



**РЕПУБЛИКА СРПСКА
ВЛАДА**

ГЕНДЕР ЦЕНТАР – ЦЕНТАР ЗА ЈЕДНАКОСТ И РАВНОПРАВНОСТ ПОЛОВА

Адреса: Вука Караџића 4, 78000 Бања Лука, Република Српска
Тел: +387 (0)51 247 427, 247 428; Факс: +387 (0)51 247 590; e-mail: protokol@gc.vladars.net

Број: ГЦ-03-059-1/18

Датум: 13.02.2018. године

На основу члана 27. став 1. тачка е. Закона о равноправности полова у Босни и Херцеговини („Службени гласник Босне и Херцеговине“, број 32/10 – пречишћен текст), тачке III став 1. подтачка 4. Одлуке о оснивању Гендер центра - Центра за једнакост и равноправност полова Републике Српске („Службени гласник Републике Српске“, број 31/02, 63/05 и 33/09) и члана 23. Јединствених правила за примање и обрађивање захтјева за испитивање повреда Закона о равноправности полова у Босни и Херцеговини („Службени гласник Босне и Херцеговине“ број 72/12 – у даљем тексту: Јединствена правила), Гендер центар - Центар за једнакост и равноправност полова Републике Српске, поступајући по захтјеву Сарајевског отвореног центра, Женске мреже БиХ, Фондације локалне демократије и Фондације цуре, сви из Сарајева, те Фондације Удружене жене из Бања Луке, Центра женских права из Зенице, Едите Мифтари из Тузле, Сабине Реџовић из Сарајева, Маиде Загорац из Сарајевског отвореног центра из Сарајева и Фондације „Лара“ Бијељина, за испитивање повреда Закона о равноправности полова у Босни и Херцеговини у области медија, д о н о с и:

ПРЕПОРУКУ

Имајући у виду да се представљање особе, женске или мушке, на увредљив, омаловажавајући и/или понижавајући начин с обзиром на пол/род, налази у коријену дискриминације и различитих облика насиља по основу пола/рода, те да обавезујући међународни и домаћи нормативно-правни стандарди за равноправност полова налажу укидање свих врста дискриминаторних пракси и штетних стереотипа о улогама жена и мушкараца у друштву, Министарству саобраћаја и веза Републике Српске, Министарству унутрашњих послова Републике Српске, Агенцији за безбједност саобраћаја Републике Српске, Ауто – мото савезу Републике Српске, Републичкој управи за инспекцијске послове, Радио телевизији Републике Српске и предузећу „Molson coors“ доо Бања Лука, се препоручује да:

1. Као институције Републике Српске и предузеће које је регистровано у Републици Српској, приликом креирања кампања и спровођења активности усмјерених на подизање свијести јавности о одређеним проблемима у друштву су у свом раду дужне да поштују и примјењују нормативно – правне стандарде за равноправност полова. Такође, препоручује се да имају у виду и да родни стереотипи који су увријезени на нашим просторима, а који се користе у кампањама а да би исте биле боље прихваћене у широј јавности, код јавности могу да оставе утисак да се истима нека особа с намјером представља на омаловажавајући и понижавајући начин с обзиром на пол, чиме се може извршити или подстаћи дискриминација по основу пола.
2. Кроз програмске концепте и кампање развијају свијест о равноправности полова и избјегну сврставање жена и мушкараца у традиционалне друштвене улоге, имајући у виду

да такав приказ жена и мушкараца у медијима, представља препреку родној равноправности.

3. У складу са напријед наведеним, препоручује се да се у кампањама које креирају и спроводе, елиминишу све облике директних и индиректних дискриминаторних садржаја с обзиром на пол, посебно водећи рачуна о томе да представљање особе на увредљив, омаловажавајући или понижавајући начин с обзиром на пол, представља кршење основних људских права и може довести до дискриминаторне праксе.
4. Овај акт је препоручујућег карактера, што не искључује обавезу одговорних да у року од 30 дана обавијестите Гендер центар о предузетим мјерама.

Образложење

(1) Основни подаци о подносиоцима захтјева и наводи из захтјева

Гендер центру писаним захтјевима обратили су се Сарајевски отворени центар, Женска мрежа БиХ, Фондација локалне демократије и Фондација цуре сви из Сарајева, те Фондација Удружене жене из Бања Луке, Центар женских права из Зенице, Едита Мифтари из Тузле, Сабина Реџовић из Сарајева, Маида Загорац из Сарајевског отвореног центра из Сарајева, Фондација „Лара“ Бијељина, захтјевима за испитивање повреда одредби Закона о равноправности полова у БиХ, у области медија. У захтјевима наводе да се у јавном емитовању рекламе поводом кампање „Прослави одговорно – ако мислиш пити, возач немој бити“, која је емитована дана 18.01.2018. године, а којом се, према њиховим наводима:

- перпетуирају штетне и патријархалне стереотипе и обрасце понашања, под кринком хумористичког скретања пажње на опасности војње под дејством алкохола,
- заборавило да родни стереотипи и родне улоге у нашем друштву нису шала, него принцип по ком се живи и који подржава велики дио нашег друштва,
- примарни циљ који се желио постићи у потпуности остаје у сјени стереотипног приказа жене као подрђене мушкарцу и мање способне од њега, те да је у истој присутна мизогинија, кориштење и подржавање родних улога, сексизам и грубо непоштовања према женама,
- посебно узнемирујућа чињеница смиреност дјевојчице која је, такође, присутна, на тензије, грубу и насилну комуникацију између мушкараца (оца) и жене (мајке), као да је и то нормални и прихваћени начин понашања,
- преношење оваквог садржаја доводи до подстицања на дискриминацију засновану на полу и
- институције које стоје иза ове рекламе подржавају понашање и стереотипе приказане у истој.

Подносиоци захтјева су у захтјевима поставили питање зашто јавне институције подржавају активности и јавно промовисање садржаја који продубљују и подстичу мизогинију, родне стереотипе, родне улоге, сексизам, дискриминацију по основу пола, неједнакост и неравноправност мушкараца и жена, те преношење ових образаца понашања на млађе генерације. Сматрају да су оваквим понашањем наведених институција прекршени чланови 2. став 3¹, члан 5. став 3.², члан 6. став 5.³ и 21. став 2. и 3.⁴ Закона о равноправности полова у БиХ, те да су таква понашања кажњива по члану 30. истог закона.

¹ Члан 2. став 3. прописује: Дискриминација на основу пола и полне оријентације је забрањена.

² Члан 5. став 3. прописује: Подстицање на дискриминацију по основу пола, ако је почињено са намјером, изједначава се са дискриминацијом у смислу члана 3. овог закона.

³ Члан 6. став 5. прописује: Надлежне власти обавезне су да предузму одговарајуће мјере, укључујући а не ограничавајући се на област образовања ради елиминације предрасуда, обичаја и свих других пракси заснованих на идеји инфериорности или супериорности било којег пола, као и на стереотипним улогама лица мушког и женског пола. Ово укључује, али није ограничено на едукацију и подизање свијести међу државним службеницима у јавности и на друге начине.

⁴ Члан 21. прописује: (2) Забрањено је јавно приказивање и представљање било којег лица на увредљив, омаловажавајући или понижавајући начин, с обзиром на пол. (3) Медији су дужни кроз програмске концепте развијати свијест о равноправности полова.

Као одговорне институције, на чији се акт, односно радњу жале, навели су сљедеће: Министарство саобраћаја и веза Републике Српске, Министарство унутрашњих послова Републике Српске, Агенцију за безбједност саобраћаја Републике Српске, Ауто – мото савез Републике Српске (АМС) Републике Српске, Републичку управу за инспекцијске послове, Радио телевизију Републике Српске, као и предузеће „Molson coors“ доо Бања Лука.

(2) Ток испитног поступка

Поступајући по захтјевима именованих, а имајући у виду да се сви захтјеви односе на исто чињенично стање и повреду права гарантованих Законом о равноправности полова у БиХ, по истом правном основу, сви поступци су у складу са чланом 10. Јединствених правила спојени у један поступак.

У складу са чланом 19. став 1. Јединствених правила наводи из захтјева подносиоца прослијеђени су институцијама које су наведене као одговорне и „Molson coors“ доо Бања Лука на изјашњење, а у складу са истим чланом Јединствених правила остављен је рок од 15 дана за достављање изјашњења на наводе.

У утврђеном року изјашњење су доставили: Ауто – мото савез (АМС) Републике Српске, Агенција за безбједност саобраћаја Републике Српске, Радио телевизија Републике Српске и „Molson coors“ доо Бања Лука.

Ауто – мото савез Републике Српске у свом изјашњењу навео је сљедеће:

Основни циљ рекламног спота који се у оквиру саобраћајно – превентивне кампање „Прослави одговорно! Ако мислиш пити, возач немој бити“ емитовао од средине децембра 2017. до краја јануара 2018. године на телевизијским станицама у Републици Српској је тај да се повећа ниво безбједности саобраћаја у Републици Српској утицањем на свијест возача моторних возила да не учествују у саобраћају под дејством алкохола. Рекламни спот, на који су се жалиле грађанке и удружења грађана Гендер центру - Центру за равноправност полова Републике Српске, направио је стручни А-тим Академије умјетности Републике Српске. Спот је урађен у форми скеча и на духовит начин извргава руглу стереотипно понашање које влада у нашем друштву по питању мушко-женских односа када је у питању управљање моторним возилом, а уједно упозорава на опасност вожње под утицајем алкохола. АМС РС ниједног тренутка приликом припреме рекламног спота није имао намјеру да подстиче дискриминацију засновану на полу и сматра да тешке квалификације наведене у жалби грађанки као што су: "штетни стереотипи", "патријархални стереотипи", "сексизам", "мизогенија"... ничим нису поткријељене. АМС РС је у припреми републичке саобраћајно-превентивне кампање "Прослави одговорно! Ако мислиш пити, возач немој бити" приступио професионално, одговорно, часно и вођен најхуманијом идејом - да се спаси људски живот - учествовао у њеној реализацији. Навели су да о важности ове кампање најбоље говори податак да се од јануара до новембра 2017.године у Републици Српској догодило 8.713 саобраћајних незгода у којима је смртно страдало 98 лица, а 508 задобило тешке тјелесне повреде. Алкохол је био један од најчеших узрока настанка наведених саобраћајних незгода! Циљ кампање је био да се скрене пажња јавности на чињеницу да новогодишњи, божићни и други празници доносе са собом повећано конзумирање алкохола, због чега је важно да се утиче на свијест возача да пијани не сједају за волан, већ у тим ситуацијама да користе средства јавног превоза или такси службу. Током трајања кампање, од 15. децембра 2017. до 31. јануара 2018. године, дијељени су саобраћајно-образовни материјали у више градова и општина Републике Српске, док је

специјализовано разгласно возило обишло 12 локалних заједница и промовисало циљеве ове активности - прослави одговорно, не сједај пијан за волан!

Као прилог АМС је доставио и изјашњење Академије умјетности Републике Српске, у ком је наведено следеће:

У реализацији спота учествовала је професионална екипа састављена од продуцента, сценаристе, сниматеља, монтажера и глумца, односно спот су реализовали људи од струке и заната. Комплетан рекламни спот добро је промишљен, и нема повода да се у исти учитавају поруке којих нема. Рад на сценарију за спот прошао је неколико фаза и представљен је наручиоцима посла прије саме реализације. Вријеме дешавања у споту је зимски период у доба слава и славља. Позната је чињеница да људи у вријеме слава прекомјерно конзумирају алкохол и да је вожња у алкохолисаном стању, у том периоду, најчешћи узрок саобраћајних незгода, често са трагичним посљедицама. Циљ кампање „Стоп алкохолу на точковима“ је да укаже на ту чињеницу, да умањи неодговорно понашање возача и спријечи вожњу под утицајем алкохола. Сама радња је једноставна и у форми скеча: муж и жена се враћају са славља код кума. Он хоће да сједне за волан, жена му узима кључеве и она узима волан у своје руке тј. узима у заштиту себе и своју породицу. Ријеч је о одлучној жени, која је одговорна, савремена и модерна супруга и мајка која не робује родним стереотипима. Мужевљев коментар: „Шта сам дочеко', да ме жена вози!“ изговара лик који је у алкохолисаном стању, те његово мишљење, као и мишљење мушкараца који не доживљавају жену као равноправну, извргава се руглу и подсмјеху. Жена је у овом споту изнад мушкараца и много је одговорнија од њега. Коментар дјетета на крају „Боље и мама него ракија“ је ироничан коментар на очево стање, јер је акценат на ријечи „ракија“ а не „мама“. Дјечји коментар додатна је опомена за оца, који се у овој ситуацији понаша неодговорно. Пол дјетета сасвим је случајан и није тенденциозно изабран.

Наводе да су поигравајући се родним стеротипом покушали да допру до што већег броја возача учесника у саобраћају, а исто тако да и сам стереотип који влада у нашем друштву о мушко-женским односима извргну подсмјеху. У том смислу, наводе да спот „треба анализирати из ситуације, ликова, а не учитавати оно што у њему не постоји“. Такође наводе да посебно треба обратити пажњу на слоган кампање „Стоп алкохолу на точковима“ . Новом слогану „Прослави одговорно...“ придодат је већ постојећи рекламни спот, а да при том нису консултовани аутори првобитне кампање. Слоган је саставни дио спота, није засебна цјелина и њиме се поентира цијела прича: стоп вожњи у алкохолисаном стању и стоп стереотипном понашању.

Агенција за безбиједност саобраћаја Републике Српске доставила је изјашњење у ком је наведено да наведену кампању спроводе субјекти безбиједности саобраћаја, те да је основни циљ спровођења исте, повећање нивоа безбиједности саобраћаја у Републици Српској кроз смањење броја возача који у саобраћају учествују под дејством алкохола. Спот који је у кампањи кориштен креиран је и реализован од стране професионалне екипе Академије умјетности, чије су изјашњење доставили у прилогу.

Радио телевизија Републике Српске доставила је изјашњење у ком се наводи да је РТРС емитовала тв спот у склопу кампање „Прослави одговорно – ако мислиш пити, возач немој бити“ Агенције за базбиједност саобраћаја Републике Српске и више министарстава у Влади Републике Српске, како би подигли свијест јавности о томе да не треба управљати моторним возилима ако сте под дејством алкохола. Наводе и да РТРС није аутор овог спота и да је ријеч о шаљивом споту у којем се родни стереотипи, увријежени на овом простору, користе како би спот био боље прихваћен у широј јавности, као и да су претјеране квалификације из приговора о томе да је у споту присутна „мизогинија“, „сексизам“, „исказивање грубог непоштовања према женама“, нарочито ако се сагледа комплетан контекст спота, који је јасно хумористичког садржаја, без намјере дискриминације жена. Сматрају да се у приговорима ради о ригидној и крајње једностраној интерпретацији садржаја спота.

„Molson coors“ доо Бања Лука у изјашњењу наводи да компанија није организатор предметне кампање и да нису учествовали у креирању рекламе, али да су били партнер кампањи. Наводе да је „Molson coors“ доо Бања Лука зависно предузеће корпорације „Molson Coors Brejning Company“ са сједиштем у Денверу, САД и да је један од кључних елемената њихове компанијске културе и кодекса пословног понашања промовисање одговорног конзумирања пива и генерално пића која садрже алкохол. Кроз своје маркетиншке кампање и свакодневне контакте промовишу начела одговорног конзумирања алкохола, што се посебно односи на онемогућавање продаје алкохола малољетним лицима, те подстицање својих потрошача да не управљају моторним возилима или опасном машинеријом док су под дејством алкохола. Поменута начела обавезни су промовисати у свим земљама у којима компанија послује, па су се из тог разлога укључили у кампању Агенције за безниједност саобраћаја Републике Српске „Прослави одговорно – Ако желиш пити, возач немој бити“. Основни циљ кампање је био искључиво указивање на потребу одговорног конзумирања алкохола од стране лица која управљају моторним возилима и опасности које пријете од возача под дејством алкохола. Наводе и да, иако нису креирали спорну рекламу, убијеђени су да намјера креатора рекламе и организатора кампање нипошто није била подстицање и промовисање родних стереотипа, дискриминације по основу пола, неравноправност мушкарца и жене и тд. Уколико у реклами има елемената за које би се могли сматрати да представљају повреду одредби Закона о равноправности полова у БиХ, увјерени су да је то посљедица пропуста, а никако намјере. Ова компанија сигурно никада не би учествовала у рекламној кампањи или било којој активности које су усмјерене на промовисање дискриминације по основу пола, јер иста има стриктне политике које забрљањују било какав вид дискриминације по основу пола, расне, вјерске, националне, политичке припадности и по другим основама и по том питању у овој компанији важи правило нулте толеранције.

Изјашњење на наводе нису доставили Министарство унутрашњих послова Републике Српске и Републичка управа за инспекцијске послове.

(3) Утврђене чињенице

На основу навода из захтјева и изјашњења наведених институција неспорно је утврђено следеће:

- Кампања „Прослави одговорно – ако мислиш пити, возач немој бити“, у оквиру које је емитован предметни рекламни спот спроведена је од средине децембра 2017. године до краја јануара 2018. године, а њен циљ је био да се повећа ниво безбиједности саобраћаја у Републици Српској утицањем на свијест возача моторних возила да не учествују у саобраћају под дејством алкохола.
- Рекламни спот, направио је А – тим Академије умјетности Републике Српске и истим се у форми скеча, поигравањем са увријеженим родним стереотипима на овом простору, покушало утицати на свијест возача моторних возила да не управљају истим по дејством алкохола.
- У реализацији спота учествовала је професионална екипа, која није имала намјеру да истим дискриминише жене по основу пола, већ напротив, према њиховим наводима, да жену прикажу одговорнијом од мушкарца, а његово мишљење, као и мишљење мушкараца који не доживљавају жену као равноправну, извргавају руглу.
- Подносиоци захтјева за испитивање повреда Закона о равноправности полова у БиХ и реализатори рекламног спота имају различито схватање суштине и поруке које спот шаље.
- У току приказивања предметног спота разне медијске куће (портал „Бука магазин, АТВ и др.), објављивали су чланке и емитовали емисије о ставовима стручне јавности о предметној реклами, али и износили ставове грађана и грађанки, из чега се може извући закључак да је иста имала велики медијски одјек, а самим тим и утицај на

јавност у Републици Српској. То је разлог више да се у конкретном случају, без обзира што како су навели одговорни, није постојала намјера твораца и носиоца предметне кампање и рекламе, да истим дискриминише жене по основу пола, као и без обзира на циљ саме кампање и рекламног спота, изда препорука.

(4) Одредбе релевантних прописа на којима се препорука заснива

а. Релевантни домаћи прописи

1. Закон о равноправности полова у БиХ («Службени гласник Босне и Херцеговине», број 32/10 – пречишћен текст):

Члан 2.

- (1) Лица мушког и женског пола су равноправна.
- (2) Пуна равноправност полова гарантује се у свим областима друштва, укључујући, али не ограничавајући се на области образовања, економије, запошљавања и рада, социјалне и здравствене заштите, спорта, културе, јавног живота и медија, без обзира на брачно и породично стање.
- (3) Дискриминација на основу пола и полне оријентације је забрањена.

Члан 3.

- (1) Дискриминација по основу пола је свако стављање у неповољнији положај било којег лица или групе лица засновано на полу због којег се лицима или групи лица отежава или негира признавање, уживање или остваривање људских права или слобода.
- (2) У својим облицима дискриминација може бити директна, индиректна, узнемиравање, сексуално узнемиравање, подстицање на дискриминацију и насиље по основу пола.

Члан 4.

- (1) Директна дискриминација по основу пола постоји када је лице или група лица била третирана, третира се или може бити третирана неповољније у односу на друго лице или групу лица у истој или сличној ситуацији.
- (2) Индиректна дискриминација по основу пола постоји када је привидно неутрална правна норма, критеријум или пракса једнака за све доводила, доводи или би могла довести у неповољнији положај лице или групу лица једног пола у поређењу са лицем или групом лица другог пола.

Члан 6.

(5) Надлежне власти обавезне су да предузму одговарајуће мјере, укључујући а не ограничавајући се на област образовања ради елиминације предрасуда, обичаја и свих других пракси заснованих на идеји инфериорности или супериорности било којег пола, као и на стереотипним улогама лица мушког и женског пола. Ово укључује, али није ограничено на едукацију и подизање свијести међу државним службеницима у јавности и на друге начине.

ДИО ДЕСЕТИ - МЕДИЈИ

Члан 21.

- (1) Сви имају право приступа медијима без обзира на пол.
- (2) Забрањено је јавно приказивање и представљање било којег лица на увредљив, омаловажавајући или понижавајући начин, с обзиром на пол.
- (3) Медији су дужни кроз програмске концепте развијати свијест о равноправности полова.

Члан 27.

- (1) Гендер центар Федерације Босне и Херцеговине и Гендер центар Републике Српске прате примјену Закона на нивоу ентитета и у ту сврху нарочито обављају сљедеће послове:

...

е) примају и обрађују молбе, жалбе и представке лица и група лица у којима се указује на повреду неког права из овог закона у складу са Јединственим правилима из члана 26. став (1) тачка и. овог Закона;

2. Закон о забрани дискриминације („Службени гласник БиХ“ број 59/09 и 66/16)

Члан 2.

(Дискриминација)

(1) Дискриминацијом ће се, у смислу овог закона, сматрати свако различито поступање укључујући свако искључивање, ограничавање или давање предности утемељено на стварним или претпостављеним основама према било којем лицу или групи лица и онима који су с њима у родбинској или другој вези на основу њихове расе, боје коже, језика, вјере, етничке припадности, инвалидитет, старосна доб, националног или социјалног поријекла, везе с националном мањином, политичког или другог увјерења, имовног стања, чланства у синдикату или другом удружењу, образовања, друштвеног положаја и пола, сексуалне оријентације, родног идентитета, сполних карактеристика, као и свака друга околност која има за сврху или посљедицу да било којем лицу онемогући или угрожава признавање, уживање или остваривање на равноправној основи, права и слобода у свим областима живота.

(2) Забрана дискриминације примјењује се на све јавне органе као и на сва физичка или правна лица, и у јавном и у приватном сектору, у свим областима, а нарочито: запослења, чланства у професионалним организацијама, образовања, обуке, становања, здравства, социјалне заштите, добара и услуга намијењених јавности и јавним мјестима, те обављања привредних активности и јавних услуга.

Члан 3.

(Облици дискриминације)

(1) Непосредна дискриминација је свако различито поступање по основама одређеним чланом 2. овог закона, односно свако дјеловање или пропуштање дјеловања када је неко лице или група лица доведена или је била или би могла бити доведена у неповољнији положај за разлику од неког другог лица или групе лица у сличним ситуацијама.

(2) Посредна дискриминација подразумијева сваку ситуацију у којој, наизглед неутрална одредба, критериј или пракса, има или би имала учинак довођења неког лица или групе лица у односу на основе дефиниране у члану 2. ставу (1) овог Закона у неповољан или мање повољан положај у односу на друга лица.

Члан 6.

(Област примјене)

(1) Овај закон примјењује се на поступање свих јавних тијела на нивоу државе, ентитета, кантона и Брчко Дистрикта Босне и Херцеговине, општинских институција и тијела, те правних лица с јавним овлашћењима, као и на поступање свих правних и физичких лица, у свим а посебно у сљедећим областима живота:

...

х) јавног информисања и медија.

b. Релевантни међународни прописи

1. УН Конвенција о елиминацији свих облика дискриминације над женама (1979.)

Члан 1.

За сврхе Конвенције термин «дискриминација над женама» означава било коју разлику, искључивање или ограничења на основу пола која имају као посљедицу или сврху погоршање или поништење признања, уживања или дјеловања жена, без обзира на њихов брачни статус, а на основу једнакости жена и мушкараца, људских права и фундаменталних слобода у политичкој, економској, друштвеној, културној, грађанској или било којој другој области.

Члан 2.

Државе потписнице Конвенције осуђују дискриминацију над женама у било ком облику, слажу се да слиједи, на све одговарајуће начине и без одлагања, политику елиминисања дискриминације над женама и, стога, настоје:

... (е) да предузму све потребне мјере за отклањање дискриминације жена од стране било ког лица, организације или предузећа;

(ф) да предузму све подесне мјере, укључујући и законодавне, ради измјене или укидања постојећих закона, прописа, обичаја и праксе који представљају дискриминацију жена;

Члан 5

Државе чланице предузимају све подесне мјере:

(а) ради измјене друштвених и културних обичаја у погледу понашања мушкараца и жена да би се отклониле предрасуде, као и уобичајена и свака друга пракса заснована на схваћању о инфериорности или супериорности једног или другог пола или традиционалној улози мушкараца, односно жена;

2. Пекиншка декларација са Плаформом за акцију – стратешки циљеви и акције – ЖЕНЕ И МЕДИЈИ (Ј)⁵

с. Стратешки циљ Ј.1. – Повећати учешће и приступ жена изражавању и одлучивању кроз медије и нове комуникационе технологије,

д. Стратешки циљ Ј.2. – Промовисати уравнотежено и нестереотипно приказивање жена у медијима

3. Савјет Европе - Препорука 1555 (2002) - Слика жена у медијима⁶

... Скупштина наглашава да, иако је учињен видљив напредак у неколико европских држава, слика жена у медијима пречесто остаје негативна и наставља бити стереотипна и сексистичка. Жене су повезане са приватном сфером, домаћинством и породичним животом. Медији често приказују жене као сексуалне објекте. Док савремени свијет пролази кроз рапидне промјене, слика жена у медијима се није заиста промијенила.

... Скупштина позива владе земаља чланица Савјета Европе да усвоје и спроведу политике против сексистичких и стереотипних слика и представљања жена у медијима. Скупштина позива владе да успоставе више тијела која ће надзирати медије и аудиовизуелни сектор.

⁵ Усвојена на Четвртој свјетској конференцији о женама, одржаној у Пекингу 1995. године.

⁶ Усвојила Парламентарна скупштина Савјета Европе, на 13. засједању, 24. априла 2002. године.

4. Препорука Комитета министара државама чланицама о новом поимању медија ЦМ/Рец(2011)7⁷

У којој се у дијелу „Критеријуми за идентификацију медија и смјернице за степеновани и диференцирани пситуп“ у дијелу Ц „Одговорности медија као један од показатеља наводе и поштовање достојанства и приватности и наводи следеће: „86. Поменути захтеви треба да буду степеновани, при чему треба нарочито водити рачуна о уређивачким политикама и процесима које су медији усвојили у вези с њиховим потенцијалним дOMETOM и утицајем, али и очекивањем јавности у том смислу. Креатори медијског садржаја, уредници и дистрибутери треба да се придржавају релевантних професионалних стандарда, укључујући и оне који су осмишљени у контексту борбе против дискриминације и стереотипа, те промовисања родне равноправности. Они нарочито треба да воде рачуна, да у складу са етичким стандардима, осигурају медијску покривеност мањинских и женских питања, тако што ће у процесе креирања садржаја, уређивања и дистрибуције укључити представнике мањина и жене.“

5. Препорука ЦМ/РЕЦ(2013)1 Комитета министара државама чланицама о равноправности полова и медијима⁸

Слобода медија (укључујући уређивачку слободу) и равноправност полова суштински су повезане. Равноправност полова је део људских права. Слобода изражавања, као основно право, иде руку под руку с равноправношћу полова. Осим тога, остваривањем слободе изражавања може се унапредити равноправност полова. Медијски плурализам и разноврсност медијских садржаја имају и родну димензију. Препорука ЦМ/Рец(2007)2 о медијском плурализму и разноврсности медијског садржаја потврђује да су плурализам и разноврсност медијског садржаја пресудно значајни за функционисање демократског друштва, подстицање и неговање јавне расправе, политичког плурализма и свести о различитим мишљењима разних друштвених група. Медији имају централну улогу у обликовању перцепција, идеја, ставова и понашања друштва. Они би требало да одражавају реалност мушкараца и жена, уз сву њену разноврсност. 1 Израз „медији“ у овој препоруци користи се у значењу које тај термин има у тексту Препоруке ЦМ/Рец (2011)7 о новом поимању медија, која је усвојена 21. септембра 2011. О равноправности полова и медијима..... Медији могу да ограниче или да подстакну структурну промену која води ка равноправности полова. Неједнакости у друштву репродукују се у медијима... То је још очигледније када је реч о слабој видљивости жена, како у смислу квалитета, тако и у смислу квантитета, у медијским садржајима, о ретком ангажовању жена као експерата и о релативном одсуству становишта и мишљења жена у медијима. У том смислу, посебно је упечатљиво медијско извештавање о политичким догађајима и изборним кампањама, баш као и истрајност сексистичких стереотипа и ретко појављивање контрастереотипа...

..... Медијски јавни сервиси требало би да буду авангарда савременог медијског система и да служе свим заједницама у друштву. То захтева да се посебна пажња посвећује равноправности полова, како у смислу учествовања у медијским јавним сервисима и приступа тим сервисима, тако и у погледу садржаја и начина на који се то питање третира и представља у медијима. Јавни медијски сервис јесте, или би требало да буде, референтна тачка за социјалну кохезију и интеграцију свих појединаца, због чега има важну улогу у унапређењу равноправности полова у медијима и путем медија...

⁷ Усвојио Комитет министара 21. септембра 2011. године на 1121. састанку заменика министара

⁸ Усвојио Комитет министара 10. јула 2013. године на 1176. састанку заменика министара

У Препоруци ЦМ/ Рец(2007)17 о стандардима и механизмима равноправности полова, Комитет министара је нагласио да државе чланице треба да подстичу делотворне мере које ће осигурати да се равноправност полова, као начело људских права, поштује у медијима, у складу са друштвеном одговорношћу која произилази из моћи коју медији имају у савременом друштву. У својој Декларацији „Да родна равноправност постане стварност“, коју је усвојио 2009. године, Комитет министара је позвао да се предузимају мере којима се подстичу медијски професионалци, али и комуникациони сектор у целини да предочавају нестереотипну слику жена и мушкараца. Родна перспектива је наглашена у многим инструментима Савета, а посебно је истакнута у вези с новим медијским окружењем у Препоруци ЦМ/Рец(2011)7 о новом поимању медија...

У Прилогу уз Препоруку ЦМ/Рец(2013)1, у дијелу „Смјернице“ А. Државе чланице треба да подрже иницијативе за подизање нивоа свести и кампање за борбу против родних стереотипа у медијима. Б. Медијске организације треба подстицати да донесу саморегулаторне мере, интерне кодексе понашања – етичке кодексе и кодексе за интерни надзор, као и да развијају стандарде медијског извештавања којима се унапређује равноправност полова како би се промовисали досљедна унутрашња политика и услови рада чији је циљ, између осталих, и нестереотипно приказивање, улоге и видљивост жена и мушкараца, избјегавање сексистичке економске пропаганде, језика и садржаја чија би посљедица могла да буде дискриминација по основу пола, подстицање на мржњу или на родно засновано насиље.

6. Резолуција Парламентарне скупштине Савјета Европе 1751 (2010) „Сузбијање сексистичких стереотипа у медијима“⁹

1. Парламентарна скупштина Вијећа Европе упозорава и жали због чињенице што су жене жртве сексистичких стереотипа у медијима. С једне стране су недовољно представљене, ако не и невидљиве у медијима. С друге стране, постојаност сексистичких стереотипа у медијима - сврставање жена и мушкараца у традиционалне друштвене улоге, нпр. жена код куће, мушкарац у професионалном и политичком свијету, жене као жртве или сексуални објекти, мушкарци као способни и моћни вође – представља препреку родној равноправности.

2. Сексистички стереотипи су преношени и крећу се од хумора и клишеја у традиционалним медијима до потицања на родно утемељену мржњу и насиље на интернету. Сексистички стереотипи се пречесто тривијализирају и толерирају под изликом слободе изражавања. Надаље, ти су стереотипи често суптилно преношени од стране медија који репродуцирају, стварају ставове и мишљења која су виђена као друштвене норме у којем је родна равноправност далеко од стварног стања. Сходно томе, пречесто није могуће покренути судски поступак против сексистичких стереотипа нити их казнити од стране надзорних или само надзорних тијела, осим у случају најозбиљније повреде људског достојанства.

... Медији као витални и саставни дио демократије имају посебну улогу на овом подручју и то у промицању поштивања људског достојанства, сузбијања било каквих облика дискриминације те промицања једнакости жена и мушкараца. Сексизму, као и расизму те другим облицима дискриминације нема мјеста у медијима. Скупштина, између осталог, позива медије: 9.3. на поговарање уравниотеженијем представљању жена у медијима инестереотипном

⁹ Усвојена на засиједању Парламентарне скупштине Савјета Европе, одржаном од 21 – 25. јуна 2010. године

- представљању жена и мушкараца, чиме би се помогло превладавању препрека родној равноправности.

(5) Мјере које се препоручују

Наведене су у диспозитиву ове препоруке.

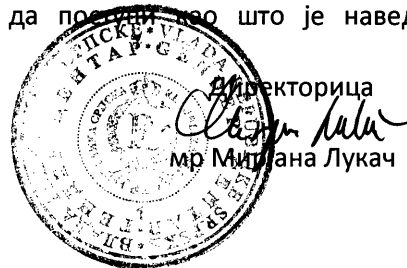
(6) Рок за одговор у писаној форми о реализацији препоруке

У складу са чланом 23. став 3. Јединствених правила, одговорне стране, из захтјева подносица, дужне су у року од 30 дана од дана достављања ове препоруке у писаној форми Гендер центру доставити одговор о реализацији препоруке.

Закључак:

Циљ ове препоруке је да се одговорним за спровођење предметне кампање укаже на обавезу примјене нормативно – правних стандарда за равноправност полова и спријечи да се у будућности креирају слични рекламни спотови, који у јавности могу оставити утисак да се истима жели извршити или подстаћи дискриминација по основу пола. Наиме, у случајевима када се медијски садржај коси са забрањеним облицима дискриминације по основу пола који су утврђени у позитивним законским прописима, реакција мора постојати јер је дискриминаторна медијска порука, на жалост, доступна великом броју људи и њено негативно дјеловање повређује цијеле колективитете или групе лица.

Исправно примјењујући наведени релевантни правни оквир из ове препоруке, те цијенећи одговоре институција и предузећа, одговорних за спровођење предметне кампање, на наводе подносиоца захтјева за испитивање повреда Закона о равноправности полова у БиХ, Гендер центар је подвео предметни рекламни садржај под индиректну дискриминацију, тражећи од одговорне стране да поступи по оно што је наведено у диспозитиву ове препоруке.



Достављено:

1. Министарство саобраћаја и веза Републике Српске;
2. Министарство унутрашњих послова Републике Српске;
3. Агенција за безбиједност саобраћаја Републике Српске;
4. Ауто – мото савез (АМС) Републике Српске;
5. Републичка управа за инспекцијске послове Републике Српске;
6. „Molson coors“ доо Бања Лука и
7. а/а.