



Pytania przewodnie dotyczące zorientowanego na gender Public Relations

Elementy	Pytania
Język	<ul style="list-style-type: none">• Czy tekst jest sformułowany w sposób wrażliwy na kulturową tożsamość płci?• Czy w tekście w sposób kreatywny używa się form żeńskich, męskich lub mieszanych?
Produkt	<ul style="list-style-type: none">• Jaka treść (przesłanie) jest przekazywana?• Jak można ulepszyć przekaz treści poprzez włączenie perspektywy płci?• Do kogo jest skierowany produkt?• Czy jest on adresowany do kobiet i mężczyzn (w całej ich różnorodności)?• Jak kobiety i mężczyźni (w ich różnorodności) wykorzystują produkt?
Prezentacja/konstrukcja	<ul style="list-style-type: none">• Czy produkt (jeśli chodzi o obrazy/layout i inne elementy) jest „wolny” od żeńskich i męskich stereotypów dotyczących płci?• Czy wykorzystany materiał liczbowy jest zróżnicowany pod kątem płci?
Treści	<ul style="list-style-type: none">• Jakie znaczenie ma ten temat dla kobiet i mężczyzn (w ich różnorodności)? Czy są różnice pomiędzy płciami?• Jak różnice mogą zostać w odpowiedni sposób uwzględnione?• Czy kobiety i mężczyźni są w równomierny sposób reprezentowani?• Czy udało się uniknąć uogólniających wypowiedzi lub zastanowiono się nad ich działaniem?• Czy osiągnięcia i cechy kobiet i mężczyzn zostały w równy sposób wartościowane i przedstawione?