



Finansira
Evropska unija

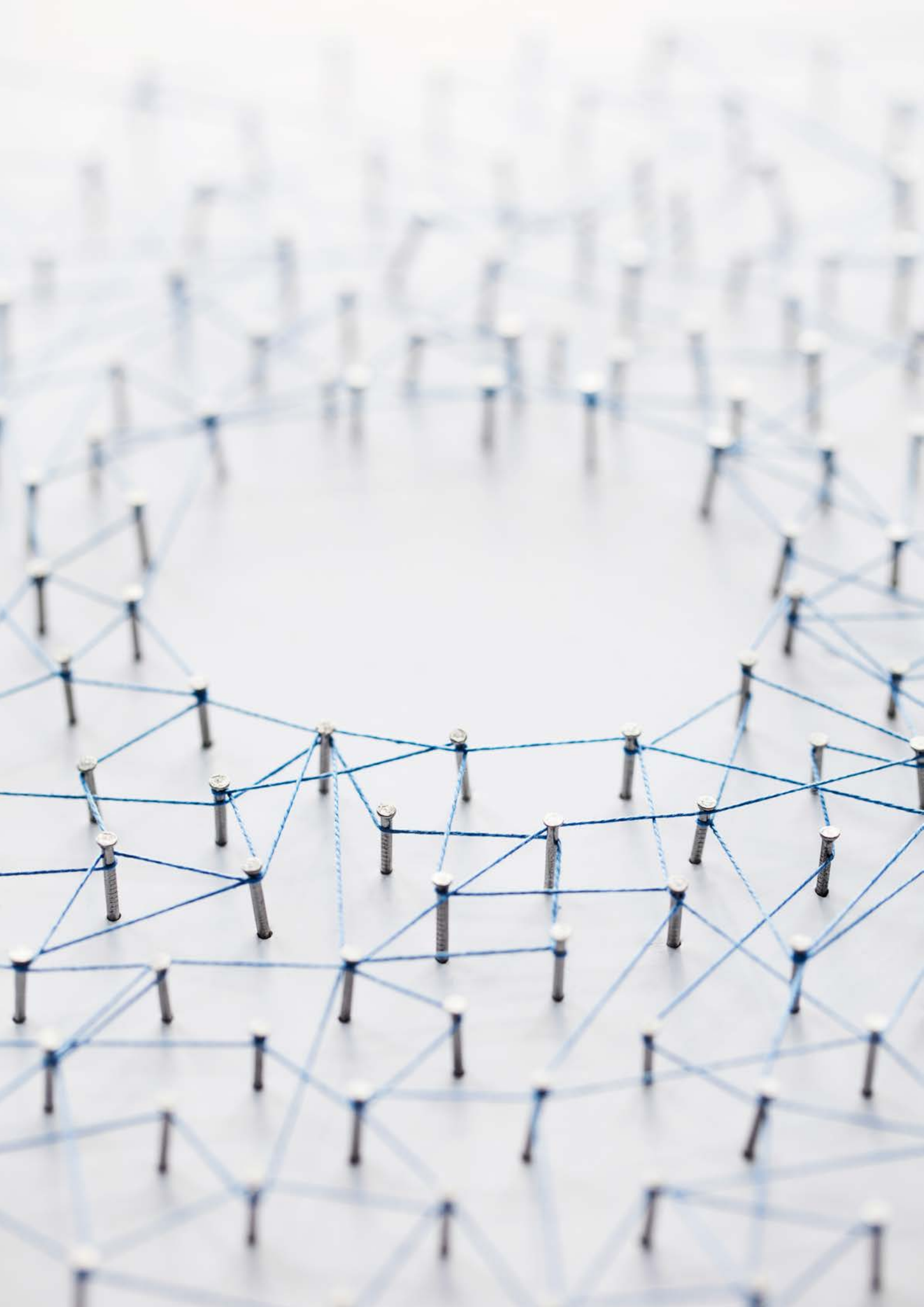


Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE STRATEŠKOG OKVIRA ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE

Podgorica, 2022.





Finansira
Evropska unija



Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE STRATEŠKOG OKVIRA ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE

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. PREDLOZI ZA STRATEŠKI OKVIR ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE	14
3. PRAVILA ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE	20

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

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 relevantni strateški i zakonodavni okvir iz rodne perspektive i kreira predloge za strateški komunikacioni okvir za rodnu ravnopravnost 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 dobiti 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, vremena, 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.





2. 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 promoteri 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.



3. 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.

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

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.



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

Predstavници/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.

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.

Predstavници/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;
- Ekspertske – 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.

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.

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

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 izveštavanje);
- 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.



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.

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.

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

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 izbjegavati 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 izbjegavati 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.



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 izbjegavati 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.

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

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, njegovateljice i sl...

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, njegovateljice i sl...

Ton kojim se obraćamo u javnom diskursu također 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. Također, 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.



