



Výstupy z workshopu v rámci semináře

Genderové nerovnosti a jejich projevy v praxi

12. 6. 2013, 17.00–20.00

**Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií
Joštova 10, Brno, učebna U41**

Lektorky:

Marcela Adamusová

(genderová expertka, Fórum 50 %, Social Watch)

Veronika Šprincová

(genderová expertka, Fórum 50 %, Univerzita Karlova – Katedra genderových studií)

Petra Havlíková

(genderová expertka, NESEHNUTÍ)

Seminář se konal v rámci projektu „Jde to i jinak: možnosti boje proti chudobě a odstraňování genderových nerovností“, který je financován z Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost (OP VK) financovaného Evropským sociálním fondem (ESF).



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Shrnutí obsahu:

Workshop byl zahájen koordinátorkou projektu Jde to i jinak, která představila celkový rámec projektu a donora.

Následoval blok lektorek Marcely Adamusové a Veroniky Šprincové. Blok byl zahájen tzv. „energizérem“ – aktivitou na úvod, která slouží k získání zájmu a zjištění míry znalosti tématu u účastníků a účastnic. Následoval teoretický výklad a diskuze. Postupně byly představeny 2 nástroje prosazování genderové rovnosti v praxi – dokument Evropská charta za rovnost žen a mužů a koncept genderového rozpočtování.

Evropská charta za rovnost žen a mužů a koncept genderového rozpočtování.

V celé Evropě má tento dokument již přes 900 signatářů, včetně největších měst (Paříž, Vídeň, Madrid atd.). V ČR k dokumentu přistoupily zatím 4 obce (Staňkovice, Milotice, Záluží, Praha 18 – Letňany). Cílem Charty je upozornit na **nerovné postavení** žen a mužů. Je cílena na **místní samosprávy**, které podepsáním Charty dávají najevo silný formální závazek k **dosažení skutečné rovnosti žen a mužů**. **Následovalo představení konkrétních příkladů aktivit na lokální úrovni (flexibilní pracovní doba na úřadech, dobrovolnická centra, zapojení dětí do plánování hřiště, optimalizace veřejné dopravy atd.). V následné diskusi účastníci a účastnice přicházely s vlastními návrhy (např. bezbariérová doprava).**

Genderové rozpočtování

V následující části byl představen koncept komunitního a genderového rozpočtování. Jedná se o nový úhel pohledu na výdajovou stránku veřejných rozpočtů. Vychází z teze, že společnost **není homogenní celek**, skládá se z různých skupin osob s různými potřebami, zájmy i životní zkušenostmi. Z toho důvodu rozpočty mají **různý dopad na různé skupiny** obyvatelstva a měly by to reflektovat.

Mezi hlavní výhody této metody patří:

1. **Zohlednění sociálních skupin, které mají ztížený přístup k politickému rozhodování**
2. **Úspornost** – staví na objektivních, měřitelných a doložitelných údajích
3. **Transparentnost** - eliminace korupce
4. **Lepší přijetí navrhovaného rozpočtu** všemi stranami – mělo by jít o kompromis, který vzejde ze vzájemné spolupráce a diskuse
5. **Zlepšení komunikace a spolupráce** – posilování soudržnosti
6. **Principy dobré správy**
7. **Mezinárodní dokumenty**

Dále byly představeny výsledky genderových analýz rozpočtů v ČR i zahraničí, které jednoznačně dochází k závěru, že **z veřejných rozpočtů profitují více muži**.

Dále byla představena metodika komunitního rozpočtování “krok za krokem”.

Krok 1: definovat **skupiny**, které budou brány v potaz; vždy aplikovat **genderové hledisko**.

Krok 2: definovat **položku v rozpočtu/balík aktivit**, u kterých budou principy komunitního rozpočtování aplikovány; rozlišení na „základnu“ a „nadstavbu“ (provoz školky vs. fotbalové hřiště)

Krok 3: zjištění **aktuální situace** (ideálně několik let zpátky) a jejího odrazu v rozpočtu

Krok 4: zjišťování potřeb definovaných skupin (dotazníky, snímkování, veřejné slyšení – různé metody je vhodné kombinovat); užitečné **spolupracovat** s občanskými sdruženími, zájmovými skupinami

Krok 5: institucionální zajištění (výbor, komise, nebo alespoň konkrétní odpovědná osoba)

Krok 6: » Krok 1

Stereotypy a sexistické reklamy

Poslední část semináře byla věnována problematice genderových stereotypů, které jsou reprodukovány i prostřednictvím reklam. Zvláštní pozornost byla věnována sexistické reklamě. Lektorka Petra Havlíková představila stávající možnosti k regulaci sexistických reklam. Následoval kreativní workshop přeznačování sexistických reklam.

Výstupy z workshopu

- Obecně jako skupina vzdělání v dané problematice
- Smíšená skupina – věkově, genderově, názorově
- Aktivní, diskutující
- Část účastníků skeptická vůči možné implementaci představených nástrojů do praxe, během společné diskuze se podařilo tyto pochybnosti vyvrátit
- Další část účastníků a účastnic přicházela s vlastními nápady, jak koncepty uplatňovat v praxi
- Diskuze o genderových stereotypech při uplatňování genderového rozpočtování
- Ocenění konceptu gender mainstreamingu jako inkluzivního nástroje, který reflektuje nejen potřeby žen, ale různých sociálních skupin obecně
- Shoda na nutnosti zohledňování potřeb skupin, které mají ztížený přístup k rozhodování (senioři/seniorky, rodiče malých dětí, hendikepovaní lidé atd.)
- Diskuze o efektivnosti sexistických reklam a různém „čtení“ reklam ženami a muži
- Diskutující se zajímali o možnosti eliminace sexistických reklam v praxi
- Kreativní při přeznačování reklam – aktivní přístup