



### Genderově orientovaná práce s veřejností

- Cílová skupina (-y):** Všichni zaměstnanci a zaměstnankyně, zvláště z pracovní oblasti práce s veřejností
- Cíl:** Zvýšit povědomí účastníků a účastnic o gendrových aspektech a gendrových problematikách práce s veřejností.
- Metoda:** Pracovní skupiny, zpracovávání pomocných otázek
- Zadání:** Pracovní skupiny by měly pomocí pomocných otázek (viz příloha) vypracovat tiskovou zprávu, oznámení o akci (setkání), obchodní zprávu nebo něco podobného z jejich pracovní oblasti jejich organizace.
- Vyhodnocení:** Výsledky pracovních skupin se představí v plénu a diskutuje se o nich. Důležitou otázkou v rámci tohoto vyhodnocení je také, do jaké míry posilují použité příklady a obrazy gendrové stereotypy nebo do jaké míry je spíše pomáhají překonávat.
- Délka:** 90 min. (45 min. práce ve skupinách, 45 min. plénum)
- Pomůcky:** Letáčky, tiskové zprávy, oznámení o konání akce, výroční zprávy apod. z pracovní oblasti nebo organizace účastníků/účastnic.  
Pracovní pomůcka: „Pomocné otázky“ (viz příloha)
- Poznámka:** V závislosti na daném jazyku nelze některé německé výrazy – neutralizované pojmy - použít, například místo účastníci a účastnice se v němčině dá použít jedno slovo zahrnující obě pohlaví. V takovém případě je nutné se přizpůsobit možnostem daného jazyka.



## **Pomocné otázky k gendrově orientované práci s veřejností<sup>1</sup>**

<b>Prvky</b>	<b>Otázky</b>
<b>Jazyk</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Je text vypracován v gendrově spravedlivém jazyku?</li><li>• Využívá se při používání ženských, mužských nebo párových forem kreativních formulací?</li></ul>
<b>Produkt</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jaké poselství se sděluje?</li><li>• Jak je možné sdělování zprávy (poselství) zlepšit pomocí začlenění gendrové perspektivy?</li><li>• Kdo je produktem oslovován?</li><li>• Jsou oslovováni muži i ženy v jejich rozmanitosti?</li><li>• Jak muži a ženy v jejich rozmanitosti využívají produkt?</li></ul>
<b>Strukturní prvky</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Je produkt (v obrazech/layoutu a jiných strukturních elementech) zbaven ponižujících ženských a mužských gendrových stereotypů?</li><li>• Je využitý statistický materiál diferencován podle pohlaví?</li></ul>
<b>Obsahy</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jakou relevanci má téma pro muže a ženy v jejich rozmanitosti? Jsou mezi pohlavími rozdíly?</li><li>• Jak je možné rozdíly adekvátně zohlednit?</li><li>• Jsou ženy a muži zastoupeni vyváženě?</li><li>• Jsou zevšeobecňující výpovědi eliminovány, nebo je dostatečně poukázáno na jejich účinek?</li><li>• Jsou výkony a vlastnosti žen a mužů rovnocenně hodnoceny a prezentovány?</li></ul>

<sup>1</sup> Srovnej kontrolní seznam gender mainstreamingu v tisku a práci s veřejností Spolkového ministerstva pro rodinu, seniory, ženy a mládež, <http://www.gender-mainstreaming.net/RedaktionBMFSFJ/RedaktionGM/Pdf-Anlagen/gm-und-oeffentlichkeitsarbeit.property=pdf.pdf> (anketa 24.9.2005)