Bc. Petra Kubálková



Úvod

Předkládaný policy paper shrnuje stávající expertizu v oblasti samoregulace a regulace médií (převážně veřejnoprávních) a genderové problematiky v České republice. Cílem policy paperu je poskytnout potřebné argumenty pro podporu a profesionalizaci mediálního prostředí.

Policy paper vychází z analýzy Gender, média a reklama: Možnosti (samo)regulace genderových stereotypů v médiích a reklamě vypracované Centrem pro Equality při otevřené společnosti o.p.s. v roce 2009. V analýze popisujeme postoj veřejnoprávních médií v ČR k genderové problematice ve srovnání se zahraničím a možnosti a přínosy (samo)regulace veřejnoprávních médií. V analýze mapujeme, jak hlavní české mediální instituce, Rada pro rozhlasové a televizní vysílání, Rada České televize a Rada Českého rozhlasu, pracují s konceptem genderu a rovných příležitostí mužů a žen, jaké kodexy dodržují veřejnoprávní a ostatní média, a zda se v nich objevují nediskriminační požadavky na základě pohlaví. U kontrolních orgánů veřejnoprávních médií sledujeme, jaké stížnosti a podněty jsou vznášeny k regulačním orgánům. Součástí jsou příklady praxe ze zahraničí a to z Velké Británie, Kanady a Švédska.

Úvodní shrnutí

V České republice **existuje dostatečná struktura a možnosti sledování a pozitivní regulace obsahu médií**, tedy obsahu vysílání, ale ve srovnání s vybranými příklady ze zahraničí (Velká Británie, Kanada, Švédsko) **nejsou možnosti regulace a samoregulace v otázce zobrazování žen a mužů v médiích** (a ostatních souvisejících zobrazení) **plně využívány**. Tato situace může být způsobena hned několika faktory, především nedostatečnou podporou politiky rovných příležitostí pro muže a ženy (ze strany vlády) nebo nedostatečnou poptávkou veřejnosti. Myslíme si, že současná situace je výsledkem kombinací zmíněných oblastí. Na způsob zobrazování žen a mužů v médiích, na informování o skupině žen a skupině mužů a na dostatečném zastoupení obou skupin v rozhodovacích pozicích není kladen důraz, který by si představená problematika zasloužovala.

Nejdůležitějšími zákony z oblasti médií jsou: Zákon č. 483/1991 Sb. o České televizi, Zákon č. 484/1991 Sb. o Českém rozhlasu a Zákon č. 231/2001 o provozování rozhlasového a televizního vysílání. Na dodržování mediálních zákonů (norem) v České republice dohlížejí regulační orgány, které jsou definovány v zákonech, tedy Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV), dále specializované samoregulační orgány zakotvené v Zákoně o České televizi (Rada ČT) a v Zákoně o Českém rozhlase (Rada ČRo).

Na úrovni státní správy České republiky pro regulaci a dozor nad médii fungují Stálá komise Poslanecké sněmovny pro sdělovací prostředky a Stálá komise Senátu pro sdělovací prostředky.

V České republice v mediální oblasti dále působí profesní spolky jako Rada pro reklamu (RPR) – sdružuje reklamní agentury, profesní sdružení - Syndikát novinářů, podnikatelská sdružení – Unie vydavatelů denního tisku, Asociace reklamních agentur, Asociace provozovatelů soukromého vysílání. Uvedené profesní spolky a podnikatelská sdružení mají svůj hlavní prostor v prosazování etiky v prostředí médií.

Problémové oblasti:

- **Monitoring**, regulace obsahu a prosazování genderových témat ve veřejnoprávních médiích je, na rozdíl od zahraničí, nízká.
- Nejsou pravidelně vypracovávány podrobné **obsahové analýzy** vysílání různého druhu s indikátory na genderovou problematiku.
- Rady veřejnoprávních médií nefungují jako moderátorky obsahu médií a koncepčně nepřispívají ke zvýšení **mediální etiky**.
- Pro soukromá média neexistuje mediální instituce ve smyslu poradního, který by jim byl ku pomoci se **zpracováváním kodexů a standardů** podporujících rovné příležitosti pro muže a ženy, diverzitu a další požadavky na zobrazování v médiích.

- Tištěná média nepovažují sledování obsahu z pohledu genderové problematiky za důležité.
- Způsob **vyřizování stížností** na obsah vysílání nebo na obsah tištěných médií je **netransparentní**. Podněty jsou vyřizovány **příliš zdlouhavě a neefektivně**.
- Není zaručena **politická nezávislost zástupců a zástupkyň** regulačních orgánů veřejnoprávních médií ani jejich odbornost v oblasti genderových studií.

Média a gender

Média (audiovizuální, tištěná, elektronická, internet) a jejich obsahy včetně reklamy tvoří důležitou součást našeho každodenního života. Skrze média získáváme informace o okolním světě, média jsou zdrojem zábavy a jsou také prostředkem pro komerční komunikaci. Analytici médií však poukazují na to, že **média kulturu nejen reflektují, ale že ji také aktivně ovlivňují a vytvářejí**. Z toho vyplývá, že média hrají také důležitou roli v genderové socializaci a ve vnímání našeho postavení ve společnosti.

Pokud hovoříme o **genderových stereotypch v médiích, jedná se především o pravidelnosti v zobrazování určitých témat**. Tyto pravidelnosti jsou podmíněny mediální logikou, ale také dominantní ideologií v dané společnosti. Média mají vliv na to, jak jsou vnímány role žen a mužů ve společnosti, jaké hodnotové významy přisuzujeme tématům společensky spojeným s rolami žen a mužů a **jaké jsou obsahové významy slov žena a muž**. Vliv médií na jedince ve společnosti je dán možností médií ovlivnit proces stereotypizace.

Se zobrazováním genderu v médiích souvisí také další otázka genderových studií, kterou je zastoupení **žen v médiích, tedy složení pracovních týmů a zapojení žen (nebo menšin) do tvorby samotného obsahu informací**. Potřeba sledovat a podporovat zapojení žen do procesu tvorby informací vychází z diskurzivních analýz, které upozorňují na fakt, že mediální instituce fungují v určitém kontextu, do kterého vstupují i další faktory z okolí. Nedostatečné zastoupení žen v mediálních institucích způsobuje nedostatečné zastoupení jedinců společnosti (žen) s odlišnou životní realitou.

Regulace médií v EU

Směrnice **“Televize bez hranic”** (Směrnice Rady č. 89/552/EHS, o koordinaci některých právních a správních předpisů členských států upravujících provozování televizního vysílání).

Doporučení 2006/952/EC o ochraně nezletilých osob a lidské důstojnosti a o právu na odpověď v souvislosti s konkurenceschopností evropského průmyslu audiovizuálních a on-line informačních služeb je uvedeno, že “Společenství, které již přijalo opatření v oblasti audiovizuálních a informačních služeb za účelem vytvoření podmínek nezbytných k tomu, aby zajistilo volný pohyb televizního vysílání a dalších informačních služeb v souladu se zásadami volné hospodářské soutěže a svobody projevu a informací (...) by mělo přijmout opatření na ochranu spotřebitelů před podněcováním k diskriminaci na základě pohlaví, rasy nebo etnického původu, náboženského vyznání nebo světového názoru, zdravotního postižení, věku nebo sexuální orientace a bojovat proti takové diskriminaci .

Evropská komise také zohlednila téma zobrazování mužů a žen v médiích a reklamě jako jednu z oblastí pro dosažení rovného postavení mužů a žen v roce 2000 v **Rámcové strategii pro genderovou rovnost společenství** (Community Framework Strategy on Gender Equality, 2001-2005).

Problematika zobrazování žen a mužů v médiích **byla také předmětem jednání 23. zvláštního zasedání Valného shromáždění OSN (Peking+)**. Ze zasedání vzešla Pekingská akční platforma , která identifikovala dvanáct kritických oblastí. Mezi tyto oblasti patří i část Ženy a média (Zpráva ad hoc pracovního výboru 23. zvláštního zasedání Valného shromáždění OSN (Peking+, 2000). Zpráva upozorňuje na potřebu **vypracování profesionálních návodů a dobrovolných kodexů chování na podporu pozitivních portrétů obou pohlaví a používání neutrálního jazyka v mediálních programech** (Beijing Platform for Action).

V neposlední řadě je důležité také zmínit **Plán pro dosažení rovného postavení žen a mužů** (2006-2010) (The Roadmap for Equality between women and men for the period 2006-2010).

Příklady ze zahraniční praxe

Velká Británie má silné zastoupení veřejnoprávní televize (BBC a ITV) na mediálním trhu; specifickým rysem jsou nástroje pro podporu diverzitních týmů, tedy politiku zaměstnanosti vstřícnou k rovným příležitostem. Nejsilnějším regulátorem je Ofcom, kterému je zaručeno autonomní postavení vůči vládě. Ofcom má zřízenou speciální Komisi pro obsah. Dalším důležitým regulátorem je pro nejsilnější veřejnoprávní médium BBC je BBC centrum pro diverzitu, které vytváří doporučení a průvodce pro BBC.

V **Kanadě** je, stejně jako v případě Velké Británie, která má Ofcom, specifické postavení Kanadského úřadu pro rozhlas a televizi a telekomunikace. Úřad má specifické postavení v tom, že ho dozorují dvě nezávislé organizace - Vrchní odvolací soud a Ministerstvo kanadského dědictví. Součástí kanadského regulátora je Kanadská rada pro kvalitu vysílání, která sleduje obsah z aspektu etiky obsahu, jazykového rozdělení, lokální obsahy a prioritní obsahy, včetně zpravodajství a politických programů. Veřejnoprávní televize CBC má velmi dobře rozpracovaný CBC kodex pro zobrazování násilí a pro zobrazování genderových rolí.

Ve **Švédsku** jsou veřejné orgány nezávislé na centrální moci. Specifikem Švédska je také to, že regulace v hlavní míře probíhá přes zákony jako je Svoboda tisku atd., přesto jsou zřízeny dvě kontrolní instituce pro oblast médií: Úřad justičního kancléře a Úřad pro rozhlas a televizi. Ve Švédsku navíc fungují i další mediální instituce: Rada pro posuzování rozhlasu a televize, Mediální rada (Medierådet) a Rada pro vydavatele tisku, které řeší genderovou problematiku v médiích.

Konkrétní doporučení pro média

1. V první řadě by nad současnou situací měla proběhnout **diskuze na politické úrovni mezi odborníky a odborníky z mediální sféry (médiá i reklama), zástupci neziskového sektoru, veřejnosti, zástupci kulturních a vzdělávacích institucí**, která by přinesla stanoviska pro konsolidaci veřejnoprávních i soukromých médií. U tištěných médií by se na základě této aktivity mohlo zlepšit postavení Syndikátu novinářů. Pokud nebude tato instituce vnímána jako moderátor mezi veřejnou správou, soudy a novináři a novinářkami, bude velmi těžké obsahově regulovat tištěná média (regulací zde nemyslíme cenzuru, ale pozitivní akce pro podporu politik rovných příležitostí). Na základě diskuze by byla posílena i RRTV, která by měla vyvíjet aktivní přístup k podpoře politiky rovných příležitostí a diverzity v obsahu vysílání a ke vzdělávání poskytovatelů vysílání, především v oblasti genderu, multikulturality atd.
2. **Rada pro RTV by měla nabízet vzdělávání** převážně pro oblast televize, rozhlasu a případně internetu, Syndikát novinářů by mohl nabízet a zprostředkovávat podle vzoru Rady pro RTV vzdělávání v oblasti tištěných médií.
3. V současné době jsou všechny Rady (pro RTV, ČT, ČRo) volené politickou reprezentací, což znamená, že radní jsou voleni podle stranických zájmů. To způsobuje možné střety zájmů a možné ovlivňování obsahu i přidělení licencí. Mediální rady nejsou, díky způsobu volby radních, politicky neutrální. **Radám musí být formálně zaručena nezávislost**. Do rad by měli být tedy voleni zástupci a zástupkyně z řad odborné veřejnosti, výběr radních by měl být transparentní a veřejný.
4. **Rada pro RTV by měla řešit podněty, stížnosti a monitorovat obsah vysílání**, tak jak je definováno v zákoně. Doporučujeme rozšířit organizační strukturu Rady pro RTV o oddělení, které bude pracovat s poskytovateli rozhlasového a televizního vysílání v oblasti samoregulace obsahu a rozvoje médií. **Rada pro RTV by měla být poradním orgánem při vytváření a dodržování etických kodexů, měla by poskytovat poradenství a vzdělávání v oblasti naplňování obsahu v souladu s politikou podpory diverzity ve vysílání a informování** (tedy i s politikou rovných příležitostí žen a mužů).

5. **Rada pro RTV by měla vytvářet nebo iniciovat zpracování obsahových analýz**, které by vytvářeli odborníci a odbornice z oblasti genderu a médií, a na které by byla vyčleněna část rozpočtu RRTV.
6. **Rada pro RTV by měla sledovat požadavky veřejnosti na vysílání a reklamu i trendy v zahraničí**. Výsledky by měla tlumočit Parlamentu ČR, veřejnosti i zástupcům/kyním z mediální a reklamní sféry.
7. **Měla by být zvýšena podpora zavádění etických kodexů obecně a vymáhání dodržování požadavku multikulturality médií**, která by byla aktivně podporována jednotlivými Radami. Rada pro RTV by měla více posuzovat přidělení licencí na základě povinných etických kodexů žadatelů a obsahových závazků a tento požadavek začlenit do hodnocení při přidělování licencí poskytovatelům rozhlasového a televizního vysílání.

Zdroj

Analýza: Gender, média a reklama: Možnosti (samo)regulace genderových stereotypů v médiích a reklamě

Bc. Petra Kubálková, Mgr. Tereza Wennerholm Čáslavská

Centrum proEquality při Otevřené společnosti o.p.s.

Dostupný na WWW: <http://www.proequality.cz/res/data/005/000660.pdf>

Centrum ProEquality

je nezávislé a nepolitické centrum spojující v sobě výzkum a aktivismus **zaměřený na prosazování rovných příležitostí a genderových témat v české společnosti i na mezinárodní úrovni.**

Hlavním cílem ProEquality je identifikovat a analyzovat genderové nerovnosti a přispívat k jejich odbourávání mimo jiné prostřednictvím formování a rozvoje veřejné politiky podporující rovné příležitosti žen a mužů a otevíráním odborné i veřejné diskuze o genderové tematice.

Tématické zaměření ProEquality: rodinná politika, gender a násilí, rovné příležitosti na trhu práce, gender a vzdělávání, gender a rozvoj.

Centrum ProEquality

Otevřená společnost, o.p.s./Open Society, p.b.c.

www.otevrenaspolecnost.cz

www.proequality.cz

@:: kancelar@proequality.cz

A:: Seifertova 47, 130 00 Praha 3

T:: 00420 222 540 979

Otevřená společnost o.p.s.

Otevřená společnost, obecně prospěšná společnost, je neziskovou organizací, která přispívá ke konsolidaci občanské společnosti v České republice rozvojem principů a prosazováním politik založených na kultuře práva a právního státu, demokratické formy správy státu a ochrany lidských práv.

Tento dokument vznikl díky finanční podpoře **Nadace Open Society Fund Praha.**