



Finansira
Evropska unija



Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



PRINCIPI RODNO ODGOVORNOG KOMUNICIRANJA U JAVNOJ UPRAVI

PRIRUČNIK





Finansira
Evropska unija



Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



PRINCIPI RODNO ODGOVORNOG KOMUNICIRANJA U JAVNOJ UPRAVI

Podgorica, 2022.



Finansira
Evropska unija



Ministarstvo ljudskih
i manjinskih prava



Autorka: Mirjana Ivanović

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

SADRŽAJ

1. UVOD	7
2. RODNA RAVNOPRAVNOST I OSNAŽIVANJE ŽENA	9
3. SMJERNICE ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE U JAVNOJ UPRAVI	10
1) Ko kaže?	11
2) Šta kaže?	12
3) Kojim kanalom?	16
4) Kome kaže?	18
5) Sa kojim efektom?	20





1. UVOD

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.

Uspjeh Vladinih politika, pa samim tim i politike rodne ravnopravnosti, zavisi od načina i kvaliteta na koji su one iskomunicirane s javnošću. 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.

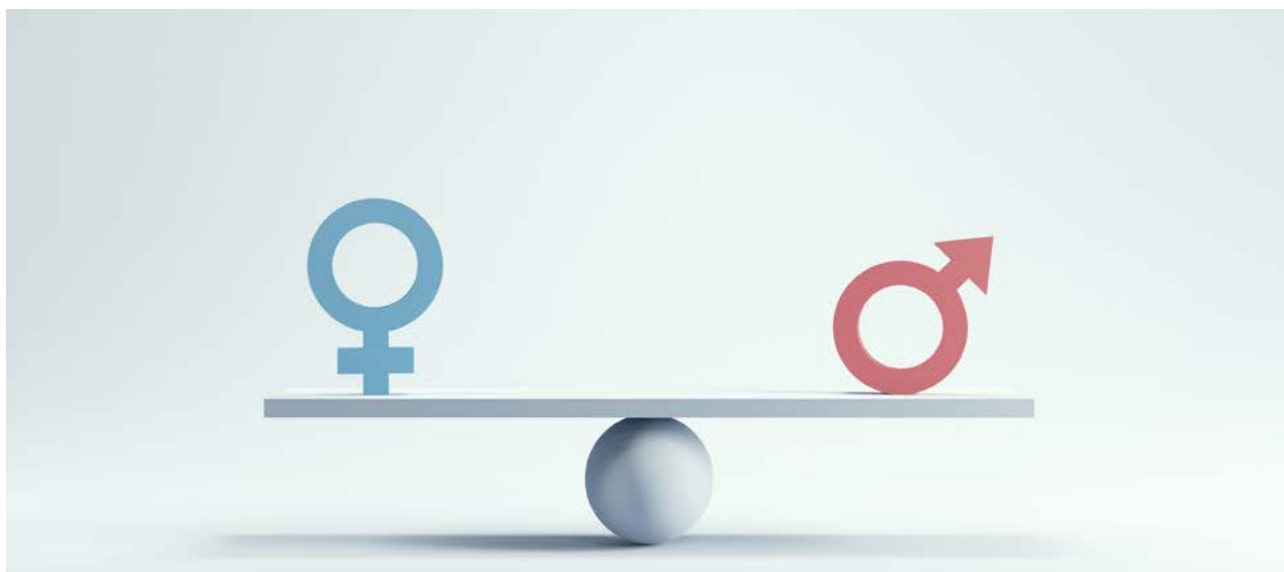
Osim izborom riječi, na diskriminaciju i podržavanje stereotipa mogu uticati i druge stvari – način na koji obrađujemo određene politike, koje teme komuniciramo, ko ih komunicira, kome su poruke namijenjene, kao i na koji način ženu predstavljamo u audio-vizuelnim sadržajima.

Neophodno je da žene imaju aktivnu ulogu, kao i da se vodi računa o različitim potrebama muškaraca i žena, kao i da uvijek imamo na umu da nijesu iste prepeke za sve žene, niti svi muškarci imaju iste privilegije.

Zato je važno da se kroz sve segmente rada javne upravi, uključujući i komunikacije, osvijetle mogućnosti za ravnopravno učešće žena, te da se aktivno radi na politikama koje će doprinijeti osnaživanju žena u crnogorskom društvu i postizanju rodne ravnopravnosti..

Ovaj Priručnik, nastao u okviru projekta **“Komuniciranje rodne ravnopravnosti”**, koji finansira Evropska unija, a implementira Program Ujedinjenih nacija za razvoj (UNDP) u partnerstvu sa Ministarstvom ljudskih i manjinskih prava ima za cilj da da smjernice kako bi Vladine komunikacije bile rodno odgovorne.

Priručnik daje smjernice za javne funkcionere/ke 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 u kojima su zaposleni.



2. RODNA RAVNOPRAVNOST I OSNAŽIVANJE ŽENA

Od 2006. godine kada je Crna Gora obnovila nezavisnost, napravljeni su važni koraci u oblasti ljudskih prava i rodne ravnopravnosti. Ovo se u najvećoj mjeri odnosi na zakonodavni okvir, pa su tako preduslovi za postizanje rodne ravnopravnosti sadržani u **Ustavu Crne Gore (2007)**, **Zakonu o zabrani diskriminacije (2010)**, **Zakonu o rodnoj ravnopravnosti (2007)**. Ratifikacijom ključnih međunarodnih dokumenata Crna Gora se obavezala da će poštovati i promovisati najviše standarde iz oblasti ljudskih prava i rodne ravnopravnosti i inkorporirati ih u svoj pravni sistem.

Među najvažnijim su Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena (**CEDAW**), **Pekinška deklaracija i Platforma za akciju**, Konvencija Savjeta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (**Istanbulska konvencija**). Važan okvir je i **Agenda Ujedinjenih nacija za održivi razvoj 2030** u kojoj se peti cilj održivog razvoja (SDG5) odnosi na postizanje rodne ravnopravnosti, a na kojoj je utemeljena **Strategija održivog razvoja Crne Gore do 2030**. Ljudska prava i rodna ravnopravnost su, takođe, u srži procesa integracije u Evropsku uniju.

Institucionalni mehanizmi za postizanje rodne ravnopravnosti u Crnoj Gori su **Odbor za rodnu ravnopravnost** u Skupštini Crne Gore, **Odjeljenje za rodnu ravnopravnost** u Ministarstvu ljudskih i manjinskih prava, kontakt osobe za rodnu ravnopravnost i Zaštitnik ljudskih prava i sloboda (**Ombudsman**).

Žene u Crnoj Gori čine više od polovine stanovništva (50.6%), ali još uvijek predstavljaju manjinu u društvenom, ekonomskom, političkom i javnom životu.

[Indeks rodne ravnopravnosti](#) za Crnu Goru prvi put je izračunat 2019. godine i iznosi 55, dok je 28 država članica EU, koji je iznosio 67,4. Indeks je pokazao da su **žene u Crnoj Gori najmanje jednake kada je riječ o moći, za kojim slijede vrijeme, znanje, novac i rad**.

Žene su obrazovaniji dio Crne Gore i na godišnjem nivou čine oko 60% diplomiranih na specijalističkim studijama i 65% na magistarskim. To se, međutim, ne odražava na njihovu veću zastupljenost i bolji položaj na tržištu rada. U prilog tome ide podatak da **od ukupnog broja nezaposlenih, oko 60% su žene**. Prilikom izrade anketa o aktivaciji radne snage, kao najčešći razlog za to što aktivno ne traže zaposlenje žene ističu neplaćeni rad i njegu u domaćinstvu. To potvrđuju i podaci iz gore navedenog Indeksa prema kojima 42,7% žena provodi vrijeme starajući se o djeci, starijim osobama, rođacima itd. u poređenju sa 23,8% muškaraca. Takođe, **68% žena svakog dana provodi barem jedan sat obavljajući kućne poslove, dok isto važi za samo 10,3% muškaraca**.

Prema podacima Poreske uprave u Crnoj Gori je 24% preduzeća u vlasništvu žena. Jedna od najvećih barijera za žensko preduzetništvo i ekonomsko osnaživanje žena leži u zaostalim praksama običajnog prava koje se odnose na nasljeđivanje. Procjena je da je, zbog prakse odricanja žena od nasljedstva u korist muških srodnika, manje od 10% imovine u Crnoj Gori u vlasništvu žena.

Neravnopravnost je dodatno razotkrivena tokom pandemije COVID-19, posebno kada je u pitanju neplaćeni rad i izloženost rodno zasnovanom nasilju. Nalazi istraživanja UNDP-a **Uticaj virusa COVID-19 na socio-ekonomski položaj žena u Crnoj Gori** pokazali su da se za tri mjeseca pandemije žene radile 92% više od muškaraca u oblasti neplaćene njege i kućnih poslova. Ako se ovaj podatak projektuje na nivo od 12 mjeseci, može se zaključiti da su žene ostvarile vrijednost novčanog ekvivalenta neplaćene njege i kućnog rada u iznosu od 10% BDP-a, a muškarci 5 % BDP-a za 2019.

U 2011. godini, kao rezultat napora učinjenih u prethodnim decenijama, uglavnom političkih aktivistkinja i aktivistkinja civilnog društva, predstavnica međunarodnih organizacija, akademske zajednice, prvi put je u Izborni zakon uvedena obavezna kvota po kojoj na izbornoj listi mora biti najmanje 30% kandidatkinja. Zakon je 2014. godine unaprijeđen normom koja se odnosi na obavezni raspored kandidata/kinja i normom po kojoj u slučaju prestanka mandata, žena mijenja ženu. Gotovo deceniju nakon primjene pomenutih normi, zastupljenost žena u zakonodavnoj vlasti nije dostigla minimalni procenat od 30%.

Za dodatno razumijevanje konteksta vrijedi napomenuti da oko 60% građana¹ vjeruje da je za dobrobit djece poželjnije da muškarac radi, a da se žena posveti porodici, dok svaki drugi građanin vjeruje da poslovno uspješne žene moraju neminovno da zanemare svoju porodicu. Podaci o stavovima mladih po kojima njih 60% kaže da žene i muškarci ne treba da dijele kućne poslove, dok skoro polovina vjeruje da žena ne treba da zarađuje više od muškarca ukazuju u kojoj mjeri stereotipi i patrijarhalni stavovi opstaju u društvu i nanovo se reprodukuju.

Cjelokupni društveni kontekst se neminovno održava i na stavove i percepcije zaposlenih u javnoj upravi, kreatora/ki politika i donosilaca/teljki odluka. Da bismo doprinijeli kreiranju inkluzivnog društva neophodno je da u sve segmente rada institucija javne uprave integrišemo princip rodne ravnopravnosti.

Integrisanje rodne perspektive (gender mainstreaming ili orodnjavanje) je proces u kom se analiziraju uticaji i posljedice zakona, strategija, projekata, aktivnosti, usluga na žene i na muškarce. To znači da su percepcije, interesi, potrebe i žena i muškaraca jednako uvaženi u planiranju, rukovođenju, donošenju odluka, kreiranju politika, uključujući i njihovo komuniciranje.



¹ <https://rodnamapa.me/assets/documents/stavovi-2021.pdf>

3. SMJERNICE ZA RODNO ODGOVORNO KOMUNICIRANJE U JAVNOJ UPRAVI

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.

Neprecizan izbor riječi može se tumačiti kao diskriminatorski, ponižavajući ili pristrasan. Takav jezik ometa napore da se poveća osnaživanje žena i nije u skladu sa opredjeljenjem i politikom Vlade Crne Gore o povećanju rodne ravnopravnosti.

Rodna ravnopravnost znači više od jednakog prisustva žena i muškaraca.

Postizanje rodne ravnopravnosti znači eliminisanje svih oblika rodno zasnovane diskriminacije i rodnih stereotipa u svim oblastima života.

Vodeći se Lasvelovim modelom komunikacija, principe rodne ravnopravnosti integrisaćemo u procese komunikacija javne uprave.

Lasvelov model se bazira na sljedećem:

- 1) Ko kaže?
- 2) Šta kaže?
- 3) Kojim kanalom?
- 4) Kome kaže?
- 5) Sa kojim efektom?



1) KO KAŽE?

Obezbijedite fer i jednaku zastupljenost i vidljivost.

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.

Treba voditi računa ne samo o njihovom prisustvu već i o ulogama žena – važno je da žena bude prikazana na pozicijama moći i odlučivanja.

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



Žene koje su na rukovodećim pozicijama treba što češće da komuniciraju ispred i u ime Vlade i svojih institucija
foto: Vlada Crne Gore

- ✓ Događaj na kojem su među glavnim akterima žene.
- ✓ Saopštenje u kojem su dati citati žena (funkcionerki, šefica, službenica).
- ✓ Žene ekspertkinje koje govore o pitanjima iz sektora koji se dominantno percipiraju kao muški kakav je npr. bezbjednost.
- ✓ Vizuelni sadržaji u kojima su žene prikazane na pozicijama moći i odlučivanja.
- ✗ O ključnim temama i politikama iz nadležnosti institucije govore samo muškarci.
- ✗ Događaj na kojem su žene prikazane u manje važnim pozicijama (npr. protokola) dok su muškarci govornici i ključni donosioci odluka.
- ✗ Vizuelni sadržaji na kojima uopšte nijesu prikazane žene ili su prikazane na podređenim pozicijama.



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

2) ŠTA KAŽE?

Politike predstavljajte na način 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.

Postignuća pojedinih žena su važna, ali o njima treba govoriti u širem kontekstu rodne nejednakosti. Iako su brojevi i statistika važni, izbjegavajte brojanje žena i muškaraca kao jedinu referencu za rodnu ravnopravnost i osnaživanje žena.



Ne podržavajte stereotipe o tome da su određena zanimanja, kao na primjer ona u zdravstvu i prosvjeti, samo za žene foto: Vlada Crne Gore





Ne stavljajte žene na marginalne pozicije (moderatorke ili protokola), već se trudite da im date aktivnu ulogu, posebno u oblastima koje se tiču ekonomije foto: Vlada Crne Gore

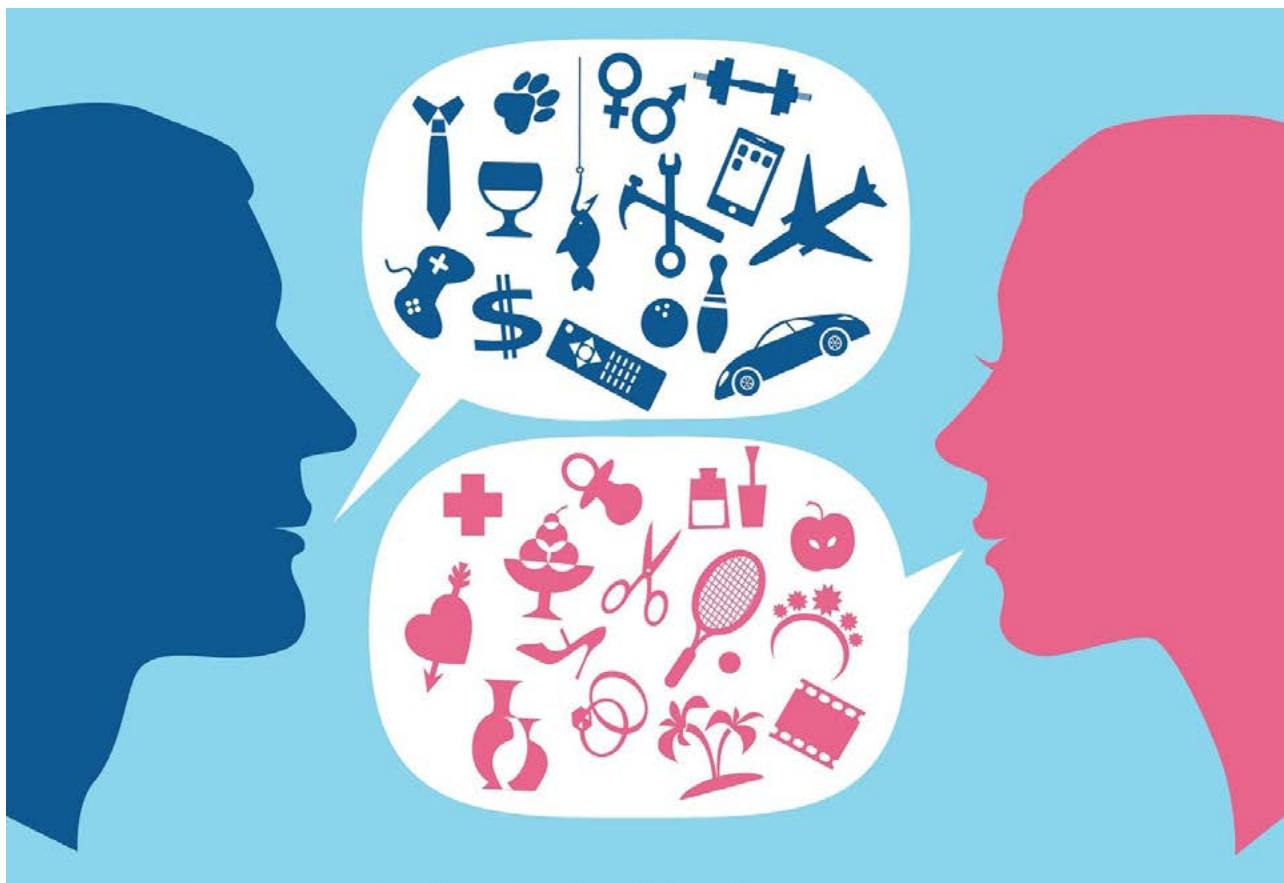
- ✓ **Politike predstavljajte na način da odgovaraju na različite potrebe žena i muškaraca.**
- ✓ **Govorite o postignućima žena u širem kontekstu rodne nejednakosti.**
- ✗ **Podjela poslova ili uloga na muške i ženske.**
- ✗ **Prikazivanje žena na način koji govori da se one najbolje snalaze u sferi kućnih poslova.**



Osnajte učešće djevojčica i žena u oblastima u kojima su manje zastupljene: Dodjela nagrada povodom Međunarodnog dana djevojčica u ICT foto: Vlada Crne Gore

Rodno senzitivni jezik

Upotreba naziva zanimanja i funkcija u ženskom rodu (predsjednica, ministarka, sekretarka, direktorica, šefica, službenica, savjetnica) jezički je standardizovana i zakonska obaveza.



Osim korišćenja imenica u ženskom rodu, 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 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.

Tokom komuniciranja pažnju treba obratiti i na red riječi, jer se na taj način šalje poruka i kreira pretostavka o tome da je jedan pol superiorniji od drugog.

Važna je i vizuelna forma obraćanja: simetrično napisane imenice (u istoj ravni za oba pola) čime se signalizira ravnopravnost.

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 rodom.

PRIMJERI RODNO PRISTRASNIH I RODNO OSJETLJIVIH REČENICA

Rodno pristrasne rečenice	Rodno osjetljive rečenice
Marko i Marija imaju poslove sa punim radnim vremenom; on joj pomaže u kućnim poslovima.	Marko i Marija imaju poslove da punim radnim vremenom; oni dijele kućne poslove.
Naučni istraživači često zanemaruju svoje žene i djecu.	Naučni istraživači/ce često zanemaruju svoje porodice.
Svaki zaposleni će bolje raditi ukoliko on učestvuje u donošenju odluka.	Svi zaposleni će bolje raditi ukoliko učestvuju u donošenju odluka.
Drage majke, molim vas da osigurate da vaša djeca operu ruke nakon korišćenja toaleta.	Dragi roditelji, molim vas da osigurate da vaša djeca operu ruke nakon korišćenja toaleta.
Svako mora da uradi njegov dio posla.	Svako mora da uradi svoj dio posla.
Otadžbina	Domovina

3) KOJIM KANALOM / ALATOM?

Predstavnici javne uprave javnosti se obraćaju pisanim ili usmenim putem, a sve veća je upotreba audio-vizuelnih sadržaja.

Fotografije, grafika, video i audio materijali su moćni komunikacioni alati koji utiču na percepcije, stavove i na kraju društvene promjene.

Kada se pripremaju pisani, audio i vizuelni materijali, 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.

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.

Žene treba da budu prikazane kao jednake i aktivne učesnice u svim aspektima života: na radnom mjestu, na poslovima fizičkog rada i u administrativnim profesijama; kod kuće; u obrazovnim ustanovama; u politici i društvu; u javnom životu i u zajednici.

Ton kojim se obraćamo u javnom diskursu, takođe, će ukazati na to kako pozicioniramo žene ili muškarce, a važan je način na koji je prikazano tijelo, ali i lokacije odnosno ambijent u koji se smještaju žena ili muškarac.

Boje koje se upotrebljavaju, posebno u vizuelnim sadržajima ne treba koristiti na način da podržavaju rodne stereotipe – da se npr. plava koristi samo za muškarce, a roze za žene.



Važno je da žene budu dio zvaničnih delegacija foto: Vlada CG



Prikažite žene na način koji će sugerisati važnost njihove uloge, a način i stav sa kojim su prikazane žene, takođe, nosi važnu poruku. Foto: Vlada Crne Gore

- ✓ U svim sadržajima prisustvo žena u društvu se demonstrira kao uravnoteženo, ne kao izuzetno ili sporadično.
- ✓ Žene su uključene u sve sadržaje koje kreira Vlada – pisane i audio-vizuelne, kao i na događajima.

- ✗ Ton kojim se obraćamo govori da su žene u podređenom položaju u odnosu na muškarce, podređene u društvu.
- ✗ Za ilustriranje sadržaja koji predstavljaju ili tagretiraju muškarce koristimo plavu, a za žene rozu boju.

4) KOME KAŽE?

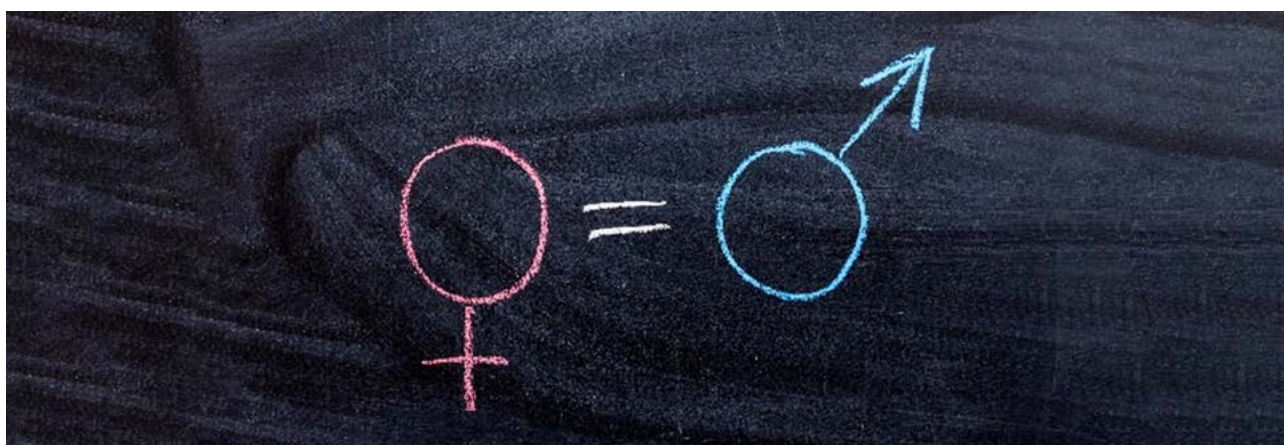
Prilikom kreiranja komunikacionih sadržaja pažnja se posvećuje različitim ciljnim grupama, a u sklopu svake od njih treba posebno obratiti pažnju na žene i imati u vidu da su potrebe žena i muškaraca različite, pa samim tim i pristup njima mora biti takav da uvažava te razlike.

Prilikom kreiranja poruka ne smije se pretpostavljati da se sve žene suočavaju sa istim nejednakostima, ali ni da svi muškarci imaju iste privilegije.

Značajna rodna ravnopravnost neće biti postignuta ako ne razumijemo i odgovorimo na različita iskustva i potrebe žena i muškaraca koji pripadaju različitim grupama.

- ✓ Pitanja rodne ravnopravnosti komunicirajte kroz sve teme, ne samo one striktno vezane za ovu tematiku.
- ✓ Izbjegavajte stereotipe i pretpostavke o iskustvima žena. Kod pitanja rodno zasnovanog nasilja ne tražite objašnjenja za ponašanje nasilnika, već govorite o politikama koje će smanjiti ovakva ponašanja i pružiti adekvatnu podršku žrtvama.
- ✓ Predstavite činjenice, ne predrasude.

- ✗ Romantizovanje izazova žena u društvu.
- ✗ Govorite o mogućnostima i postignućima žena uprkos njihovom polu, a ne uprkos društvenim preprekama.
- ✗ Ženama se obraćate kao majkama, suprugama, sestrama ili ćerkama i na taj način ih definišete u odnosu na muškarce.



PRIMJER SAOPŠTENJA I KAKO JE MOGUĆE integrisati rodnu perspektivu:

Kreditno-garantni fond za otporniju ekonomiju i preko 10 hiljada novih radnih mjesta

(Objavljeno: 03.03.2022. u 13:41h; Autor: [Ministarstvo ekonomskog razvoja](#))

Vlada je na današnjoj sjednici utvrdila Predlog zakona o Kreditno-garantnom fondu (KGF) čije osnivanje pruža dugoročni benefit za rast i razvoj naše privrede. Kreditno-garantni fond, kao nezavisna i održiva institucija, obezbijediće olakšan i povećan pristup finansijskim sredstvima za mikro, mala i srednja preduzeća, preduzetnike i preduzetnice i fizička lica koja obavljaju komercijalnu djelatnost na osnovu upisa u registar nadležnog organa uprave za određenu djelatnost.

“Kreditno-garantni fond, za našu ekonomiju, predstavlja prekretnicu koja bi u narednih pet godina mogla da garantuje za oko 6.000 kredita u ukupnom iznosu od preko 220 miliona što će stvoriti priliku za otvaranje oko 11.000 radnih mjesta, od čega će značajan dio, nadamo se, biti za žene kako bi se one osnažile, njihovi potencijali u potpunosti iskoristili, a tržište rada bilo uravnoteženije. Slijedimo dobre prakse nekih evropskih zemalja uz podršku kredibilnih institucija poput Evropske banke za obnovu i razvoj kojoj se zahvaljujemo što su u ovoj Vladi prepoznali relevantnog partnera sa kojim bi udružili snage,”izjavio je ministar.

On je podsjetio da je Ministarstvo ekonomskog razvoja u prethodnom periodu intenzivno radilo na kreiranju KGF i dodao da je, oslušujući potrebe privrede i analizirajući dosadašnje, ali i trenutne globalne promjene i poremećaje, dodatno potvrđena neophodnost formiranja ovakve institucije u našoj privredi. Osnivanjem ove važne institucije doći će do otvaranja novih radnih mjesta i podsticanja domaće proizvodnje.

Početni kapital Fonda, koji je obezbijedila Vlada u budžetu za 2022. godinu, iznosi 10.000.000 eura.

Sredstva Kreditno-garantnog fonda namijenjena su preduzećima ili preduzetnicima i preduzetnicama koji imaju ograničen pristup finansiranju. Dakle, pored sektora MMSP koji je dominantan segment crnogorske privrede, sredstva su namijenjena i posebnim grupama kao što su: preduzeća u većinskom vlasništvu žena, poljoprivrednici i poljoprivrednice, turistička preduzeća, IT kompanije, kompanije za energetska efikasnost i obnovljive izvore energije i mnoge druge.

Osnivanjem KGF izražavamo spremnost da stvaramo institucionalne okvire koji će omogućiti brži razvoj naše ekonomije. Kroz ovakav institucionalni okvir želimo da podržimo žene i podstaknemo ih da pokrenu sopstvene biznise čime će se unaprijediti njihovo ekonomsko osnaživanje, poboljšati njihov položaj i kreirati društvo jednakih šansi.

U cilju odgovora na krize, ali i osnaživanja najznačajnijeg segmenta crnogorske privrede (MMSP), KGF će biti dugoročni partner crnogorskoj privredi na putu ka razvoju i unapređenju biznisa.

Predlog zakona o Kreditno-garantnom fondu će biti upućen parlamentu na usvajanje po skraćenom postupku. Usvajanjem Zakona u parlamentu stižu se uslovi za osnivanje KGF-a i stvaraju preduslovi za njegovu dalju operacionalizaciju.

5) SA KOJIM EFEKTOM?

Efekat i krajnji cilj svih komunikacija jeste promjena stavova i ponašanja kod ciljne publike. Stoga je jako važno da komunikacije ne podržavaju predrasude i rodne stereotipe.

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

Na primjer, tvrdnja da žene u ruralnim područjima ne učestvuju u ekonomskom životu svojih zajednica je pristrasna izjava jer briše njihove doprinose u smislu neplaćenog rada u kući i njezi.

Istina, ovi doprinosi razvijaju ekonomiju omogućavajući drugim članovima porodice, uglavnom muškarcima, da učestvuju u radnoj snazi. Ali, samo zato što žene ne učestvuju u monetizovanoj ekonomiji ne znači da njihov rad ne doprinosi ekonomiji.

Prikažite realnu ulogu žena na selu i njihov stvarni doprinos ekonomiji.

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.



Žene na selu doprinose kućnom budžetu, bilo kroz kućni tzv neplaćeni rad bilo kroz aktivnosti od kojih dolazi konkretan profit. foto: Vlada Crne Gore



Poljoprivredni podsticaji nemaju veze samo sa migracijama stanovništva već i sa ekonomskim osnaživanjem žena u ruralnim oblastima. foto: Vlada Crne Gore



Žene u sektoru bezbjednosti su slabo prisutne, prilično nevidljive u javnom prostoru pa im stoga treba posvetiti posebnu pažnju u komunikacijama. foto: Vlada Crne Gore

Ne treba, takođe, implicirati, na primjer, da su žene i djevojke plašljive u poređenju sa muškarcima i dječacima, ili da su žene pasivne, a muškarci aktivni.

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, kao i kada se žene opisuju kao emotivne ili pasivne.



Afirmišite žene u sportu jer je to još jedna od oblasti u kojima su slabije zastupljene a nerijetko i diskriminirane. foto: Vlada Crne Gore



