



Finansira
Evropska unija

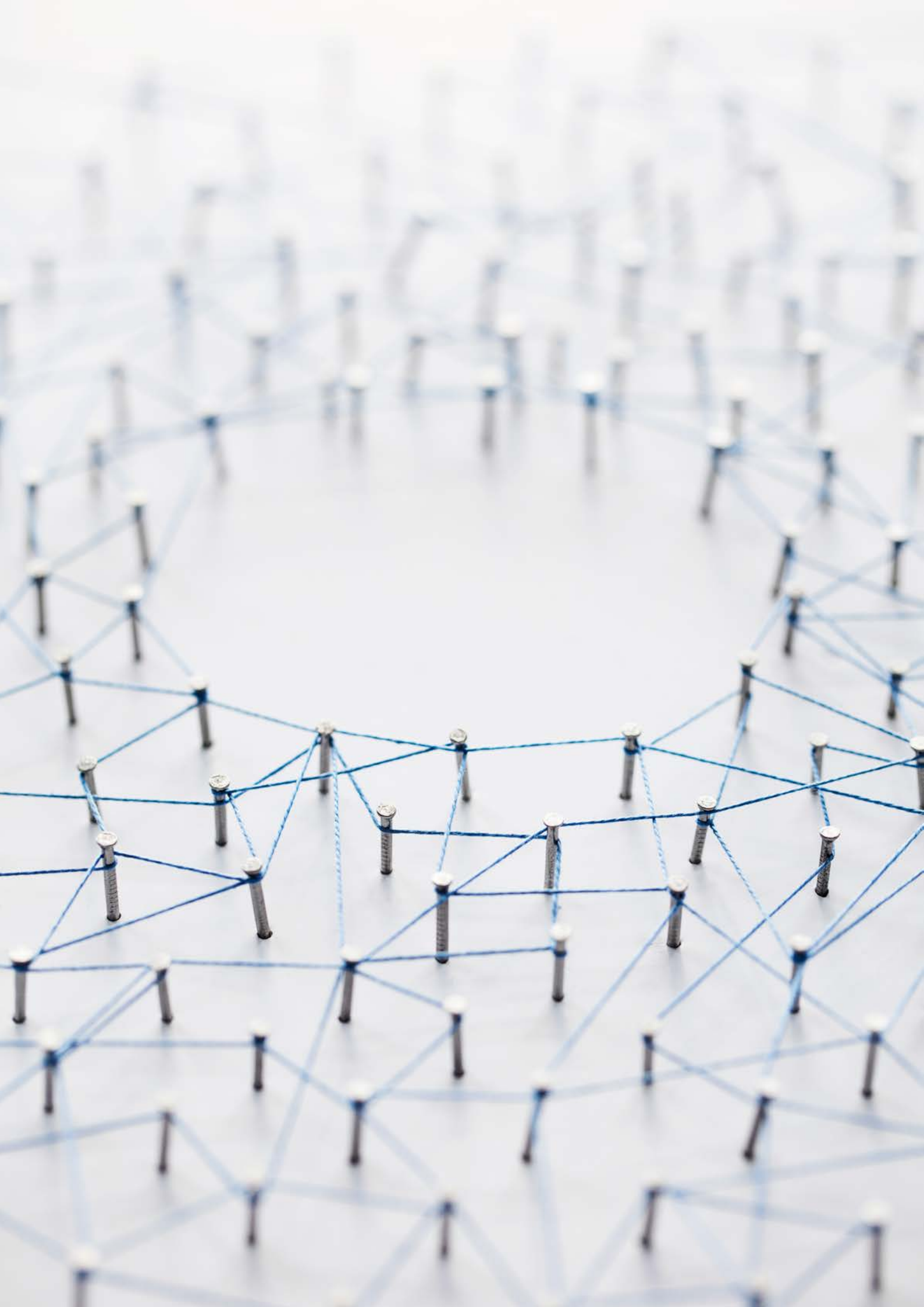


Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE U JAVNOJ UPRAVI

Podgorica, 2022.





Finansira
Evropska unija



Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE U JAVNOJ UPRAVI

Podgorica, 2022.



Finansira
Evropska unija



Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



Autorka: Mirjana Ivanović

Publikacija je proizvedena uz finansijsku pomoć Evropske unije (EU), kroz projekat "Komuniciranje rodne ravnopravnosti", koji sprovode Kancelarija Programa Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u Crnoj Gori i Direkcija za rodnu ravnopravnost pri Ministarstvu ljudskih i manjinskih prava. Mišljenja, zaključci i stavovi izneseni u publikaciji su stavovi autorke i ne predstavljaju nužno stavove partnera u Projektu. Kratki izvodi iz ove publikacije mogu se nepromijenjeni reprodukovati bez odobrenja autorke, pod uslovom da se navede izvor.

SADRŽAJ

UVOD	7
1. ZAKONODAVNI I STRATEŠKI OKVIR	9
2. RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE	13
2.1 Značaj rodno odgovornog komuniciranja	15
2.2 Stereotipi, predrasude i uloga odnosa s javnošću	16
2.3 Interna komunikacija rodne ravnopravnosti	18
2.4 Eksterna komunikacija rodne ravnopravnosti	23
2.5 Uobičajeni otpori prema naporima na postizanju rodne ravnopravnosti i strategija za njihovo prevazilaženje	29
3. PREDLOZI ZA STRATEŠKI OKVIR ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE	30
ANEKS I - PRAVILA ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE	36
ANEKS II - KRATAK RJEČNIK RODNE RAVNOPRAVNOSTI	44

RJEČNIK SKRAĆENICA:

UNDP	Program Ujedinjenih nacija za razvoj
EU	Evropska unija
CEDAW	Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena
NSOR	Nacionalna strategija održivog razvoja
EIGE	Evropski institut za rodnu ravnopravnost
GREVIO	Grupa eksperata Savjeta Evrope za borbu protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici
ECRI	Evropska komisija protiv rasizma i netolerancije
UzK	Uprava za kadrove
MUP	Ministarstvo unutrašnjih poslova

UVOD

Država Crna Gora jemči ravnopravnost žene i muškarca i razvija politiku jednakih mogućnosti. Da se ova ustavna odredba sprovede u djelo, najodgovornije su institucije čija uloga je kako preventivna tako i represivna. Institucije moraju da naprave ključne promjene i iskorake u ovoj oblasti, da kreiraju društvo jednakih šansi i da ga vode putem prosperiteta i napretka, a njega ne može biti dok su žene jedina većina koja je diskriminisana.

Način i kvalitet Vladinih komunikacija utiče na uspješnost svih njenih politika, pa i rodne ravnopravnosti. Da bi eksterna komunikacija bila efikasna, interna mora biti na odgovarajućem nivou kako bi se obezbijedilo razumijevanje i podrška temi od strane onih koji je implementiraju u različitim segmentima svog rada i u krajnjem prema građankama i građanima.

Zadaci i ciljevi komunikacija i odnosa s javnošću su brojni ali se oni u javnoj upravi mogu sažeti na način da je građane i građanke potrebno informisati i edukovati, a u krajnjem uticati na promjenu njihovog ponašanja.

Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) postavio je rodnu ravnopravnost kao jednu od svojih ključnih strateških politika i opredjeljenja, kako bi kroz partnerske aktivnosti i podršku na različitim nivoima, doprinio unapređenju agende rodne ravnopravnosti u skladu sa međunarodnim okvirima i razvojnim prioritetima Crne Gore.

U partnerstvu sa Ministarstvom pravde, ljudskih i manjinskih prava UNDP implementira projekat "Komuniciranje rodne ravnopravnosti, koji finansira Evropska unija (EU).

Cilj ovog dokumenta, koji je izrađen u okviru projekta, jeste da analizira rodno odgovorno komuniciranje u javnom sektoru kroz prizmu strateškog i zakonodavnog okvira, procjene kapaciteta službenika/ca zaduženih za odnose s javnošću i kreira predloge za strateški komunikacioni okvir za ovu temu. Takođe, za sve one koji se bave, posredno ili neposredno, komunikacijama u javnoj upravi u Crnoj Gori, pripremljen je i niz pravila za rodno odgovorno komuniciranje kako bi njihove aktivnosti bile u skladu sa principima rodne ravnopravnosti.

Kroz ovaj dokument, takođe, se nastoji podržati razvoj i usvajanje integrisanja principa rodne ravnopravnosti u svim fazama i nivoima politika, programa i projekata, tzv. gender mainstreaming-a, u komunikacionim alatima koji se koriste u javnoj upravi.

Kvalitet i način komunikacija utiču na uspješnost svih Vladinih politika, pa i rodne ravnopravnosti.





1. ZAKONODAVNI I STRATEŠKI OKVIR

Crna Gora je od obnove nezavisnosti i usvajanja Ustava kreirala okvir za unapređenje rodne ravnopravnosti, a time dijelom postavljala i temelje na koje rodno odgovorno komuniciranje može da se nasloni, s obzirom na to da je oblast odnosa s javnošću u javnom sektoru jako slabo uređena. Osim kroz najviši pravni akt, država je ovo pitanje uređivala brojnim zakonodavnim i strateškim dokumentima, te usvajanjem međunarodnih konvencija.

Ratifikovan je niz međunarodnih ugovora i konvencija kojima se Crna Gora obavezala na sprovođenje standarda u ovoj oblasti i obezbjeđivanje rodne ravnopravnosti u svim sferama života. Među njima su **Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima (1966), Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena - CEDAW (1979), Pekinška deklaracija i Platforma za akciju (1995), Rezolucija Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija 1325 "Žene, mir i bezbjednost" (2000), Konvencija Savjeta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (Istanbulska konvencija - 2011).**

Dodatne obaveze u cilju osnaživanja rezultata u ovoj oblasti, država je preuzela u procesu pristupnih pregovora sa EU, a definisane su kroz Program pristupanja Crne Gore EU.

Potvrđeni i objavljeni međunarodni ugovori i opšteprihvaćena pravila međunarodnog prava, shodno **članu 9 Ustava Crne Gore**, sastavni su dio unutrašnjeg pravnog poretka, imaju primat nad domaćim zakonodavstvom i neposredno se primjenjuju kada odnose uređuju drukčije od unutrašnjeg zakonodavstva.

Ustav u članu 18, kaže da **država jemči ravnopravnost žene i muškarca** i razvija politiku jednakih mogućnosti. Najviši pravni akt, takođe, definiše da država jemči i štiti prava i slobode, da su oni nepovredivi te da je svako obavezan da poštuje prava i slobode drugih.

U **članu 8, Ustav propisuje zabranu diskriminacije po bilo kojem osnovu**. Navodi se i da se neće smatrati diskriminacijom propisi i uvođenje posebnih mjera koji su usmjereni na stvaranje uslova za ostvarivanje nacionalne, rodne i ukupne ravnopravnosti i zaštite lica koja su po bilo kom osnovu u nejednakom položaju.

Usvojen je i niz zakona – **Zakon o rodnoj ravnopravnosti, Zakon o zabrani diskriminacije, Zakon o Zaštitniku ljudskih prava i sloboda Crne Gore**, čime je stvoren osnov za zaštitu i promociju prava žena, ali i osoba drugačijih polnih i rodnih identiteta.

Zakon o rodnoj ravnopravnosti u članu 3 propisuje **obavezu državnih organa da, radi postizanja rodne ravnopravnosti, u svim fazama planiranja, donošenja i sprovođenja odluka, kao i preduzimanja aktivnosti iz svoje nadležnosti, ocjenjuju i vrednuju uticaj tih odluka na položaj žena i muškaraca**. Tim zakonom je, takođe, propisano da će Vlada, u okviru svojih nadležnosti primjenjivati principe rodne ravnopravnosti. Ova odredba značajna je za rodno odgovorne komunikacije jer pomaže u boljem određivanju ciljnih javnosti, komunikacionih poruka i komunikacionih alata koji će se koristiti.

Međunarodni standardi u oblasti rodne ravnopravnosti dio su crnogorskog pravnog sistema i mogu se neposredno primjenjivati.

Ovaj Zakon, takođe, djeluje horizontalno i propisuje obavezu orodnjavanja svih normativnih akata i strategija u svim oblastima, kao i podizanje kapaciteta svih institucija za sprovođenje politika rodne ravnopravnosti. Međutim, **većina sektorskih politika nije rodno odgovorna** i ne sadrži ciljeve, aktivnosti, indikatore i budžet koji su orijentisani na osnaživanje žena, osoba različitih polnih i rodni identiteta, niti posebno osjetljivih grupa kao što su Romkinje i Egipćanke, osobe sa invaliditetom, žene sa sela itd.

Zakon, ipak, ne propisuje sankciju za nepoštovanje ove mjere, pa većina dokumenata javne politike nije orodnjena. Iako ozbiljna analiza orodnjenosti nacionalnih javnih politika tek treba da uslijedi, preliminarna bazična provjera urađena za potrebe donošenja Nacionalne strategije rodne ravnopravnosti ukazuje na to da **73.2% nacionalnih sektorskih strateških dokumenata ni na koji način ne tretiraju pitanje rodne ravnopravnosti.**¹

Ovaj podatak treba sagledavati u kontekstu toga da je teško rodno odgovorno komunicirati politike koje suštinski nijesu orodnjene. **Ono što se u javnoj upravi komunicira, kako ka internim tako i ka eksternim javnostima, mora biti vjerodostojna slika procesa i rezultata institucija.**

Državni organi imaju zakonsku obavezu da obezbijede edukaciju zaposlenih o rodnoj ravnopravnosti, a posebno važna odredba sa aspekta komunikacija jeste obavezna upotreba rodno senzitivnog jezika.

Ako politike nijesu orodnjene, to onda ne mogu biti ni komunikacije institucija.

Organi, mediji, privredna društva, druga pravna lica i preduzetnici/ce dužni su da u svom radu koriste rodno osjetljivi jezik i da u aktima o zasnivanju radnog odnosa, odnosno ugovoru o radu, aktima o izboru, imenovanju, odnosno postavljanju, kao i u aktima o izboru u akademski zvanja, aktima o raspoređivanju i drugim aktima kojima se odlučuje o pravima i obavezama zaposlenih i drugim javnim ispravama i evidencijama, sve nazive radnih mjesta, zanimanja, zvanja i funkcija izražavaju u prirodnom rodu (muškom ili ženskom) lica na koje se ovi akti odnose.²

Za nepoštovanje ove odredbe, propisane su i zakonske sankcije, pa je predviđena novčana kazna za odgovorno lice u pravnom licu, državnom organu, organu lokalne samouprave, u iznosu od 150 do 1.000 eura.³ Prema dostupim informacijama, u Crnoj Gori do sada nije bio ni jedan slučaj u kojem je neko dobio kaznu za kršenje ove odredbe.

U članu 2, **Zakon o zabrani diskriminacije kaže da je zabranjen svaki oblik diskriminacije po bilo kom osnovu.** Dodaje se da je "diskriminacija svako neopravdano, pravno ili faktičko, neposredno ili posredno pravljenje razlike ili nejednako postupanje, odnosno propuštanje postupanja prema jednom licu, odnosno grupi lica u odnosu na druga lica, kao i isključivanje, ograničavanje ili davanje prvenstva nekom licu u odnosu na druga lica, koje se između ostalog zasniva i na polu, rodnom identitetu, seksualnoj orijentaciji".

U članu 19 se kaže da se svako pravljenje razlike, nejednako postupanje ili dovođenje u nejednak položaj lica po osnovu rodnog identiteta ili seksualne orijentacije smatra diskriminacijom: "Svako ima pravo da izrazi svoj rodni identitet i seksualnu orijentaciju. Rodni identitet i seksualna orijentacija su privatna stvar svakog lica i niko ne može biti pozvan da se javno izjasni o svom rodnom identitetu i seksualnoj orijentaciji".

Osim u zakonima, rodna ravnopravnost je adresirana i kroz strateška dokumenta - Nacionalnu strategiju održivog razvoja (NSOR) do 2030. godine kao i Nacionalnu strategiju rodne ravnopravnosti (NSRR) 2021-

¹ Nacionalna strategija rodne ravnopravnosti 2021-2025, str. 30

² Zakon o rodnoj ravnopravnosti, član 13a, Službeni list Crne Gore 46/07, 73/10, 40/11, 35/15)

³ Zakon o rodnoj ravnopravnosti, član 33a, Službeni list Crne Gore 46/07, 73/10, 40/11, 35/15)

2025. koja je četvrti⁴ strateški okvir za ovu oblast, i u kojoj je dosta pažnje posvećeno pitanjima medija, edukacije i kulture, te jačanju svijesti i promjeni ponašanja po pitanju rodne ravnopravnosti upravo kroz ove oblasti.

Nacionalna strategija rodne ravnopravnosti 2021-2025.⁵

daje sveobuhvatan okvir za dalje korake kojima bi se smanjio rodni jaz u Crnoj Gori. Uzeti su u obzir i ciljevi postavljeni u Strategiji EU za rodnu ravnopravnost 2020-2025, koji se odnose na zaustavljanje širenja rodnih stereotipa, ukidanje razlika na osnovu pola na tržištu rada, postizanje jednakog učešća muškaraca i žena u raznim oblastima privrede, borba protiv razlika u primanjima i penzijama na osnovu pola, ukidanje razlika na temelju pola po pitanju brige i rada u kući i postizanje rodne ravnoteže u donošenju odluka i politici, kao i zaustavljanje rodno uslovljenog nasilja.

NSRR je integrisala ciljeve EU Strategije na sljedeći način:

- Da se kroz obrazovanje, kulturu, medije i javnu edukaciju u naredne četiri godine doprinese smanjivanju rodnih stereotipa i predrasuda;
- Povećanje nivoa učešća žena i osoba drugačijih polnih i rodnih identiteta u oblastima koje omogućavaju pristup resursima i dobrobiti od korišćenja resursa, a kroz posebne mjere će se osnaživati ove društvene grupe, kao i marginalizovane i osjetljive osobe i grupe, da učestvuju u ekonomskom životu;
- Kroz planirane javne kampanje želi se podići javna svijest o potrebi ravnomjernije raspodjele rada u kući, brige o djeci i starijima, a sa druge strane, kroz podsticanje tripartitnog dijaloga o izmjenama zakona, će omogućiti veće učešće žena na tržištu rada i postizanje bolje ravnoteže između poslovnog i privatnog života;
- Planirane su aktivnosti kojima će se osnaživati žene i osobe drugačijih polnih i rodnih identiteta da učestvuju u političkom odlučivanju;
- Planirane su i mjere kojima će se podići nivo prevencije i zaštite od rodno zasnovane diskriminacije, seksualnog uznemiravanja, rodno zasnovanog nasilja i višestruke diskriminacije na radnom mjestu.

Kroz mjere i aktivnosti, takođe, se želi doprinijeti zaštiti od diskriminacije po osnovu roda i pola, kao i zaštiti od seksualnog uznemiravanja i ucjenjivanja na radnom mjestu, kako bi se žene i osobe drugačijih polnih i rodnih identiteta ohrabrile da učestvuju u javnom, političkom i ekonomskom životu.

U Crnoj Gori je 2019. godine prvi put urađen **Indeks rodne ravnopravnosti**⁶, koji je razvijen na osnovu proračuna MONSTAT-a, na inicijativu Odjeljenja za poslove rodne ravnopravnosti Ministarstva za ljudska i manjinska prava, a u saradnji s Evropskim institutom za rodnu ravnopravnost (EIGE) i UNDP u Crnoj Gori, u okviru Projekta „Podrška antidiskriminacionim i politikama rodne ravnopravnosti” koji je finansirala EU. Indeks je napravljen na osnovu jedinstvene

Protiv rodnih stereotipa i predrasuda mora se boriti kroz obrazovanje, kulturu, medije i javnu edukaciju.

Zbog nametnutih rodnih uloga, žene obavljaju najveći dio neplaćenog rada domaćinstvu, te su zato i najmanje ravnopravne u domenu vremena.

⁴ Prvi je važio od 2008. do 2013, drugi od 2013. do 2017, a treći od 2017. do 2021

⁵ Nacionalna strategija rodne ravnopravnosti 2021-2025. godine sa Akcionim planom 2021-2022. godine, <https://bit.ly/3JWj65n>

⁶ Indeks rodne ravnopravnosti, <https://bit.ly/3taXA6O>

metodologije EIGE, koji kroz 31 indikator mjeri stepen rodne ravnopravnosti u šest domena: rada, novca, znanja, vremna, moći i zdravlja. Indeks je pokazao da je stepen rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori daleko ispod prosjeka u 28 zemalja članica EU. Naime, iskazan kroz indeksne poene, stepen rodne ravnopravnosti u našoj državi je 55 dok je prosjek u EU 67,4.

Indeks je pokazao da su žene u Crnoj Gori najmanje ravnopravne u domenima moći i vremena što pokazuje stereotipne obrasce i uloge u društvu. Naime, u Crnoj Gori je izuzetno mali broj na pozicijama odlučivanja, a njihov broj je gotovo zanemariv tamo gdje je stvarna i najveća moć. Nerijetko se dešava da se broj žena na odgovornim funkcijama povećava u onim oblastima u kojima raste percepcija javnosti kao manje važnim i značajnim.

Domen vremena je ključni indikator koji govori o izraženosti patrijarhalnih obrazaca i uloga žena u Crnoj Gori. Naime, očekivanje od žene je da bude prije svega majka i domaćica, da neplaćeni kućni poslovi budu njena odgovornost kao i da su njen zadatak briga o djeci, starim i bolesnim članovima porodice.



Važno je prikazati žene na način koji će sugerisati važnost njihove uloge, a način i stav sa kojim su prikazane žene takođe nosi važnu poruku. (foto: Vlada Crne Gore)

2. RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE

Rodno odgovorno komuniciranje osigurava da žene i muškarci, kao i osobe drugačijih rodni identiteta, budu tretirani kao osobe jednake važnosti i dostojanstva. Iako je izuzetno važno, korišćenje rodno senzitivnog jezika nije jedina karakteristika rodno odgovornog komuniciranja kao što to nije ni samo puko prikazivanje jednakog broja muškaraca i žena. **Rodno odgovorno komuniciranje podrazumijeva kreiranje komunikacionih poruka i aktivnosti uvažavajući potrebe i različitosti žena i muškaraca, ne podržavajući rodne stereotipe i osnažujući žene da ostvaruju svoje pune potencijale, nesputane patrijarhalnim i tradicionalnim obrascima.**

Upotreba rodno senzitivnog jezika ne znači ništa ako poruke koje se šalju javnosti podržavaju rodne stereotipe.

Važno je ukazati na obavezu iz Zakona o državnoj upravi koji definiše da je rad organa državne uprave javan, te da su organi državne uprave dužni da obavještavaju javnost preko sredstava javnog informisanja kao i na drugi odgovarajući način.⁷ Uzimajući u obzir ovu odredbu, kao i pomenutu obavezu orodnjavanja svih normativnih akata i strategija u svim oblastima, definisanu u Zakonu o rodnoj ravnopravnosti, sve ono što određuje Vladine komunikacije i što se komunicira trebalo bi da bude orodnjeno. Međutim, situacija nije takva.

Vlada Crne Gore nema važeći strateški okvir za komunikacije. Komunikaciona strategija 2018-2020. je istekla, a nova još nije usvojena. Takođe, Ministarstvo pravde i ljudskih i manjinskih prava, resorno za oblast rodne ravnopravnosti, nema svoju komunikacionu strategiju.

U Komunikacionoj strategiji Vlade Crne Gore 2018-2020. godina, pitanje rodne ravnopravnosti je dijelom tretirano i prepoznato kroz predviđene kampanje u okviru ciljeva – *Pravedna i bezbjedna država, Razvoj zapošljavanje i viši životni standard te Država servis građana*. Kampanje koje su navedene tiču se afirmacije prava žena, podsticanja preduzetništva, posebno žena i mladih.

Dajući podatke uvida u publiku, u Strategiji se navode sljedeći podaci za žene:

- Više nego muškarce brine ih problem nezaposlenosti i najveći broj smatra da ključni prioritet Vlade treba da bude razvoj, zapošljavanje i viši životni standard,
- Turizam i biznis smatraju najprivlačnijim sektorima za zapošljavanje,
- Više nego muškarci voljele bi da im se djeca zaposle u industriji i proizvodnji,
- Gotovo dvostruko više žena (63,6% naspram 36,4% muškaraca) je upoznato sa obukama koje nudi Zavod za zapošljavanje,
- Jednako kao i muškarci (73%) smatraju da je teško pokrenuti biznis u Crnoj Gori,
- Optimističnije su u pogledu budućnosti Crne Gore nego muškarci.

⁷ Zakon o državnoj upravi, član 6, Sl. list CG, br 78/2018 i 70/2021

Pravila o komunikacijama koja je Vlada Crne Gore usvojila 15.03.2019. godine nijesu orodnjena i ne daju nikakve smjernice o rodno odgovornom komuniciranju. **Iako važeća, shodno informacijama dobijenim prilikom izrade ove Analize, Pravila se generalno ne primjenjuju.**

Uprkos činjenici da ne postoji krovni strateški komunikacioni okvir, sve gore navedeno daje osnov i predstavlja temelj za rodno odgovorno komuniciranje. Sama NSRR daje pregršt aktivnosti koje su planirane za komunikaciju, ali i niz onih koje bi se mogle planirati za komunikaciju sa različitim ciljnim javnostima. Takođe, kroz brojne druge strategije koje pokrivaju različite oblasti, kao što je na primjer preduzetništvo, razvoj malih i srednjih preduzeća, suzbijanje nedozvoljenog posjedovanja, zloupotrebe i trgovine malokalibarskim i lakim oružjem i municijom, borba protiv trgovine ljudima itd, predviđene su komunikacione aktivnosti kojima se pospješuju različiti aspekti rodne ravnopravnosti.

Osnov za rodno odgovorno komuniciranje postoji u brojnim zakonima i strategijama, iako nema posebne komunikacione strategije.

Za dobru komunikaciju važni su administrativni kapaciteti. Naime, odnosi s javnošću godinama nijesu imali status potreban za ostvarivanje komunikacionih ciljeva. Do 2019. godine, poslovi za odnose s javnošću obavljali su se u kabinetu ministra, koji se osniva za različite potrebe ostvarivanja potrebe ministra. Time je **pospješivana praksa da se s javnošću komuniciraju dominantno aktivnosti ministra, dok su politike resora često bile zanemarene.** Međutim, uvidom u javno dostupne informacije o komunikacionim aktivnostima u pojedinim periodima, komunikacije su bile značajno inkluzivnije i šire, obuhvatajući sve segmente politika resornog ministarstva, što se može pripisati prioritetima u radu pojedinih ministara/ki i osoba zaduženih za odnose s javnošću.

Situacija se donekle mijenja 2019. godine, **kada je u Uredbi o kriterijumima za unutrašnju organizaciju i sistematizaciju poslova u organima državne uprave definisano da se u ministarstvima, za poslove odnosa s javnošću osniva biro u okviru kabineta, a da se zbog prirode poslova organa nadležnog za policijske poslove biro za odnose s javnošću može osnovati u okviru službe.**

MUP ima važne administrativne pretpostavke za komunikaciju tema vezanih za rodnu ravnopravnost u sektoru bezbjednosti.

Zakon o unutrašnjim poslovima napravio je izuzetak i obezbijedio mogućnost formiranja službe za odnose s javnošću: U službi za odnose sa javnošću vrše se poslovi koji se odnose na obavješćavanje domaće i međunarodne javnosti o radu Ministarstva, kao i drugi poslovi iz oblasti informisanja.⁸

Ovaj izuzetak koji se nalazi u Zakonu o unutrašnjim poslovima je važan zato što daje mogućnost kreiranja boljih administrativnih pretpostavki za komunikacije kojima bi se žene podstakle na zapošljavanje u policiji, osnažilo njihovo učešće u bezbjednosnom sektoru, afirmisale ekspertkinje iz ove oblasti, a takođe se stvaraju preduslovi da se, jačanjem odnosa s javnošću, kreiraju bolje komunikacione aktivnosti po pitanju borbe protiv rodno zasnovanog i nasilja u porodici, što je strateško opredjeljenje rada policije, izuzetno izražen problem u stvarnosti ali i problem koji vrlo jasno percipira veliki broj građana/ki.⁹

⁸ Zakon o unutrašnjim poslovima, članovi 9 i 11, Sl. list CG, br 70/2021

⁹ Percepcija policije u Crnoj Gori, DeFacto Consultancy, novembar 2021. godine

2.1 Značaj rodno odgovornog komuniciranja

NSRR je kao centralni problem konstatovala nizak nivo rodne ravnopravnosti, a uzroci su prepoznati, između ostalog, i u tome što su rodni stereotipi, predrasude i tradicionalna podjela uloga između muškaraca i žena još veoma prisutni u svim segmentima društva.

Na Vladi i njenim institucijama je odgovornost da napravi promjene i iskorake u ovoj oblasti jer ona, shodno Ustavu Crne Gore, vodi unutrašnju politiku, izvršava zakone, druge propise i opšte akte, donosi uredbе, odluke i druge akte za izvršavanje zakona. Ona je odgovorna za kreiranje društva jednakih šansi; ona je ta koja mora da usmjerava, da vlada u skladu sa demokratskim principima i evropskim vrijednostima, a ne da povlađuje željama mase. Stručnost bi trebalo da bude u Vladi, koja će kroz znanja i kompetencije zaposlenih, odgovoriti na potrebe svojih građana, u najboljem opštem interesu.

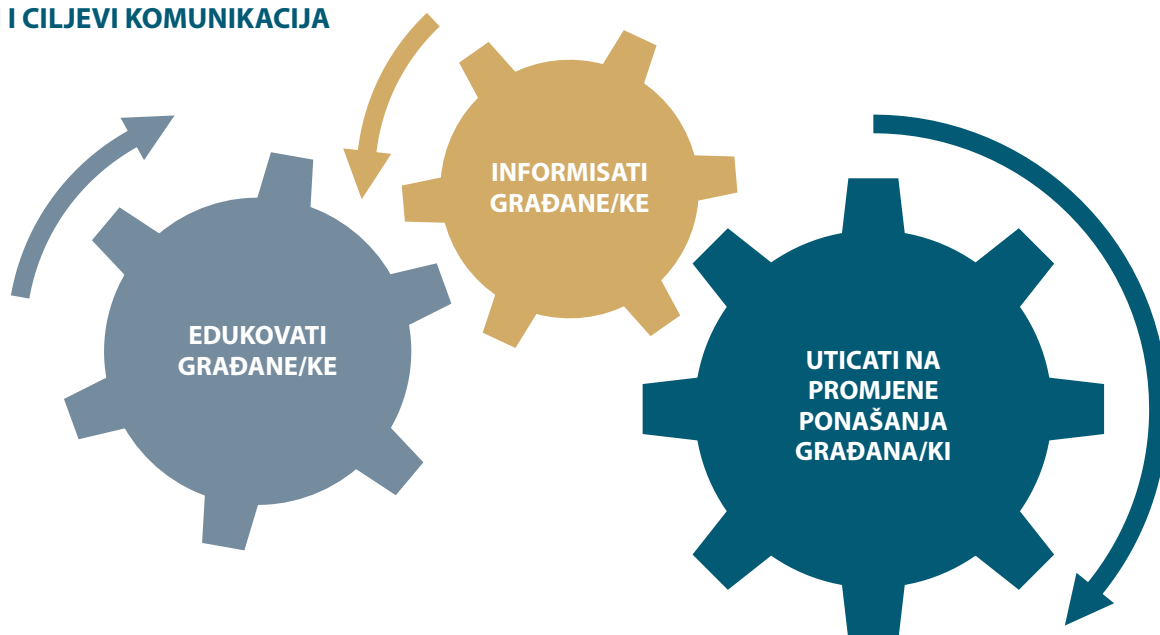
Uspjeh Vladinih politika, pa samim tim i politike rodne ravnopravnosti, zavisi od načina i kvaliteta na koji su one iskomunicirane sa javnošću. Podjednako važne su interne kao i eksterne komunikacije, a dodatna pažnja mora se posvetiti komunikacijama u kriznim situacijama, posebno onima kada su uključene ranjive kategorije, kao na primjer žrtve rodno zasnovanog nasilja, pripadnice romske i egipćanske populacije, osobe sa invaliditetom, osobe drugačijih polnih i rodni identiteta...

Prema definiciji Londonske škole za odnose s javnošću, krizna situacija je ozbiljan incident koji utiče na sigurnost ljudi i okoline, i/ili proizvoda te ugled organizacije/institucije/kompanije koju, zbog krize, prati negativan publicitet. **Krizna komunikacija je ona koja se pokreće u situacijama kada nastupa kriza, kako bi javnost bila pravovremeno i tačno informisana, spriječeno dalje produbljivanje krize zbog izostanka ili loše komunikacije te spriječena odnosno smanjena šteta po državu, građane, njihovu imovinu i/ili ugled institucije/organizacije.**

Posebno je važna krizna komunikacija u situacijama u kojima su uključene ranjive grupe.

Zadaci i ciljevi komunikacija i odnosa s javnošću su brojni ali se oni u javnoj upravi mogu sažeti na način da je građane i građanke potrebno informisati i edukovati, a u krajnjem uticati na promjenu njihovog ponašanja.

ZADACI I CILJEVI KOMUNIKACIJA



2.2 Stereotipi, predrasude i uloga odnosa s javnošću

Stereotipi i predrasude su sastavni dio svakog pojedinca i društva, koji se “usađuju” od najranijeg djetinjstva na različite svjesne i nesvjesne načine. Vremenom se takvi obrasci sve više učvršćuju, a manjak formalnog i neformalnog obrazovanja, različitih oblika podizanja svijesti i edukacije javnosti umnogome doprinose odaljavanju društva od savremenih evropskih vrijednosti, shvatanja i praksi. Iako patrijarhat i rodni stereotipi nijesu specifičnost samo crnogorskog društva, oni su veoma izraženi u svakodnevnom funkcionisanju.

Predrasude, stereotipi, nedovoljna edukacije i inertnost institucija uzroci su polne i rodne diskriminacije.

Osim tradicije, kulture i običaja, na oblikovanje i učvršćivanje stereotipa utiču i obrazovanje, religija, sadržaji koji se plasiraju putem medija, društvenih mreža, ali i porodica i prijatelji.

Rodne predrasude i stavovi često se odnose na stereotipnu percepciju o prirodi i ulozi žene i muškarca, “muškim” i “ženskim” poslovima i vrijednostima jednih i drugih, ali i samom načinu života i potrebama muškaraca i žena.

Predrasude i stereotipi, u kombinaciji sa neinformisanošću, nedovoljnom edukovanošću ali nekada i inertnošću ili neadekvatnom reakcijom nadležnih institucija, jesu uzroci diskriminacije po osnovu pola, nasilja nad ženama, pripadnicima/cama manjinskih grupa, posebno osobama drugih polnih i rodni identiteta, diskriminacije na poslu.

Jedna od najekstremnijih manifestacija duboko ukorijenjenih stereotipa i patrijarhalnih obrazaca su selektivni abortusi zbog pola. Odricanje žena od porodičnog nasljedstva u korist muških članova porodice najizraženija je zaostavština običajnog prava i ima značajne implikacije na ekonomsko osnaživanje žena u našem društvu. Takođe, mnoge oblasti poput politike, prirodnih nauka, tehnologije, inženjerstva i matematike (tzv. STEM zanimanja) i dalje se percipiraju kao sfere isključivo rezervisane za muškarce.

Kao alat za smanjenje rodni stereotipa, NSRR prepoznaje potencijale u obrazovanju, kulturi i medijima kako bi se podstakla emancipacija društva.

Komunikatori kao kreatori sadržaja, dijele odgovornost sa medijima u sprečavanju širenja rodni stereotipa.

Odnosi s javnošću u javnoj upravi dominantno su usmjereni na komunikaciju s medijima, uz, u posljednje vrijeme veću upotrebu društvenih mreža kao kanala komunikacije. Ono što ostaje zanemareno jesu brojne ciljne grupe i mnoštvo komunikacionih kanala i alata putem kojih se poruke i informacije mogu direktnije prenositi.

Takođe, brojne strategije i tijela koja se bave rodnom ravnopravnošću prepoznaju medije kao važne, neki čak i kao ključne faktore za sprečavanje podržavanja rodni stereotipa, njihovog umnožavanja i širenja seksističkog govora mržnje i drugih oblika ponižavajućeg odnosa prema ženama.

Mediji često doprinose umnožavanju rodni i drugih stereotipa, najviše usljed pada profesionalnih standarda, odsustva adekvatne regulacije i samoregulacije, kao i nedovoljnog znanja o rodnoj ravnopravnosti. Oni, takođe, nedovoljno pokrivaju teme vezane za rodnu ravnopravnost i višestruko marginalizovane i osjetljive grupe i nedosljedno primjenjuju zakonske odredbe vezane za rodno senzitivni jezik, zabranu diskriminacije po osnovu pola i roda i višestruku diskriminaciju, ili ih pokrivaju na neadekvatan način (kao, na primjer, nasilje nad ženama), čime se problem samo uvećava.¹⁰ U Zaključcima Evropske komisije protiv rasizma i netolerancije (ECRI) usvojenim u junu 2017. godine, **izražava se zabrinutost zbog činjenice da mediji**

¹⁰ Nacionalna strategija rodne ravnopravnosti 2021-2025, str. 46



Važno je osnažiti učešće djevojčica i žena u oblastima u kojima su manje zastupljene: Dodjela nagrada povodom Međunarodnog dana djevojčica u ICT. (foto: Vlada Crne Gore)

prenose stereotipne ili čak ponižavajuće slike žena. ECRI upozorava na posebnu opasnost od širenja govora mržnje usmjerenog na žene zbog njihovog pola, seksualne orijentacije i rodnog identiteta, koji je često povezan sa jednom ili više drugih karakteristika (religija, starost ili etničko porijeklo), jer on direktno utire put nasilju.

Međutim, dominantno je zastupljeno zanemarivanje uloge onih koji kreiraju sadržaje koji se plasiraju medijima, a to su službenici/ce za odnose s javnošću i ostali zaposleni u državnim institucijama – od najvišeg nivoa – ministara/ki do onih na različitim rukovodećim i službeničkim nivoima koji dolaze u situaciju da komuniciraju sa javnošću, direktno ili putem medija.

Nažalost, komunikacije u javnom sektoru su više stihijske nego strateške i planske, bez jasno definisanih pravila i standarda, u većoj mjeri reaktivne a manje proaktivne. Ukoliko bi sadržaji i događaji javne uprave bili orodnjeni, usmjereni na povećanje rodne ravnopravnosti u različitim oblastima, mogućnost medija da umnožavaju stereotipe, da zanemaruju određene teme ili promovišu dominantno muškarce kao komunikatore bila bi značajno smanjena.

Uloga medija je nemjerljivo važna, posebno u Crnoj Gori gdje su tradicionalni mediji i dalje izuzetno zastupljen izvor informisanja za veliki broj građana/ki srednje i starije dobi, ali se iskorak može napraviti samo ukoliko se radi u partnerstvu sa javnom upravom i službenicima/cama za odnose s javnošću.

Ovo partnerstvo je posebno dragocjeno u promovisanju uspješnih žena koje mogu da budu podsticajne za druge, da ih ohrabre kako bi preduzele aktivnosti na sopstvenom ličnom i profesionalnom osnaživanju, razvoju i eventualnoj zaštiti od nasilja i/ili diskriminacije. Efikasne i orodnjenje komunikacije doprinijele bi povećanju informisanosti građana i građanki o institucionalnim i zakonskim mehanizmima, koji su kvalitetno postavljeni u brojnim oblastima, ali se nedovoljno koriste.

Djevojčice i žene trpe nasilje i u online prostoru čija loša regulacija dovodi i do slabe zaštite u slučajevima govora mržnje.

Predrasude, stereotipi, nedovoljna edukacije i inertnost institucija uzroci su polne i rodne diskriminacije.

Sa druge strane, sve je veća uloga društvenih mreža u kreiranju javnog mnjenja, a pojedine imaju presudnu ulogu u kreiranju mišljenja i stavova mladih ljudi. Nažalost, **komunikacija na društvenim mrežama je slabo regulisana, a sadržaji koji se tamo plasiraju dovode do umnožavanja rodni stereotipa, podsticanja govora mržnje i rodno zasnovanog nasilja, a najčešće žrtve su djevojčice i žene.**

O značaju i veličini problema na globalnom nivou govori i činjenica je **1.jula 2021. godine preko 200 najprominentnijih žena na svijetu potpisalo pismo izvršnim direktorima Facebooka, Google, TikToka i Tvitera kako bi se snažnije borili protiv zlostavljanja koje žene trpe na njihovim platformama.**¹¹

2.3 Interna komunikacija rodne ravnopravnosti

Interna komunikacija predstavlja procese koji obezbjeđuju efikasan protok informacija unutar organa i institucija kao i saradnju među učesnicima. **Interna komunikacija može biti horizontalna i vertikalna, a njen cilj, kao i komunikacija uopšte, jeste da informiše, edukuje i podstiče na aktivnosti i promjenu ponašanja.**

Da bi mogla efikasno i kvalitetno da sprovodi svoje politike, pa samim tim da ih komunicira na efektan način, sama javna uprava, odnosno zaposleni u njoj, moraju razumjeti i prihvatati načela tih politika. Nerealno je očekivati da građani i građanke mogu biti informisani i edukovani o pitanjima rodne ravnopravnosti ili ostvariti na kvalitetan način svoja prava, dobiti odgovarajuću zaštitu ukoliko oni koji treba da im je pruže u institucijama nemaju sami dovoljno svijesti i znanja o tim pitanjima.

Zaposleni u institucijama sistema nedovoljno razumiju ključne koncepte rodne ravnopravnosti i ne postoji odgovarajuća kadrovska osposobljenost za punu primjenu Zakona o rodnoj ravnopravnosti. Imajući to u vidu, CEDAW kontinuirano upozorava da nedostatak političke volje za sprovođenje rodno odgovornih politika omogućava kontinuitet diskriminatorskih praksi i usporava demokratski napredak države i društva.¹²

Za eliminaciju diskriminacije važna je i politička volja.

O problemu nedovoljne osviješćenosti službenika/ca u državnim organima po pitanju raznih aspekata rodne ravnopravnosti govori se i u izvještaju Grupe eksperata Savjeta Evrope za borbu protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (GREVIO) iz 2018. godine u kojem se konstatuje da "mnogi službenici/ce umanjuju značaj nasilja, narušavajući povjerenje žena u organe, a često pokazuju alarmantne predrasude prema ženama i njihovim iskustvima vezanim za rodno zasnovano nasilje.

Čini se da mnogi od njih nisu svjesni dinamike porodičnog nasilja i uticaja koji prisustvo djece takvom nasilju ostavlja na njih. Njihov je fokus često na zaštiti porodice, a mnogi su izgleda vođeni sopstvenim uvjerenjima o ženama žrtvama porodičnog nasilja».

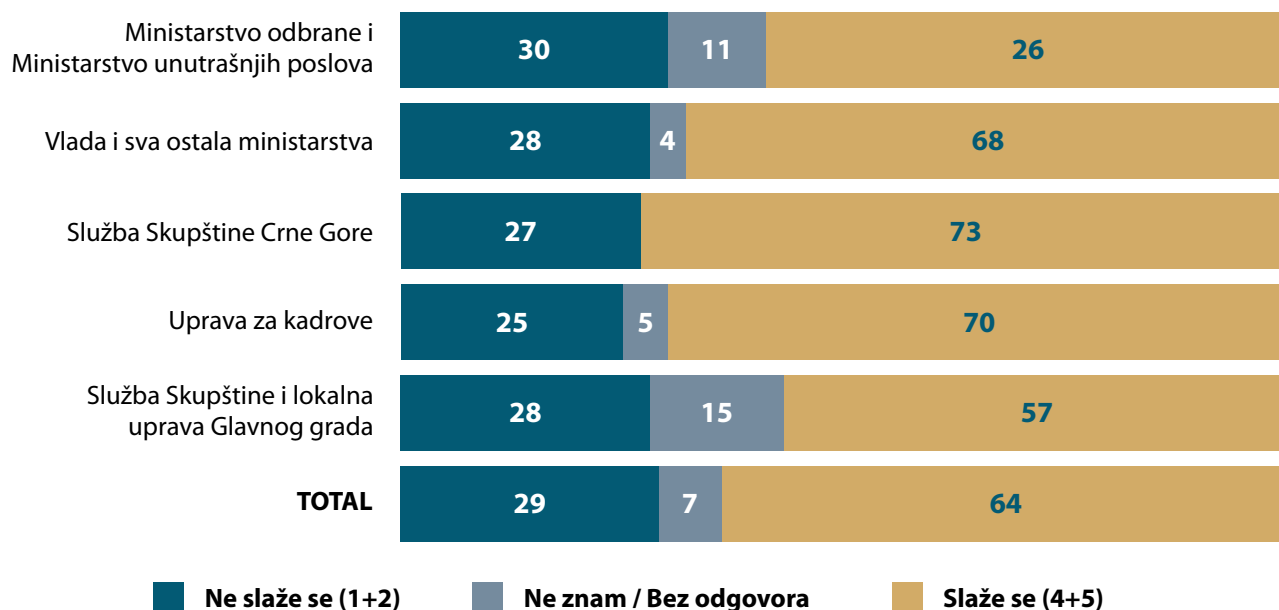
Istraživanje **Gender mainstreaming – Stavovi i percepcije zaposlenih u javnoj upravi i ocjena primjene načela rodne ravnopravnosti u institucijama javne vlasti**, iz januara 2020. godine, koje je za potrebe UNDP-a uradio Ipsos Strategic Marketing, pokazalo je da je blizu dvije trećine zaposlenih u institucijama

¹¹ <https://webfoundation.org/2021/07/generation-equality-letter/>

¹² Nacionalna strategija rodne radnopravnosti 2021-2025, str. 4

stava da se danas pretjerano forsira pitanje rodne ravnopravnosti iako se time suštinski ne poboljšava položaj žena u Crnoj Gori, što se u velikoj mjeri poklapa sa prethodno iznijetim stavom građana prema ovom pitanju.¹³

U kojoj mjeri se Vi lično slažete ili ne slažete sa sljedećom tvrdnjom: **Danas se pretjerano forsira pitanje rodne ravnopravnosti iako se time suštinski ne poboljšava položaj žena u Crnoj Gori? (%)**



(Baza: Ukupna ciljna populacija zaposlenih u institucijama javne vlasti)

Takođe, ovo istraživanje je pokazalo da su, slično kao i kod građana, **muškarci zaposleni u institucijama skloniji mišljenju da žene imaju veća prava ili da su ravnopravne sa muškarcima, dok žene češće vjeruju da je upravo obrnuto slučaj, te da muškarci imaju veća prava u crnogorskom društvu.** Isto tako, oni koji procjenjuju da zaposleni u njihovoj instituciji nijesu u dovoljnoj mjeri rodno senzitivni, odnosno da ne posjeduju potrebna znanja i vještine da bi obavljali svoj posao sa sviješću o rodnoj ravnopravnosti, takođe češće od prosjeka navode da muškarci u društvu imaju veća prava od žena.

Svaki drugi zaposleni smatra da u njihovim institucijama postoje jasne instrukcije kako da u kreiranju zakona, strategija i programa uključe načela rodne ravnopravnosti, iako 60% zaposlenih ne može sa sigurnošću da kaže da li je u njihovoj instituciji u posljednjih godinu dana sprovedena analiza efekata koje javne politike imaju na život i položaj muškaraca i žena. Prema istom istraživanju, preko 30% zaposlenih u javnoj upravi navodi da njihova institucija ne sprovodi analize efekata koje javne politike imaju na život i položaj muškaraca/žena. Ipak, preko 60% zaposlenih u javnoj upravi smatraju da zaposleni u njihovim institucijama posjeduju znanja da u svoj rad integrišu rodnu ravnopravnost. Zanimljivo, da su muškarci ti koji prednjače u ovim stavovima.

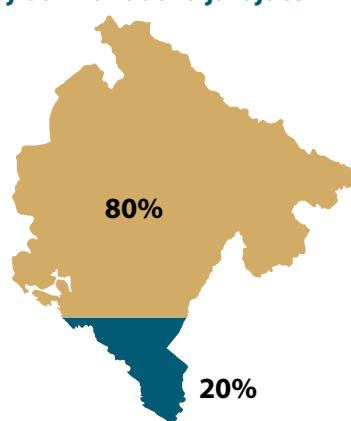
Prema podacima iz **Kadrovskog informacionog sistema Uprave za kadrove, u javnom sektoru na poslovima za odnose s javnošću zaposlene su 64 osobe, od čega je 17 muškaraca i 47 žena. Međutim, nijesu svi oni angažovani na poslovima odnosa s javnošću ili im oni nijesu jedini kojima se bave.**

¹³ Istraživanje Ipsos Strategic Marketing Gender mainstreaming – Stavovi i percepcije zaposlenih u javnoj upravi i ocjena primjene načela rodne ravnopravnosti u institucijama javne vlasti, str. 43

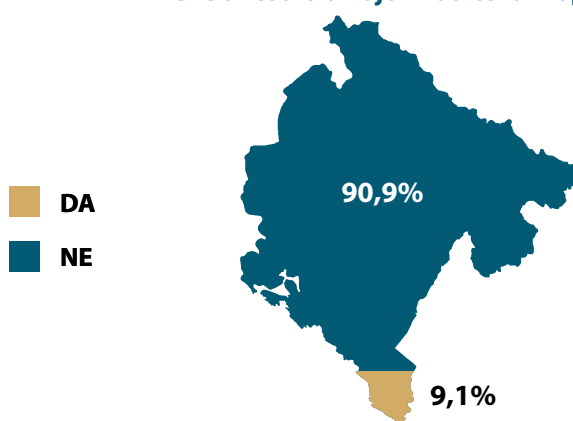
Na poslovima odnosa s javnošću u javnoj upravi su dominantno angažovane žene.

Za potrebe izrade ove Analize, **sprovedena je anketa među zaposlenim službenicima/cama za odnose s javnošću u ministarstvima. Gotovo polovina ispitanih kazala je da u javnoj upravi radi od 1 do 5 godina, dok je 10% onih koji su u javnoj upravi više od 15 godina.** U online anketi, poslatoj svima koji se bave odnosima s javnošću, među onima koji su odgovorili **je 91% žena i 9% muškaraca.** Najveći broj ispitanih misli da je rodna ravnopravnost u Crnoj Gori na zadovoljavajućem nivou te da su muškarci i žene ravnopravni u resoru u kojem rade.

Da li mislite da je rodna ravnopravnost u Crnoj Gori na zadovoljavajućem nivou?



Da li su, po Vašem mišljenju, muškarci i žene u resoru u kojem radite ravnopravni?



U intervjuu sa pomoćnicom direktorice Uprave za kadrove (UzK) Jadrankom Đurković, rađenim u decembru 2021. godine za potrebe ove Analize, ocijenjeno je da se državna uprava godinama više iscrpljuje da ispuni broj edukovanih, nego da analizira stvarne kapacitete implementacije određene politike u organima.

“Kada je u pitanju rodna ravnopravnost, mislim da tu nije dovoljno urađeno. Pravni dio je uređen – postoji legislativa, strategije, veliki broj osoba koji se time bavi, kako u javnoj upravi tako i nevladinim organizacijama. Mi u Upravi za kadrove takođe imamo različite programe, ali imam osjećaj da to nije dovoljno zaživjelo”, ocijenila je Đurković i istakla značaj kontinuirane podrške koju dobijaju od UNDP-a.

Za pitanja rodne ravnopravnosti forma je manje-više zadovoljena, ono što fali je suština.

Kada je u pitanju izrada propisa, gender mainstreaming se najčešće svodi samo na jednu konstataciju da su izrazi u muškom i ženskom rodu, te da se tom rečenicom zadovoljava forma, a da suština ostaje nepokrivena. Takođe, procjena je da službenici ne znaju šta u suštini znači rodno odgovorno budžetiranje.¹⁴

U institucijama, na nacionalnom i lokalnom nivou, **prema podacima iz NSRR, imenovano je 106 osoba koje se bave pitanjima rodne ravnopravnosti, a u medijima je 13 kontakt osoba.** Međutim, dometi i uticaj ovih osoba na jačanje svijesti o značaju rodne ravnopravnosti ostaju ograničeni.

¹⁴ Intervju sa pomoćnicom direktora Uprave za kadrove Jadrankom Đurković

Razlozi za to su različiti, a jedan od njih se nalazi i u činjenici da je često ta obaveza službenicima nametnuta, da je to samo jedan od brojnih zadataka koji oni obavljaju (što je situacija i sa dijelom osoba zaduženim za odnose s javnošću), a da ostali službenici u instituciji i ne znaju ko je u njihovom organu osoba zadužena za rodnu ravnopravnost.¹⁵

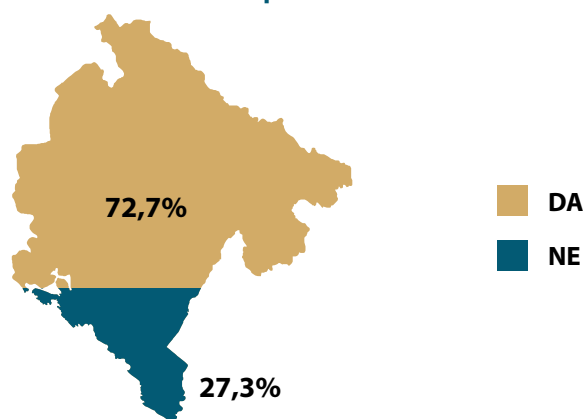
Obuke o rodnoj ravnopravnosti definisane su kao zakonska obaveza, ali prema istraživanju IPSOS-a, najveći udio zaposlenih u institucijama, oko 75% njih, u posljednjih pet godina nije prošao nijednu obuku iz oblasti rodne ravnopravnosti. Tek nešto više od 20% navodi da je učestvovalo na nekoj obuci ovog tipa u posljednjih pet godina, dok za period od posljednjih dvanaest mjeseci isto navodi svaki osmi zaposleni.¹⁶

U anketi sprovedenoj među službenicima/cama za odnose s javnošću za potrebe izrade ove analize, **skoro 30% kaže da je prošlo neku vrstu obuke za rodnu ravnopravnost, a oko 70% onih koji nijesu, izrazili su želju da to učine.**

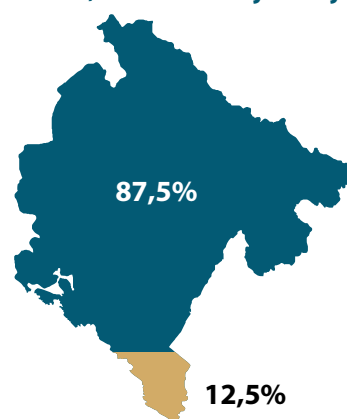
Pitanja rodne ravnopravnosti službenicima zaduženim za nju nijesu primarna radna obaveza.

Skoro svaki treći službenik/ca za odnose s javnošću je prošao/la obuku o rodnoj ravnopravnosti.

Da li ste prošli bilo kakvu vrstu obuke vezano za rodnu ravnopravnost



Ukoliko niste prošli obuku vezano za rodnu ravnopravnost, da li biste željeli da je prođete



U UzK, u okviru Programa stručnog usavršavanja na godišnjem nivou uglavnom je predviđeno nekoliko redovnih, opštih obuka iz oblasti rodne ravnopravnosti, a po zahtjevu i iskazanoj potrebi organa te se obuke mogu organizovati i češće.

Prema informacijama dobijenim za potrebe izrade ove analize, **UzK, uz podršku UNDP-a, kreira online kurs za rodnu ravnopravnost u kojem će jedan od modula biti i rodno odgovorno komuniciranje i rodna ravnopravnost u medijima**, što će doprinijeti većem stepenu edukacije zaposlenih ali i kvalitetnijem praćenju obuka u ovoj oblasti od strane organa nadležnog za upravljanje kadrovima.

¹⁵ Intervju sa pomoćnicom direktorice Uprave za kadrove Jadrankom Đurković

¹⁶ Istraživanje Ipsos Strategic Marketing *Gender mainstreaming – Stavovi i percepcije zaposlenih u javnoj upravi i ocjena primjene načela rodne ravnopravnosti u institucijama javne vlasti*, str. 129

Namjera UzK jeste da osnovna znanja o rodnoj ravnopravnosti godišnje stiže 2.000 do 3.000 službenika/ca.

Uz pomoć ovog online kursa, koji dalje može biti dopunjen određenim naprednim obukama koje bi se sprovodile uživo, UzK očekuje da godišnje kroz obuke za rodnu ravnopravnost provede 2.000 do 3.000 službenika/ca.¹⁷

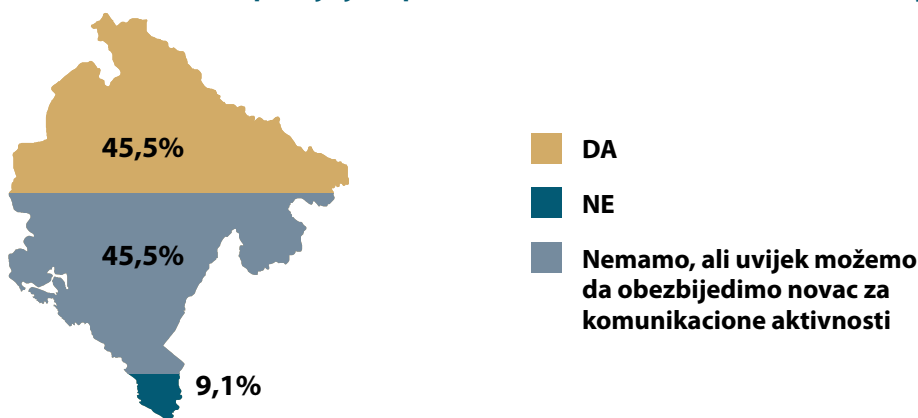
Kako bi se obezbijedilo neophodno znanje za rodno odgovorno komuniciranje, kroz projekat "Komuniciranje rodne ravnopravnosti", Program obrazovanja za sticanje ključnih vještina za komunikacije s javnošću u javnom sektoru je orodnjen. Prema riječima pomoćnice direktora Đurković u prvoj, pilot fazi, ovog Programa, polaznici će sticati različita znanja i kompetencije o rodnoj ravnopravnosti kroz svaki od 10 modula.

Treneri koji će sprovoditi Program prošli su obuku o rodnoj ravnopravnosti, a za njih je pripremljen i Priručnik kako bi se osiguralo da teme i pitanja rodne ravnopravnosti budu na adekvatan način obrađene kroz module. Nakon pilotiranja, plan UzK i UNDP-a jeste da se radi reakreditacija Programa u koji bi bio inkorporiran poseban modul o rodno odgovornom komuniciranju.¹⁸

Da bi komunikacione aktivnosti, posebno one koje za cilj imaju podizanje svijesti i edukaciju putem kampanja, bile uspješno realizovane potrebna su određena finansijska sredstva, koja, ukoliko u instituciji ne postoji posebna služba/biro za odnose s javnošću, rijetko budu planirana. U anketi rađenoj za potrebe ove analize, **manje od polovine službenika/ca za odnose s javnošću, njih 45,5% je kazalo da imaju opredijeljen budžet za komunikacije, ali je isti procenat onih, koji su naveli da iako nemaju opredijeljen novac, uvijek mogu da ga obezbijede za komunikacione aktivnosti.**

Važno je, takođe, istaći da u strateškim dokumentima koji su orodnjeni, uglavnom postoje predlozi komunikacionih aktivnosti u cilju ostvarivanja zacrtanih strateških ciljeva i u skladu sa tim predviđena sredstva za komunikaciju.

Da li u Vašem ministarstvu imate opredijeljena posebna budžetska sredstva za komunikacije?



¹⁷ Intervju sa pomoćnicom direktorice Uprave za kadrove Jadrankom Đurković

¹⁸ Intervju sa pomoćnicom direktorice Uprave za kadrove Jadrankom Đurković

2.4 Eksterna komunikacija rodne ravnopravnosti

Eksterna komunikacija je komunikacija koja se odvija između institucije i svih drugih u njenom spoljašnjem okruženju. Eksternu komunikaciju obavljaju ne samo rukovodioci institucija i osobe zadužene za odnose s javnošću, već i svi drugi zaposleni koji politike i informacije iz svoje nadležnosti komuniciraju sa trećim, zainteresovanim stranama.

Iako korišćenje rodno senzitivnog jezika često zna da bude prvi, a nerijetko i jedini pokazatelj rodno odgovorne komunikacije i njene percepcije, **da bi odnosi s javnošću bili orodnjeni potrebno je preduzeti čitav niz drugih aktivnosti.**

Važno je da poruke koje se šalju budu orodnjene te da ne multiplikuju rodne stereotipe, kao i da se patrijarhalni obrasci ne podržavaju komuniciranjem sadržaja koje će žene smještati upravo u takve kontekste – majke i domaćice, ili zaposlene isključivo u obrazovanju ili zdravstvu. Potrebno je kroz komunikacije pokazati da žene imaju aktivnu ulogu u odlučivanju, da se nalaze na pozicijama moći kao i da su neizostavan faktor u kreiranju politika u državi.

Svi službenici/ce za odnose s javnošću, anketirani za potrebe ove analize, tvrde da koriste rodno senzitivni jezik u svom radu, da prilikom komunikacija vode računa o rodnoj ravnopravnosti i tvrde da nema otpora za takav pristup u instituciji u kojoj rade.

Žena se mora prikazati na pozicijama moći i odlučivanja, sa aktivnom ulogom u kreiranju politika.

Vrlo smo svjesni pitanja rodne ravnopravnosti i trudimo se da prilikom komuniciranja svih aktivnosti MERa koristimo rodno senzitivni jezik i nijesmo do sada imali bilo kakvih otpora.

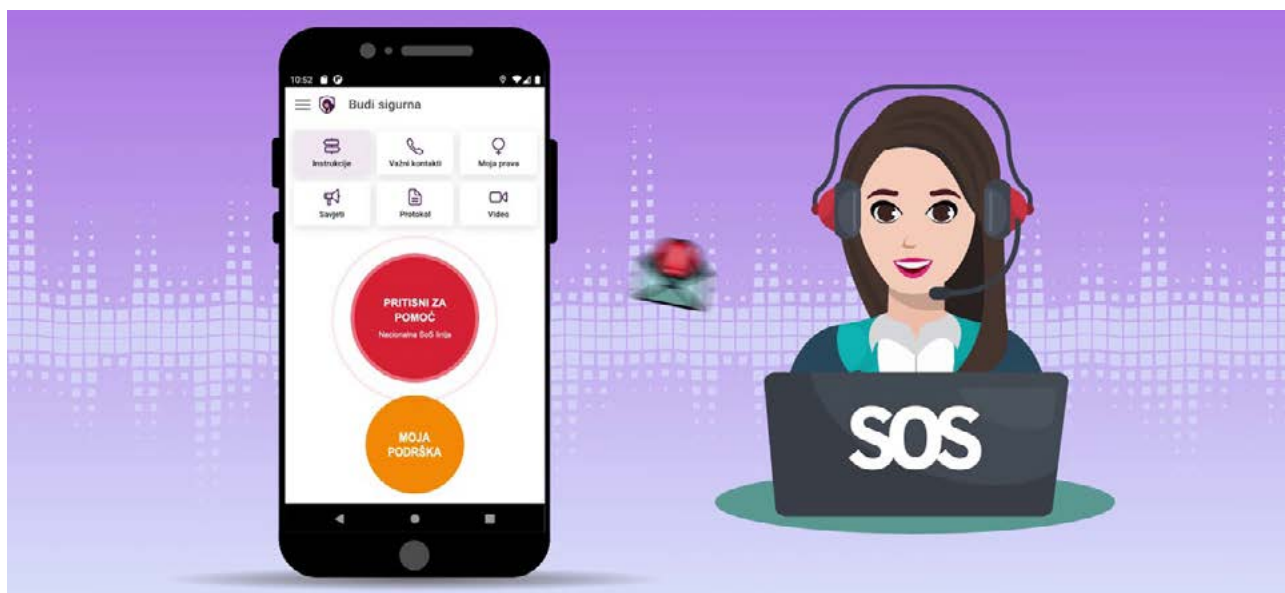
Odgovor iz Ministarstva ekonomskog razvoja

Otpora nema ali ima stečenih navika.

Odgovor iz Ministarstva kapitalnih investicija

Prilikom svih konkursa i oglasa za vojne akademije, vojnike po ugovoru, dobrovoljno služenje vojnog roka i sl, u tekstovima oglasa i promotivnom štampanom i video materijalu se koristi rodno senzitivni jezik i podjednako su zastupljene vojnkinje i vojnici. Nemamo otpora, već naprotiv, jedna od važnih politika Ministarstva je veće učešće žena u sektoru odbrane. Rodna ravnopravnost je visoko na agendi Ministarstva odbrane i kao takva je redovno komunicirana od najvišeg rukovodnog i komandnog kadra.

Odgovor iz Ministarstva odbrane



Umjesto ohrabrenja i podrške ženama, sa najviših državnih adresa su promovisani rodni stereotipi.

Svjedočili smo, međutim, zabrinjavajućim porukama koje su dolazile s najviših adresa izvršne vlasti u kojima su promovisani društveno opasni rodni stereotipi i patrijarhalni obrasci koji podržavaju stereotipnu ulogu žena kao majki i domaćica.

Građani koji smatraju da su žene u neravnopravnom položaju u crnogorskom društvu, kao oblasti u kojima to najviše dolazi do izražaja navode privatnu sferu u kojoj još postoji tradicionalna podjela između muških i ženskih poslova i prava. Konkretno, u gore pomenutom istraživanju IPSOS-a, **između 60 i 75% njih navodi da su muškarci i dalje povlašćeni kada je u pitanju raspodjela poslova i briga o djeci/starijim osobama u domaćinstvu, te nasljeđivanje imovine.**



Pored toga, trećina smatra da se rodna neravnopravnost ispoljava u tome što su žene u većoj mjeri izložene ili trpe porodično nasilje, dok nešto veći udio smatra da se rodna neravnopravnost odražava u manjim šansama žena da napreduju u karijeri. Po petina građana koji opažaju da su žene u neravnopravnom položaju, kao jedan od tri aspekta u kom je to najočiglednije, navode učešće u političkom životu, trpljenje seksualnog uznemiravanja te visinu prosječnih primanja.

Većina ispitanika/ca u anketi sprovedenoj među zaposlenima zaduženim za odnose s javnošću, navodi da su njihova ministarstva u posljednje četiri godine sprovela komunikacione aktivnosti koje su za cilj imale snaženje rodne ravnopravnosti.

Kao primjere su naveli aktivnosti u cilju borbe protiv nasilja na ženama – Bezbjedna doma, Djeca su djeca, aplikacija razvijana uz podršku UNDP-a Budi sigurna, kao i programi za jačanje žena preduzetnica, te rodno odgovorno budžetiranje. Navedene su, takođe, i **kampanje za više žena u vojsci i policiji i njihove aktivnosti unutar organizacija, kao i na međunarodnom nivou.**

2.4.1 Iz ugla medija i javnosti: Da li javna uprava komunicira na rodno odgovoran način?¹⁹

Jezik i komunikacija odražavaju naše stavove o tome kako tumačimo svijet, kako se ponašamo, i kako se odnosimo prema drugim ljudima. Način komunikacije odražava nesvjesne pretpostavke o vrijednostima, rodним ulogama i sposobnostima muškaraca i žena. **Neprecizan, rodno pristrasan ili pogrešan izbor riječi, fotografija, video snimaka može doprinijeti diskriminaciji i ometati napore da se žene osnaže, te obezbijedi inkluzivni demokratski razvoj.**

Spoljna komunikacija odvija se između javne uprave i spoljašnjeg okruženja, a njeni osnovni ciljevi su osnaživanje transparentnosti i povjerenja svih građana i građanki u upravu. Ova vrsta komunikacije šalje jasnu poruku o tome koji je zajednički pravac djelovanja: da li je rodna ravnopravnost cilj i prioritet u programima, projektima i aktivnostima, kao i o tome koliko se vodi računa o potrebama, interesima, sposobnostima i vrijednostima oba pola. **Spoljna komunikacija odraz je organizacione/društvene kulture.** Ukoliko je opredjeljenje javne uprave da izvrši institucionalnu transformaciju u cilju uvođenja rodne ravnopravnosti kao temeljnog principa, komunikacija s javnošću odražavaće sveukupnu posvećenost ovom pitanju, inkluzivnost u jeziku i aktivnostima, izbjegavanje rodni stereotipa u svim vrstama i oblicima obraćanja javnosti, te oblikovanje i slanje poruka na rodno odgovoran način.

O načinu eksternog komuniciranja javne uprave može se govoriti nakon detaljnog istraživanja koje bi trebalo sprovesti u Crnoj Gori. **Ovog puta to će biti učinjeno kroz pregled i analizu nasumično izabranih saopštenja, izvještaja, objava i fotografija, kao i video snimaka sa različitih događaja sa Vladinog sajta, a koji su namijenjeni informisanju javnosti.**

Objave o mjerama, programima, politikama generalno se plasiraju administrativnim i tehničkim rječnikom koji ima malo toga zajedničkog sa svakodnevnim životom.

Ako javna uprava želi da rodna ravnopravnost bude njen temeljni princip u radu, komunikacije će oslikavati ovakvu posvećenost.

Institucije se obraćaju administrativnim i tehničkim jezikom, ne pojašnjavajući benefite svojih politika za građane/ke.

¹⁹ Autorka: Dušanka Pejović

Komunikacija se često ne usmjerava na isticanje praktičnih koristi za građane/ke i društvo u cjelini, a samim tim nema ni rodnu komponentu, te ne tretira različite potrebe i interese žena i muškaraca. Zamjena administrativne terminologije svakodnevnom govorom koji se fokusira na konkretne podatke i rezultate, treba jednostavno da odgovori na pitanje kako pojedini programi, politike i rješenja utiču na oba pola, i da precizno i jasno predstavi suštinu određenih rješenja i koristi njihovog sprovođenja za zadovoljenje potreba i interesa kako žena tako i muškaraca.

Može se zaključiti da komunikacija koja nije vezana sa svakodnevnom životom i ne može se približiti ličnom iskustvu, ne može imati ni svoju rodnu komponentu koja će odgovarati na pitanja o različitim potrebama građana i građanki.

Ponekad je i retorika dijela najviših zvaničnika/ca u javnoj upravi diskriminatorska i ponižavajuća prema ženama, a bilježe se konkretni mizogini i seksistički stavovi. U njihovim javnim nastupima pokazuju koliko vrednuju ženu i gdje joj je mjesto. **Pojedini/e govore o nepotpunosti porodica bez djece i egocentričnosti malih porodica, te svode ulogu žene u istoriji na rađanje i vaspitavanje budućih vojnika i sinova. Dio najvišeg rukovodećeg kadra poručivao je da im rodno senzitivni jezik nije blizak, da patrijarhat nema veze sa superiornošću jednog i inferiornošću drugog pola, da se žene nalaze u položaju koji su same izabrale ili se pak muškarac na najvišoj poziciji hvali svojim ljubavnim podvizima i upoznaje javnost sa spiskom partnerki koje je imao.**

Takve izjave ne omogućavaju niti nude opipljiv optimizam da će se javna uprava usmjeriti ka institucionalnoj transformaciji u kojoj će pokazati rodnu osviješćenost i promovisati rodnu ravnopravnost kroz inicijativu, posvećenost i podršku najvišeg rukovodnog kadra kao osnove i početka suštinskog zalaganja za taj ključni princip demokratskog društva. Sa ovakvim pristupom, može se opravdano postaviti pitanje koliko su zvaničnici na pozicijama odlučivanja, umjesto inkluzivnosti javne uprave i izgradnje društva jednakosti radili u suprotnom pravcu - ojačali stereotipe i doprinijeli porastu govora mržnje, uvredljivih, mizoginih i seksističkih poruka koje su sve češće prisutne u našem javnom prostoru.



Žene su često prikazane samo u onim sferama koje se percipiraju kao "ženske" poput zdravstva i prosvjeta.
(foto: Vlada Crne Gore)

Zbog svega toga jasno je koliku odgovornost imaju svi zaposleni u javnoj upravi da koriste jezik i komunikaciju kojima će pokazati posvećenost inkluzivnom demokratskom razvoju upravljanja u skladu sa ciljevima rodne ravnopravnosti. Na taj način javna uprava biće uzor i zamajac za pokretanje i jačanje drugih procesa u društvu koji vode poštovanju ljudskih prava, demokratizaciji i sveukupnom progresu.

Na fotografijama i video snimcima kao i u pisanim izvještajima sa događaja koji se odnose na aktivnosti ministarstava, žene su izostavljene ili su prisutne u malom broju, pa se sve aktivnosti odvijaju gotovo isključivo u svijetu muškaraca. U mnogim situacijama propuštena je prilika da se čuje stav žene na visokoj poziciji iako je bila aktivna učesnica dešavanja ili članica delegacije. **U prвих nekoliko objava u rubrici “najistaknutije vijesti” kao i u drugim nasumično izabranim medijskim materijalima objavljenim na sajtu Vlade Crne Gore, muškarci čije se riječi prenose u izjavama, ili se nalaze na fotografijama i u video snimcima, mnogo su brojniji od žena koje su predstavljene uglavnom zahvaljujući tome što je riječ o ministarkama.**

Kada bi se sudilo po objavljenim fotografijama, stekao bi se utisak da je Crna Gora zemlja muškaraca.

U objavama o gotovo svim događajima prednjače muškarci čije se izjave prenose i koji su centralne figure na fotografijama i u video snimcima. **Ženske osobe pozicionirane su uglavnom tako da im se ne vide lica ili se vide s leđa, nalaze se sa strane odnosno na kraju sale u kojoj se odvija događaj, ili su u pozadini delegacija/grupa koje čine muškarci.** Ima i snimaka koji pokazuju kako žene dodaju materijal muškarcima, zapisuju njihove riječi pognutih glava, ili su fotografisane kako uslužno stoje pored stola za kojim sjede muškarci koji vode ozbiljne državne poslove.

Svjesni smo da postoje i određena ograničenja zbog nepristupačnosti mnogih pozicija za žene u javnoj upravi i većeg broja muškaraca na rukovodećim mjestima, što djelimično uslovljava rodni balans u pozicioniranju oba pola i prikazivanju njihovog statusa i autoriteta na fotografijama i video snimcima. No, u mnogim situacijama mogu se naći rješenja kojima će se izbjeći rodni stereotipi, a zastupljenost oba pola biti uravnoteženija.

Kad je riječ o jeziku, ženski rod uglavnom se upotrebljava za funkcije žena, ali ne u svim situacijama i ne u potpunosti dosljedno. Žene često ostaju nevidljive budući da se imenice muškog roda konstanto upotrebljavaju kao generička forma za oba pola, što predstavljala vid diskriminacije i svjedoči o tome da je rodno neosjetljiv jezik prisutan u javnoj upravi.

O tome da li javna uprava komunicira na rodno odgovoran način pitali smo novinare i novinarke koji prate rad organa uprave. Upitnik je sadržao pitanja koja su se odnosila na ocjenu važnosti prisustva rodne ravnopravnosti u komunikacijama javne uprave, kao i o tome da li Vlada i njena ministarstva imaju rodno odgovornu komunikaciju.

Pitali smo ih da li se kroz komunikaciju posebno visokorukovodnog kadra ali i službi za odnose s javnošću odražava suštinska opredijeljenost za promovisanje rodne jednakosti, i da li se šalju poruke koje adresiraju rodna pitanja. Posebno nas je zanimalo da li se upotrebljava rodno osjetljivi jezik kao i da li sami novinari/ke u obraćanju javnoj upravi, postavljaju pitanja sa rodnom komponentom, te da li poštuju principe rodno senzitivnog medijskog izvještavanja.

Novinarke, koje su se odazvale pozivu da učestvuju u ispitivanju, prepoznale su važnost koncepta rodne ravnopravnosti i saglasne su da bi njegovo usvajanje primjena u javnoj upravi doprinijeli uspostavljanju društva jednakosti jer bi, kako kažu, službenici/e kroz svoj svakodnevni rad uticali/e da se cjelokupno društvo mijenja na bolje. Naglašavaju da je za to neophodno da zaposleni/e prođu obuku o rodnoj ravnopravnosti budući da, kako ocjenjuju, mnogi od njih ne razumiju taj koncept.

Javne politike koje nijesu orodnjene, nijesu pravedne i ne odnose se na sve građane i građanke.

Novinarka koja je učestvovala u ispitivanju

Vlada i resorna ministarstva nemaju rodno odgovornu komunikaciju s javnošću, da se često ne koristi rodno osjetljiv jezik, a da se prilikom obrazlaganja nekog propisa ili politike ne ističe rodna komponenta.

Novinarke koje su učestvovala u istraživanju

Pojedini rukovodioci i rukovoditeljke resora ismijavaju princip rodne ravnopravnosti a neke seksističke izjave visokih zvaničnika prolaze bez reakcije Vlade, pa se ne može dati pozitivna ocjena za komunikaciju.

Jedna od učesnica istraživanja

Vlada ne sprovodi evropsku već retrograndu politiku u odnosu na rodnu ravnopravnost, što se ogleda i kroz smanjenje ingerencija odjeljenja koje se u Vladi bavi upravo tim pitanjima.

Novinarka koja je učestvovala u ispitivanju

Glavni problem je u tradicionalnim, patrijarhalnim normama koje su najviši donosioci odluka tako zdušno prigrlili i ne puštaju ih, već podržavaju i ojačavaju radikalni desni diskurs kojim crnogorska javna scena obiluje, pa zato i ne čudi manjak volje odnosno svijesti da se bilo što u dogledno vrijeme promijeni.

Novinarka koja je učestvovala u ispitivanju

Sve novinarke saglasne su da među donosiocima odluka, a prije svega visokorukovodnim kadrom, ne postoji suštinska opredijeljenost i zalaganje za rodnu ravnopravnost i rodno odgovornu komunikaciju, i da im je to pitanje „jedino bitno zbog dobijanja štrika jer se nalazi u agendi pristupanja Evropskoj uniji“.

Jedna od učesnica istraživanja ipak smatra da suštinska opredijeljenost javne uprave za rodnom jednakosti postoji, ali da su glavni izazovi neznanje i nedovoljno razumijevanje tog koncepta. **Novinarke uglavnom ocjenjuju da službe za odnose s javnošću ne komuniciraju politike, programe i aktivnosti na rodno odgovoran način jer za to nijesu dovoljno edukovane.** Istovremeno, one konstatuju poboljšanja u korišćenju rodno osjetljivog jezika u javnoj upravi, naročito kad je riječ o upotrebi ženskog roda za funkcije, podsjećajući na važnost i drugih principa rodno odgovorne, inkluzivne i nediskriminatorne komunikacije koje bi službenici/e za odnose s javnošću trebalo da usvoje. Kažu

da u svom novinarskom radu pokušavaju da što češće posvete pažnju temama i pitanjima sa rodnom komponentom, da uvijek koriste rodno senzitivni jezik i da se trude da im priče budu rodno izbalansirane sa sagovornicama i ekspertkinjama naročito u onim oblastima u kojima prednjače muškarci.

2.5 Uobičajeni otpori prema naporima na postizanju rodne ravnopravnosti i strategija za njihovo prevazilaženje²⁰

Iako u anketi službenici/ce za odnose s javnošću smatraju da nema otpora za rodno odgovorno komuniciranje, evidenatan je otpor (prikriveni i neskriveni) kako društva tako i uprave da suštinski doprinesu povećanju stepena rodne ravnopravnosti.

Stoga je korisno predvidjeti i posebne oblike otpora na koje se može naići i izraditi strategije za njegovo prevazilaženje. Izgradnja ravnopravnijih rodnih odnosa je spor i dugotrajan proces. Otpor može biti svjestan ili nesvjestan; može se odvijati na raznim nivoima (ličnim i birokratskim) i može doći od žena kao i muškaraca.

U slučajevima **negiranja postojanja problema**, na primjer rodne neravnopravnosti ili diskriminacije žena, mogu se predstaviti čvrsti empirijski dokazi koji dokumentuju rodne razlike i diskriminatorske prakse.

Kao jedan od uobičajenih oblika otpora nalazi se i **izbor simbolične aktivnosti** kojom se želi predstaviti da se nešto radi, ali su takvi projekti često ograničenih dometa i niskog uticaja. U takvim slučajevima treba obezbijediti da se pitanjima ravnopravnosti da veliki značaj u svim fazama procesa planiranja, ne samo prepoznavanje problema.

Kada imate strategiju otpora koja se zasniva na **tzv. "praznoj priči"** odnosno na prepoznavanju problema na nivou retorike, ali bez preduzimanja nekih smislenih mjera, važno je insistirati na sistemima koji nude monitoring i evaluaciju uticaja na ravnopravnost žena i muškaraca u svim politikama, programima i projektima.

Ukoliko se **naručivanje studije, umjesto preduzimanja konkretnih aktivnosti**, nudi kao opcija, u pozadini često bude da se naručioci nadaju da će problem nestati do trenutka kada se studija završi. Rješenje može biti u prepoznavanju potreba za daljim istraživanjima bez odlaganja svih aktivnosti dok se istraživanje ne završi.

Odlaganje na stranu je strategija kojom se aktivnosti u vezi sa rodnom ravnopravnošću odlažu ili otkazuju dok se ne definiše širi proces ili donese odluka o planiranju. Ako je ovaj projekat zaista prioritet, odnesite ga drugoj instituciji ili drugom nivou u sistemu.

Zalažite se da sveukupna pažnja bude usmjerena na rodnu ravnopravnost kao interdisciplinarno pitanje u procesu kreiranja politike i planiranja. Na taj način ćete dati odgovor na strategiju **tzv. "zatvaranja u odjeljenje"** gdje korisnici ove strategije ne prepoznaju pitanja rodne ravnopravnosti kao interdisciplinarna, već ih marginalizuju i povjeravaju sve poslove osobi koja je službeno odgovorna za „ženski razvoj“.

Novinarke koje su učestvovalе u istraživanju smatraju da javna uprava sve više koristi rodno osjetljiv jezik u komunikacijama.

²⁰ Integrisanje principa rodne ravnopravnosti, Kaća Đuričković, 63. str

3. PREDLOZI ZA STRATEŠKI OKVIR ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE

Unapređenje stanja u oblasti rodne ravnopravnosti je **kompleksan zadatak koji podrazumijeva sveobuhvatan, multisektorski pristup, za čiju uspješnost je potrebno uključiti veliki broj učesnika i učesnica**. Ovaj proces obuhvata i veliki broj politika, aktera i alata pa samim tim u komunikacijama dovodi i do prisustva ogromnog broja komunikatora, kreiranja različitih narativa i komunikacionih poruka. Publika je takođe veoma diversifikovana te je neophodno prilagoditi i način komunikacije, poruke, alate i kanale u odnosu na sve ciljne javnosti.

Ono što dodatno opterećuje ovaj proces jeste značajan uticaj stereotipa i predrasuda sa kojima se teško boriti bez sistematskog pristupa promjene svijesti u društvu, koji osim komunikacija podrazumijeva i niz drugih faktora, prije svega obrazovanje i kulturu.

Zbog svega navedenog, važno je donijeti **Strategiju komunikacija rodne ravnopravnosti za četvorogodišnji period**. Ona bi dala okvir za komuniciranje kako na državnom tako i na lokalnom nivou, ali bi pružila i smjernice za odnose prema međunarodnoj javnosti. **Dokument je potrebno uraditi u skladu sa Metodologijom razvijanja politika, izrade i praćenja sprovođenja strategijskih dokumenata koji je Vlada Crne Gore usvojila 2018. godine.**

Predlog je i da Strategiju piše multisektorska radna grupa, podržana ekspertima kako iz oblasti rodne ravnopravnosti tako i komunikacija.

Strategija treba da bude usmjerena na:

- Internu javnost
- Eksternu javnost (različite ciljne javnosti)
- Međunarodnu zajednicu
- Multiplikatore poruka i partnere



Kad se govori o **internoj javnosti**, misli se na sistem javne uprave, prije svega na državnom ali i na lokalnom nivou jer su oni ti koji su najodgovorniji za komunikaciju rodne ravnopravnosti i postavljanje standarda za rodno odgovorno komuniciranje. **Komunikacija u ovoj oblasti mora biti ujednačena, koordinisana i usmjeravana.** Zato je važno da strategija prepozna tačku u administraciji iz koje će se cio proces komunikacija koordinisati i jasno definisati dalje nadležnosti komunikacije “po dubini”. Strategijom, takođe, moraju biti prepoznati administrativni kapaciteti, potreba za njihovim jačanjem u dijelu komunikacija – unapređenje profesionalizacije. Važno je predvidjeti obuke i usavršavanja u ovoj oblasti, kako službenika/ca za odnose s javnošću, tako i ostalih kreatora politika koje utiču na pitanja rodne ravnopravnosti.

Eksterna javnost je ovdje veoma diversifikovana i postoji veliki broj ciljnih grupa i ciljnih javnosti. Iako se jedan dio mora komunicirati ka opštoj javnosti, posebno u dijelu kojim će se targetirati rodni stereotipi i predrasude, značajan broj politika usmjeren je na posebne kategorije i u odnosu na to se moraju definisati specifične ciljne javnosti, njima prilagođene poruke i komunikacioni kanali i alati. Jako je važno posvetiti pažnju ranjivim kategorijama kakve su žrtve rodno zasnovanog nasilja, osobe drugačijih rodni i polnih identiteta, osobe sa invaliditetom, pripadnice romske i egipćanske populacije. Zbog činjenice da se stavovi i percepcije kreiraju u najranijem dobu, Strategija mora kao posebnu ciljnu publiku prepoznati djecu i mlade i napraviti konekciju ka obrazovanju.

Međunarodna zajednica je izuzetno važan partner u ovom procesu zbog kontinuirane i sveobuhvatne podrške koju pruža Crnoj Gori u njenim naporima da unaprijedi stanje u oblasti rodne ravnopravnosti. Takođe, veliki je broj međunarodnih partnera koji prate stanje u ovoj oblasti, koji ocjenjuju Crnu Goru i u odnosu na čije ocjene se definišu druga značajna pitanja unutrašnje i spoljne politike naše države pa je potrebno da oni budu strateški prepoznati kao partneri sa kojima se komunikacija mora posebno upodobiti.

S obzirom na to da građani, ne samo u Crnoj Gori nego i širom svijeta, imaju tendenciju manjka povjerenja u institucije, značajno je prepoznati multiplikatore poruka i definisati partnere koji će poduprijeti komunikacione napore u ovoj oblasti. Na ovaj način efekti komunikacija će biti višestruko bolji.

Multiplikatori poruka i partneri mogu biti mediji, međunarodne organizacije, diplomatsko-konzularna predstavništva, Odbor za rodnu ravnopravnost Skupštine Crne Gore, parlamentarne političke partije, predstavnici akademske zajednice, organizacije civilnog društva, javne ličnosti i influenseri (posebno oni na društvenim mrežama).

Strategija treba da sadrži:

- Analizu stanja
- Strateške i operativne ciljeve
- Administrativne kapacitete

Potrebno je donijeti Komunikacionu strategiju za rodnu ravnopravnost i odrediti “tačku” u administraciji koja će koordinirati aktivnosti.

Među različitim ciljnim javnostima, posebno je važno prepoznati ranjive kategorije – žrtve rodno zasnovanog nasilja, LGBT, OSI, Romkinje i Egipćanke...

- Način komunikacije i komunikacione kanale
- Ciljne javnosti
- Multiplikatore poruka i partnere
- Budžet
- Monitoring i evaluaciju
- Akcioni plan za implementaciju Strategije

Važno je naglasiti da sve smjernice za strateško komuniciranje rodne ravnopravnosti mogu biti dio opšte Komunikacione strategije Vlade Crne Gore, ukoliko se odluči za takav potez. Kao jedan od strateških ciljeva u tom dokumentu, koji sam treba da bude orodnjen, jeste povećanje nivoa svijesti o značaju rodne ravnopravnosti i samo povećanje rodne ravnopravnosti u državi.

Strateški i operativni ciljevi

Strateški cilj (opšti cilj) je krajnji efekat koji se želi postići u **oblasti rodne ravnopravnosti** na državnom nivou kroz sprovođenje strategije. Operativni cilj (poseban cilj) je konkretan rezultat koji se želi postići u okviru strateškog cilja aktivnostima planiranim u određenom vremenskom periodu. Strateški cilj treba da bude odgovor na rješenje ključnog problema, a operativni cilj da pruži odgovor na uzroke problema identifikovane tokom analize stanja. U uvodnim djelovima ovog dokumenta navedeno je da je Nacionalnom strategija rodne ravnopravnosti 2021-2025. kao centralni problem konstatovala nizak nivo rodne ravnopravnosti, a uzroci nejednakosti su prepoznati, između ostalog, i u tome što su rodni stereotipi, predrasude i tradicionalna podjela uloga između muškaraca i žena još veoma prisutni u svim segmentima društva.

Za puni efekat komunikacija potrebno je kreirati konzistentan strateški pristup, koordinisane aktivnosti i partnere van javne uprave.

Rezultat strateških komunikacija treba da bude promjena percepcije građana i promjena ponašanja.

Neki od strateških ciljeva mogu biti:

- Definirati rodnu ravnopravnost kao ključni strateški cilj i politiku Vlade;
- Unaprijediti razumijevanje principa i potrebu ostvarivanja rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori od strane opšte javnosti;
- Izgraditi sistem koji će osigurati koherentnu, konzistentnu i koordinisanu komunikaciju politika rodne ravnopravnosti;
- Smanjiti rodne stereotipe i predrasude;
- Obezbijediti tačne i pravovremene informacije o pitanjima ostvarivanja rodne ravnopravnosti, uopšte ali i u različitim politikama Vlade, kroz jasnu i jednostavnu komunikaciju, prilagođenu ciljnim javnostima;
- Obezbijediti snažna partnerstva u cilju ostvarivanja multiplikatorskog efekta i umnožavanja poruka kako bi komunikacije bile efikasnije;
- Osigurati kontinuiranu informisanost međunarodnih partnera u cilju obezbjeđivanja nastavka i povećanja sveobuhvatne podrške u oblasti rodne ravnopravnosti.

Neki od operativnih ciljeva mogu biti:

- Povećati broj građana koji smatraju da žene i muškarci treba da budu jednaki u svim sferama života.
- Povećanje broja muškaraca koji učestvuju u kućnim poslovima.
- Povećanje broja žena vlasnica nekretnina.
- Povećanje broja žena na rukovodećim pozicijama u politici, administraciji i biznisu.
- Uspostaviti kontinuiranu edukaciju i usavršavanje službenika/ca za odnose sa javnošću i kreatora politika u resornim ministarstvima o pitanjima rodne ravnopravnosti i odnosa s javnošću.
- Uspostaviti praksu **planiranja, osmišljavanja i preduzimanja svih aktivnosti javne uprave u odnosima s javnošću kako bi se obezbijedila upotreba rodno senzitivnog jezika, poslale rodno osjetljive poruke i izbjegli rodni stereotipi** u svim oblicima komunikacije – usmene i pisane izjave i govori, fotografije, video snimci, organizacija događaja...

Administrativni kapaciteti

O značaju administrativnih kapaciteta detaljnije je govoreno u dijelu ovog dokumenta koji analizira interne komunikacije. Važno je da Komunikaciona strategija prepozna ovaj segment i uvrsti u ciljeve i aktivnosti jačanje administrativnih kapaciteta kroz povećanje znanja i vještina kako u oblasti rodne ravnopravnosti tako i odnosa s javnošću.

Ne možemo očekivati od zaposlenih u administraciji, koji moraju da sprovedu politike, da poštuju principe rodne ravnopravnosti ako ih sami ne razumiju. Osnov i za komunikaciju je takođe razumijevanje teme o kojoj pišemo/govorimo.

Stoga je od nemjerljivog značaja ojačati administrativne kapacitete da, prije svega razumiju principe rodne ravnopravnosti, a potom i da ih implementiraju u komunikacione aktivnosti. Važno je razumjeti i da se komunikacijama ne bave samo službenici/ce za odnose s javnošću jer oni ne podrazumijevaju samo odnose s medijima već interakciju sa različitim ciljnim javnostima – posredno ili neposredno, korišćenjem različitih komunikacionih alata i tehnika.

Način komunikacije i komunikacioni kanali

S obzirom na kompleksnost tematike i velikog broja, po mnogo čemu različitih, ciljnih javnosti kojima se mora obraćati, važno je da Strategija definiše način komunikacije, komunikacione kanale i alate i opredijeli ih u odnosu na politike, teme, ciljne javnosti, način njihovog informisanja i ostale specifičnosti.

Monitoring i evaluacija

Učinak komunikacionih aktivnosti mora biti stalno praćen i mjereno kako bi se prilagođavala reakcijama javnosti, sve u cilju veće efikasnosti i učinkovitosti. Mora se posmatrati da li su poruke dobre, da li se prenose dobrim komunikacionim kanalima i da li pravovremeno i na pravi način stižu do ciljne publike.

Komunikacije su živ proces koji se stalno mijenja i prilagođava, pa su monitoring i evaluacija od ključnog značaja da ne bi došli u situaciju da resursi budu neadekvatno iskorišćeni, a vrijeme izgubljeno.

Ukoliko ne procjenjujete i ne ocjenjujete ono što radite i komunicirate, nećete znati efekte svog rada.

Akcioni plan

U Akcionom planu moraju biti definisane konkretne aktivnosti koje će se realizovati kako bi se ostvarili strateški i operativni ciljevi, vremenske odrednice za realizaciju, nosioce aktivnosti (primarne i sekundarne), ciljne javnosti (primarne i sekundarne), indikatore (realizacije i uspjeha), budžet i izvor finansiranja. Predlog je da se donose dvogodišnji akcioni planovi, a da se o realizaciji mjera izvještava kvartalno.

Za puni efekat komunikacija potrebno je kreirati konzistentan strateški pristup, koordinisane aktivnosti i partnere van javne uprave.

Ono što je primijećeno analizom različitih dokumenata, jeste da su brojne komunikacione aktivnosti planirane različitim strateškim dokumentima i njihovim pratećim akcionim planovima, ali da većina njih ili nije realizovana ili je bila ograničenog uticaja. Za postizanje veće efikasnosti i uticaja komunikacija u oblasti rodne ravnopravnosti, važno je kroz sinergijski efekat i plansko djelovanje ostvariti održivu primjenu.

Mogućnost brzog djelovanja sa opipljivim rezultatima može se ostvariti ukoliko se uradi jedan komunikacioni akcioni plan koji bi pratio aktuelnu Nacionalnu strategiju rodne ravnopravnosti i sublimirao aktivnosti vezane za rodnu ravnopravnost koje se nalaze u preko 20 drugih strategija za različite politike.

Kroz nekoliko koraka može se doprinijeti kvalitetnijem rodno odgovornom komuniciranju javne uprave, koje dalje može unapređivati stanje u oblasti rodne ravnopravnosti. U nastavku je predlog aktivnosti koji može biti uvršten u komunikacione akcione planove.

1. Povećanje edukacije zaposlenih u javnoj upravi o rodnoj ravnopravnosti i značaju rodno odgovornog komuniciranja

- a) Uvođenje obaveznosti pohađanja obuka o rodnoj ravnopravnosti;
- b) Uvođenje obaveznosti pohađanja Programa obrazovanja za sticanje ključnih vještina komunikacije s javnošću u javnom sektoru za sve postojeće i nove službenike/ce za odnose s javnošću;
- c) Podsticanje rukovodnog i ekspertske-rukovodnog kadra na pohađanje Programa obrazovanja za sticanje ključnih vještina komunikacije s javnošću u javnom sektoru za sve postojeće i nove službenike/ce za odnose s javnošću.
- d) **Podijeliti priručnik/uputstva svim zaposlenima o rodno osjetljivom jeziku i rodno odgovornoj komunikaciji** kako bi svi radili i doprinijeli ostvarenju zajedničkog cilja – transformaciji javne uprave u inkluzivan sistem zasnovan na pravičnosti, transparentnosti, odgovornosti i nediskriminaciji.

2. Unapređenje interne komunikacije

- a) Promovisanje teme rodne ravnopravnosti sa najvišeg nivoa (predsjednika i potpredsjednika Vlade, ministara/ki, državnih sekretara/ki, generalnih direktora/ki) putem internih ali i eksternih kanala komunikacije;
- b) Kreiranje internih događaja na kojima bi se govorilo o različitim temama rodne ravnopravnosti u zavisnosti od nadležnosti resora;
- c) Osnaživanje osoba za rodnu ravnopravnost i identifikovanje uticajnih osoba takozvanih influensera, koji mogu biti zaposleni na različitim nivoima i pozicijama, ali uticajni u svojim kolektivima, u javnoj upravi a koji mogu biti promotori ove teme;

- d) Kreiranje internih komunikacionih kampanja za osnaživanje žena u institucijama da apliciraju i preuzimaju rukovodeće funkcije – posebno važno za sektor bezbjednosti u kojem policajke rađe biraju rad u kancelariji nego na terenu;
- e) Obezbeđivanje apsolutnog poštovanja zakonske obaveze korišćenja rodno senzitivnog jezika;
- f) Unapređivanje poštovanja zakonom definisane obaveze rodno balansirane zastupljenosti prilikom izbora i imenovanja na određene funkcije, obrazovanja radnih tijela i utvrđivanja sastava zvaničnih delegacija;
- g) Obezbeđivanje organizacije događaja u skladu sa principima rodne ravnopravnosti.

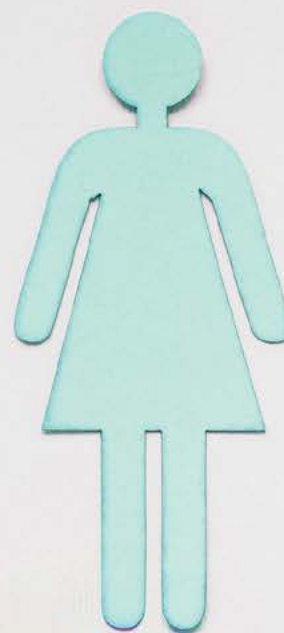
3. Unapređenje eksterne komunikacije

- a) Usvajanje četvorogodišnjeg strateškog okvira za komunikacije u oblasti rodne ravnopravnosti sa pratećim akcionim planom;
 - a1) Izrada Komunikacionog plana koji bi objedinio sve komunikacione aktivnosti predviđene različitim strateškim dokumentima, koji u oblastima koje uređuju integrišu princip rodne ravnopravnosti i u skladu sa tim odgovarajuće komunikacione/medijske aktivnosti;
- b) Usvajanje Pravila o rodno odgovornom komuniciranju od strane Vlade Crne Gore (predlog se nalazi u Aneksu ovog dokumenta);
- c) Povećanje proaktivnog komuniciranja tema iz oblasti rodne ravnopravnosti;
- d) Kreiranje strateških i operativnih partnerstava sa zainteresovanim stranama (Ombudsmanom, institucijama za sprovođenje zakona, međunarodnim organizacijama, organizacijama civilnog društva, predstavnicima akademske zajednice, medijima...) u cilju intenzivnije i fokusiranije komunikacije o rodnoj ravnopravnosti;
- e) Kreiranje priručnika za rodno odgovorno komuniciranje u javnoj upravi;
- f) Obezbeđivanje izrade vizuelnih sadržaja nadležnih institucija u skladu sa principima rodne ravnopravnosti;
- g) Promovisanje žena na rukovodećim institucijama i vođenje računa o rodnoj ravnopravnosti prilikom odabira sagovornika za događaje (posebno davati primat ekspertkinjama u oblastima koje se smatraju dominantno muškim kakva je npr bezbjednost);
- h) Obezbeđivanje organizacije događaja u skladu sa principima rodne ravnopravnosti.



ANEKS I

PRAVILA ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE



1. PRAVILA O RODNO ODGOVORNOM KOMUNICIRANJU

U cilju unapređenja stanja u oblasti rodne ravnopravnosti, potrebno je da Vlada Crne Gore prepozna važnost rodno odgovornog komuniciranja s javnošću. Najbolji način za ostvarivanje ovog cilja bilo bi usvajanje Pravila o rodno odgovornom komuniciranju kojim je kreiran okvir sa jasnim smjernicama onima koji komuniciraju u Vladi i u ime Vlade kako da sadržaji budu u skladu sa najboljim principima i praksama rodne ravnopravnosti.

Dakle, **Pravila treba da budu namijenjena službenicima/cama za odnose s javnošću, ali i svim ostalim javnim funkcionerima i državnim službenicima i namještenicima u izvršnoj vlasti.** Ona treba da pomognu zaposlenima u Vladi Crne Gore da komuniciraju na rodno odgovaran i na način koji će odslikavati napore koje administracija ulaže u povećanje rodne ravnopravnosti u državi.

Rodna ravnopravnost je mnogo više od puke jednake zastupljenosti muškaraca i žena. Za postizanje rodne ravnopravnosti ključni preduslov je u što značajnijoj mjeri smanjiti rodne stereotipe i predrasude, kao i diskriminaciju po osnovu roda i pola.

Jezik ima ključnu ulogu u načinu na koji interpretiramo svijet uključujući način na koji razmišljamo i na koji se ponašamo. Izbor riječi često reflektuje nesvjesne pretpostavke o vrijednostima, rodnim ulogama i mogućnostima žena i muškaraca, a u cilju povećanja rodne ravnopravnosti izuzetno je važno ženu učiniti vidljivom u jeziku.

Predstavnici/ce Vlade odgovorni su za unapređenje stanja u društvu te stoga moraju kreirati poruke i birati način na koji komuniciraju kako bi se elimisale one riječi koje mogu poslati pogrešne poruke građankama i građanima koje ih obeshrabruju, sputavaju ili pospješuju stereotipe. Dodatno, osim o riječima, mora se voditi računa i o vizuelnim sadržajima – fotografijama, grafičkim prikazima ili video snimcima koje Vlada i njeni resori koriste u radu jer one takođe šalju veliki broj poruka, često subliminalnih.

Rodna ravnopravnost ne znači samo isti broj žena i muškaraca na jednom mjestu.



Važno je na događajima obezbijediti jednako učešće žena i dati im aktivnu ulogu na njima. (foto: Vlada Crne Gore)

Rodni jezik je i dalje uobičajen i na radnom mjestu i u svakodnevnom životu. Kada se govori o bilo kojoj funkciji ili službeničkoj poziciji, automatski se koristi oblik u muškom rodu, bez znanja da li tu konkretnu poziciju pokriva muškarac ili žena. Tu praksu treba što prije promijeniti.

Neprecizan izbor riječi može se tumačiti kao diskriminatorski, ponižavajući ili pristrasan. Takav jezik ometa napore da se poveća osnaživanje žena.

Predstavnici/ce Vlade na najvišim funkcijama nose posebnu odgovornost jer daju primjer ostalima na nižim nivoima u administraciji i doprinose održavanju standarda rodno odgovornog komuniciranja.

Ova Pravila treba da doprinesu da Vladine komunikacije:

- Imaju ciljeve koji korespondiraju sa strateškim opredjeljenjem i operativnim ciljevima za unapređenje rodne ravnopravnosti u državi;
- Obezbeđuju da komunikacioni procesi uvažavaju principe rodne ravnopravnosti, da komunikacije budu ujednačene, komunikacione aktivnosti i poruke usklađene i fokusirane na krajnje korisnike – građane i građanke;
- Obezbeđuju informisanje, edukaciju i promjenu stavova javnosti i ponašanja građana u korist usvajanja praksi koje doprinose većoj rodnoj ravnopravnosti;
- Obezbeđuju profesionalnu saradnju sa medijima i drugim partnerima kako bi se smanjila mogućnost prenošenja, podržavanja i/ili multiplikovanja sadržaja koji podupiru rodne stereotipe i patrijarhalne obrasce ponašanja na štetu žena;
- Obezbeđuju jedinstven odgovor na stereotipe i ponašanja vođena predrasudama;
- Promovišu kulturu različitosti i inkuzije koja je karakteristična za crnogorsko društvo;
- Obezbeđuju komunikacije u skladu sa zakonskim odredbama, etičkim standardima, principima i normama profesije.

Pravila postavljaju principe djelovanja, daju osnovu za uspostavljanje prakse i djelovanja u skladu sa principima rodne ravnopravnosti i svim strateškim, zakonodavnim, operativnim i planskim dokumentima kojim je ova oblast regulisana u izvršnoj vlasti. Pravila daju pravac i smjernice za:

- Javne funkcionere u Vladi Crne Gore;
- Službenike/ce za odnose s javnošću;
- Ekspertska – rukovodni i rukovodni kadar, državne službenike/ce i namještenike/ce koji su u bilo kojem segmentu, interno ili eksterno, uključeni u odnose s javnošću i komunikacione aktivnosti Vlade i institucija.

2. OBUHVAT PRAVILA O RODNO ODGOVORNOM KOMUNICIRANJU

Ova Pravila treba da se primjenjuju na Vladu Crne Gore i sve organe državne uprave, internu i eksternu komunikaciju, pisanu i audio-vizuelnu. Mogu ih koristiti i lokalne samouprave, s obzirom i na njihova strateška opredjeljenja i ulogu u unapređenju stanja u oblasti rodne ravnopravnosti u državi.

Pravila su obavezna u radu svih zaposlenih, naročito službenika/ca za odnose s javnošću, u odnosu na aktivnosti koje su vezane za komunikacije – interne i eksterne. Komunikacija u kontekstu ovih pravila se odnosi na:

- Aktivnosti i komunikacione proizvode za informisanje interne javnosti (newslettere, druge informativne i edukativne materijale koji služe za interne informacije, događaje internog informativnog karaktera);
- Aktivnosti i komunikacione proizvode za informisanje eksterne javnosti (obavještenja i druge aktivnosti usmjerene na direktno informisanje i saradnju sa građanima);

- Saradnju sa medijima (najave, saopštenja, izjave, pres konferencije, gostovanja u emisijama, učešće na događajima otvorenim za javnost, medijsko praćenje i izvještavanje);
- Aktivnosti koje se sprovode u cilju pružanja adekvatnog komunikacionog odgovora na krizne i vanredne situacije;
- Sve one aktivnosti definisane komunikacionim strateškim i akcionim planovima koji se odnose na pitanja rodne ravnopravnosti.

Pravila o komunikacijama se odnose na sve vrste komunikacija i javnosti, kao i na aktivnosti definisane aktima za postizanje rodne ravnopravnosti.



3. PRINCIPI PRAVILA O RODNO ODGOVORNOM KOMUNICIRANJU

Principi rodno odgovorne komunikacije su:

1. Fer i jednaka zastupljenost;
2. Korišćenje rodno senzitivnog jezika;
3. Izbjegavanje stereotipa.

1. Fer i jednaka zastupljenost

U javnoj upravi zaposleni su i muškarci i žene, te stoga i jedni i drugi moraju biti prisutni u sadržajima koji se plasiraju u javnosti, ali će se voditi računa o ulogama koje žene imaju, ne samo o njihovom prisustvu – dakle, važno je da žena bude prikazana na pozicijama moći i odlučivanja.

Važno je osigurati da su žene prisutne kao komunikatorke bilo kroz izjave koje će se dati u saopštenjima, objave na društvenim mrežama ili prisustvo i aktivno učešće na događajima.

Žene moraju kreirati, donositi i komunicirati važne odluke za građane/ke.

Prilikom kreiranja komunikacionih sadržaja pažnja se posvećuje različitim ciljnim grupama, a u sklopu svake od njih treba posebnu pozornost posvetiti ženama jer su potrebe žena i muškaraca različite, pa samim tim i pristup njima mora biti takav da uvažava te razlike.

U odabiru politika i tema koje će se komunicirati sa javnošću, vodiće se računa o temama koje će odgovoriti na različite potrebe muškaraca i žena, način života jednih i drugih i različitih kategorija u ovim grupama (npr. zaposleni, nezaposleni, roditelji na roditeljskom odsustvu i sl...).

Kada se radi o poslovima ili ulogama, potrebno je voditi računa o tome da li se poslovi predstavljaju kao muški odnosno ženski, u kojim sferama se nalaze muškarci odnosno žene, da li muškarce prikazujemo kao one koji se bolje snalaze na odgovornijim pozicijama, a žene u sferi kućnih poslova.

Takođe, u komunikacionim sadržajima koje plasira Vlada Crne Gore zanimanja se ne smiju dijeliti na muška i ženska, uloge na muške i ženske, a pozicije u društvu na one koje pripadaju muškarcima ili ženama.

1.1 Organizacija događaja

Kada su događaji u pitanju, treba obezbijediti učešće žena na njima, posebno kao onih koje se obraćaju javnosti.

Potrebno je obezbijediti jednako vrijeme govorenja za muškarce i žene, kao i jednake mogućnosti za žene i muškarce da izraze svoje mišljenje, na šta posebnu pažnju treba da obrate oni koji moderiraju događaje. Ukoliko nema prijavljenih žena za diskusiju, važno je pronaći način da ih podstaknete na interakciju.

U sektorima koji se smatraju dominantno muškim, kao što je sektor bezbjednosti, posebno je važno obezbijediti žene (zaposlene u javnoj upravi, ekspertkinje, predstavnice organizacija civilnog društva, akademske zajednice...) koje će govoriti i prenositi poruke, jer se na taj način snažno doprinosi dekonstrukciji stereotipa i predrasuda i ističe značaj učešća žena u svim oblastima društva.

2. Korišćenje rodno senzitivnog jezika

U Crnoj Gori jezički je standardizovana upotreba naziva zanimanja i funkcija u ženskom rodu (predsjednica, ministarka, sekretarka, direktorica, šefica, službenica, savjetnica), a obaveza korišćenja rodno senzitivnog jezika propisana je Zakonom o rodnoj ravnopravnosti.



Nijedan komunikacioni proizvod u kojem pravilo o upotrebi rodno osjetljivog jezika ne bude ispoštovano, ne može dobiti odobrenje za objavljivanje.

2.1 Kreiranje rodnog balansa u komunikaciji

Osim korišćenja imenica u ženskom rodu, u pisanoj i usmenoj komunikaciji vodiće se računa o generičkim neutralnim terminima (namijenjenih da se koriste zajedno za žene i muškarce), kao i o isključivim oblicima jezika (upotreba „on“/„njegov“ kada se odnosi i na ženu i na muškarce).

Generički neutralni termini prizivaju slike za čitaoce i slušaoce u odnosu na pol koji je dominantan u samoj imenici. Generički termini specifični za muškarce obično prizivaju prvenstveno muške slike za čitaoce i slušaoce. Na primjer, termini „otadžbina“ i „čovječanstvo“ obuhvataju i muškarce i žene, ali u oba pojma dominiraju muškarci, dok je kod termina maternji jezik obrnuta situacija. Ukoliko je to moguće, najbolje je izbjegavati generičke termine kako bi se stvorio rodno inkuzivniji jezik.

U nastojanjima da se izbjegnu isključive forme obraćanja, može se koristiti „on“ i „ona“ kako bi se postigla inkuzivnost, a može se koristiti i množina „oni“ kako bi se izbjegla upotreba zamjenica sa rodnom.

2.2 Jednake forme obraćanja

U javnom diskursu ne treba praviti razliku između gospođe i gospođice, već se svim ženama obraćati sa „gospođa“, jer žene ne treba da se tituliraju na način identifikovanja njihovog bračnog statusa ili odnosa sa muškarcima.

U službenoj upotrebi, u javnom diskursu treba izbjegavati korišćenja prezimena žena sa sufiksima npr Ivanovićeve, Popovićke... jer se na taj način određuje pripadnost žene muškarcu (ocu, mužu).

Na događajima je važno obezbijediti isti način predstavljanja muškaraca i žena – puni naziv funkcije i ime i prezime. Preporuka je da se u obraćanjima na skupovima izbjegava upotreba „Dame i gospodo“, a loša praksa jeste i obilježavanje žena sa – ljepši, nježniji pol i slično...

Takođe, žene se često oslovljavaju kao nečije partnerke, a ne individue u svom ličnom kapacitetu. Jasno je da ovo stvara neravnotežu u tome ko se smatra važnim u javnom životu. Dobra je praksa izbjegavati da se žene nazivaju nečijom suprugom, udovicom ili majkom osim ako je apsolutno neophodno.

3. Izbjegavanje stereotipa

Upotreba jezika jača rodne stereotipe, a pretpostavke o ženama i muškarcima se često formiraju upravo kroz takve rodne stereotipe. Važno je izbegavati upotrebu ovakvih stvari, pošto rodni stereotipi ograničavaju i banalizuju i žene i muškarce, predstavljajući netačne slike.

Važno je ne predstavljati određena zanimanja ili uloge samo kao prikladne ili one koje obavljaju samo žene ili muškarci. Na primer, ljekari su muškarci, a medicinske sestre su žene.

Treba izbegavati fraze koje stereotipiziraju žensko ili muško ponašanje ili misaone procese. Na primjer, rodni stereotipi se primjenjuju kada se muškarci opisuju kao agresivni ili nasilni, a kada se žene opisuju kao emotivne ili pasivne.



Žene su nedovoljno zastupljene u sektoru bezbjednosti, prilično nevidljive u javnom prostoru pa im stoga treba posvetiti posebnu pažnju u komunikacijama (foto: Vlada Crne Gore)

4. Audio i vizuelni materijali

Slike, grafika, video i audio materijali su moćni komunikacioni alati koji utiču na percepcije, stavove i na kraju društvene promjene. Gore navedeni principi za rodnu inkluziju u pisanoj i usmenoj komunikaciji se takođe odnose na audio i vizuelne materijale, tj. video snimke, fotografije, infografike...

Važno je primijeniti principe rodno osjetljive komunikacije i za ove proizvode i izbegavati bilo kakav stereotipni prikaz muškaraca i žena u smislu društvenih uvjerenja, normi očekivanog ponašanja, podjele rada, pristupa i kontrole resursa, donošenja odluka i razlika u moći.

Kada se pripremaju pisani, audio i vizuelni materijale, uključujući i tonske isječke - sinkove, vodiće se računa da se uključe žene - kao one koje intervjuišu, intervjuisane i govornice na događajima, kao i kombinovanje ženskih i muških glasova u sinkovima. Ovo je potrebno učiniti bez obzira na temu i treba se pobrinuti da stil izražavanja i poruke prenose jednak status i autoritet kada se mijenjaju muški i ženski glasovi.

Iako možda nije moguće imati jednak broj žena i muškaraca na svakoj fotografiji, ilustraciji, crtanom ili video segmentu, važno je da se u ukupnoj prezentaciji u ovim medijima prisustvo žena u društvu demonstrira kao uravnoteženo, ne kao izuzetno ili sporadično.

Na isti način kao i u pisanim materijalima, prikazi žena i muškaraca u audio-vizuelnim proizvodima treba da pokušaju da raskinu sa predstavama o rodnim ulogama koje održavaju rodne nejednakosti. Žene treba prikazati kao sposobne da iskoriste mogućnosti ili kao da imaju jednake mogućnosti; da su na pozicijama moći i u profesijama mimo onih koje se obično povezuju sa ženama kao što su učiteljice, medicinske sestre, negovateljice i sl...

Ton kojim se obraćamo u javnom diskursu takođe će ukazati na to kako pozicioniramo žene ili muškarce, način na koji je prikazano tijelo, ali i lokacije odnosno ambijent u koji se smještaju žena ili muškarac. Takođe, boje koje se upotrebljavaju, posebno u vizuelnim sadržajima ne smiju se koristiti na način da podržavaju rodne stereotipe – da se na primjer plava koristi samo za muškarce, a roze za žene.

Žene nijesu slučajno u životu, pa vodite računa da na vizuelnim sadržajima budu ciljano i namjerno.



ANEKS II

KRATAK RJEČNIK RODNE RAVNOPRAVNOSTI



KRATAK RJEČNIK RODNE RAVNOPRAVNOSTI

POL

Pol predstavlja biološke karakteristike muškaraca i žena, anatomske i fiziološke osobine koje razlikuju jedne od drugih. Te osobine su uglavnom nepromijenjene, sa njima smo rođeni i one su univerzalne.

ROD

Rod se odnosi na društveno uslovljene razlike, ukazuje na karakteristike, položaje i uloge žena i muškaraca u svim društvenim odnosima. Rod se može mijenjati, oblikuje se u vremenu i prostoru.

Društva stvaraju i dodjeljuju rodne atribute djevojčicama i dječacima, muškarcima i ženama, a često postoji i značajan društveni pritisak da se u skladu sa tim idejama ponašaju.

RODNE ULOGE

Rodne uloge podrazumijevaju ponašanja koja se očekuju od žena i muškaraca u društvu. Rodne uloge se razlikuju širom svijeta, a podložne su promjenama u odnosu na mijenjanje društvenih dešavanja i okolnosti.

RODNI ODNOSI

Rodni odnosi predstavljaju društveno utvrđene odnose između žena i muškaraca, način na koji se raspoređuje moć i pristup resursima, kao i način na koji je podijeljena kontrola između polova. Ovi odnosi utiču na položaj muškaraca i žena u društvu i često stavljaju žene u nepovoljan položaj. Oni su društveno određeni odnosi koji se temelje na kulturi i vremenom podliježu promjenama.

RODNI IDENTITET

Rodni identitet je individualan osjećaj rodne posebnosti i pripadnosti, to je uvjerenje osobe, način na koji osoba vidi sebe kao muško ili žensko, ili se određuje van ovih kategorija. Rodni identiteti se odnose na transrodne, transseksualne, interseks osobe, osobe druge seksualne orijentacije, LGBT.

RODNA RAVNOPRAVNOST

Rodna ravnopravnost je uslov ili stanje koje pruža ženama i muškarcima jednako uživanje ljudskih prava, društveno vrjednovanih dobara, mogućnosti i resursa, obezbjeđujući iste mogućnosti i potencijale da doprinose i koriste, u svim sferama društva (ekonomskoj, političkoj, socijalnoj, kulturnoj). Muškarci i žene uživaju jednak status, priznanje i uvažavanje.

Žene i muškarci uživaju:

- jednake uslove da ostvare svoj puni potencijal i ambicije;
- jednake mogućnosti učešća, doprinosa i koristi od resursa i razvoja društva;
- jednake slobode i kvalitet života;
- jednake ishode u svim aspektima života.

RODNI STEREOTIP

Rodni stereotip je negativna i pristrasna svijest, stav i procjena karakteristika, položaja, uloge i kapaciteta žena i muškaraca. Rodni stereotip uključuje skup karakteristika koje određena grupa dodjeljuje ženama ili muškarcima (npr. rad u domaćinstvu ne spada u muške obaveze).

Rodni stereotipi su često netačni (ne odražavaju stvarni kapacitet pojedinca) i obično ograničavaju ono što je osobi dopušteno i što od nje drugi očekuju da radi u društvu.

RODNA ANALIZA

Rodna analiza je proučavanje razlika u uslovima, potrebama, zastupljenosti, dostupnosti izvora i razvoja, kontroli sredstava, moći odlučivanja, itd. između žena i muškaraca, na osnovu njima pripisanih rodni uloga.

RODNA DISKRIMINACIJA

Rodna diskriminacija jeste svako razlikovanje, isključivanje ili uskraćivanje koje se čini na osnovu pola a sa posljedicom ili ciljem ugrožavanja ili onemogućavanja sticanja ili ostvarivanja, a po osnovu ravnopravnosti muškaraca i žena, ljudskih prava i osnovnih sloboda u političkoj ekonomskoj, društvenoj, kulturnoj, građanskoj ili drugoj sferi. (Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije prema ženama Ujedinjenih nacija, član 1 - CEDAW)

RODNO ZASNOVANO NASILJE

Rodno zasnovano nasilje je bilo koji oblik nasilja koji se sprovodi nad osobom samo zbog pripadnosti određenom polu, upotrebom fizičke ili psihičke sile, uključujući silovanje, fizičko nasilje, seksualno uznemiravanje, incest i pedofiliju.

RODNA JEDNAKOST

Rodna jednakost je proces koji vodi fer tretmanu žena i muškaraca. Da bi se obezbijedila pravednost, preduzimaju se određene mjere koje mogu nadoknaditi istorijsku i društvenu nepravdu koja je onemogućila žene i muškarce da u punoj mjeri učestvuju u određenoj aktivnosti. Jednakost vodi ka ravnopravnosti. (Gender Mainstreaming in Practice: A Toolkit, UNDP Bratislava 2007)

RODNO OSJETLJIVI INDIKATORI

Rodno osjetljivi indikatori imaju posebnu funkciju da ukažu na društvene promjene u vezi sa rodom tokom vremena. Njihova korisnost je u tome što mogu ukazati na promjene u položaju i ulogama žena i muškaraca tokom vremena, i stoga da mjere da li se ostvaruje rodna ravnopravnost. Pošto upotreba indikatora i drugih relevantnih tehnika evaluacije vode ka boljem razumijevanju kako se rezultati mogu ostvariti, korišćenje rodno osjetljivih indikatora će takođe doprinijeti djelotvornijem planiranju i sprovođenju programa u budućnosti. ("Guide to Gender-Sensitive Indicators", Canadian International Development Agency, 1997).

