

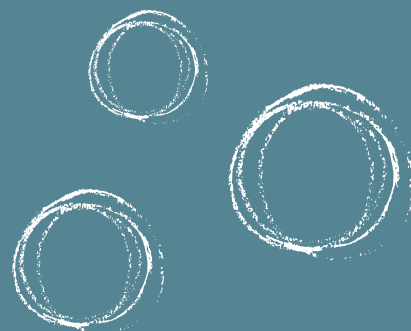
→ Приручник

“Унапређење
услова за достизање
родне равноправности
кроз креирање родно
осетљивих аматерских
медијских садржаја“



Приручник је део пројекта “Унапређење услова за достизање
родне равноправности кроз креирање родно
осетљивих аматерских медијских садржаја”
који се реализује од стране
Центра за едукацију и подршку друштву,
а финансиран од стране Градске управе Града Београда
– Секретаријата за социјалну заштиту

Аутор:
Центар за едукацију и подршку друштву у сарадњи са
Креативним центром Крагујевац

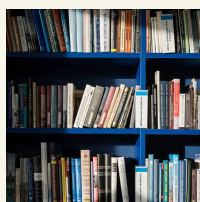




Садржај



Уводна реч	1
Сврха приручника.....	2
Коме је намењен.....	3
Нови медији за младе.....	5
Утицај друштвених мрежа на младе.....	6
Студије случаја.....	7
Родна равноправност у медијима.....	8
Смернице за промоцију веће присутности жена у медијима...	11
Планови за даље.....	13
закључак.....	15
Додаци и ресурси.....	16



Уводна реч



Приручник не настаје само као технички резултат пројекта, већ и као резултат добре воље и позитивне енергије коју је свака особа укључена у реализацију пројекта, укључујући учеснике и волонтере, несебично уложила током реализације пројекта.

Отвореност свих укључених актера олакшала је реализацију активности, а стрпљење свих страна резултирало је несметаном имплементацијом.

Ово је било сјајно искуство за све. Премошћавање стереотипа и предрасуда, размена мишљења, ставова и перспектива обогаћује све нас лично и професионално.

Без подршке Градске управе Града Београда - Секретаријата за социјалну заштиту ово гарантованоне би било могуће. Стога смо захвални што смо имали прилику да успешно реализујемо пројектне процесе и створимо нове могућности за нашу организацију и учеснике.

Комбинујући теме као што су родна равноправност у контексту традиционалних и нових медија, укључивање младих са мање могућности и креирање модела подршке у неформалном образовању, дошли смо до суштинских закључака о томе како треба изградити платформу за оне који се баве овим темама и које ресурсе треба даље да обезбедимо да бисмо имали одржив систем који би се континуирано бавио овим темама.

Такође бих искористио ову прилику да се захвалим неформалним партнерима и сарадницима, свим волонтерима, као и свим осталим укљученим стручњацима и трећим лицима који су директно или индиректно допринели исходима пројекта.

На организационом нивоу, процењујемо да су мостови које смо изградили између нас довољно јаки да наставимо да радимо оно што смо започели, укључујући и друге организације и ширење утицаја и резултата за нашу циљну групу - младе, студенте новинарства, блогере, борце и боркиње за женска права, менаџере пројеката, активисте, веб администраторе, и доносиоце одлука.

Са најбољим надама,
Марко Јовић
Центар за едукацију и подршку друштву
Август 2024

СВРХА ПРИРУЧНИКА

Родна равноправност је основно људско право које обухвата једнак третман свих особа, без обзира на њихов род. У данашњем друштву, медији играју кључну улогу у обликовању јавног мњења, па самим тим и у промовисању или подривању родне равноправности. С обзиром на то да су млади један од најважнијих корисника нових медија, од суштинске је важности обезбедити да садржаји који се креирају и деле буду родно осетљиви.

Овај приручник је осмишљен како би пружио смернице и алате за стварање медијских садржаја који подржавају родну равноправност. Намењен је младима, аматерским ствараоцима медијских садржаја, као и свима онима који желе да допринесу стварању инклузивнијег и праведнијег друштва.



Контекст и важност

У последњих неколико деценија, медијски пејзаж се драстично променио. Традиционални медији, као што су телевизија и штампа, уступили су место дигиталним платформама које омогућавају брзу и широку дистрибуцију садржаја. Ове платформе пружају невероватне могућности, али такође доносе и нове изазове.

Родна неједнакост у медијима је проблем који је дубоко укоренjen. Жене су често недовољно заступљене, или су представљене на начин који перпетуира родне стереотипе. Оваква ситуација негативно утиче на перцепцију родних улога код младих, који кроз медије формирају ставове о томе шта значи бити мушкарац или жена.

С обзиром на то да млади данас проводе значајан део свог времена на друштвеним мрежама, важно је да садржаји које конзумирају буду родно осетљиви и едукативни. Овај приручник нуди кораке и стратегије за креирање таквих садржаја, са циљем да се постигне већа равноправност и разумевање међу половим

Овај приручник је осмишљен како би пружио смернице и алате за стварање медијских садржаја који подржавају родну равноправност. Намењен је младима, аматерским ствараоцима медијских садржаја, као и свима онима који желе да допринесу стварању инклузивнијег и праведнијег друштва.



КОМЕ ЈЕ НАМЕЊЕН ПРИРУЧНИК?

Циљна група приручника који се бави унапређењем услова за достизање родне равноправности кроз креирање родно осетљивих аматерских медијских садржаја укључује следеће категорије:

1. Млади креатори садржаја

Старосна група: Млади између 15 и 30 година.

Карактеристике: Ова група укључује младе људе који су активни на друштвеним мрежама, блоговима, влоговима, или креирању дигиталног садржаја. Имају основно познавање медијских алата и платформи, а заинтересовани су за стварање садржаја који одражава њихове ставове и вредности.

Потребе: Потребан им је практичан приручник са смерницама које ће им помоћи да креирају садржај који промовише родну равноправност. Такође су заинтересовани за разумевање како медији обликују перцепцију и како они могу допринети позитивној промени.

2. Едукатори и тренери

Старосна група: Одрасли, обично у распону од 25 до 50 година.

Карактеристике: Ова група обухвата наставнике, тренере, водитеље радионица, и друге професионалце који раде са младима. Имају искуство у едукацији и подучавању, али можда нису експерти за теме родне равноправности или медија.

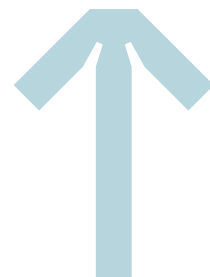
Потребе: Приручник им пружа потребне информације и алате да едукују младе о важности родно осетљивог медијског садржаја. Такође су заинтересовани за методе и приступе које могу применити у својим програмима.

3. Невладине организације и удружења

Старосна група: Варира, али се обично односи на одрасле професионалце.

Карактеристике: Ова група укључује организације које се баве питањима људских права, родне равноправности, медијске писмености, и омладинског активизма. Могу имати или немати техничку стручност у креирању медијског садржаја, али су усмерени на промоцију социјалне правде и равноправности.

Потребе: Потребне су им смернице и стратегије како да у своје кампање и пројекте укључе родно осетљиве медијске садржаје. Такође су заинтересовани за примери добре праксе и стратегије за подизање свести међу младима.



КОМЕ ЈЕ НАМЕЊЕН ПРИРУЧНИК?

4. Студенти и истраживачи

Старосна група: Углавном млади људи у распону од 18 до 30 година.

Карактеристике: Студенти друштвених наука, комуникологије, родних студија, и медијских студија који истражују теме везане за медије и родну равноправност.

Потребе: Ова група тражи теоријске оквире, податке и анализе које могу користити у својим истраживањима или академским радовима. Такође су заинтересовани за конкретне примере и студије случаја који приказују како медији могу утицати на родну равноправност.

5. Медијски професионалци и новинари

Старосна група: Одрасли професионалци, углавном између 25 и 50 година.

Карактеристике: Особе које раде у медијима, укључујући новинаре, уреднике, продуcente и креаторе садржаја, са фокусом на етичку одговорност и квалитетно информисање.

Потребе: Потребан им је увид у најбоље праксе за избегавање родних стереотипа и креирање садржаја који подржава родну равноправност. Такође су заинтересовани за смернице које им помажу да препознају и исправе несвесне пристрасности у својим радовима.

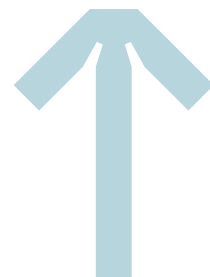
6. Шира јавност

Старосна група: Различите старосне групе, од адолесцената до старијих особа.

Карактеристике: Људи који су заинтересовани за друштвене промене, родну равноправност, и улогу медија у друштву. Можда нису стручњаци, али су заинтересовани да сазнају више о овим темама.

Потребе: Потребне су им јасне, разумљиве информације о томе како медији утичу на родне улоге и шта они као појединци могу учинити да подрже родну равноправност.

Приручник би требало да буде довољно флексибилан да задовољи потребе свих ових група, нудећи практичне савете, теоријску позадину и инспиративне примере, а истовремено да буде приступачан и разумљив за све кориснике.



НОВИ МЕДИЈИ ЗА МЛАДЕ

ДИГИТАЛНА ЕРА И МЛАДИ



Са развојем технологије, свет медија је прошао кроз значајну трансформацију. Традиционални медији, попут телевизије, радија и штампаних новина, више нису доминантни извори информација за младе. Уместо тога, дигитални медији су постали главни канали путем којих млади људи комуницирају, информишу се, и конзумирају садржај.

Нови медији обухватају дигиталне платформе као што су друштвене мреже, блогови, веб странице, подкасти, видео садржаји на платформама као што су ЈоуТубе и ТикТок, као и мобилне апликације. Ове платформе нуде интерактивност, брз приступ информацијама и могућност за персонализацију садржаја, што их чини изузетно привлачним за млађе генерације.

Једна од кључних карактеристика нових медија је њихова децентрализована природа. Свако ко има приступ интернету може постати стваралац садржаја, што значи да млади не морају да се ослањају на традиционалне медијске организације да би се изразили или пренели своје идеје. Овај тренд је довео до експлозије креативности и иновација, али је такође донео изазове у вези са квалитетом и веродостојношћу информација.

Према истраживањима, млади између 16 и 24 године проводе у просеку више од четири сата дневно на интернету, при чему су друштвене мреже најчешће коришћене платформе. Овај тренд указује на значај нових медија у свакодневном животу младих и на потребу за едукацијом о томе како одговорно и критички користити ове платформе.

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ КАО ГЛАВНИ ИЗВОР ИНФОРМАЦИЈА



Друштвене мреже су постале централна тачка за интеракцију и размену информација међу младима. Платформе као што су Инстаграм, ТикТок, Снапцхат, и ЈоуТубе не само да омогућавају дељење личних прича и искустава, већ такође служе као главни извори вести, забаве, и образовања.

Ове платформе су дизајниране да буду привлачне и ангажујуће, користећи алгоритме који препоручују садржај на основу интересовања корисника. Иако ово може допринети персонализованом искуству, такође може довести до стварања тзв. „балона филтера“, где корисници бивају изложени само оним информацијама и ставовима који су слични њиховим, што може ограничити њихов поглед на свет.

Друштвене мреже играју кључну улогу у обликовању ставова и перцепције младих. Многи млади људи користе ове платформе да се информишу о друштвеним питањима, укључујући родну равноправност, еколошке изазове, и политичка збивања. Међутим, с обзиром на природу друштвених мрежа, које често фаворизују сензационализам и визуелно атрактивне садржаје, постоји ризик да се информације интерпретирају површно или да се промовишу штетни стереотипи.

Зато је од изузетног значаја подстицати критичко размишљање међу младима када је у питању конзумација садржаја на друштвеним мрежама. Едукација о медијској писмености може помоћи младима да препознају пристрасности, дезинформације, и родне стереотипе у медијима, те да развију вештине које су им потребне да би били одговорни корисници и креатори дигиталних садржаја.

УТИЦАЈ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА НА МЛАДЕ

ПОЗИТИВНИ АСПЕКТИ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА



Друштвене мреже пружају младима бројне позитивне могућности које могу значајно допринети њиховом личном развоју и друштвеном ангажману. Један од најважнијих аспеката је могућност за образовање и информисање. Млади користе друштвене мреже како би се информисали о темама које их занимају, било да се ради о здрављу, науци, култури или друштвеним питањима. Платформе попут ЈоуТубе-а и ТикТок-а постале су богат извор образовних садржаја, где млади могу да уче на забаван и интерактиван начин.

Поред тога, друштвене мреже омогућавају младима да се повежу са вршњацима из целог света, што доприноси развоју њихове друштвене свести и интеркултуралног разумевања. Кроз различите онлине заједнице, млади могу да се упознају са различитим перспективама, учествују у дискусијама о важним питањима и граде солидарност са онима који деле слична интересовања или вредности.

Још један позитиван аспект друштвених мрежа је њихова улога у друштвеном активизму. Млади често користе ове платформе да подигну свест о друштвеним проблемима, као што су родна неједнакост, климатске промене, или права ЛГБТQ+ заједнице. Кроз виралне кампање и онлине петиције, млади активисти су у стању да мобилишу подршку и врше притисак на доносиоце одлука, што може довести до стварних друштвених промена.

НЕГАТИВНИ АСПЕКТИ ДРУШТВЕНИХ МРЕЖА



Иако друштвене мреже пружају многе користи, постоји и неколико значајних ризика и негативних ефеката који могу имати дугорочне последице на младе. Један од најизраженијих проблема је cyberbullying, односно дигитално злостављање. Због анонимности и осећаја дистанцираности које пружају друштвене мреже, млади су често изложени злонамерним коментарима, увредама, и узнемиравању, што може озбиљно угрозити њихово ментално здравље.

Такође, друштвене мреже често промовишу нереалне стандарде лепоте и успеха, што може довести до проблема са самопоуздањем и телесном сликом. Филтриране фотографије, гламурозни прикази живота инфлуенсера, и притисак да се постигне одређени идеал лепоте могу створити осећај незадовољства собом код младих корисника. Ово је посебно изражено код младих девојака, које су често изложене садржајима који их подстичу да се упоређују са нереалним стандардима лепоте.

Додатни изазов представља и феномен „ФОМО“ (fear of missing out), односно страх од пропуштања, који је повезан са сталним прегледањем друштвених мрежа и осећајем да су други увек у бољој ситуацији или да се забављају више. Овај осећај може допринети анксиозности и депресији код младих, који се осећају искључено или мање вредно.

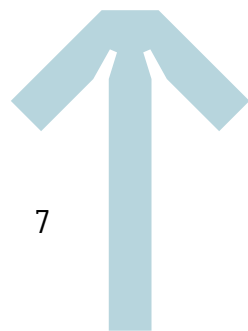
СТУДИЈЕ СЛУЧАЈА

Да бисмо боље разумели како друштвене мреже утичу на младе, корисно је погледати конкретне примере из стварног живота.

Студија случаја 1: Боду Поситивиту покрет на Инстаграму Покрет за позитивну слику о телу („Боду Поситивиту“) на Инстаграму пружа добар пример како друштвене мреже могу бити коришћене за промовисање родне равноправности и здравог односа према сопственом телу. Многи инфлуенсери користе ову платформу да би делили слике и приче које пркосе конвенционалним стандардима лепоте, чиме подстичу младе да прихвате и воле своје тело онакво какво јесте.

Студија случаја 2: ТикТок и изазови са нереалним стандардима С друге стране, ТикТок је платформа на којој се брзо шире трендови и изазови који могу промовисати нереалне стандарде лепоте или опасне понашања. На пример, одређени изазови везани за дијете или екстремно вежбање могу створити притисак на младе да усвоје нездраве навике како би се уклопили у очекивања своје онлине заједнице.

Студија случаја 3: #MeToo покрет Један од најзначајнијих покрета последњих година, #MeToo, започео је на друштвеним мрежама и убрзо постао глобални феномен. Овај покрет је оснажио жене да проговоре о сексуалном узнемиравању и насиљу, подижући свест о важности родне равноправности и правде. Кроз друштвене мреже, приче су се брзо шириле, што је довело до стварних промена у законодавству и понашању у многим земљама.



РОДНА РАВНОПРАВНОСТ У МЕДИЈИМА

Историјат и тренутна ситуација

Родна равноправност у медијима је тема која се развија кроз историју, али је и даље далеко од постизања потпуне једнакости. Традиционално, медији су често приказивали жене у ограниченим и стереотипним улогама, као што су домаћице, мајке или објекти сексуалне привлачности, док су мушкарци најчешће приказивани као снажни, одлучни и доминантни актери.

Иако се у последњих неколико деценија ситуација побољшала, са све већим бројем жена у различитим улогама у медијима, и даље постоји значајан јаз. На пример, истраживања показују да жене чине само 24% протагониста у филмовима и серијама, док су у информативним програмима мање заступљене као експерти и коментатори.

Посебно је забрињавајућа ситуација у области спортских медија, где су жене често маргинализоване или приказиване кроз призму физичког изгледа, уместо кроз призму њихових спортских достигнућа. У пословним и политичким емисијама, жене су такође мање заступљене, што доприноси перпетуирању родних стереотипа о њиховим улогама у друштву.

Анализа родних стереотипа у медијима

Родни стереотипи у медијима су укоренењени и често суптилно присутни, чак и у савременим медијским садржајима. На пример, рекламе често приказују жене као неговатељице или домаћице, док су мушкарци приказани као пословни људи или авантуристи. Ове стереотипне улоге не само да одражавају већ и обликују друштвене норме и очекивања о томе шта је "прикладно" понашање за мушкарце и жене.

У филмовима и серијама, жене су често приказиване као емотивне, зависне или сексуално објекти. Чак и када су жене приказане као јаке или независне, оне су често представљене као изузеци, а не као норма. С друге стране, мушкарци су приказани као лидери, хероји или рационални актери, што подржава идеју да су те особине више "природне" за мушкарце него за жене.

Родни стереотипи у медијима могу имати далекосежне последице на перцепцију младих о родним улогама. Младе девојке могу интернализовати идеју да су мање вредне или способне од мушкараца, док младићи могу развити нереална очекивања о томе шта значи бити "прави мушкарац". Ово може довести до низа проблема, укључујући ниско самопоуздање, несигурност и ограничене могућности за лични и професионални развој.

Утицај родно осетљивих садржаја на перцепцију родних улога

Родно осетљиви медијски садржаји могу значајно утицати на перцепцију родних улога код младих. Када млади људи имају приступ садржајима који приказују жене и мушкарце у различитим и нестереотипним улогама, то може помоћи у разбијању традиционалних родних норми и подстицању равноправности.

На пример, медијски садржаји који приказују жене као лидерке, научнице, инжењерке или спортисткиње могу помоћи девојкама да развију амбиције у тим областима. Слично томе, прикази мушкараца који преузимају улоге неговатеља, родитеља или емотивних подржавалаца могу помоћи у промени перцепције о томе шта значи бити мушкарац.

Позитиван пример родно осетљивих садржаја може се наћи у емисијама и филмовима који промовишу различитост и инклузивност. На пример, серије које приказују различите родне идентитете и сексуалне оријентације доприносе стварању толерантнијег друштва, где се млади осећају прихваћено и подржано без обзира на свој идентитет.

Истраживања показују да млади који конзумирају родно осетљиве медијске садржаје имају већу свест о родној равноправности и показатеље вишег нивоа емпатије према различитостима. То је још један разлог зашто је важно промовисати и производити овакве садржаје, посебно у дигиталном окружењу где млади проводе највећи део свог времена.

СМЕРНИЦЕ ЗА ПРОМОЦИЈУ ВЕЋЕ ПРИСУТНОСТИ ЖЕНА У МЕДИЈИМА

1. РАЗНОЛИКОСТ И ИНКЛУЗИВНОСТ У САДРЖАЈУ



Један од првих корака ка постизању родне равноправности у медијима је осигурање да су жене адекватно заступљене у свим врстама садржаја. Ово подразумева не само квантитативну заступљеност, већ и квалитативну - жене треба да буду приказане као комплетне личности са сложеним улогама и особинама. Да би се постигла разноликоост и инклузивност, препоручују се следеће смернице:

Једнака заступљеност: У свим медијским форматима, тежите да мушкарци и жене буду заступљени у једнаком броју, како у главним, тако и у споредним улогама. Ово важи за телевизијске серије, филмове, рекламе, информативне програме, као и за дигиталне медије.

Разноликоост женских улога: Жене треба приказивати у различитим професијама, укључујући оне које су традиционално сматране "мушким" професијама, попут инжењеринга, науке, технологије, менаџмента и политике. Такође, треба приказивати жене у улогама лидера, доносилаца одлука и експерата.

Приказивање позитивних женских узора: Медији треба да промовишу жене које су успешне у различитим областима, као што су спорт, уметност, наука, технологија и пословање. Приказивање позитивних узора може инспирисати младе девојке да теже високим циљевима и развију самопоуздање.

Инклузија различитих идентитета: Осигурајте да садржаји укључују жене различитих старосних група, етничких припадности, сексуалних оријентација, родних идентитета и физичких способности. Тиме се промовише идеја да су жене разнолика група са различитим интересовањима и могућностима.

2. ИЗБЕГАВАЊЕ РОДНИХ СТЕРЕОТИПА



Родни стереотипи су често несвесно присутни у медијима, али њихово свесно избегавање може значајно допринети стварању родно осетљивих садржаја. Следеће смернице могу помоћи у смањењу стереотипизације:

Избегавање сексуализације: Избегавајте приказивање жена кроз призму сексуалних објеката, нарочито у рекламама и забавним садржајима. Уместо тога, фокусирајте се на њихове способности, достигнућа и карактер.

Приказивање комплексних карактера: Приказујте жене као комплексне личности са различитим емоцијама, мотивацијама и циљевима. Избегавајте једнодимензионалне приказе где су жене сведене на одређену улогу (нпр. „добра мајка“, „фатална жена“).

Равнотежа у приказивању моћи: Приказујте жене и мушкарце у равнотежи када је реч о позицијама моћи и доношењу одлука. На пример, у телевизијским емисијама или филмовима, жене могу бити лидери тима, главне истраживачице или доносиоце кључних одлука.



3. ПРОМОЦИЈА ЖЕНСКИХ УСПЕХА И ДОСТИГНУЋА

Медији имају кључну улогу у препознавању и слављењу женских успеха. То може помоћи у разбијању предрасуда и пружити младима узор за опонашање:

Извештавање о успешним женама: Повећајте број чланака, емисија или вести које приказују жене које су постигле успех у различитим областима, било да су то наука, спорт, уметност или бизнис. То може укључивати интервјуе, репортаже или документарне филмове.

Истицање историјских достигнућа: Приказујте историјске приче о женама које су допринеле друштву, али су често биле занемарене у традиционалним историјским књигама и програмима. Ово може помоћи младима да схвате колико су жене биле важне у обликовању света какав данас познајемо.

Подршка женским иницијативама: Промовишите пројекте, организације и догађаје које воде жене, или који су посвећени побољшању положаја жена. То може укључивати организације за људска права, иницијативе за једнакост у запошљавању или догађаје који славе женска достигнућа.



4. ЕДУКАЦИЈА И ПОДИЗАЊЕ СВЕСТИ

Креирање родно осетљивих медијских садржаја захтева континуирану едукацију и подизање свести међу ствараоцима садржаја:

Тренинг за медијске професионалце: Организујте радионице и тренинге за новинаре, уреднике, сценаристе, и друге медијске професионалце, фокусиране на родну равноправност и инклузивност. Едукација може помоћи да се препознају и исправе несвесни родни стереотипи.

Кампање за јавност: Покрените кампање за подизање свести међу широм јавношћу о важности родно осетљивих садржаја. Кроз друштвене мреже, спотове и јавне догађаје, можете подстицати људе да критички размишљају о томе како су жене представљене у медијима.

Сарадња са феминистичким и родним организацијама: Партнерства са организацијама које се баве питањима родне равноправности могу донети драгоцене увиде и ресурсе. Заједнички рад на пројектима и кампањама може повећати утицај ваших напора на ширу заједницу.

ПЛАНОВИ ЗА ДАЉЕ ДЕЛОВАЊЕ

У овом делу приручника, фокусирамо се на практичне кораке које треба предузети како би се осигурао континуитет у напорима за промоцију родне равноправности кроз медијске садржаје. Ови планови за даље деловање укључују организацију кампања за подизање свести, умрежавање са релевантним организацијама, едукацију младих стваралаца и праћење ефеката кроз мониторинг и евалуацију.

1. Кампање за подизање свести

Препоруке за организацију кампања које промовишу родну равноправност у медијима, са нагласком на инклузију младих:

Идентификација циљева кампање: Пре него што се крене са организацијом кампање, важно је јасно дефинисати циљеве. На пример, кампања може имати за циљ повећање видљивости жена у одређеним медијима, смањење родних стереотипа у рекламама, или подстицање младих да критички размишљају о родним улогама.

Циљна публика: Кампање треба да буду усмерене ка младима, али је важно размотрити специфичне групе унутар ове популације, као што су средњошколци, студенти, млади професионалци, или млади из руралних подручја. Персонализовани приступи повећавају ангажман и ефикасност кампање.

Канали комуникације: Коришћење друштвених мрежа као главног канала комуникације је кључ за досезање млађе публике. Платформе попут Инстаграма, ТикТока, и ЈоуТубе-а омогућавају креативне и интерактивне кампање. Такође, сарадња са популарним инфлуенсерима може помоћи у ширењу поруке.

Порука кампање: Порука кампање треба да буде јасна, једноставна и инспиративна. Коришћење позитивних примера, прича о успешним женама и креативног визуалног садржаја може значајно повећати утицај кампање.

Ангажовање младих: Укључивање младих у процес планирања и спровођења кампања је кључно за њихово оснаживање и мотивацију. Они могу допринети идејама, креативним решењима и бити амбасадори кампање међу својим вршњацима.

2. Умрежавање и сарадња са организацијама

Стратегије за повезивање са невладиним организацијама, образовним установама и медијима за подршку родно осетљивом садржају:

Идентификација партнера: Идентификујте организације и установе које деле сличне вредности и циљеве у вези са родном равноправношћу и медијима. То могу бити невладине организације које се баве људским правима, женска удружења, факултети, школе, и медијске куће.

Развој заједничких пројеката: Иницирајте пројекте који укључују више организација, где свака страна доприноси својим ресурсима и експертизом. На пример, образовне установе могу организовати радионице, док медији пружају платформу за ширење садржаја.

Сарадња са медијима: Развијте стратегије за укључивање медија као партнера у кампањама за родну равноправност. То може укључивати писање колумни, креирање документарца или емитовање едукативних спотова на локалним телевизијама.

Мреже подршке: Креирање мрежа подршке између младих стваралаца, организација и медија омогућава размену знања, ресурса и искустава, што може допринети дугорочној одрживости родно осетљивих иницијатива.

3. Едукација и тренинг за младе ствараоце

Предлози за едукативне програме који ће помоћи младим ствараоцима да развију вештине за креирање родно осетљивих медијских садржаја:

Развој курикулума: Креирање посебних едукативних програма који укључују теме као што су родна равноправност, критичко промишљање медијског садржаја, технике сторутеллинг-а, и етика у новинарству. Програми могу бити реализовани кроз радионице, онлине курсеве или менторство.

Практичне вежбе: Укључивање практичних вежби где млади стварају властити медијски садржај, са нагласком на родну равноправност. Ово може укључивати писање чланака, снимање видео прилога, или креирање визуалних кампања.

Сарадња са стручњацима: Ангажовање стручњака из области медија, комуникација и родних студија као ментора и предавача може значајно допринети квалитету едукације.

Евалуација учинка: Редовно праћење и евалуација напретка младих стваралаца кроз повратне информације и процену њихових радова, омогућава прилагођавање и побољшање програма.

4. Мониторинг и евалуација

Алати и методологије за праћење ефеката медијских кампања и садржаја на родну равноправност:

Квантитативна анализа: Коришћење алата за праћење броја и врсте медијских садржаја који промовишу родну равноправност. Ово укључује анализу заступљености жена у медијима, врста улога које им се додељују, и реакција публике.

Квалитативна анализа: Истраживање перцепције публике о родним питањима пре и после кампања. Ово може укључивати фокус групе, интервјуе, и анализу коментара на друштвеним мрежама.

Праћење медијских трендова: Редовно праћење и анализа трендова у медијима који се односе на родну равноправност. То укључује идентификацију позитивних помака, али и нових изазова и препрека.

Извештавање и прилагођавање: Извештавање о резултатима кампања и активности у редовним интервалима омогућава прилагођавање стратегија и приступа, како би се постигли бољи резултати у будућности.

Ови планови за даље деловање пружају конкретне кораке и стратегије које ће осигурати трајни утицај родно осетљивих медијских садржаја и допринети постизању родне равноправности у друштву.

Закључак

Резиме кључних тачака

Овај приручник је осмишљен да пружи свеобухватан преглед значаја родне равноправности у медијима, посебно у контексту младих стваралаца. Кроз анализу нових медија, утицаја друштвених мрежа на перцепцију младих и улогу медија у обликовању ставова о родним питањима, приручник наглашава како медијски садржаји могу бити моћан алат за промовисање родне равноправности. Такође, обухваћени су конкретни кораци и смернице за стварање родно осетљивих медијских садржаја, као и планови за даље деловање кроз кампање, умрежавање, едукацију и евалуацију.

Позив на акцију

Позивамо све младе ствараоце, медијске професионалце, едукаторе и организације да се активно укључе у промоцију родне равноправности путем медија. Креирањем садржаја који изазива стереотипе, слави успехе жена и оснажује све гласове у друштву, можемо постићи значајан напредак ка једнакости. Ваш допринос је кључан у овом процесу – сваки чланак, видео, блог пост или кампања може допринети позитивној промени и изградњи праведнијег друштва.



Додаци и ресурси

Листа корисних ресурса

UN Women: unwomen.org -- Глобална организација посвећена родној равноправности и оснаживању жена.

European Institute for Gender Equality (EIGE): eige.europa.eu - Институција која пружа податке, алате и ресурсе за унапређење родне равноправности у Европи.

Gender Equality Resource Center: genderresources.org - Платформа са бројним алатима и студијама о родној равноправности.

Media and Gender Monitor: media-gender.org - Ресурс за праћење и евалуацију родно осетљивих медијских садржаја.

Примери добрих пракси

#HeForShe кампања: Глобална кампања покренута од стране UN Women која позива мушкарце и дечаке да подрже родну равноправност. Кампања је постала вирална захваљујући укључивању познатих личности и широкој подршци на друштвеним мрежама.

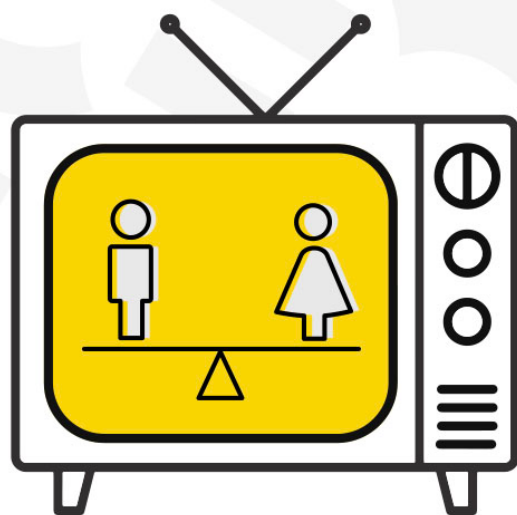
Dove's Real Beauty кампања: Кампања која је променила начин на који медији приказују жене, промовишући аутентичну лепоту и диверзитет.

Always' #LikeAGirl кампања: Ова кампања се бавила родним стереотипима везаним за девојчице, изазивајући негативне конотације фразе "као девојчица" и подстичући девојчице да буду поносне на своје способности.

#ThisGirlCan кампања: Британска кампања која слави физичку активност међу женама свих облика, величина и способности, борећи се против стереотипа о идеалном телу.

Ови ресурси и примери могу вам помоћи да даље истражите и развијате медијски садржај који подржава родну равноправност. Кроз активно ангажовање и коришћење ових алата, можете допринети стварању позитивних промена у друштву.

Финансирано средствима Градске управе Града Београда – Секретаријата за социјалну заштиту. Изнесени ставови и мишљења су ставови и мишљења аутора и не морају се подударати са ставовима и мишљењима Градске управе Града Београда нити Секретаријата за социјалну заштиту, и не могу се сматрати одговорнима за њих.



RODNO OSETLJIVI MEDIJSKI SADRŽAJ

