



**SMJERNICE ZA INTEGRACIJU
NAČELA RODNE
RAVNOPRAVNOSTI U PODRUČJU
MEDIJA I KOMUNIKACIJA**

**Reci to
ravnopravno!**



Kroz brošuru bit ćete upoznati s terminima i konceptima **“Gender mainsteraming”** i **“Gender Say Gap”**. Oni su preduvjet za razumijevanje važnosti integracije načela rodne ravnopravnosti u sve sfere društva, a posebice u područje medija i komunikacija.

Brošura sadrži i **smjernice** kako uključiti načela rodne ravnopravnosti u upravljačke strategije, uređivačke i poslovne politike, sadržaje, kampanje, događanja i ostale segmente djelovanja unutar medijske i komunikacijske industrije.

“Gender mainstreaming”

Vijeće Europe naglašava nužnost integracije načela rodne ravnopravnosti u sve sfere. Kako u donošenje odluka, tako i na razinama programa i projekata. Takav pristup naziva se „**Gender mainstreaming**“.

Znamo da žene i muškarci nerijetko žive u različitim uvjetima i imaju različite potrebe. Uz to, pozicije im nisu jednake zbog čega posljedično imaju nejednak pristup resursima, moći, ljudskim pravima i institucijama.

Cilj “Gender mainstreaming” pristupa je uzeti sve navedeno u obzir kad se kreiraju, implementiraju i evaluiraju programi i projekti kako bi i muškarci i žene od njih profitirali. Još jedan cilj ovog pristupa je i težnja tome da se dodatno ne povećaju i potiču rodne razlike. Vijeće Europe smatra da navedeni pristup, kada se ispravno implementira, ima potencijal kreacije društvene promjene.

Neki od načina kako se može pridonijeti integraciji načela rodne ravnopravnosti u različite sfere su rodne analize, procjene utjecaja, podizanje svijesti o važnosti rodne ravnopravnosti te dostupnost resursa i informacija. Važno je da se pritom osigura prostor za raspravu, promovira razmjena informacija, komunicira s ciljem boljeg razumijevanja različitih pozicija te da se potiče promjena stajališta, ponašanja i uvjerenja koja su odgovorna za rodnu (ne)jednakost.

Upravo mediji i komunikacijska industrija mogu utjecati na ispravnu i raširenu implementaciju “Gender mainstreaming” pristupa. Oni to svakodnevno mogu činiti kroz svoje strategije, izbor sadržaja, kampanje, pristup sadržaju, izbor sugovornika/ica i kroz različite uključive metode.

“Gender Say Gap”

“Gender mainstreaming” pristup može se implementirati u interne procese organizacije i/ili institucije, ali može biti i dio planiranih aktivnosti prema široj javnosti.

U posljednjem desetljeću žene su sve zastupljenije i uspješnije u različitim profesijama, no i dalje su nevidljive. Prema **Clare Mason** iz organizacije **Man bites dog**, razlog je „**Gender Say Gap**“. Radi se o terminu koji je skovala navedena organizacija i **označava nevidljivost žena, ali i ostalih manjinskih skupina u javnoj sferi i različitim poslovnim granama**. Taj termin postao je veoma raširen i korišten u Velikoj Britaniji, ali i šire.

Mlade žene, ako ne vide da mogu biti uspješne u različitim područjima, teže će se aktivirati i glasno zastupati svoje interese. Kroz različite metode “Gender mainstreaming” pristupa može se utjecati na smanjenje “Gender Say Gapa”.

Mason smatra da mediji i komunikacijska industrija mogu imati važnu ulogu u tom smanjenju. Iako se radi o granama u kojima su žene jako uspješne i inspirativne, upravljačke pozicije i dalje drže muškarci. Nedostatak svijesti o važnosti integracije načela rodne ravnopravnosti u medijima i komunikacijskoj industriji može imati izravan utjecaj na poslovanje, uređivačke politike, uredničke odluke kao i na odabir priča koje će biti ispričane i odluke tko će ih ispričati.

Upravo svijest o navedenim terminima i implementacija “Gender mainstreaming” pridonosi tomu da na konferencijama, događanjima, u kampanjama, istupima u medijima, kao i kroz obradu različitih priča se da glas ženama. Tako će više žena pričati o različitim temama, pokazati svoje znanje i vještine. Kroz uključivanje ostalih manjinskih skupina može se prikazati različitost društva u kojem djelujemo.

Kroz bolju prezentaciju žena, ali i ostalih manjinskih skupina u medijima i komunikacijskim industrijama, posredno se može utjecati na informiranost i educiranost konzumenata i konzumentica medijskog sadržaja.

Smjernice za uvođenje načela rodne ravnopravnosti

Clare Manson donosi i nekoliko koraka kao pridonijeti smanjenju "Gender Say Gapa" u vašim institucijama/organizacijama, kako interno, tako i u javim istupima/kampanjama/djelovanju.

- **Proučiti i analizirati stanje u vlastitim organizacijama** - imate li raznolikost u svojim redovima (zaposlenici/e, posebice u upravljačkim strukturama), imate li raznolike klijente, pripremate li raznolike sadržaje, imate li interne akte kojima se promovira rodna ravnopravnost
- **Postaviti hrabre ciljeve za smanjenje rodnog jaza** - npr. povećanje udjela žena na vodećim pozicijama za 20%
- **Kreirati razvojni program za jačanje novih/budućih stručnjaka/inja** - izgradite vještine osoba iz različitih skupina i nadahnite ih da iskorače kao stručnjaci/kinje, zaposlenici/e
- **Iskoristite talent/stručnost unutar tima** - nemojte zanemarivati stručne osobe iz vaše organizacije/institucije/poduzeća, ali ni ekspertice iz partnerskih organizacija
- **Recite ne isključivo muškim panelima** – proaktivno uključite govornice iz različitih skupina (manjinske skupine, različita dob, različite ekspertize)

Smjernice za uvođenje načela rodne ravnopravnosti

Kroz projekt "**Reci to ravnopravno**" prikupili smo mišljenja budućih i istaknutih komunikacijskih stručnjaka i stručnjakinja. Ovo su njihovi prijedlozi:

- **Pripazite na zabavne sadržaje koje plasirate** - promoviraju li serije/filmovi/emisije koje emitirate rodne stereotipe?, uključuju li vaše objave/kampanje seksističke sadržaje?, jesu li različite skupine u društvu stereotipno prikazane?
- **Plasirajte u javnost sadržaje koji su uključivi, autentični, edukativni i intersekcionalni** - osim što osvještavate javnost, senzibilizirate i educirate i vaše zaposlenike/ice
- **Radite na rušenju mitova o ženama na vodećim pozicijama** - npr. da žene ne moraju stalno iznova dokazivati svoje kompetencije, predrasude da su lideri/šefovi uglavnom muškarci
- **Kreirajte interne politike koje omogućuju stvaran balans između poslovnog i privatnog** - žene teže napreduju ako imaju djecu ili nakon povratka s porodičnog dopusta
- **Uspostavite suradnju s organizacijama koje se bave rodnom ravnopravnošću** - one vam mogu dati korisne smjernice za vaše kampanje/priče/politike

Smjernice za integraciju načela rodne ravnopravnosti u području medija i komunikacija nastale su unutar projekta “Reci to ravnopravno!” koje je provodilo Veleučilište Baltazar.

Projekt sufinancira Agencija za elektroničke medije kroz “Javni poziv za sufinanciranje projekata na temu poticanja medijske pismenosti”.

Sadržaj brošure ne odražava stajališta Agencije za elektroničke medije.