



TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI



*Priručnik o rodno osetljivom
medijskom izveštavanju*

PRIRUČNIK O RODNO OSETLJIVOM MEDIJSKOM IZVEŠTAVANJU

Trening za medije na
temu rodne osetljivosti



UVOD

Jedna od najtrajnijih predrasuda u većini društava je rodna nejednakost koja se ogleda u socio-ekonomskim i političkim sferama života i koja ograničava vrste uloga i odgovornosti koje žena može da preuzme. Ova nejednakost se ponavlja i otežava prikazivanjem žena u štampanim i elektronskim medijima, koji su moćan alat sa dalekosežnim efektom i uticajem na ljudsku psihu.

Rodne predrasude i pristrasnosti medijskih praktičara/ki predstavljaju jednu od glavnih prepreka različitom prikazivanju žena i njihovih glasova u medijima. Novinari/ke i urednici/ce su socijalizovani kao muškarci i žene, mnogo pre nego što su odabrali novinarstvo kao karijeru. Ova socijalizacija utiče na to kako mediji izveštavaju o ženama, kako ih prikazuju i kako im omogućavaju pristup medijima.

Istraživanje koje su sprovele grupe za praćenje medija širom sveta pokazuje da su vesti najvećim delom predstavljene kroz oči, glasove i perspektive muškaraca. Mediji često prave grešku pretpostavljajući da je rod isto što i žene. To dovodi do medijskog pristupa koji se fokusira na žene kao izolovane članice društva sa specifičnim potrebama i interesima. Iako je ovo istina, zbog podređe-

nog položaja žena u društvima širom sveta, ovaj pristup marginalizuje ženske glasove i stavlja žene u stereotipne uloge. Mediji izveštavaju o tzv. pitanjima žena na način da ih ne dovode u vezu sa pitanjima društva u celini, i ne uspevaju da prikažu međusobne odnose između rodni uloga, pristupa resursima i moći. Medijsko izveštavanje o slučajevima rodno zasnovanog nasilja obično se karakteriše predrasudama i neodgovarajućim jezikom, zajedno sa problemom nedovoljnog izveštavanja.

Trening za medije na temu rodne osetljivosti je važan. On pomaže novinarima/kama i urednicima/cama da shvate stavove, predrasude, pristrasnost i socijalizaciju koji se često pojavljuju u medijskim porukama i omogućava im da prepoznaju i analiziraju neuravnoteženost između glasova žena i glasova muškaraca u medijima. Trening za medije na temu rodne osetljivosti pruža novinarima/kama i urednicima/cama veštine i tehnike za analiziranje činjenica, pitanja i podataka iz rodne perspektive.

KAKO DA KORISTITE OVAJ PRIRUČNIK

Ovaj program treninga može biti osmišljen korišćenjem delova Priručnika u kombinaciji sa drugim materijalima za obuku relevantnim za obrađene teme. Preporučuje se da trening bude praktičan, uz korišćenje vežbi i primera iz medija kako bi se pomoglo učesnicima da analiziraju i steknu praktični osećaj za sadržaj koji se obrađuje na sesijama.

Materijal u ovom Priručniku služi samo kao vodič, a treneri/ce bi trebalo da dodaju dodatne informacije, vežbe i odgovarajuće primere za ciljanu publiku. Trener/ca bi trebalo da prilagodi sesije kako bi se osiguralo da su u njih uključene diskusije i vežbe, pored ključnih tačaka treninga.

1.

2.

3.

SAVETI I TEHNIKE ZA TRENING

Na početku svakog dana, trener/ica bi trebalo da dâ kratak sažetak (ili zamoli jednog učesnika/ce da to uradi) ključnih tačaka iz prethodne sesije i vezu sa sledećom sesijom. Drugim rečima, trener/ica bi trebalo da objasni koncept sesija koji se zasniva na principu "gradivnih elemenata", tj. svaka sesija je povezana sa sledećom kako bi se pomoglo učesnicima/cama da steknu više znanja i razumevanja o ovom pitanju kroz kombinaciju sadržaja i vežbi.

Važno je da se u program treninga uključi asistent/kinja trenera/ce kao zapisničar/ka koji može voditi dnevnu evidenciju o diskusiji, identifikovanim problemima i postavljenim pitanjima, zapažanjima o temama koje su izazvale najviše rasprave, zapažanjima o učesnicima/cama, te o delovima sesija koje su bile lakše za razumevanje i onima koje su se činile težim.

CILJNA PUBLIKA

Ciljna publika za ove treninge su novinari/ke koji rade u internet, TV, radio i štampanim medijima. Aspekti treninga koji se bave anketiranjem, korišćenjem podataka i proverama činjenica i informacija primjenjuju se na sve oblike medija.

PRIPREMA

1. Trener/ica bi trebalo da zamoli učesnike/ce da sa sobom donesu četiri do pet članaka i izveštaja o rodno zasnovanom nasilju. Ovi članci mogu da se koriste u vežbama za vreme treninga.

2. Trener/ica bi trebalo da obezbedi da svaki učesnik/ca dobi-je primerak nekih glavnih dnevnih novina svaki dan. Dnevne novine mogu da pruže tekuće vesti za analizu i vežbe.

3. Trener/ica bi trebalo da se upozna sa svim flajerima u Priručniku. Fotokopiranje flajera bi trebalo da bude urađeno pre početka programa. U odgovarajućim trenucima tokom sesija kada se flajeri dele učesnicima/cama, trener/ica bi trebalo da ih pročita i da naglasi ključne tačke. Trener/ica ne bi trebalo da prvo podeli flajere i nastavi sa sesijom. Važno je da se flajeri koriste kao deo nastavnog procesa.

GDE POČETI

Prvog dana treninga, bi trebalo sprovesti neke uvodne aktivnosti pre nego što trener/ica započne sesiju:

- Predstavite sebe, organizaciju koju predstavljate, i pružite učesnicima/cama neke osnovne informacije o tome "Zašto organizujemo ovaj trening?"
- Zamolite učesnike/ce da se predstave navodeći svoje ime i ime medijske organizacije u kojoj rade. Predstavljanje se takođe može obaviti u formi "intervjua", pri čemu će se jedan učesnik/ca

kretati sa mikrofonom kao voditelj/la ili će učesnici/ce intervjuisati jedni druge. Podstičemo trenere/ice da budu kreativni u osmišljavanju uvodnog dela.

- Dajte svakom učesniku/ci karticu i marker. Zamolite svaku osobu da napiše jedno očekivanje koje on ili ona ima od ovog treninga. Pokupite kartice i postavite ih na zid ili flipčart. Pročitajte svako očekivanje naglas.

Na kraju uvoda, trener/ica bi trebalo da postavi ključne tačke iz programa

treninga i da uporedi ove tačke sa očekivanjima učesnika/ca treninga. Obratite pažnju na očekivanja koja možda neće biti ostvarena tokom treninga i predložite načine na koje ih učesnici/ce mogu ostvariti.

Upoređivanje sadržaja Priručnika sa očekivanjima je jedan od načina upoznavanja učesnika/ca sa programom treninga i razmene znanja i razumevanja koje učesnici/ce mogu očekivati da će steći.

SESIJA



UVOD I PREGLED

SESIJA 1

UVOD I PREGLED



CILJEVI:

Do kraja ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Objasne ciljeve radionice
2. Podele svoja očekivanja o radionici



KORACI:

- A. Otvaranje
- B. Predstavljanje
- C. Očekivanja učesnika/ca i ciljevi radionice
- D. Pregled rasporeda radionice



MATERIJALI:

- Flipčart i papir
- Markeri
- Kartice za zabeleške



FLAJERI:

- Ciljevi radionice

POSEBNA PRIPREMA:

Pozovite gostujućeg predavača/čicu ili neku drugu odgovarajuću ličnost da održi uvodni govor.

Mogući gostujući predavač/ica može da bude istaknuta ličnost iz medijskog sektora, civilnog društva ili nevladine organizacije. Gostujući predavač/ica bi trebalo da deli iste vrednosti sa organizacijom koja organizuje trening u pogledu rodne ravnopravnosti i zastupljenosti rodno zasnovanog nasilja u medijima.

A. OTVARANJE

Korak A1

Kratak uvod. Poželite dobrodošlicu učesnicima/cama na radionicu i predstavite trenere/ice. Dozvolite učesnicima/cama da se predstavljaju. Objasnite učesnicima/cama da će ovo biti participativna radionica i da će njihovo aktivno učešće u velikoj meri doprineti njenom uspehu.

Korak A2

Radionica se otvara uvodnim govorom gostujućeg predavača/čice, voditelja/voditeljke projekta ili druge odgovarajuće osobe.

B. PREDSTAVLJANJE

Korak B1

Objasnite učesnicima/cama da bi trebalo da upoznaju jedni druge s obzirom da je ovo participativna radionica u kojoj će oni učiti jedni od drugih i razmenjivati iskustva jedni sa drugima. Dajte svakom učesniku/ci list flipčart papira i zamolite ih da napišu sledeća zaglavlja i popune informacije:

Ime i prezime:

Organizacija:

Naziv radnog mesta:

Interesi / hobiji:

Omiljeni aspekt Vašeg posla:

Najmanje omiljeni aspekt Vašeg posla:

Korak B2

Dozvolite učesnicima/cama da podele svoje flipčarte sa ostatkom grupe.

C. OČEKIVANJA UČESNIKA/CA I CILJEVI RADIONICE

Korak C1

Zamolite učesnike/ce da podele svoja očekivanja koja imaju o radionici. Dajte svakom učesniku/ci dve kartice za zabeleške i hemijsku olovku. Zamolite ih da napišu jedno očekivanje po kartici i zalepите kartice na zid tako da ih svi vide. Pozovite jednog učesnika/cu da pročita nekoliko kartica i, ako je to moguće, grupišite slična očekivanja pod jednim glavnim naslovom. Ponovite postupak dok sve kartice ne budu pročitane i grupisane.

Korak C2

Podelite flajere - Ciljevi radionice. Uporedite očekivanja učesnika/ca sa ovim ciljevima. Ako se čini da se ova očekivanja ne nalaze u programu radionice, razmislite o tome kako bi ona mogla biti uključena. Možda će biti potrebno dodati, izbrisati ili delimično izmeniti program radionice za ispunjavanje ovih očekivanja.

Korak C3

Ako neki učesnik/ca ima očekivanje koje nije izvodljivo tokom radionice, razgovarajte o tome kako se ono može ostvariti, možda tokom nekog budućeg treninga. Ako to očekivanje nije u okviru planiranih aktivnosti, razgovarajte o tome otvoreno.

PREGLED RASPOREDA RADIONICE

Korak D1

Podelite raspored radionice koje ste napravili. Pročitajte raspored, zajedno sa učesnicima/cama, dozvoljavajući pitanja i objašnjenja. Zamolite učesnike/ce da odaberu "predstavnik/cu grupe", koji će služiti kao veza između učesnika/ca i trenera/ica i pomoći da se ispune potrebe učesnika/ca.

SESIJA 1 – FLAJER – CILJEVI RADIONICE

Ciljevi radionice su:

- Povećati osetljivost prema rodnim pitanjima stvaranjem boljeg razumevanja koncepata pola i roda.
- Razviti razumevanje definicije rodno zasnovanog nasilja i načina i metoda rodno zasnovanog nasilja.
- Razgovarati o opštim nedostacima u izveštavanju o pitanjima žena, posebno pitanjima nasilja nad ženama.
- Poboljšati veštine i kvalitet izveštavanja o rodno zasnovanom nasilju u medijima.



SESIJA

OKVIR RODNE ANALIZE ZA MEDIJE

SESIJA 2

OKVIR RODNE ANALIZE ZA MEDIJE



CILJEVI:

Do kraja ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Razumeju prikaz žena u medijima
2. Razgovaraju o novinarskoj percepciji njihove uloge
3. Identifikuju elemente koji utiču na nezavisnost medija



KORACI:

- A. Medijski prikaz žena
- B. Uloga medija u društvu
- C. Nezavisnost medija



MATERIJALI:

- Flipčart i papir
- Markeri
- Kartice za zabeleške



FLAJERI:

- 1: Nezavisni mediji
- 2: Urednička nezavisnost

A. MEDIJSKI PRIKAZ ŽENA

Korak A1

Podelite učesnike/ce u dve grupe. Napišite sledeći citat na flipčartu ili tabli:

“U svetu viđenom kroz objektiv medija, društvene i profesionalne uloge su gotovo potpuno podeljene po rodnom linijama. Kada se žene pojavljuju – a brojna istraživanja širom sveta dokumentuju njihovu dramatičnu nedovoljnu zastupljenost u gotovo svim vrstama medijskih sadržaja – one su obično prikazane u kući, a retko su predstavljene kao racionalne, aktivne ili odlučne.”

Zamolite jednu grupu da navede primere iz medija u njihovoj zemlji (štampani mediji, internet, radio i televizija) koji podržavaju ovu izjavu. Druga grupa bi trebalo da istakne primere iz medija u njihovim zemljama koji pokazuju suprotno – žene u različitim društvenim i profesionalnim ulogama.

Dajte svakoj grupi 10 minuta za ovu aktivnost. Trener/ica bi trebalo da piše na flipčartu navedene primere. Razgovarajte o slici medijskog prikaza žena koja proizilazi iz navedenih primera.

Koristite ključne tačke koje proizlaze iz rasprave da se pređete na sledeći deo o ulozi medija u društvu.

B. NOVINARSKA PERCEPCIJA NJIHOVE ULOGE

Korak B1

1. Dajte svakom novinaru/ki kartice i marker.
2. Zamolite ih da napišu dva (2) primera onoga kako oni vide svoju ulogu novinara/ke u društvu.
3. Stavite kartice na zid ili tablu i pročitajte različite odgovore sa grupom. Kada se pojave sličnosti, označite ih kako bi se videlo da li grupa deli zajedničku percepciju njihove uloge.

Korak B2

Napišite ključne tačke ispod na flipčartu ili tabli i objasnite da sledeće tačke predstavljaju uobičajena uverenja o ulozi novinara u kontekstu uloge medija u društvu:

- Najbolja usluga koju mediji mogu da pruže javnosti, bez obzira da li se radi o zreloj demokratiji ili demokratiji u razvoju, je da budu čuvari zajednice. Funkciju čuvara treba primenjivati u svim sektorima društva.
- Biti novinar/ka nije samo posao. Niti je to samo profesija. Novinari/ke bi trebalo da vide i obave svoju ulogu kao uslugu od javnog interesa.
- Kada obavljaju ulogu čuvara i “iskopavaju” istinu, novinari bi trebalo da budu oprezni prilikom predstavljanja bilo kakvog otkrića javnosti kao apsolutne istine.

SESIJA 2 – FLAJER 1 – NEZAVISNI MEDIJI

“Nezavisni list (medij) predstavlja iskrenog informacionog posrednika za svoje čitaoce bez namerne pristrasnosti ili favorizovanja. Nezavisni list (medij) smatra da je njegova nezavisnost njegova najdragocenija komercijalna, urednička i moralna vrednost. On čuva svoju nezavisnost, tako da se može obratiti svim članovima svoje publike u bilo kom trenutku. On održava svoju nezavisnost kroz potpuno profesionalno ponašanje, čiji principi to daju na znanje svim zaposlenima (politika) i svim čitaocima i čitateljicama ili komercijalnim klijentima i klijentkinjama koji žele da ga znaju. Nezavisni list (medij) ne zasniva svoje profesionalne odluke na uskim ekonomskim ili političkim interesima bilo kog pojedinačnog subjekta, uključujući i sebe.”

Nakon razmatranja gore navedenih ključnih tačaka sa učesnicima/cama, uporedite ih sa novinarskim percepcijama njihovih uloga. Naglasite slučajeve gde se odgovori učesnika/ca podudaraju sa gore navedenim tačkama.

Korak B3

Označite reč "javnost" – u Koraku B2 – i pitajte novinare/ke: "Ko je javnost? Koje su to različite grupe u društvu koje čine 'javnost'?" – Zapišite njihove definicije medijske javnosti i ukažite na to da će se, kasnije tokom treninga, grupa vratiti na ova pitanja i analizirati koliko dobro mediji oslikavaju, ili ne oslikavaju, "javnost" u svom izveštavanju.

Dajte svakom učesniku/ci kopiju flajera 1 – Nezavisni mediji. Zamolite nekoga u grupi da pročita flajer, i pitajte grupu za

njihovo mišljenje o datom opisu nezavisnih medija. (Maksimalno 10 minuta.)

Nakon rasprave, zabeležite podvučene reči u tekstu – "čitaoci", "pristrasnost ili favorizovanje", "svim članovima svoje publike". Zatim, zamolite učesnike/ce da razmisle o rečima kao što su "čitaoci/čitateljke", "svim članovima/cama svoje publike", i da razmisle da li je medijski sadržaj inkluzivna ili isključiv kada se radi o pojedinim grupama – muškarcima, ženama, deci, starijim osobama, itd. u društvu.

Korak B4

Napišite pet ključnih tačaka navedenih ispod na tabli ili flipčartu a zatim iskoristite ove teze za diskusiju kako biste fokusirali raspravu na petu tačku, koja je ključna za rod u medijima.

SESIJA 2 – FLAJER 2 – UREĐIVAČKA NEZAVISNOST

U središtu slobode medija nalazi se uređivačka nezavisnost, što znači nezavisnost od moći izvan i unutar medija, posebno od:

1. Vlade
2. Političkih partija i interesa
3. Poslovnih i komercijalnih interesa, uključujući i interese oglašivača
4. Prijatelja novinara/ki
5. Ličnih predrasuda, praznoverja i pristrasnosti novinara/ki

KLJUČNE TEME ZA DISKUSIJU

Gledajući ovih pet (5) ključnih tačaka, još uvek postoje ograničenja koja mediji svuda moraju da prevaziđu da bi u potpunosti dostigli fazu uređivačke nezavisnosti. Postoje mnogi koji tvrde da ne može postojati medij koji je potpuno nezavisan od bilo koje moći.

1.

Međutim, zadnja tačka donosi novu dimenziju konceptu uređivačke nezavisnosti, jer leži u moći novinara/ke i urednika/ce da nešto promene. Ova tačka je od ključne važnosti za bilo koju raspravu o rodu u medijima, jer naglašava "skrivenu" moć koju socijalizacija ima na percepciju novinara/ke i urednika/ce o tome gde bi muškarci i žene "trebalo" da budu u društvu. Ove predrasude nesvesno se uvlače u medijske prakse. One dovode do negativnih ili stereotipskih prikaza žena i muškaraca i takođe dovode i do novinarske prakse prikupljanja informacija koja često isključuje žene kao "izvore", čime se ograničava njihov "glas" u medijima i putem medija..

2.

Istraživanje jasno pokazuje da odnos masovnih medija prema ženama nadilazi klasne, kulturološke, nacionalne i regionalne granice. Način na koji su žene predstavljene u medijima u Africi ima više sličnosti nego razlika sa načinom na koji su žene predstavljene u medijima u Aziji, Evropi, Latinskoj Americi i Severnoj Americi. Što se tiče rodnih odnosa, mediji širom sveta deluju kao kulturološka sila koja suptilno i posredno pomaže da se oblikuje, a ne samo reflektuje, društvena stvarnost muškaraca i žena.

3.

Pristrasnost i predrasude internalizovane od strane novinara/ki i urednika/ca kroz njihovu socijalizaciju unutar društava o kojima oni sada pišu ima veći uticaj na medijske proizvode nego što oni to shvataju. Kroz trening na temu rodne osetljivosti, novinari/ke i urednici/ce mogu postati svesniji toga kako njihove vlastite unutrašnje pristrasnosti i predrasude utiču na njihovo izveštavanje u istoj meri kao i eksterni faktori poput državne cenzure.

4.

Postoji pretpostavka, koja je bila preokupacija u istraživanjima masovnih komunikacija, da medijske poruke i slike predstavljaju snažnu društvenu, kulturološku i političku silu i da postoji veza između rezultata rada medija i društvene svesti.

5.

Masovni mediji su glavni oblici komunikacije koji se koriste da bi se doprlo do velikog broja ljudi u bilo kom trenutku. Mediji su dobro pozicionirani da utiču na društvena mišljenja, uverenja, stavove i standarde, kao i na naš pojam o nama samima, tako da je naša ideja o tome ko smo mi kao muškarci i žene pod uticajem vrednosnih poruka koje kreiraju sami mediji.

6.

SESIJA

8

RAZUMEVANJE RODA

SESIJA 3

RAZUMEVANJE RODA



CILJEVI:

Do kraja ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Identifikuju rana sećanja o tome kada i kako su naučili šta znači biti muškarac ili žena
2. Identifikuju očekivanja od rodni uloga i rodne stereotipe
3. Definišu rod
4. Opišu kako institucije i sistemi u njihovoj kulturi stvaraju i održavaju rodne stereotipe



KORACI:

- A. Rana sećanja o tome kako je biti muškarac ili žena
- B. Očekivanja i stereotipi o rodni ulogama
- C. Definisane roda
- D. Uticaji institucija / sistema na rodne stereotipe



MATERIJALI:

- Flipčart i papir
- Markeri



FLAJERI:

- Pol i rod

POSEBNA PRIPREMA:

Nacrtajte grafikon "Pol i rod" na novinskom papiru.

GRAFIKON: - Pol i rod -

- Biološki / društveno konstruisani
- Rođen/a sa / Nije rođen/a sa
- Ne može se promeniti / Može se promeniti

A. RANA SEĆANJA O TOME KAKO JE BITI MUŠKARAC ILI ŽENA

Korak A1

Kao uvod u ovu sesiju, zamolite učesnike/ce da pokažu stav ili zauzmu položaj koji opisuje kako se muškarci i žene doživljavaju u njihovom društvu. U mešovitim grupama, zamolite muškarce da zauzmu položaj koji opisuje muškarce, a žene da zauzmu položaj koji opisuje žene; u istopolnim grupama, zamolite sve učesnike/ce da prikažu položaje koji opisuju muškarce, a zatim zamolite sve učesnike/ce da prikažu položaje koji opisuju žene.

Korak A2

Zamolite svakog učesnika/cu da opiše ono što njegov ili njen stav ili položaj pokazuje. Zamolite ih da razmotre šta taj stav ili položaj reflektuje o percepcijama društva o muškarcima i ženama.

Korak A3

Započnite glavni deo sesije objašnjavajući da će tokom radionice o rodu, a naročito u ovoj sesiji, učesnici/ce biti zamoljeni da podele sa ostatkom grupe lične uspomene i iskustva vezana za rod, i da ova sećanja i iskustva mogu ponekad biti bolna ili može biti teško o njima govoriti.

Naglasiti da uspeh sesije i radionice zavisi od spremnosti učesnika/ca da podele svoje uspomene i iskustva, ali da niko neće morati da ih podeli ako im nije prijatno da to urade.

Korak A4

Zamolite učesnike/ce da se podele u četiri (4) male, istopolne grupe. Objasnite im da bi trebalo da formiraju grupe po vlastitom izboru kako bi se obezbedilo da su u istoj grupi sa učesnicima/cama pred kojima im nije neprijatno da podele lična iskustva.

(Napomena: Ako se desi da postoji samo jedan muškarac ili jedna žena u grupi, učesnici/ce mogu formirati samo dve (2) grupe – jednu istopolnu i jednu mešovitu.)

Korak A5

Predstavite Zadatak A5:

ZADATAK A5

1. Pojedinačno, prisetite se vaših najranijih, najvažnijih i najznačajnijih sećanja o iskustvu vezanom za otkrivanje toga da ste muško ili žensko i stoga različiti od drugog pola.
2. Nakon nekoliko minuta pojedinačnog razmišljanja, podelite to iskustvo sa drugim članovima/cama vaše grupe.
3. Kao grupa, osmislite dramu, sliku, poemu, pesmu, priču ili ples koji odražavaju sećanja koja ste podelili unutar grupe.

Korak A6

Zamolite svaku grupu da predstavi svoju dramu, sliku, poemu, pesmu, priču ili ples. Postavite pitanja o pojedinačnim sećanjima podeljenim unutar grupe koja će podstaknuti diskusiju:

- Kako ste se osećali tokom tog iskustva?
- Šta vam je to iskustvo reklo o tome kako je biti žensko? A o tome kako je biti muško? A o životu?
- Kakva su bila očekivanja vaše porodice od vas? A očekivanja društva?
- Kakva su bila vaša očekivanja i težnje za sebe?
- Koje zaključke i pouke ste izvukli iz tog iskustva?

B. OČEKIVANJA I STEREOTIPI O RODNIM ULOGAMA

Korak B1

Podelite učesnike/ce u male, istopolne grupe. Dajte svakoj grupi dva lista novinskog papira sa sledećim zaglavljima:

Za žene:

1. "(U mojoj kulturi) zato što sam žena, moram ..."
2. "Da sam muškarac, mogla bih ..."

Za muškarce:

1. "(U mojoj kulturi), zato što sam muškarac, moram ..."
2. "Da sam žena, mogao bih ..."

KORAK B2

Zadajte sledeći zadatak:

ZADATAK B2

1. Razmislite o odgovorima na gore navedene izjave
2. Napišite ih ispod zaglavlja
3. Pripremite se svoje odgovore prezentujete ostatku grupe

Korak B3

Zamolite svaku grupu da prezentuje svoju listu. Pokrenite diskusiju o implikacijama koje uloge i odgovornosti dodeljeni muškarcima i ženama imaju na pojedince. Evo nekih pitanja za stimulisanje diskusije:

- Da li žene i muškarci moraju da budu ili da rade stvari koje ste zapisali?
- Mogu li žene i muškarci da rade stvari koje se očekuju od suprotnog pola?
- Kako ove uloge i odgovornosti utiču na životne izbore?

Pobrinite se da istaknete da su i muškarci i žene ograničeni u njihovom ponašanju, odgovornostima i životnim izborima zbog kulturološki dodeljenih uloga i odgovornosti.

Korak B4

Napišite frazu, "Ljudsko biće u meni želi..." na flipčart i zamolite učesnike/ce da razmisle o odgovorima za završetak ove fraze.

Korak B5

Zamolite učesnike/ce da sumiraju ono što su naučili iz ove aktivnosti.

C. DEFINISANJE RODA

Korak C1

Postavite učesnicima/cama sledeće pitanje: "Na osnovu svega što ste naučili do sada, kako biste definisali rod?"

Korak C2

Napišite ove definicije na flipčartu. Kombinujte i poboljšajte definicije da biste stvorili jednu operativnu definiciju.

Korak C3

Postavite grafikon "Pol i rod" koji ste nacrtali.

Korak C4

Zamolite učesnike/ce da daju primere koji bi se mogli svrstati ispod svakog od ova dva zaglavlja.

Korak C5

Podelite flajer-Pol i rod. Zamolite učesnike/ce da pročitaju flajer naglas. Pobrinite se da svi razumeju definiciju roda.

D. UTICAJI INSTITUCIJA / SISTEMA NA RODNE STEREOTIPE

Korak D1

Zamolite učesnike/ce da razmisle o listi institucija i sistema koji stvaraju i održavaju rodne stereotipe.

Mogući odgovori su: porodica, univerzitet, mediji, religija, vlada, zakoni, obrazovni sistem.

Korak D2

Podelite učesnike/ce u četiri male grupe. Dodelite svakoj grupi jednu od institucija navedenih u koraku D1. Zamolite svaku grupu da razgovara o:

- Na koji način ta institucija i / ili sistem stvara i održava rodne stereotipe? Navedite primere stereotipskih ponašanja, praksi i politika u toj instituciji.
- Da li ste primetili bilo kakve promene u toj instituciji ili sistemu koje odražavaju napredak prema rodno ravnopravnom društvu?

Korak D3

Dozvolite svakoj grupi da predstavi svoje zaključke.

Korak D4

Zamolite učesnike/ce da sumiraju ono što su naučili na sesiji.

SESIJA 3 – FLAJER – POL I ROD

Koncepti "pol" i "rod" mogu se definisati na sledeći način:

POL: Odnosi se na biološke razlike između žena i muškaraca. One su obično trajne i univerzalne.

ROD: Odnosi se na društveno konstruisane uloge i odgovornosti žena i muškaraca u određenoj kulturi ili zemlji. Ove uloge su pod uticajem percepcija i očekivanja koji proizlaze iz kulturoloških, političkih, ekoloških, ekonomskih, socijalnih i verskih faktora, kao i običaja, zakona, klase, etničke pripadnosti i individualne i institucionalne pristrasnosti. Rodni stavovi i ponašanja se uče i mogu se menjati.
Koje su neke od situacija u kojima vidimo rodne razlike?

SOCIJALNE: Različite percepcije društvenih uloga žena i muškaraca: muškarac se posmatra kao glava kuće i glavni hranilac porodice; žena se posmatra kao negovateljica i starateljka.

POLITIČKE: Razlike u načinima na koje žene i muškarci preuzimaju i dele moć i autoritet: muškarci su više uključeni u politiku na državnom i višem nivou; žene su više uključene u aktivnosti na lokalnom nivou vezane za njihovu ulogu u domaćinstvu.

OBRAZOVNE: Razlike u obrazovnim mogućnostima i očekivanjima od devojčica i dečaka: sredstva porodice su više usmerena na obrazovanje dečaka, a ne devojčica; devojčice su usmerene na manje izazovna akademska postignuća.

EKONOMSKE: Razlike u pristupu žena i muškaraca unosnim karijerama i kontroli finansijskih i drugih proizvodnih resursa: kreditima i zajmovima; vlasništvo nad zemljom.

SESIJA

4

ZAPAŽANJA I OČEKIVANJA U POGLEDU RODA

SESIJA 4

ZAPAŽANJA I OČEKIVANJA U POGLEDU RODA



CILJEVI:

Do kraja sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Identifikuju svoja uverenja i percepcije o muškarcima i ženama.
2. Ispitaju na koji način mitovi, priče, poslovice, izreke i druge društvene institucije stvaraju, održavaju i jačaju rodne stereotipe.
3. Utvrde načine na koje percepcije i pretpostavke muških i ženskih atributa mogu ograničiti iskustva i mogućnosti za muškarce i žene.
4. Identifikuju strategije za osporavanje i menjanje stereotipa o rodnim ulogama.



KORACI:

- A. Percepcije žena i muškaraca
- B. Kulturološka osnova rodni stereotipa
- C. Strategije za osporavanje i eliminisanje rodni stereotipa i prepreka
- D. Vežba da se utvrdi razumevanje definicije stereotipa o polu i rodu



MATERIJALI:

- Velika lopta



FLAJERI:

- Uobičajeni rodni stereotipi

A. PERCEPCIJE ŽENA I MUŠKARACA

Korak A1

Zamolite učesnike/ce da stanu u krug pri čemu jedna osoba u centru drži loptu. Igrač/ica u centru počinje igru tako što izgovara "Žene su ...", uz istovremeno bacanje lopte nekome u krugu.

Korak A2

Osoba koja uhvati loptu odmah izgovara reč koja definiše žene.

Ona / on treba da odgovori spontano, bez zaustavljanja da razmisli, baca loptu nazad u centar, a onda iskorači iz kruga.

Korak A3

Igrač/ica u centru zatim izgovara "Muškarci su ...", a igrač/ica koji uhvati loptu spontano odgovara.

Vođa/voditeljka nastavlja da izgovara "Žene su ...", "Muškarci su ...", nasumice dok baca loptu.

Korak A4

Kako se odgovori izgovaraju, jedan volonter/ka ih zapisuje na flipčart u dve kolone sa zaglavljima "Žene su ..." i "Muškarci su ...".

Korak A5

Postavite popunjenu flipčart stranicu. Podelite flajer – Uobičajeni rodni stereotipi. Neka učesnici/ce provedu nekoliko minuta poredeći ovu listu sa odgovorima koje su dali tokom igre.

Naglasite da reči na flajeru i na flipčartu predstavljaju tako snažan način na koji doživljavamo sami sebe da nastojimo da ne mislimo o njima ili o njihovoj moći da kreiraju i oblikuju naše stavove i mišljenja o tome što je žensko a šta je muško.

KORAK A6

Postavite učesnicima/cama pitanja kao što su:

- Da li ove reči i izrazi opisuju uloge i karakteristike koje svi smatraju "normalnim" ili "prirodnim"?
- Da li one opisuju ono što je društvo odlučilo da žena i muškarac treba ili ne treba da bude?
- Da li se žene i muškarci ponašaju kao da su ovi stereotipi tačni?
- Koje su neke od posledica tih stereotipa za žene i muškarce?

Mogući odgovori: Oni umanjuju značaj žena kao grupe. Oni stvaraju nerealna i veštačka očekivanja od oba pola. Oni ograničavaju mogućnosti i životne izbore.

B. KULTUROLOŠKA OSNOVA RODNIH STEREOTIPA

Korak B1

Podelite učesnike/ce u četiri grupe i dodelite im sledeći zadatak:

ZADATAK B1

1. Identifikovati mitove, poslovice, priče, izreke, pesme, itd. koji pripisuju određena ponašanja, osobine i uloge ženama ili muškarcima.
2. Razgovarati o stereotipima koji održavaju ove kulturološke izreke.
3. Razgovarati o tome kako ovi stereotipi deluju kao prepreke za muškarce i žene u ograničavanju životnih izbora i mogućnosti.

Korak B2

Dozvolite svakoj grupi da prezentuje rezultate svoje diskusije. Organizujte diskusiju na nivou cele grupe koristeći sledeća pitanja: Osim mitova, priča, poslovice, kulturoloških i verskih uverenja i popularnih izreka, koje druge sile ili akteri u društvu stvaraju ideje i utiču na stavove o ženama i muškarcima?

Mogući odgovori su: mediji, reklame, filmovi, televizija, novine i časopisi, šale, animirani filmovi, popularne pesme i knjige.

- Koje su neke od poruka koje ovi mitovi, priče, itd, šalju o ženama i muškarcima?
- Kako oni utiču na vaše osećaje o sebi?
- Kako oni utiču na vaše osećaje prema ženama i muškarcima?
- Koji su neki od posledica društvenih i kulturoloških prepreka koje su uzrokovane stereotipima?
- Da li žene i muškarci doživljavaju ove prepreke jednako ili različito? Kako ove prepreke utiču na njihove odnose?

C. C. STRATEGIJE ZA OSPORAVANJE I ELIMINISANJE RODNIH STEREOTIPA I PREPREKA

Korak C1

Podelite učesnike/ce u grupe od tri (3) kako bi razgovarali o sledećim pitanjima:

- Na koje ste pretpostavke i vrednosti koje se odnose na to šta znači biti žensko ili muško u vašem društvu najviše ponosni a koje vas čine da se osećate cenjenim? Zašto?
- Koje pretpostavke i vrednosti koje se odnose na to šta znači biti žensko ili muško u vašem društvu najviše ne volite a koje vas čine da se osećate potcenjenim? Zašto?
- Koje od ovih biste najviše voleli da promenite? Zašto?
- Razgovarajte o nekom načinu na koji ste već osporili ili promenili jednu pretpostavku ili vrednost koja se odnosi na to šta znači biti muškarac ili žena.

Korak C2

Zamolite učesnike/ce da razmisle o drugim stereotipima koje bi možda želeli da ospore i promene. Navedite ih na flipčartu.

Korak C3

Zamolite učesnike/ce da identifikuju strategije za napuštanje kulturoloških normi i vrednosti koje se odnose na maskulinitet i feminitet, i kako bi to moglo uticati na njihove lične, porodične, i poslovne živote.

Korak C4

Neka učesnici/ce razgovaraju o onome šta su naučili i neka izvuku zaključke.

Naglasite da je za osporavanje stereotipa koji neprekidno jačaju potrebno uložiti dodatne napore. Biće još teže promeniti lična uverenja koja se internalizuju tokom nečijeg celokupnog života.

SESIJA 4 – FLAJER – UOBIČAJENI RODNI STEREOTIPI

Liste uobičajenih stereotipa o ženama i muškarcima

Žene su:

Zavisne
Slabe
Nesposobne
Manje važne
Emotivne
Izvršiteljke
Domaćice
Pristalice
Lomljive
Nestalne
Plašljive
Miroљjubive
Oprezne
Fleksibilne
Tople
Pasivne
Sledbenice
Gledateljke
Skromne
Subjektivne
Smirene
Sekretarice
Negovateljke
Nežne
Razdražljive
Strpljive
Vesele
Starateljke
Kooperativne

Muškarci su:

Nezavisni
Moćni
Kompetentni
Važniji
Logični
Donosioci odluka
Hranitelji porodice
Lideri
Zaštitnici
Dosledni
Hrabri
Agresivni
Avanturisti
Fokusirani
Samopouzđani
Aktivni
Ostvareni
Akteri
Ambiciozni
Objektivni
Direktni
Šefovi
Samouvereni
Jaki
Stoici
Nagli
Snažni
Uspešni
Konkurentni

D. VEŽBA DA SE UTVRDI RAZUMEVANJE DEFINICIJE STEREOTIPA O POLU I RODU

Korak D1

Pročitajte sledeće izjave grupi. Neka učesnici/ce ustanu ako je izjava o rodu, a sednu ako je izjava o polu. Kada dođe do neslaganja, zamolite ih da opravdaju svoje mišljenje.

Pol ili rod?

- Žene rađaju bebe, muškarci ne.
- Devojčice su nežne i bojažljive; dečaci su čvrsti i avanturisti.
- U mnogim zemljama, žene zarađuju 70 posto onoga što zarađuju muškarci.
- Žene mogu da doje bebe; muškarci koriste flašicu za hranjenje beba.
- Žene su zadužene za odgajanje dece.
- Muškarci su donosioci odluka.
- U starom Egiptu, muškarci su ostajali kod kuće i tkali. Žene su vodile porodični posao. Žene su nasledivale imovinu, a muškarci nisu.
- Kod dečaka glas mutira u pubertetu, a kod devojčica ne.
- Ženama je zabranjeno da rade opasne poslove kao što je podzemna eksploatacija; muškarci rade na vlastitu odgovornost.

Korak D2

Važno je razumeti kako se formiraju rodni stereotipi. Ovi stereotipi često pronalaze svoj put do medija, zato što su novinari (muškarci i žene) i urednici (muškarci i žene) proizvod društva u kojem su odgojeni.

Napišite sledeću definiciju na flipčartu ili tabli. Nakon objašnjenja definicije, provedite 10 minuta u razgovoru o uobičajenim stereotipima o muškarcima i ženama.

Stereotip = Svođenje neke osobe na puki primer karakteristike.

(Oksfordski rečnik engleskog jezika)

Rodni stereotipi su društveno konstruisana uverenja o muškarcima i ženama. Oni su konstruisani kroz izreke, pesme, poslovice, medije, religiju, kulturu, običaje, obrazovanje, dramu, itd.

Korak D3

Podelite učesnike/ce u 3-4 grupe. Dajte svakoj grupi 20 minuta.

Prvo, grupe će imati 10 minuta da razmisle i zapišu primere o tome kako se rodni stereotipi prenose u njihovim društvima kroz:

- A. Poslovice i izreke
- B. Pesme
- C. Drame
- D. Običaje, kulturu
- E. Obrazovanje

Zatim, dajte svakoj grupi 10 minuta da pripreme svoj izveštaj. Trener/ica bi trebalo da piše informacije na flipčartu ili tabli.

Trener/ica bi onda trebalo da pogleda u poslednje 2 kolone i započne diskusiju sa učesnicima o sledećem:

1. Koje su dominantne slike muškaraca i žena koje se prenose na nas svaki dan kroz jezik, popularnu kulturu, glavne medije, itd?
2. Kakav uticaj one imaju?
3. Kako se stereotipi mogu promeniti?

SESIJA

5

DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

SESIJA 5

DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA



CILJEVI:

Na kraju ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Razumeju osnovnu univerzalnu definiciju rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama
2. Razumeju oblike i intenzitet rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama



KORACI:

- A. Definicija rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama
- B. Oblici i intenzitet rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama



MATERIJALI:

- Flipčart i papir
- Markeri
- Kartice za zabeleške



FLAJERI:

- 1 – Definicija rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama
- 2 – Oblici i intenzitet rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

A. DEFINICIJA RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

Korak A1

Zamolite učesnike/ce da iznesu svoje shvatanje rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama.

Korak A2

Napišite percepcije učesnika/ca na flipčartu.

Step A3

Podelite učesnicima/cama flajer 1 i razgovarajte o ključnim tačkama na flajeru.

SESIJA 5 – FLAJER 1 – DEFINICIJA RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

Rodno zasnovano nasilje (RZN) obuhvata svako fizičko, seksualno i psihološko nasilje koje je zasnovano na rodnom ulogama ili identitetima pojedinaca. Nasilje nad ženama je najčešći oblik rodno zasnovanog nasilja i jedno od prevladavajućih kršenja ljudskih prava u svetu: procenjuje se da će 1 od 3 žene doživeti fizičko ili seksualno nasilje u svom životu.

Deklaracija UN-a o eliminaciji nasilja nad ženama (1993) definiše nasilje nad ženama kao "svaki akt rodno zasnovanog nasilja koji rezultira ili može da ima za rezultat fizičku, seksualnu ili psihičku štetu ili patnju žena, uključujući pretnje takvim aktima, ograničenje ili proizvoljno lišavanje slobode, bez obzira da li proizilazi iz javnog ili privatnog života".

To uključuje, ali nije ograničeno na: fizičko, seksualno i psihološko nasilje koje se javlja u porodici i u široj zajednici, uključujući – premlaćivanje; seksualno zlostavljanje ženske dece u domaćinstvu; nasilje vezano za miraz; silovanje u braku; sakaćenje ženskih genitalija i druge tradicionalne prakse štetne za žene; nasilje u vanbračnim zajednicama; nasilje povezano sa eksploatacijom; silovanje; seksualno zlostavljanje; seksualno uznemiravanje i zastrašivanje na poslu, u obrazovnim ustanovama i na drugim mestima; trgovina ženama i prisilna prostitucija; i nasilje počinjeno ili tolerisano od strane države.

Rodno zasnovano nasilje takođe može biti počinjeno nad dečacima i muškarcima zbog njihovog seksualnog ili rodnog identiteta, a često ga doživljavaju LGBTQ osobe (lezbejke, gej, biseksualci, transrodne i kvir osobe).

(Izvor: UNHCR 2003)

B. OBLICI I INTENZITET RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

Korak B1

Zamolite učesnike/ce da navedu vrste nasilja nad ženama u njihovom društvu, kojima su oni svedoci da se ponavljaju.

Korak B2

Napišite odgovore učesnika/ca na flipčartu. Podelite učesnike/ce u tri (3) ili četiri (4) grupe i zamolite svaku grupu da radi na sledećoj tabeli:

TABELE:

Uzrast žene	Oblik nasilja	Počinioci	Uzroci
Pre rođenja			
Rano detinjstvo			
Detinjstvo			
Adolescencija			
Reproduktivno doba			
Starije osobe			

Step B3

Zamolite grupe da prezentuju svoj rad

Step B4

Podelite učesnicima/cama flajer 2 i razgovarajte o ključnim oblicima nasilja navedenim na flajeru.

SESIJA 5 – FLAJER 2 – OBLICI I INTENZITET RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

VRSTE RODNO ZASNOVANOG NASILJA:

- Seksualno nasilje - Silovanje i silovanje u braku; seksualno zlostavljane dece, skrnavljenje i incest; prisilna sodomija / analno silovanje; pokušaj silovanja ili pokušaj prisilne sodomije / analnog silovanja; seksualno zlostavljanje; seksualna eksploatacija; prisilna prostitucija (seksualna eksploatacija); seksualno uznemiravanje; seksualno nasilje kao oružje rata i mučenja.
- Fizičko nasilje - Fizički napad; trgovina ljudima, ropstvo.
- Emocionalno i psihološko nasilje - Zlostavljanje / ponižavanje; zatvaranje.
- Štetne tradicionalne prakse - Sakaćenje ženskih genitalija (FGM); rano stupanje u brak; prisilni brak; ubijanje u ime časti i sakaćenje; čedomorstvo i / ili zanemarivanje; uskraćivanje obrazovanja za devojčice ili žene.
- Socio-ekonomsko nasilje - Diskriminacija i / ili uskraćivanje mogućnosti, usluga; socijalna isključenost / društveno odbacivanje (ostrakizam) na osnovu seksualne orijentacije; opstruktivna zakonodavna praksa.

(Izvor: UNHCR 2003)

SKALA NASILJA NAD ŽENAMA:

- Širom sveta, do 70 posto ubistava žena su počinili njihovi muški intimni partneri/ke, često u kontekstu nasilne veze.
- Širom sveta, barem jedna od tri žene je pretučena, prisiljena na seks, ili na neki drugi način zlostavljana u svom životu. Obično, nasilnik je član njene porodice ili neko koga ona poznaje.
- Trgovina ljudima širom sveta je porasla gotovo 50 procenata od 1995. do 2000. godine, a procenjuje se da čak 2 miliona žena bude predmet međunarodne trgovine ljudima svake godine.
- Više od 60 miliona devojčica za koje bi se inače očekivalo da su žive, "nedostaju" u različitim zemljama u svetu danas, kao rezultat polno-selektivnih abortusa, čedomorstva ili zanemarivanja ženske dece.
- Više od 90 miliona afričkih žena i devojčica su žrtve genitalnog sakaćenja.
- Savet Evrope je izjavio da je nasilje u porodici glavni uzrok smrti i invaliditeta žena starosnog uzrasta od 16 do 44 godine i da je odgovorno za više smrtnih slučajeva i slučajeva lošeg zdravstvenog stanja nego rak ili saobraćajne nesreće.
- U SAD, žene su činile 85 procenata žrtava nasilja u 1999. godini.
- Ruska vlada procenjuje da su 14.000 žena ubili su njihovi partneri ili rođaci 1999. godine, ali zemlja još uvek nema zakon koji se konkretno bavi nasiljem u porodici.

(Izvori: UNHCR 2003, Amnesty International 2004)

SESIJA



MEDIJSKO
IZVEŠTAVANJE O
RODNO ZASNOVANOM
NASILJU I NASILJU
NAD ŽENAMA

SESIJA 6

MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O RODNO ZASNOVANOM NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA



CILJEVI:

Do kraja ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Identifikuju glavne nedostatke u medijskom izveštavanju o ženama.
2. Ispitaju glavne nedostatke u izveštavanju o nasilju nad ženama u medijima.



KORACI:

- A. Nedostaci medijskog izveštavanja o ženama
- B. Nedostaci u izveštavanju o nasilju nad ženama



MATERIJALI:

- Flipčart i papir
- Marker
- Kartice za zabeleške



FLAJERI:

1. Nedostaci medijskog izveštavanja o ženama.
2. Nedostaci u izveštavanju o nasilju nad ženama u medijima.

A. NEDOSTACI MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA O ŽENAMA

Korak A1

Dajte učesnicima/cama kartice za zabeleške i zamolite ih da identifikuju o kakvoj vrsti vesti o ženama oni obično izveštavaju.

Korak A2

Njihovi mogući odgovori mogu biti da oni obično izveštavaju o ženama vezano za nasilje, žensku lepotu, i modne revije. Postavite sve odgovore na zid.

Korak A3

Sada pročitajte neke od odgovora i razgovarajte o osnovnim uzrocima takvog izveštavanja.

Korak A4

Zapišite uzroke i istražite da li ti uzroci imaju ikakvu univerzalnu sličnost ili da li se razlikuju u različitim regionima i zemljama.

Korak 5

Podelite flajer 1 - Nedostaci medijskog izveštavanja o ženama

SESIJA 6 – FLAJER 1 – NEDOSTACI MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA O ŽENAMA

Tradicionalno, medijskim svetom dominiraju muškarci, kako globalno tako i na nivou država. Muškarci osmišljavaju i definišu medijske politike, prioritete i planove, uključujući i to kako su žene prikazane i predstavljene. Najčešće muškarci donose odluke o zapošljavanju osoba. Odnos muškaraca i žena zaposlenih u medijima je veoma neuravnotežen u korist muškaraca. Onda nije ni čudno da mediji nisu naklonjeni ženama u mnogim oblastima. Ova nenaklonost utiče na sliku žena u medijima, i zauzvrat ima negativne posledice na razvoj žena u društvu.

Rodna konstrukcija u medijima je direktno povezana sa raznim pitanjima, uključujući seksizam i nedovoljnu zastupljenost u medijima. Ostali faktori odgovorni za nevidljivost žena u medijskim organizacijama su niske stope zapošljavanja i seksualno uznemiravanje na radnom mestu.

Iako mediji postaju sve više naklonjeni borbi žena protiv diskriminacije, postojeću i povremeno rastuću pristrasnost i neosetljivost u ovoj industriji treba ispitati. U nastavku su neka od ključnih područja zanimanja koja su identifikovana kao glavne prepreke rodno ravnopravnim medijima.

Većina ženskih časopisa pišu o kući, kuhinji i modi. Ovi časopisi se u velikoj meri fokusiraju na ženu kao domaćicu i pokušavaju da dokažu da bi svaka žena trebalo da bude savršena kuvarica, krojačica i domaćica, i pritom istovremeno lepa. Intelektualni kvaliteti žena nikada se ne navode. Njihove sposobnosti kao ravnopravnih partnerki u razvoju nestaju između kuvanja i krema za ulepšavanje. Ženama iz svih društvenih klasa su isprali mozak da radije obavljaju svoje reproduktivne a ne produktivne dužnosti, i da je njihova fizička lepota njihov glavni prioritet.

Mediji obično nemaju problema da izlože fizičke i seksualne osobine žena, ali nerado iznose pitanja vezana za seksualno uznemiravanje, seksualnu trgovinu i trgovinu ljudima. Ovo se dešava uprkos činjenici da je svako ovo pitanje direktno povezano sa siromaštvom, inferiornim položajem žena u društvu i uskraćivanjem osnovnih ljudskih prava.

Kaže se da "gole grudi prodaju sve, bilo da se radi o piću, farmerkama, kuhinjskim slavinama, automobilima, lekovima, soku". Tvrdi se da mnoge reklame koje reklamiraju proizvode za domaćinstvo prikazuju žene u stereotipnim ulogama koje ograničavaju njihove sposobnosti. To je istina u velikoj meri, a taj trend postoji već dugo vremena; žene su objekti lepote i ako im ona nedostaje, one treba da učine sve da dođu do onoga što im nedostaje.

Mediji takođe prikazuju tipični društveni imidž "pravog muškarca" kao mačo tipa. To se može videti kroz eksplicitno oglašavanje svih vrsta lekova vezanih za seksualno zdravlje. Moramo se osvrnuti na pitanje muške seksualnosti i oglasa u novinama i analizirati veze između tih oglasa i dela nasilja i nezdravih muških / ženskih stereotipa u društvu.

B. NEDOSTACI U IZVEŠTAVANJU O NASILJU NAD ŽENAMA

Korak B1

Podeliti učesnike/ce u četiri (4) grupe i dodeliti im sledeći zadatak:

ZADATAK B1

1. Identifikovati glavne nedostatke u izveštavanju o nasilju nad ženama koji pokazuju rodnu nejednakost.
2. Zapišite neprimerene reči i rečenice koje koristimo prilikom izveštavanja o nasilju nad ženama.
3. Zapišite neravnoteže u novinarskom izveštavanju kada istražujemo i izveštavamo o nasilju nad ženama.

Korak B2

Dozvolite svakoj grupi da predstavi svoje zaključke. Organizujte diskusiju pred celom grupom koristeći sledeća pitanja:

- Koje su poruke koje ovi mitovi, priče, itd, šalju o ženama i muškarcima?
- Kako oni utiču na vaše osećaje o vama?
- Kako oni utiču na vaše osećaje prema ženama i muškarcima?
- Koje su posledice društvenih i kulturoloških prepreka uzrokovanih stereotipima?
- Da li žene i muškarcima doživljavaju ove prepreke jednako ili različito? Kako ove prepreke utiču na njihove odnose?

SESIJA 6 – FLAJER 2 – MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O NASILJU NAD ŽENAMA

Izveštavanje o nasilju nad ženama, uključujući i nasilje u porodici i institucionalno nasilje, zahteva značajno poboljšanje. Mnoge novine pristrasno izveštavaju protiv žena i na taj način samo jačaju postojeći negativan stav društva prema ženama. Uočeno je da su višestruke žrtve nasilja izložene dvostrukom poniženju uz veliku i najčešće nepotrebnu medijsku pažnju.

SESIJA



POBOLJŠANO
ZNANJE I VEŠTINE
I RODNO OSETLJIVA
MEDIJSKA ETIKA

SESIJA 7

POBOLJŠANO ZNANJE I VJEŠTINE I RODNO OSJETLJIVA MEDIJSKA ETIKA



CILJEVI:

Do kraja ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:

1. Saznaju više o lokalnim zakonima koji se odnose na rodno zasnovano nasilje.
2. Steknu osećaj rodno osetljive etike medija.



KORACI:

- A. Lokalni zakoni koji se odnose na rodno zasnovano nasilje
- B. Rodno osetljiva etika medija



MATERIJALI:

- Flipčarti i papir
- Markeri



FLAJERI:

- 1 - Lokalni zakoni koji se odnose na rodno zasnovano nasilje
- 2 - Predlozi za etiku medijskog izveštavanja

A. LOKALNI ZAKONI KOJI SE ODNOSU NA RODNO ZASNOVANO NASILJE

Korak A1

Pitajte učesnike/ce koliko su oni upoznati sa lokalnim zakonima u njihovoj zemlji koji se odnose na pitanja različitih oblika rodno zasnovanog nasilja kao što su seksualno nasilje, nasilje u porodici, itd.

Korak A2

Podelite flajer 1 grupi.

Korak A3

Nakon čitanja flajera 1, razgovarajte o njihovim mišljenjima u pogledu obima i odredbi zakona u odnosu na ono što su naučili u prethodnim sesijama. Pitajte ih šta misle o sprovođenju ovih lokalnih zakona u praksi.

SESIJA 7 – FLAJER 1 – LOKALNI ZAKONI KOJI SE ODNOSU NA RODNO ZASNOVANO NASILJE

NAPOMENA: Lokalne partnerske organizacije u svakoj pojedinačnoj zemlji bi trebalo pre početka treninga da dostave sadržaj flajera o lokalnim zakonima koji se odnose na rodno zasnovano nasilje.

B: RODNO OSETLJIVA ETIKA MEDIJA

Korak B1

Pitajte učesnike/ce da li je bilo koja vest nastala tokom njihove novinarske karijere pružila bilo kakvo olakšanje žrtvama rodno zasnovanog nasilja.

Korak B2

Nakon diskusije o nekim studijama slučaja o olakšanju pruženom žrtvama kao rezultat vesti, zamolite učesnike/ce da navedu primere gde su vesti imale neželjene negativne posledice.

Korak B3

Nakon diskusije o pozitivnim i negativnim aspektima vesti, razgovarajte o važnosti kodeksa ponašanja da bi se obezbe-

dilo da izveštaji koje pripremaju novinari/ke ne bi bili štetni za bilo koji deo društva, uključujući žene.

Korak B4

Razgovarajte sa učesnicima/cama o aspektima koji bi trebalo da budu obuhvaćeni etičkim kodeksom za medije. Nakon što zapišete njihove sugestije, podelite im flajer 2.

Korak B5

Nakon čitanja flajera 2, razgovarajte o njegovom sadržaju sa učesnicima/cama. Nakon toga, pridružite se učesnicima/cama u grupnom radu da biste pregledali prethodno vesti o kojima ste prethodno diskutovali koristeći predloge ponuđene u flajeru 2. Razgovarajte o razlikama između originalne i revidirane verzije i lekcija naučenih iz toga.

SESIJA 7 – FLAJER 2 – PREDLOZI ZA ETIKU MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA

Nasilje nad ženama, nasilje u porodici i nasilje u vezi ne predstavljaju jedan izolovani ili lični problem. O njima bi trebalo uvek izveštavati u kontekstu društvene odgovornosti za zaštitu osnovnih ljudskih prava na sigurno i slobodno postojanje i nenasilne društvene i privatne odnose. Sva društva imaju odgovornost da ustanove javne politike “nulte tolerancije” za bilo koju vrstu nasilja.

U medijskom izveštavanju trebalo bi izbegavati upotrebu stereotipa o “ženskim” osobinama i ulogama, i komentare koji se posredno fokusiraju na moral žrtve, njenog prethodnog partnera ili bračnu istoriju, itd. To može navesti javnost na razmišljanje o “opravdanosti” nasilja ili umanjiti težinu počinjenog nasilja.

Prilikom izveštavanja bi trebalo izbegavati komentare ili opise koji bi mogli da sadrže diskriminatorne stavove prema specifičnim grupama, tj. implicirati da je nasilje u porodici i / ili nasilje nad ženama “uobičajeno” ili “često” ponašanje karakteristično u određenim etničkim, kulturološkim ili društvenim kontekstima. Nacionalnost žrtava ili počinitelaca se spominje u tekstovima uglavnom u vezi sa pripadnicima manjinskih grupa a nikad u vezi sa pripadnicima većinske grupe, iako ova lična karakteristika ni na koji način nije povezana sa nasiljem.

Bolje znanje o ovom fenomenu bi smanjilo potrebu za stereotipskim objašnjenjima nasilničkog ponašanja – pozivajući se na “alkoholizam”, “siromaštvo”, “ljubomoru”, itd, kao uzroke nasilja. Navođenje “romantičnih razloga” u partnerskom odnosu koji se završava tragično, ubistvom ili samoubistvom ženskog partnera, je krajnje neprimereno.

Opisi nasilnih situacija koje uključuju provokaciju od strane partnerke, ili reči i komentari koji ukazuju na to da je žrtva to “isprovocirala” ili “izazvala” svojim ponašanjem, ili da “nije učinila ništa da se zaštiti”, stvaraju utisak da je nasilje opravdano ili umanjeno, da je žrtva kriva i da je odgovornost njena. Istovremeno, u izveštavanju bi trebalo takođe izbegavati konstrukciju kao što je “bez ikakvog očiglednog razloga”, jer bi to moglo navesti na zaključak da postoje “legitimni” razlozi za nasilje, kao i konstrukciju “tragedija se dogodila”, koja ukazuje na to da se nasilje “dogodilo” (samo od sebe), prikrivajući na taj način odgovornost počinitelja.

Opisivanje nasilja kao “borbe”, “sukoba”, “svade”, “prepirke”, “bračnog neslaganja”, “nesređenih porodičnih odnosa” ili “brutalnog ubistva prouzrokovanog svađom oko dece”, ne samo da potvrđuje nerazumevanje uzroka i prirode nasilja, već takođe relativizira odgovornost onoga koji čini nasilje, sugerišući da se nasilje sastoji od agresije među stranama koje imaju jednake moći i položaje i time jednake (slične) odgovornosti.

Poseban značaj treba dati rečima i konstrukcijama koje se koriste za naslov članka ili objavu izveštaja, jer oni ukazuju na odnos publike prema problemu / sadržaju izveštaja. Neprikladan naslov može smanjiti odgovornost i stvarne posledice dela (na primer, ubistva). Urednik/ca ima odgovornost da obezbedi odgovorne naslove članaka koji opisuju nasilje nad ženama.

(Izvor: “Vodič za novinare – nasilje u porodici”,
Autonomni ženski centar, 2008.)

SESIJA 7 (a)

—

Opcionalno

SESIJA 7(a)

—

Opcionalno

NAPOMENA: Sesije u ovom treningu su osmišljene za zrelu publiku profesionalnih novinara/ki. Međutim, ako se grupa polaznika se sastoji od studenata/kinja novinarstva, tu je opcionalni deo koji se može koristiti kao dodatak pogodan za medijske početnike, koji pokriva tehnike dobrog izveštavanja.



CILJEVI:

Do kraja ove sesije, učesnici/ce će biti u stanju da:
3. Nauče tehnike dobrog izveštavanja



KORACI:

C. Tehnike dobrog izveštavanja



MATERIJALI:

- Flipčart i papir
- Markeri



FLAJERI:

3. Tehnike dobrog izveštavanja

C. TEHNIKE DOBROG IZVEŠTAVANJA

Korak C1

Pitajte učesnike/ce: Koje su veštine i tehnike neophodne da bi neko bio novinar/ka?

Korak C2

Zapišite odgovore učesnika/ca i nastavite diskusiju.

Korak C3

Zapišite sažetak vesti o nasilju nad ženama na flipčartu. Podelite učesnike/ce u različite grupe i zamolite grupe da

pretvore tu kratku vest u punu vest koristeći svoje veštine.

Korak C4

Dozvolite grupama da predstavе svoje vesti i otvorite forum za raspravu o nedostacima u tim vestima.

Korak C5

Identifikujte i zapišite nedostatke na flipčartu i razgovarajte o mogućim načinima za otklanjanje ovih nedostataka u svetlu flajera 3 nakon što učesnicima/cama podelite taj flajer.

* SESIJA 7A (*OPCIONALNO*) – FLAJER 3 – TEHNIKE DOBROG IZVEŠTAVANJA *

URAVNOTEŽENOST I TAČNOST

Kako novinari/ke stižu nove tehnike i veštine za pokrivanje tekućih problema u društvu, ovo znanje treba se odražava u medijskim pričama. Medijski principi dobrog izveštavanja su:

- Tačnost
- Uravnoteženost
- Jasno i sažeto pisanje
- Fokusiranost
- Raznolikost izvora
- Kontekst

Tačnost je jedan zaštitnih znakova ove profesije. Novinar/ka bi uvek trebalo da teži ka tome da iznosi činjenice a ne svoja mišljenja, pristrasnosti i predrasude, prilikom pisanja vesti, analiza vesti i reportaža. Novinari/ke nikada ne treba da savijaju, uvijaju ili stvaraju "istinu".

Uravnoteženost nastaje navođenjem različitih izvora u priči i osiguravanjem da lične predrasude i interesi novinara/ke ne utiču na to koje činjenice su uključene ili izostavljene i ko je intervjuisan a ko ne. U IPS-ovom programu obuke o rodu u medijima održanom 1996. godine, novinari/ke su priznali da žene često nisu intervjuisane zbog ličnih uverenja novinara/ki, uključujući "žene nisu upoznate sa tim pitanjima", "žene iz ruralnih sredina su nepismene i neobrazovane", i "žene ne znaju ništa o ekonomiji". Ove predrasude sprečavale su novinare/ke da koriste

žene kao izvore, što je stvorilo neravnotežu u smislu ko je govorio u njihovim pričama - uglavnom muškarci. Uravnoteženost takođe znači predstavljanje svih strana problema, uključujući dominantni stav i suprotstavljene ili komplementarne stavove. Dobijanje pravih činjenica, pozicioniranje problema unutar lokalne, regionalne ili globalne situacije, i korišćenje relevantnih podataka su samo neki od ključni načini za obezbeđivanje konteksta priči.

Jasan i sažet jezik pomaže novinaru/ki da prenese problem o kojem se izveštava. Razumevanjem terminologije i objašnjavanjem "žargona", novinari poboljšavaju svoje veštine pisanja pronalaženjem efikasnijih načina da objasne neki problem javnosti.

PREISPITIVANJE SVEGA

Osim gore navedenih veština, novinar/ka bi takođe trebalo da izoštri svoju veštinu "preispitivanja konvencionalne mudrosti". Novinar/ka bi trebalo da počne da pristupa informacijama sa zdravom dozom skepticizma. "Da li verujem u polaznu premisu?" je pitanje koje bi novinar/ka trebalo da postavi.

Na primer, rod je, po definiciji, društveni konstrukt, a ne "apsolutna istina", i može se menjati. Govoriti o rodu ili dosledno uvoditi rodnu perspektivu u priče je način za osporavanje konvencionalne mudrosti o ulogama muškaraca i žena, dok konstantni nadzor rodnih odnosa u problemima o kojima se izveštava predstavlja način da se ospori nejednakost.

RAZUMEVANJE PODATAKA

Novinari/ke bi trebalo da poboljšaju svoje veštine da bi ispravno razumeli i koristili podatke. Korisno je zapamtiti sledeće stvari:

- Kada iznosite statističke podatke, potrudite se da razumete upravo ono šta brojevi znače. Lako je ne shvatiti pravi značaj statističkih podataka i kao posledica toga preneti pogrešne informacije.
- Raspitajte se o izvoru statističkih podataka, njihovoj pouzdanosti, i pravovremenosti informacija.
- Potrudite se da objasnite sve razlike i neslaganja. Statistički podaci mogu izgledati kontradiktorno. Međutim, oni su obično različiti iz opravdanog razloga. Na primer, različite grupe stanovništva su možda bile uključene u anketu, ili su možda podaci došli iz različitih vremenskih perioda.
- Navedite datume podataka. Studije sprovedene pre jedne ili više godina nisu nužno zastarele. Za neke studije potrebni su meseci ili godine da se sprovedu, nakon čega je potrebno analizirati rezultate. Čak i ako se statistički podaci odnose na studiju (kao što je anketa na državnom nivou) koja je započeta pre nekoliko godina, oni mogu biti aktuelni, ako su upravo objavljeni.

PROVERA ČINJENICA I INFORMACIJA

S obzirom na složenost izveštavanja o nasilju nad ženama, važno je da novinari/ke provere informacije do kojih su došli tokom intervjua, u službenim publikacijama ili u istraživanjima i drugim dokumentima. Dobro izveštavanje o nasilju nad ženama će se pojaviti samo kada novinar/ka poseduje dobro razumevanje ovog problema. Ovo razumevanje se razvija kroz stalnu proveru kako bi se osigurala tačnost. Kada novinar/ka dođe do informacija i statističkih podataka u nacionalnim publikacijama, njih bi trebalo uporediti sa statističkim podacima u dokumentima UN-a, na primer, i obrnuto. To pomaže novinarima/kama da provere brojke i takođe da otkriju neslaganja u informacijama. Kada se otkriju neslaganja, novinar/ka bi trebalo da pojasni ova neslaganja pre upotrebe brojki kao “činjenica” ili “opšteg znanja” u priči.

Novinari/ke bi takođe trebalo da se uzdrže od izveštavanja o rezultatima istraživanja bez razmatranja faktora koji su mogli uticati na rezultate. Novinari/ke bi trebalo da usvoje opšti skepticizam prema istraživanjima što znači uvek postavljati pitanja o izvoru istraživanja i njegovim ciljevima. Novinari/ke bi trebalo da postavljaju pitanja kao: Da li je istraživanje sponzorisano? Ko ili koja organizacija je sponzor? Koja metodologija istraživanja je korišćena? Da li se rezultati istraživanja podudaraju sa statističkim podacima?

SESIJA 1 – FLAJER–CILJEVI RADIONICE

Ciljevi radionice su:

- Povećati osjetljivost prema rodnom pitanjima stvaranjem boljeg razumevanja koncepta pola i roda.
- Razviti razumevanje definicije rodno zasnovanog nasilja i načina i metoda rodno zasnovanog nasilja.
- Razgovarati o opštim nedostacima u izveštavanju o pitanjima žena, posebno pitanjima nasilja nad ženama.
- Poboljšati veštine i kvalitet izveštavanja o rodno zasnovanom nasilju u medijima.

SESIJA 2 – FLAJER 1 – NEZAVISNI MEDIJI

“Nezavisni list (medij) predstavlja iskrenog informacionog posrednika za svoje čitaoce bez namerne pristrasnosti ili favorizovanja. Nezavisni list (medij) smatra da je njegova nezavisnost njegova najdragocenija komercijalna, urednička i moralna vrednost. On čuva svoju nezavisnost, tako da se može obratiti svim članovima i članicama svoje publike u bilo kom trenutku. On održava svoju nezavisnost kroz potpuno profesionalno ponašanje, čiji principi to daju na znanje svim zaposlenima (politika) i svim čitaocima i čitateljicama ili komercijalnim klijentima i klijentkinjama koji žele da ga znaju. Nezavisni list (medij) ne zasniva svoje profesionalne odluke na uskim ekonomskim ili političkim interesima bilo kog pojedinačnog subjekta, uključujući i sebe.”

SESIJA 2 – FLAJER 2 – UREĐIVAČKA NEZAVISNOST

U središtu slobode medija nalazi se uređivačka nezavisnost, što znači nezavisnost od moći izvan i unutar medija, posebno od:

1. Vlade
2. Političkih partija i interesa
3. Poslovnih i komercijalnih interesa, uključujući i interese oglašivača
4. Prijatelja novinara
5. Ličnih predrasuda, praznoverja i pristrasnosti novinara/ki.

SESIJA 3 – FLAJER – POL I ROD

Koncepti “pol” i “rod” mogu se definisati na sledeći način:

POL: Odnosi se na biološke razlike između žena i muškaraca. One su obično trajne i univerzalne.

ROD: Odnosi se na društveno konstruisane uloge i odgovornosti žena i muškaraca u određenoj kulturi ili zemlji. Ove uloge su pod uticajem percepcija i očekivanja koji proizlaze iz kulturoloških, političkih, ekoloških, ekonomskih, socijalnih i verskih faktora, kao i običaja, zakona, klase, etničke pripadnosti i individualne i institucionalne pristrasnosti. Rodni stavovi i ponašanja se uče i mogu se menjati.

Koje su neke od situacija u kojima vidimo rodne razlike?

Socijalne: Različite percepcije društvenih uloga žena i muškaraca: muškarac se posmatra kao glava kuće i glavni hranilac porodice; žena se posmatra kao negovateljica i starateljka.

Političke: Razlike u načinima na koje žene i muškarci preuzimaju i dele moć i autoritet: muškarci su više uključeni u politiku na državnom i višem nivou; žene su više uključene u aktivnosti na lokalnom nivou vezane za njihovu ulogu u domaćinstvu.

Obrazovne: Razlike u obrazovnim mogućnostima i očekivanjima od devojčica i dečaka: sredstva porodice su više usmerena na obrazovanje dečaka, a ne devojčica; devojčice su usmerene na manje izazovna akademska postignuća.

Ekonomske: Razlike u pristupu žena i muškaraca unosnim karijerama i kontroli finansijskih i drugih proizvodnih resursa: kreditima i zajmovima; vlasništvo nad zemljom.

SESIJA 4 – FLAJER – UOBIČAJENI RODNI STEREOTIPI

Liste uobičajenih stereotipa o ženama i muškarcima

Žene su:

Zavisne
Slabe
Nesposobne
Manje važne
Emotivne
Izvršiteljke
Domaćice
Pristalice
Lomljive
Nestalne
Plašljive
Miroљjubive
Oprezne
Fleksibilne
Tople
Pasivne
Sledbenice
Gledateljke
Skromne
Subjektivne
Smirene
Sekretarice
Negovateljice
Nežne
Razdražljive
Strpljive
Vesele
Starateljke
Kooperativne

Muškarci su:

Nezavisni
Moćni
Kompetentni
Važniji
Logični
Donosioci odluka
Hranitelji porodice
Lideri
Zaštitnici
Dosledni
Hrabri
Agresivni
Avanturisti
Fokusirani
Samopouzđani
Aktivni
Ostvareni
Akteri
Ambiciozni
Objektivni
Direktni
Šefovi
Samouvereni
Jaki
Stoici
Nagli
Snažni
Uspešni
Konkurentni

SESIJA 5 – FLAJER 1 – DEFINICIJA RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

Rodno zasnovano nasilje (RZN) obuhvata svako fizičko, seksualno i psihološko nasilje koje je zasnovano na rodnom ulogama ili identitetima pojedinaca. Nasilje nad ženama je najčešći oblik rodno zasnovanog nasilja i jedno od prevladavajućih kršenja ljudskih prava u svetu: procenjuje se da će 1 od 3 žene doživeti fizičko ili seksualno nasilje u svom životu.

Deklaracija UN-a o eliminaciji nasilja nad ženama (1993) definiše nasilje nad ženama kao "svaki akt rodno zasnovanog nasilja koji rezultira ili može da ima za rezultat fizičku, seksualnu ili psihičku štetu ili patnju žena, uključujući pretnje takvim aktima, ograničenje ili proizvoljno lišavanje slobode, bez obzira da li proizilazi iz javnog ili privatnog života".

To uključuje, ali nije ograničeno na: fizičko, seksualno i psihološko nasilje koje se javlja u porodici i u široj zajednici, uključujući – premlaćivanje; seksualno zlostavljanje ženske dece u domaćinstvu; nasilje vezano za miraz; silovanje u braku; sakaćenje ženskih genitalija i druge tradicionalne prakse štetne za žene; nasilje u vanbračnim zajednicama; nasilje povezano sa eksploatacijom; silovanje; seksualno zlostavljanje; seksualno uznemiravanje i zastrašivanje na poslu, u obrazovnim ustanovama i na drugim mestima; trgovina ženama i prisilna prostitucija; i nasilje počinjeno ili tolerisano od strane države.

Rodno zasnovano nasilje takođe može biti počinjeno nad dečacima i muškarcima zbog njihovog seksualnog ili rodnog identiteta, a često ga doživljavaju LGBTQ osobe (lezbejke, gej, biseksualci, transrodne i kvir osobe).

(Izvor: UNHCR 2003)

SESIJA 5 – FLAJER 2 – OBLICI I INTENZITET RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

VRSTE RODNO ZASNOVANOG NASILJA:

- Seksualno nasilje - Silovanje i silovanje u braku; seksualno zlostavljane dece, skrnavljenje i incest; prisilna sodomija / analno silovanje; pokušaj silovanja ili pokušaj prisilne sodomije / analnog silovanja; seksualno zlostavljanje; seksualna eksploatacija; prisilna prostitucija (seksualna eksploatacija); seksualno uznemiravanje; seksualno nasilje kao oružje rata i mučenja.
- Fizičko nasilje - Fizički napad; trgovina ljudima, ropstvo.
- Emocionalno i psihološko nasilje - Zlostavljanje / ponižavanje; zatvaranje.
- Štetne tradicionalne prakse - Sakaćenje ženskih genitalija (FGM); rano stupanje u brak; prisilni brak; ubijanje u ime časti i sakaćenje; čedomorstvo i / ili zanemarivanja; uskraćivanje obrazovanja za devojčice ili žene.
- Socio-ekonomsko nasilje - Diskriminacija i / ili uskraćivanje mogućnosti, usluga; socijalna isključenost / društveno odbacivanje (ostrakizam) na osnovu seksualne orijentacije; opstruktivna zakonodavna praksa.

(Izvor: UNHCR 2003)

SKALA NASILJA NAD ŽENAMA:

- Širom sveta, do 70 posto ubistava žena su počinili njihovi muški intimni partneri/ke, često u kontekstu nasilne veze.
- Širom sveta, barem jedna od tri žene je pretučena, prisiljena na seks, ili na neki drugi način zlostavljana u svom životu. Obično, nasilnik je član njene porodice ili neko koga ona poznaje.
- Trgovina ljudima širom sveta je porasla gotovo 50 procenata od 1995. do 2000. godine, a procenjuje se da čak 2 miliona žena bude predmet međunarodne trgovine ljudima svake godine.
- Više od 60 miliona devojčica za koje bi se inače očekivalo da su žive "nedostaje" u različitim zemljama u svetu danas, kao rezultat polno-selektivnih abortusa, čedomorstva ili zanemarivanja ženske dece.
- Više od 90 miliona afričkih žena i devojčica su žrtve genitalnog sakaćenja.
- Savet Evrope je izjavio da je nasilje u porodici glavni uzrok smrti i invaliditeta žena starosnog uzrasta od 16 do 44 godine i da je odgovorno za više smrtnih slučajeva i slučajeva lošeg zdravstvenog stanja nego rak ili saobraćajne nesreće.
- U SAD, žene su činile 85 procenata žrtava nasilja u 1999. godini.
- Ruska vlada procenjuje da su 14.000 žena ubili su njihovi partneri ili rođaci 1999. godine, ali zemlja još uvek nema zakon koji se konkretno bavi nasiljem u porodici.

(Izvori: UNHCR 2003, Amnesty International 2004)

SESIJA 6 – FLAJER 1 – NEDOSTACI MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA O ŽENAMA

Tradicionalno, medijskim svetom dominiraju muškarci, kako globalno tako i na nivou država. Muškarci osmišljavaju i definišu medijske politike, prioritete i planove, uključujući i to kako su žene prikazane i predstavljene. Najčešće muškarci donose odluke o zapošljavanju osoba. Odnos muškaraca i žena zaposlenih u medijima je veoma neuravnotežen u korist muškaraca. Onda nije ni čudno da mediji nisu naklonjeni ženama u mnogim oblastima. Ovaj nenaklonost utiče na sliku žena u medijima, i zauzvrat ima negativne posledice na razvoj žena u društvu.

Rodna konstrukcija u medijima je direktno povezana sa raznim pitanjima, uključujući seksizam i nedovoljnu zastupljenost u medijima. Ostali faktori odgovorni za nevidljivost žena u medijskim organizacijama su niske stope zapošljavanja i seksualno uznemiravanje na radnom mestu.

Iako mediji postaju sve više naklonjeni borbi žena protiv diskriminacije, postojeću i povremeno rastuću pristrasnost i neosetljivost u ovoj industriji treba ispitati. U nastavku su neka od ključnih područja zanimanja koja su identifikovana kao glavne prepreke rodno ravnopravnim medijima.

Većina ženskih časopisa pišu o kući, kuhinji i modi. Ovi časopisi se u velikoj meri fokusiraju na ženu kao domaćicu i pokušavaju da dokažu da bi svaka žena trebalo da bude savršena kuvarica, krojačica i domaćica, i pritom istovremeno lepa. Intelektualni kvaliteti žena nikada se ne navode. Njihove sposobnosti kao ravnopravnih partnerki u razvoju nestaju između kuvanja i krema za ulepšavanje. Ženama iz svih društvenih klasa su isprali mozak da radije obavljaju svoje reproduktivne a ne produktivne dužnosti, i da je njihova fizička lepota njihov glavni prioritet.

Mediji obično nemaju problema da izlože fizičke i seksualne osobine žena, ali nerado iznose pitanja vezana za seksualno uznemiravanje, seksualnu trgovinu i trgovinu ljudima. Ovo se dešava uprkos činjenici da je svako ovo pitanje direktno povezano sa siromaštvom, inferiornim položajem žena u društvu i uskraćivanjem osnovnih ljudskih prava.

Kaže se da "gole grudi prodaju sve, bilo da se radi o piću, farmerkama, kuhinjskim slavinama, automobilima, lekovima, soku". Tvrdi se da mnoge reklame koje reklamiraju proizvode za domaćinstvo prikazuju žene u stereotipnim ulogama koje ograničavaju njihove sposobnosti. To je istina u velikoj meri, a taj trend postoji već dugo vremena; žene su objekti lepote i ako im ona nedostaje, one treba da učine sve da dođu do onoga što im nedostaje.

Mediji takođe prikazuju tipični društveni imidž "pravog muškarca" kao mačo tipa. To se može videti kroz eksplicitno oglašavanje svih vrsta lekova vezanih za seksualno zdravlje. Moramo se osvrnuti na pitanje muške seksualnosti i oglasa u novinama i analizirati veze između tih oglasa i dela nasilja i nezdravih muških / ženskih stereotipa u društvu.



SESIJA 6 – FLAJER 2 – MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O NASILJU NAD ŽENAMA

Izveštavanje o nasilju nad ženama, uključujući i nasilje u porodici i institucionalno nasilje, zahteva značajno poboljšanje. Mnoge novine pristrasno izveštavaju protiv žena i na taj način samo jačaju postojeći negativan stav društva prema ženama. Uočeno je da su višestruke žrtve nasilja izložene dvostrukom poniženju uz veliku i najčešće nepotrebnu medijsku pažnju.

SESIJA 7 – FLAJER 1 – LOKALNI ZAKONI KOJI SE ODNOSE NA RODNO ZASNOVANO NASILJE

NAPOMENA: Lokalne partnerske organizacije u svakoj pojedinačnoj zemlji bi trebalo pre početka treninga da dostave sadržaj flajera o lokalnim zakonima koji se odnose na rodno zasnovano nasilje.

SESIJA 7 – FLAJER 2 – PREDLOZI ZA ETIKU MEDIJSKOG IZVEŠTAVANJA

Nasilje nad ženama, nasilje u porodici i nasilje u vezi ne predstavljaju jedan izolovani ili lični problem. O njima bi trebalo uvek izveštavati u kontekstu društvene odgovornosti za zaštitu osnovnih ljudskih prava na sigurno i slobodno postojanje i nenasilne društvene i privatne odnose. Sva društva imaju odgovornost da ustanove javne politike “nulte tolerancije” za bilo koju vrstu nasilja.

U medijskom izveštavanju trebalo bi izbegavati upotrebu stereotipa o “ženskim” osobinama i ulogama, i komentare koji se posredno fokusiraju na moral žrtve, njenog prethodnog partnera ili bračnu istoriju, itd. To može navesti javnost na razmišljanje o “opravdanosti” nasilja ili umanjiti težinu počinjenog nasilja.

Prilikom izveštavanja bi trebalo izbegavati komentare ili opise koji bi mogli da sadrže diskriminatorne stavove prema specifičnim grupama, tj. implicirati da je nasilje u porodici i / ili nasilje nad ženama “uobičajeno” ili “češto” ponašanje karakteristično u određenim etničkim, kulturološkim ili društvenim kontekstima. Nacionalnost žrtava ili počinilaca se spominje u tekstovima uglavnom u vezi sa pripadnicima manjinskih grupa a nikad u vezi sa pripadnicima većinske grupe, iako ova lična karakteristika ni na koji način nije povezana sa nasiljem.

Bolje znanje o ovom fenomenu bi smanjilo potrebu za stereotipskim objašnjenjima nasilničkog ponašanja – pozivajući se na “alkoholizam”, “siromaštvo”, “ljubomoru”, itd, kao uzroke nasilja. Navođenje “romantičnih razloga” u partnerskom odnosu koji se završava tragično, ubistvom ili samoubistvom ženskog partnera, je krajnje neprimereno.

Opisi nasilnih situacija koje uključuju provokaciju od strane partnerke, ili reči i komentari koji ukazuju na to da je žrtva to “isprovocirala” ili “izazvala” svojim ponašanjem, ili da “nije učinila ništa da se zaštiti”, stvaraju utisak da je nasilje opravdano ili umanjeno, da je žrtva kriva i da je odgovornost njena. Istovremeno, u izveštavanju bi trebalo takođe izbegavati konstrukciju kao što je “bez ikakvog očiglednog razloga”, jer bi to moglo navesti na zaključak da postoje “legitimni” razlozi za nasilje, kao i konstrukciju “tragedija se dogodila”, koja ukazuje na to da se nasilje “dogodilo” (samo od sebe), prikrivajući na taj način odgovornost počinitelja.

Opisivanje nasilja kao “borbe”, “sukoba”, “svađe”, “prepirke”, “bračnog neslaganja”, “nesređenih porodičnih odnosa” ili “brutalnog ubistva prouzrokovanog svađom oko dece”, ne samo da potvrđuje nerazumevanje uzroka i prirode nasilja, već takođe relativizira odgovornost onoga koji čini nasilje, sugerišući da se nasilje sastoji od agresije među stranama koje imaju jednake moći i položaje i time jednake (slične) odgovornosti.

Poseban značaj treba dati rečima i konstrukcijama koje se koriste za naslov članka ili objavu izveštaja, jer oni ukazuju na odnos publike prema problemu / sadržaju izveštaja. Neprikladan naslov može smanjiti odgovornost i stvarne posledice dela (na primer, ubistva). Urednik/ca ima odgovornost da obezbedi odgovorne naslove članaka koji opisuju nasilje nad ženama.

(Izvor: “Vodič za novinare - nasilje u porodici”,
Autonomni ženski centar, 2008.)

* SESIJA 7A (*OPCIONALNO*) – FLAJER 3 – TEHNIKE DOBROG IZVEŠTAVANJA *

URAVNOTEŽENOST I TAČNOST

Kako novinari/ke stiču nove tehnike i veštine za pokrivanje tekućih problema u društvu, ovo znanje treba se odražava u medijskim pričama. Medijski principi dobrog izveštavanja su:

- Tačnost
- Uravnoteženost
- Jasno i sažeto pisanje
- Fokusiranost
- Raznolikost izvora
- Kontekst

Tačnost je jedan zaštitnih znakova ove profesije. Novinar/ka bi uvek trebalo da teži ka tome da iznosi činjenice a ne svoja mišljenja, pristrasnosti i predrasude, prilikom pisanja vesti, analiza vesti i reportaža. Novinari/ke nikada ne treba da savijaju, uvijaju ili stvaraju "istinu".

Uravnoteženost nastaje navođenjem različitih izvora u priči i osiguravanjem da lične predrasude i interesi novinara/ke ne utiču na to koje činjenice su uključena ili izostavljene i koje intervjuisan a ko ne. U IPS-ovom programu obuke o rodu u medijima održanom 1996. godine, novinari/ke su priznali da žene često nisu intervjuisane zbog ličnih uverenja novinara/ki, uključujući "žene nisu upoznate sa tim pitanjima", "žene iz ruralnih sredina su nepismene i neobrazovane", i "žene ne znaju ništa o ekonomiji". Ove predrasude sprečavale su novinare/ke da koriste žene kao izvore, što je stvorilo neravnotežu u smislu ko je govorio u njihovim pričama - uglavnom muškarci. Uravnoteženost takođe znači predstavljanje svih strana problema, uključujući dominantni stav i suprotstavljene ili komplementarne stavove. Dobijanje pravih činjenica, pozicioniranje problema unutar lokalne, regionalne ili globalne situacije, i korišćenje relevantnih podataka su samo neki od ključnih načina za obezbeđivanje konteksta priči.

Jasan i sažet jezik pomaže novinaru/ki da prenese problem o kojem se izveštava. Razumevanjem terminologije i objašnjavanjem "žargona", novinari poboljšavaju svoje veštine pisanja pronalaženjem efikasnijih načina da objasne neki problem javnosti.

PREISPITIVANJE SVEGA

Osim gore navedenih veština, novinar/ka bi takođe trebalo da izoštri svoju veštinu "preispitivanja konvencionalne mudrosti". Novinar/ka bi trebalo da počne da pristupa informacijama sa zdravom dozom skepticizma. "Da li verujem u polaznu premisu?" je pitanje koje bi novinar/ka trebalo da postavi.

Na primer, rod je, po definiciji, društveni konstrukt, a ne "apsolutna istina", i može se menjati. Govoriti o rodu ili dosledno uvoditi rodnu perspektivu u priče je način za osporavanje konvencionalne mudrosti o ulogama muškaraca i žena, dok konstantni nadzor rodni odnosa u problemima o kojima se izveštava predstavlja način da se ospori nejednakost.

RAZUMEVANJE PODATAKA

Novinari/ke bi trebalo da poboljšaju svoje veštine da bi ispravno razumeli i koristili podatke. Korisno je zapamtiti sledeće stvari:

- Kada iznosite statističke podatke, potrudite se da razumete upravo ono šta brojevi znače. Lako je ne shvatiti pravi značaj statističkih podataka i kao posledica toga preneti pogrešne informacije.
- Raspitajte se o izvoru statističkih podataka, njihovoj pouzdanosti, i pravovremenosti informacija.
- Potrudite se da objasnite sve razlike i neslaganja. Statistički podaci mogu izgledati kontradiktorno. Međutim, oni su obično različiti iz opravdanog razloga. Na primer, različite grupe stanovništva su možda bile uključene u anketu, ili su možda podaci došli iz različitih vremenskih perioda.
- Navedite datume podataka. Studije sprovedene pre jedne ili više godina nisu nužno zastarele. Za neke studije potrebni su meseci ili godine da se sprovedu, nakon čega je potrebno analizirati rezultate. Čak i ako se statistički podaci odnose na studiju (kao što je anketa na državnom nivou) koja je započeta pre nekoliko godina, oni mogu biti aktuelni, ako su upravo objavljeni.

PROVERA ČINJENICA I INFORMACIJA

S obzirom na složenost izveštavanja o nasilju nad ženama, važno je da novinari/ke provere informacije do kojih su došli tokom intervjua, u službenim publikacijama ili u istraživanjima i drugim dokumentima. Dobro izveštavanje o nasilju nad ženama samo će se pojaviti kada novinar/ka poseduje dobro razumevanje ovog problema. Ovo razumevanje se razvija kroz stalnu proveru kako bi se osigurala tačnost. Kada novinar/ka dođe do informacija i statističkih podataka u nacionalnim publikacijama, njih bi trebalo uporediti sa statističkim podacima u dokumentima UN-a, na primer, i obrnuto. To pomaže novinarima/kama da provere brojke i takođe da otkriju neslaganja u informacijama. Kada se otkriju neslaganja, novinar/ka bi trebalo da pojasni ova neslaganja pre upotrebe brojki kao "činjenica" ili "opšteg znanja" u priči.

Novinari/ke bi takođe trebalo da se uzdrže od izveštavanja o rezultatima istraživanja bez razmatranja faktora koji su mogli uticati na rezultate. Novinari/ke bi trebalo da usvoje opšti skepticizam prema istraživanjima što znači uvek postavljati pitanja o izvoru istraživanja i njegovim ciljevima. Novinari/ke bi trebalo da postavljaju pitanja kao: Da li je istraživanje sponzorirano? Ko ili koja organizacija je sponzor? Koja metodologija istraživanja je korišćena? Da li se rezultati istraživanja podudaraju sa statističkim podacima?

DNEVNI RED RADIONICA

DNEVNI RED RADIONICA –JEDNODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 8 sati

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI

10.00-11.00

SESIJA 1: UVOD

Otvaranje

Predstavljanje

Očekivanja učesnika/ca i ciljevi radionica

Pregled rasporeda radionica

11.00 - 12.00

SESIJA 3: RAZUMEVANJE RODA

A. Rana sećanja o tome kako je biti muškarac ili žena

12.00 – 12.20

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.20 – 13.40

SESIJA 3: RAZUMEVANJE RODA

B. Očekivanja i stereotipi o rodnom ulogama

C. Definisane rodu

D. Uticaji institucija / sistema na rodne stereotipe

13.40 – 14.20

SESIJA 5: DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

A. Definicija rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

14.20 – 15.00

PAUZA ZA RUČAK

15.00 - 16.00

SESIJA 5: DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

B. Oblici i intenzitet rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

16.00 - 16.30

SESIJA 6: MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O RODNO ZASNOVANOM NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA

A. Nedostaci medijskog izveštavanja o ženama

16.30 – 16.50

PAUZA ZA OSVEŽENJE

16.50 – 17.35

SESIJA 6: MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O RODNO ZASNOVANOM NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA

B. Nedostaci u izveštavanju o nasilju nad ženama

17.35 – 18.00

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

DNEVNI RED RADIONICA –TRODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 4 sata dnevno (poludnevna radionica)

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 1

10.00-11.00

SESIJA 1: UVOD

Otvaranje

Predstavljanje

Očekivanja učesnika/ca i ciljevi radionica

Pregled rasporeda radionica

11.00 - 12.00

SESIJA 3: RAZUMEVANJE RODA

A. Rana sećanja o tome kako je biti muškarac ili žena

12.00 - 12.30

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.30 - 13.50

SESIJA 3: RAZUMEVANJE RODA

B. Očekivanja i stereotipi o rodnim ulogama

C. Definisane roda

D. Uticaji institucija / sistema na rodne stereotipe

13.50 - 14.00

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 2

10.00-10.15

UVOD

Kratak sažetak tema iz prethodnih sesija

Kratak sažetak dnevnog reda današnjih sesija

10.10-12.00

SESIJA 2: OKVIR RODNE ANALIZE ZA MEDIJE

A: Prikaz žena u medijima

B: Uloga medija u društvu

C. Definisane roda

12.00 - 12.30

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.30 - 13.50

SESIJA 5: DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

A. Definicija rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

B. Oblici i intenzitet rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

13.50-14.00

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

DNEVNI RED RADIONICA –TRODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 4 sata dnevno (poludnevna radionica)

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 3

10.00-11.00

UVOD

Kratak sažetak tema iz prethodnih sesija

Kratak sažetak dnevnog reda današnjih sesija

10.10-11.40

SESIJA 6: MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O RODNO ZASNOVANOM NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA

A. Nedostaci medijskog izveštavanja o ženama

B. Nedostaci u izveštavanju o nasilju nad ženama

11.40 – 12.10

PAUZA ZA OSVEŽENJE

16.50 – 17.35

SESIJA 7: POBOLJŠANO ZNANJE I VEŠTINE I RODNO OSETLJIVA ETIKA MEDIJA

A. Lokalni zakoni koji se odnose na rodno zasnovano nasilje

B. Rodno osetljiva etika medija

13.40 – 14.00

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

DNEVNI RED RADIONICA – PETODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 4 sata

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 1

10.00-11.00

SESIJA 1: UVOD

*Otvaranje
Predstavljanje
Očekivanja učesnika/ca i ciljevi radionica
Pregled rasporeda radionica*

11.00 - 12.10

SESIJA 2: OKVIR RODNE ANALIZE ZA MEDIJE

*A: Prikaz žena u medijima
B: Uloga medija u društvu*

12.10 – 12.40

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.40 – 13.40

SESIJA 2: OKVIR RODNE ANALIZE ZA MEDIJE

C. Definisane roda

13.40 – 14.00

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 2

10.00-10.15

UVOD

*Kratak sažetak tema iz prethodnih sesija
Kratak sažetak dnevnog reda današnjih sesija*

10.15-12.00

SESIJA 3: RAZUMEVANJE RODA

*A. Rana sećanja o tome kako je biti muškarac ili žena
B. Očekivanja i stereotipi o rodnom ulogama*

12.00 - 12.30

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.30 – 13.30

SESIJA 3: RAZUMEVANJE RODA

*C. Definisane roda
D. Uticaji institucija / sistema na rodne stereotipe*

13.30-13.45

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

DNEVNI RED RADIONICA – PETODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 4 sata

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 3

10.00-10.15

UVOD

*Kratak sažetak tema iz prethodnih sesija
Kratak sažetak dnevnog reda današnjih sesija*

10.15 - 12.30

SESIJA 4: ZAPAŽANJA I OČEKIVANJA U POGLEDU RODA

*A. Percepcije žena i muškaraca
B. Kulturološka osnova rodnih stereotipa
C. Strategije za osporavanje i eliminisanje rodnih stereotipa i prepreka
D. Vežba da se utvrdi razumevanje definicije stereotipa o polu i rodu*

12.30 – 13.00

PAUZA ZA OSVEŽENJE

13.00 – 13.45

SESIJA 5: DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

A. Definicija rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

13.45 – 14.00

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

DNEVNI RED RADIONICA – PETODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 4 sata

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 4

10.00-10.15

UVOD

Kratak sažetak tema iz prethodnih sesija

Kratak sažetak dnevnog reda današnjih sesija

10.15 - 11.15

SESIJA 5: DEFINISANJE RODNO ZASNOVANOG NASILJA I NASILJA NAD ŽENAMA

B. Oblici i intenzitet rodno zasnovanog nasilja i nasilja nad ženama

11.15 - 12.00

SESIJA 6: MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O RODNO ZASNOVANOM NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA

A. Nedostaci medijskog izveštavanja o ženama

12.00 - 12.30

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.30 - 13.30

SESIJA 6: MEDIJSKO IZVEŠTAVANJE O RODNO ZASNOVANOM NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA

B. Nedostaci u izveštavanju o nasilju nad ženama

13.30 - 13.45

ZATVARANJE

Zaključci, pitanja i odgovori i evaluacija

DNEVNI RED RADIONICA – PETODNEVNA RADIONICA

Trajanje radionice: 4 sata

TRENING ZA MEDIJE NA TEMU RODNE OSETLJIVOSTI - DAN 5

10.00-10.15

UVOD

*Kratak sažetak tema iz prethodnih sesija
Kratak sažetak dnevnog reda današnjih sesija*

10.15 - 11.45

SESIJA 7: POBOLJŠANO ZNANJE I VEŠTINE I RODNO OSETLJIVA MEDIJSKA ETIKA

*A. Lokalni zakoni koji se odnose na rodno zasnovano nasilje
B. Rodno osetljiva etika medija*

11.45 – 12.15

PAUZA ZA OSVEŽENJE

12.15 – 13.45

ZATVARANJE

*Naučene lekcije
Pitanja i odgovori
Zaključak
Evaluacija*

CARE INTERNATIONAL BALKAN:

- Petra Lekovica 59
- 11000 Belgrade, Serbia
- Phone: +381 11 3558 802
- Email: mstarcevic@care.rs

- Hasana Kaimije 11
- 71000 Sarajevo
- Bosnia and Herzegovina
- Phone: +387 33 536 790

- Aleja Svetog Save 7a #17
- 78000 Banja Luka
- Bosnia and Herzegovina
- Phone: +387 51 258 200
- Email: spetkovic@carewb.org,
- jcrowover@carewb.org


- Gazmend Zajmi # 21
- 10 000 Prishtinë, Kosovë
- tel: +381 (0) 38 224 779; 222 435
- Email: Besnik.Leka@co.care.org

www.youngmeninitiative.net



PROGRAM SU PODRŽALI:

WITH FUNDING FROM
 AUSTRIAN
DEVELOPMENT
COOPERATION

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

 OAK
FOUNDATION

ORGANIZACIJE KOJE IMPLEMENTIRAJU PROGRAM:



STATUS 



 O.E.K.
СИНЕРГИЈА



smart
KOLEKTIV