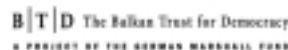


ŽENE I VOĐENJE



IMPRESUM

Ova publikacija izdana je uz potporu Academy for Educational Development (AED) u okviru projekta *Potpora hrvatskim nevladinim organizacijama* (CroNGO) pod uvjetima navedenim u ugovoru s Američkom agencijom za međunarodni razvoj (USAID) br. 160-A-00-01-00109-00. Ovdje navedeni stavovi autora ne moraju nužno održavati stavove AED-a ili USAID-a.

Drugo izmijenjeno izdanje tiskano je uz potporu the Balkan Trust for Democracy, (a project of the German Marshall Fund of the United States). Ovdje izneseni stavovi autorica ne moraju nužno i odražavati stavove Balkan Trust for Democracy, the German Marshall Fondacije ili njihovih partnera.

Urednice: Maja Dubljević, Sanja Galeković, Gordana Obradović - Dragišić
Suradnice: Aida Bagić, Lada Cukar, Gordana Čorić, Annie Dunnebacke, Andrea Feldman, Suzana Grašo, Vesna Kesić, Suzana Kunac, Snježana Matejčić, Borjanka Metikoš, Gordana Obradović-Dragišić, Jadranka Pelikan, Vivijana Radman, Blaženka Vuk
Lektura i korektura: Sanja Galeković
Grafičko oblikovanje: Božidarka Brnas & Tomislav Kraljević
Izdavačice: CESI
Za izdavačice: Sanda Malbaša
Naklada: 500

Kontakt adresa:
CESI
Nova cesta 4, 10 000 Zagreb
tel: 385 1 24 22 800
fax: 385 1 24 22 801
E-mail: cesi@zamir.net
www.cesi.hr

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i sveučilišna knjižnica - Zagreb

UDK 316.46-055.2(035)
316.66-055.2(497.5)
32:316.66-055.2>(497.5)

ŽENE i vođenje / <urednice Maja Dubljević, Sanja Galeković, Gordana Obradović-Dragišić>. - 2. izd. - Zagreb : CESI, 2006.

Bibliografija.

ISBN 953-7203-03-4. - ISBN 978-953-7203-03-0

I. Žene -- Vodstvo -- Priručnik II.
Vodstvo -- Žene -- Priručnik III. Žene --
Društveni status -- Hrvatska IV. Žene --
Politička participacija -- Hrvatska

301110031

SADRŽAJ

5	0.1. Uvod	69	II. Metodologija treninga
6	0.2. Zahvale		IZBOR VJEŽBI
7	0.3. Opis programa	71	0. Uvod , Gordana Obradović - Dragišić
11	I. Žene i društveni angažman	73	1. 6 koraka treninga , Borjanka Metikoš
13	1. Žene i vođenje Definicija i stilovi vođenja, Gordana Obradović - Dragišić Žene i vođenje, osobno iskustvo, Suzana Grašo	79	2. Komunikacijske vještine: aktivno slušanje, davanje i primanje povratne informacije , Maja Dubljević, Borjanka Metikoš
23	2. Žene i moć Žene i moć, Anne Dunneback	87	3. Prezentacijske vještine , Borjanka Metikoš
31	3. Položaj žena	91	4. Medijska edukacija , Maja Dubljević
33	3.1. U društvu Žene u Hrvatskoj: položaj žena i društvena regulacija, Maja Dubljević	97	5. Vježbe simulacije , Borjanka Metikoš
37	3.2. U politici Žene i politički angažman, Maja Dubljević Osobna priča, Andrea Feldman	103	6. Igranje uloga , Borjanka Metikoš
41	3.3. U poslovnom sektoru O ženskom poduzetništvu u Hrvatskoj: kako podržati žensko poduzetništvo, Gordana Čorić Specifičnosti položaja žena unutar poslovnog sektora, Blaženka Vuk	111	7. Primjeri uspješnog vođenja , Maja Dubljević
50	3.4. U civilnom sektoru Pregled ženskog aktivizma u Hrvatskoj 90-tih Ženske akcije na globalnoj razini i u Hrvatskoj, Maja Dubljević	115	8. Kakvom tipu liderice pripadate , Annie Dunnebacke
56	3.5. U medijima Medijska prezentacija žena na vodećim pozicijama; Stereotipi, stereotipi, stereotipi, Suzana Kunac Uloga medija u oblikovanju ženskih identiteta, Vivijana Radman	123	9. Analiza ženskih ljudskih prava , Maja Dubljević
62	4. Ženska ljudska prava Koncept ženskih ljudskih prava, Maja Dubljević	127	10. Kotač života , Vesna Kesić
		131	11. Mapiranje moći , Annie Dunnebacke, Maja Dubljević
		135	12. Vennov Diagram , Annie Dunnebacke, Maja Dubljević
		139	13. Akcijsko planiranje , Jadranka Pelikan
		145	14. Ladin akcijski plan



UVOD

Jedan od ciljeva ovog priručnika je pružiti čitateljstvu sveobuhvatnu sliku različitih aspekata unutar društvenih kretanja koji utječu na položaj žena te ukazati na moguće putove njegovog unaprjeđenja. Uz prezentiranje teorijske osnove, na kojoj se zasniva ideja o specifičnostima vezanima uz žene i vođenje, uključile smo i analizu socijalnog, ekonomskog i političkog konteksta koji utječe na realizaciju ženskih potencijala u voditeljskim ulogama.

Kroz nekoliko priča koje se temelje na osobnom iskustvu pojedinih žena koje su iskoračile u područje društvenog angažmana te nekoliko tekstova koji kroz povijesnu prizmu pokušavaju približiti svrhu i smisao ženskog okupljanja, nastojale smo unijeti sadržaje za koje smo procijenile da mogu djelovati motivirajuće i osnažujuće na žene u smjeru proaktivnog stava i angažmana u društvenim procesima.

Drugi cilj priručnika vezan je uz nastojanje da se svim zainteresiranima pruže informacije i znanja, kako o vježbama koje su se provodile u okviru edukacijskog procesa tijekom realizacije projekta “Žene i vođenje”, tako i onima za koje smatramo da mogu pomoći u artikulaciji vještina koje žene u voditeljskim ulogama trebaju posjedovati. U sklop vještina za koje smo navele vježbe uključile smo: prezentacijske vještine, komunikacijske vještine, vještine planiranja, vještine prenošenja znanja drugima, sposobnost analize društvenog položaja žena, vještine javnog zagovaranja te neke druge. Pritom je jedna od naših namjera bila da ponudimo i koncept efikasnog ženskog “leadership” treninga.

U radu na priručniku su sudjelovale sudionice projekta “Žene i vođenje”, trenerice u edukacijskom dijelu projekta te vanjske suradnice koje su specijalizirane za određena područja izučavanja položaja žena.



ZAHVALE SUDIONICAMA, TRENERICAMA, SURADNICAMA I DONATORIMA

Zahvaljujemo se svim sudionicama projekta “Žene i vođenje” koje su svojim sudjelovanjem pridonijele njegovoj realizaciji. Pokazale su izvanrednu otvorenost i spremnost za usvajanje novih sadržaja te fleksibilnost i toleranciju u prihvaćanju različitih koncepata i sustava vrijednosti.

U projektu su sudjelovale 2002-2003. godine: Maja Bekavac, Lorena Brgić, Gordana Bujišić, Lada Cukar, Gordana Čorić, Suzana Grašo, Biserka Jelečanin, Sanja Kumpar, Mira Ličina Jovanović, Jadranka Pelikan, Lidija Pjetraj, Sanja Plepelić, Dušica Radojčić, Loreta Stipčević, Vedrana Sunko, Blaženka Šarlija, Tamara Šklempe, Svetlana Tadić, Blaženka Vuk.

Zahvaljujemo se i trenericama: Aidi Bagić, Željki Jelavić, Mici Mladineo, Vesni Kesić, Tanji Šimić, Sanji Sarnavki, Gordani Simonović, Sniježani Matejčić, Mariji Raos te Borjanki Metikoš.

Posebno se zahvaljujemo konzultantici na projektu Aidi Bagić.

Zahvaljujemo se donatoru, Academy for Educational Development (AED), koji je pokazao sluha za unaprjeđenje položaja žena u Hrvatskoj te davao svesrdnu podršku tijekom realizacije projekta.

Krajem 2005. godine projekt je nastavljen i započeo je novi ciklus edukacije za žene liderice. Nova grupa žena je sudjelovala u projektu i njima se zahvaljujemo na aktivnom i predanom radu. Sudionice su bile:

Snježana Sabo, Sania Šavora, Mirjana Galo, Vesna Franelić, Sanja Tomašinec-Korica, Ana Gregurović, Irene Gregorović-Filipčić, Nikolina Herceg, Jelena Mušterić, Daniela Jovanova Ivanković, Jadranka Apostolovski, Renata Jelušić, Silvija Stanić, Meira Rusković, Kristina Hećimović, Veronika Mikić, Anita Špalj, Danica Eškić, Tihana Belužić, Anđelka Bjedov

Zahvaljujemo se trenericama: Aidi Bagić, Vesni Kesić, Borjanki Metikoš, Biserki Momčinović, Gordani Simonović, Vesni Teršelić i Branki Žužić.

The Balkan Trust for Democracy je prepoznao značaj i potrebu za ovim projektom, te im se zahvaljujemo na podršci.

OPIS PROGRAMA

(SVRHA, CILJEVI, NAČIN PROVEDBE)

Projekt “Žene i vođenje”, kojeg je CESI započeo početkom studenog 2002. godine, bio je nastavak rada na unapređenju položaja žena koji se odvijao kroz razne projekte u Zagrebu, ali i ostalim manjim mjestima i ruralnim područjima. Ovim projektom namjera nam je bila potaknuti žene na društvene akcije u njihovim zajednicama, ali i pomoći im da poboljšaju vještine koje će im pomoći u radu na promicanju ženskih ljudskih prava, rješavanju problema važnih za žene u njihovim zajednicama te im pomoći u izgradnji vještina važnih za njihove organizacije / stranke / inicijative.

Bazična ideja vodilja u začetku projekta je bila da, s obzirom na činjenicu da je u Hrvatskoj zastupljenost žena na vodećim pozicijama još uvijek nedovoljna, a uspješnost različitih inicijativa se uglavnom temelji na doprinosu pojedinaca i pojedinki, krenemo s poticanjem i podržavanjem upravo individualnih potencijala žena.

U skladu s tim namjerama projekt je namijenjen ne samo članicama nevladinih udruga, već i poduzetnicama, članicama političkih stranaka te ženama koje su dotad djelovale unutar državnih struktura.

Ciljevi projekta su bili povećanje voditeljskih i trenerskih vještina žena, poticanje na aktivizam u lokalnim zajednicama te preuzimanje liderskih uloga i stvaranje metodologije koja će poticati žene na vođenje.

Projekt se sastojao od nekoliko faza. Kroz edukacijski dio u kojem su sudionice prošle ciklus od četiri modula ženama su se pokušala približiti znanja u smjeru dubljeg razumijevanja mehanizama ostvarenja društvene moći, ali i pokretanja društvenih promjena.

Osim usvajanja znanja i vještina, što je bio cilj prvog dijela projekta, u drugom dijelu nam je bio cilj primjena tih vještina u praksi. Kreiranje edukacijskog ciklusa nije bio jednostavan posao. Obzirom na činjenicu da su se u projekt uključivale žene različitog “backgrounda”, bilo je za očekivati da to za sobom nosi i različitu razinu znanja i iskustva, kako u odnosu na promišljanje cjelokupnog društvenog konteksta iz pozicije žene, tako i na iskustvo vlastitog djelovanja. Također je već u početku bilo jasno da će interesi sudionica biti različiti. Istovremeno je trebalo u edukaciju uključiti sadržaje koji će, osim pružanja mogućnosti usvajanja konkretnih znanja i vještina, sadržavati u sebi jaki motivacijski i osnažujući moment.

Prema prvotnoj ideji edukacija je trebala uključivati sljedeće teme: vođenje (koncepti i stilovi vođenja), razlike između vođenja i upravljanja, asertivnost, razvijanje vještina za izgradnju tima, komunikacijske vještine, facilitatorske vještine, pregovaračke vještine, prezentacijske vještine, moderaciju, specifičnosti učenja odraslih, vještine vođenja treninga i metodologija, aktivizam, društvenu mobilizaciju i ženska ljudska prava, javno zagovaranje i izgradnju koalicija.

Već u preliminarnoj fazi oko dogovaranja koncepta edukacije došlo je do izvjesnih promjena te su u *curriculum* uključene i teme koje posredno reflektiraju modele i etape u promicanju aktivnijeg ženskog angažmana. Tako smo uključile teme vezane uz povijest ženskog organiziranja na našim prostorima te povijest feminizma. Uključivanje ovih tema imalo je osim informativne i osnažujuću funkciju.



Nakon prvog modula bilo je očito da je dio sudionica primarno zainteresiran za usvajanje facilitatorskih, tj. trenerskih vještina za razliku od ostalih koje su bile više vođene impulsom za pokretanjem akcija u zajednici. Tijekom čitavog edukacijskog ciklusa nastojale smo iznaći balans između tih dviju težnji, koje nisu nužno komplementarne. Jer, kao što smo se mnogo puta osvjedočile, postoji čitav niz trenerica koje unatoč izvrsnog razumijevanja i sposobnosti savladavanja trenerske metodologije nikada neće biti pokretačice akcija u zajednici, kao što postoji i nezanemarljiv broj onih koje su odlične za okupljanje i mobiliziranje, ali im okviri i pravila koja nalaže metodologija treninga nisu lako provedivi.

Nakon završene edukacije sudionice su trebale pripremiti akcijske planove prema kojima će organizirati akcije u zajednici. U akcijski plan je ulazio kako edukativni dio, tako i realizacija same akcije. U edukacijskom dijelu sudionice su imale zadaću prenijeti dio znanja koje su dobile u edukacijskom dijelu na drugu skupinu žena koju su same odabrale s obzirom na kontekst u kojem djeluju.

Akcije koje su se realizirale su sljedeće:

U Puli je održana radionica s temom ekonomsko osnaživanje žena. Nazočne su bile predstavnice gradova i općina. Cilj radionice je bio unaprijediti sudjelovanje institucija lokalne uprave koje mogu utjecati na poticanje ženskog poduzetništva te iznaći moduse zajedničke suradnje svih segmenata zainteresiranih za problematiku.

Također je u Puli sudionica projekta “Žene i vođenje” organizirala “Hand made fest”. Na “Festu” je bilo 75 izlagača/ica, od čega 80% žena. Zastupljene su bile sve regije u Hrvatskoj, tako da je manifestacija imala međuzupanijski značaj. Uključene su bile osobe svih dobnih skupina, kao i pojedinci/ke s posebnim potrebama. Kako je “Fest” bio prodajnog karaktera, pružio je priliku izlagačima i izlagačicama da osim izmjene iskustava te predstavljanja proizvoda javnosti, plasiraju svoje proizvode i na tržištu. Zbog iznimne uspješnosti “Festa” odlučeno je da se organizira i sljedeće godine te da treba ići prema tome da kao takav postane tradicionalan.

Sudionica projekta “Žene i vođenje”, koordinatorica Ženske inicijative SDF-a, organizirala je radionicu o ispitivanju potreba za novoosnovanu žensku grupu u Plaškom. Grupa se tijekom radionice homogenizirala, a temeljem istraženih potreba, zaključeno je da su njihovi interesi vezani uz ekonomsko osamostaljivanje žena.

Održana je i tribina o ekonomskom osnaživanju žena i mogućnostima sadnje ljekovitog bilja na području te općine. Tribina je bila dobro posjećena i iskazan je interes od strane šireg dijela populacije općine da sudjeluje u projektu koji bi trebao uslijediti nakon početnih priprema.

Sudionica projekta “Žene i vođenje” iz zadarske udruge Eko-Zadar organizirala je tri radionice na temu revitalizacija zadarskog zaleđa. Edukacija je bila iznimno dobro posjećena prvenstveno od strane malih poduzetnika koji se bave, ili imaju namjeru baviti se djelatnostima specifičnim za to područje, uzgojem ljekovitog bilja te pčelarstvom. Edukacija je obuhvatila razne aspekte problematike, od tehnologije bavljenja određenom djelatnošću do izrade poslovnog plana.

Na temelju edukacije izrađena je Internet stranica i izdana brošura koja sadrži sve relevantne informacije vezane za malo poduzetništvo u zadarskoj regiji.

Najmlađa sudionica projekta “Žene i vođenje” je studentica sociologije, aktivna u udruzi Špica koja se bavi aktivnostima vezanim uz prevenciju konzumiranja droge kod mladih. Kako dosad u djelatnostima udruge nije bio zastupljen aspekt koji pokriva specifične probleme djevojaka iz te populacije, mlada liderica je održala dva treninga s temama rodno osvješćavanje i strateško planiranje udruge. Osim toga, na Internetskim stranicama udruge je kao dio stranica postavila “GIRLS INFO” na kojemu mlade djevojke mogu dobiti specifične informacije vezane uz njih.

Sudionica projekta “Žene i vođenje” iz Vukovarskog instituta za mirovna istraživanja dugo se bavila idejom kako unaprijediti i osmisliti aktivnosti žena i ženskih udruga na području Vukovara. Edukacija koju je prošla

kroz projekt “Žene i vođenje” pomogla joj je u tome. Organizirala je okrugli stol “Žensko organiziranje u Slavoniji - nekad i sad” te izložbu radova ženskih udruga s područja regije koja je imala humanitaran karakter. Također je organizirala izložbu publikacija i razgovor o ženskom aktivizmu i pravima žena u Vinkovcima.

Predavanje / radionicu “Nasilje nad ženama i djecom” održala je u Bijelom Brdu. Radionica je bila dobro posjećena - sudjelovale su žene zaposlene u školi, majke učenika i učenica te sami učenici/ice.

Ženska inicijativa SDF-a Knin postoji od 2002., ali se aktivirala u veljači 2003. Sudionica projekta “Žene i vođenje” koja je pohađala edukaciju u okviru svojih aktivnosti osmislila je i provela radionicu “Ekonomsko osnaživanje žena” na kojoj je potvrđeno kako je bazičan interes žena toga kraja postići ekonomsko osnaživanje. Slijedom te radionice održan je i okrugli stol na kojem se raspravljalo o svim aspektima realizacije projekta “Mogućnosti uzgoja ljekovitog bilja u Kninu i kninskom zaleđu”.

U okviru projekta “Žene i vođenje”, sudionica iz Splita je zajedno sa svojim kolegicama radila na osnivanju i osmišljavanju djelatnosti udruge Domine, koja bazično ima za cilj promociju ženskih ljudskih prava i društvenog angažmana žena. U skladu s time organizirana je i provedena radionica za žene iz političkih stranaka “Senzibilizacija žena za društveni i politički angažman”.

Nakon radionice koja je bila iznimno dobro prihvaćena od strane sudionica, voditeljice su zamoljene da nastave s takvim tipom aktivnosti te će sljedeće radionice za žene iz političkih stranaka uslijediti.

U vrijeme prije parlamentarnih izbora Domine su organizirale tribinu “Politička participacija žena” koja je imala odjeka u javnosti i služi kao izvjestan putokaz za buduća djelovanja novih splitskih aktivistkinja.

Sudionica projekta “Žene i vođenje”, potaknuta edukacijom kroz koju je prošla, osnovala je vlastitu žensku grupu O.S.E. te organizirala radionicu za članice novoosnovane grupe na temu ženskog organiziranja. O.S.E. su već u dobroj mjeri stekle renome u lokalnim zadarskim okvirima i kao grupu za promociju ženskih ljudskih prva pozivaju ih u lokalne medije da komentiraju teme vezane uz žene. Osim tih aktivnosti, O.S.E. djeluju i kroz program rodnog osvještavanja za mlade te su uspjele u zadarskoj privatnoj gimnaziji organizirati edukaciju za učenike/ice i za profesorice te namjeravaju nastaviti u tom smjeru.

Bivša članica grupe Stope nade iz Donjeg Lapca nakon ukidanja podružnica Stopa nade osnovala je vlastitu žensku udruhu Staze i ima namjeru temeljem istraživanja potreba zajednice baviti se radom sa starijim osobama te povratničkom populacijom. Za članice svoje udruge u Donjem Lapcu, ali i za članice iz Srba organizirala je i provela radionicu “Javno zagovaranje”.

Sudionice projekta “Žene i vođenje” iz Obrovca od kojih je jedna bila članica podružnice Stopa nade u Obrovcu, a druga podružnice ZaMirNet-a osnovale su novu žensku udruhu Degenija. Tijekom realizacije svojih aktivnosti dosad su organizirale okrugli stol kojemu je bio cilj povezivanje s predstavnicima/ama lokalnih vlasti i dobivanje njihove potpore u daljnjem radu.

Jedna od sudionica projekta je na Studiju socijalnog rada u Zagrebu organizirala dva predavanja o ženskom zdravlju. Jedno od predavanja odnosilo se na žensko zdravlje općenito, a drugo je bilo o prevenciji raka dojke.

S područja poduzetništva sudionice su u okviru svojih redovitih aktivnosti i edukacija koristile elemente ekonomskog osnaživanja žena. Jedna od sudionica projekta je u okviru svojih predavanja na Visokoj školi za poduzetništvo poticala polaznice te im kroz mentorski rad pomagala u iznalaženju mehanizama unaprijeđenja ekonomskog položaja žena. Istovremeno redovito je surađivala s nevladinim udrugama na temu ekonomskog osnaživanja. Kao članica međunarodne ženske mreže NEWW sudjeluje u projektu “Gender Budgeting Initiatives” u regijama centralne i istočne Europe.

Druga sudionica projekta koja se bavi ekonomskim trendovima vodila je treninge na temu marketinga, redovito koristeći znanja i vještine usvojene na projektu “Žene i vođenje”.



NOVI CIKLUS EDUKACIJE U 2005 - 2006. GODINI

Kroz konkretna znanja i vještine kojima su se sudionice projekta tijekom edukacije obučile, cilj nam je unaprijediti ženski aktivizam i podržati inicijative za pokretanje i ostvarenje promjena.

Edukacija je za razliku od prošlog ciklusa u kojem smo imali četiri modula, bila organizirana u dva modula. Teme kojima smo se bavile su bile: vođenje - koncepti i stilovi, razlika između menadžmenta i vođenja, odnosi moći, asertivnost, proces donošenja odluka i moć, povijest ženskog organiziranja, osvještavanje za pitanja roda, ženska prava i institucionalni mehanizmi za ostvarenje ravnopravnosti spolova.

Važno je bilo i raditi na unapređenju vještina te smo se bavile izgradnjom tima, vještinama komunikacije, facilitacije, prezentacije i pregovaranja, zagovaranjem i izgradnjom koalicija, socijalnom mobilizacijom, vježbale smo rad s medijima kroz simuliranje konferencije za novinare, snimanja za TV, davanje intervjua.

Sudionice su bile iz različitih sektora - neprofitnog, poslovnog te sindikata i političkih stranaka, angažirane na različitim problemima: zaštite prava žena, djece, osoba s posebnim potrebama i iz raznih mjesta u Hrvatskoj (Pula, Pazin, Zagreb, Gospić, Split, Samobor, Ivanić Grad, Rijeka, Kutina, Sisak, Krapina, Varaždin).

Sudionice su na kraju edukacije predložile akcijske planove koje su provodile u svojim organizacijama i zajednicama. Rezultate svog rada, te probleme i poteškoće s kojima su se susretale te načine na koji su ih svladavale su predstavile na završnoj konferenciji u Zagrebu.

Aktivnosti koje su organizirale su bile različite od predavanja, radionica i okruglih stolova o seksualnom zdravlju i pravima, ljudskim pravima, nasilju protiv žena, akcija za sprečavanje kršenja radnih prava, potpisivanja peticije za usklađivanje mirovina, akcija za poboljšanje ekonomskog statusa žena i posebno ruralnog stanovništva.

Sudionice su istaknule kako im je ova edukacija pomogla u njihovom radu, a posebno u poboljšanju rada s medijima te institucijama javne uprave.



ŽĚNE I DRUŠŤVENI ANGAŽMAN



ŽENE I VOĐENJE

Definicija i stilovi vođenja

Pojam vođenja ili “leadershipa” se u zadnje vrijeme sve više koristi, ne samo u politici i poslovnom svijetu, već i u svakodnevnom životu. U hrvatskom jeziku je prva asocijacija vrlo često vezana upravo uz ta dva područja. To svakako jest dio “leadershipa”, ali ne i isključivo. Pretpostavlja se da samo ako si predsjednik, direktor, general ili političar - onda si vođa. Sam pojam često podrazumijeva izvjesnu mističnost i neophodnost posjedovanja karizme. Međutim, ljudi se bave vođenjem u različitim područjima; od obitelji, susjedstva, radnog tima, političkih stranaka, sindikata, udruga i mogu imati tim bilo koje veličine. Oni koji vode veće grupe ljudi trebaju imati bolje razvijene vještine vođenja, jer što je više ljudi u timu to je teže. (Roebuck, 1999.)

Tradicionalno, vođenje se shvaća kao rezultat određenih vještina ili osobina pojedinca/ki, međutim alternativan pristup pri definiciji vođenja težište stavlja na odnose između ljudi, grupa i sistema. Sposobnost vođenja je jedna od najvažnijih vještina koju bi trebao imati onaj tko želi dobiti najviše od tima, organizacije ili grupe u određenoj situaciji. Radi se o preuzimanju inicijative, odgovornosti, sposobnosti da se utječe na druge i vjeri u ideje. Jedan od mitova u koji mnogi još vjeruju je da se vođa ne može postati, već da se takav rađa i zato je potrebno naglasiti da se te vještine mogu naučiti. Pokušajte zamisliti lidera ili lidericu kojoj se najviše divite, koju najviše poštujete i kojoj najviše vjerujete te što je ona ili on napravila, po čemu je značajna, a drugi nisu. To će vam dati ideju o načinu na koji uspješni vođe rade i koliko je to slično ili različito tome što i kako sami radite.

Kako bi žena bila liderica ne mora biti predsjednica ili direktorica. Svaka je žena pokazala vještine vođenja, bilo u svojoj obitelji, zajednici, susjedstvu. Mogućnosti vođenja nisu samo u politici i poslovnom svijetu, već i u svakodnevnom životu. U mnogim društvima žene obavljaju različite poslove, od rada u kućanstvu do rada izvan kuće, iako je njihov udio u društvenom bogatstvu mali i imaju manji pristup izvorima moći. Povijesno gledano žene su često imale mnogostruke odgovornosti i samim time vodeće uloge, uključujući proizvodnju, poučavanje, liječenje, rad u poljoprivredi. Upravo su tu žene pokazale da mogu biti uspješne liderice zbog svoje dosadašnje veće angažiranosti, ali su se pokazale uspješne i u drugim područjima. Žene se sve više uključuju u različite oblike formalnog vođenja u raznim institucijama, no još su uvijek podzastupljene u politici i poslovnom svijetu, kako na lokalnom tako i na globalnom nivou. (Meyer, Prugl, 1999.)

No, žene i dalje sudjeluju u tradicionalnim ulogama u obitelji, npr. u ulozi njegovateljica, ali razlika je u tome što više nemaju kontrolu nad time jer su mnoge aktivnosti postale dio javnih institucija i organizacija, kao npr. bolnice i škole u kojima žene rade, ali su muškarci najčešće na vodećim položajima. Statistike pokazuju da žene zauzimaju manje plaćene i lošije pozicionirane poslove nego muškarci.

Uključenost žena u globalne institucije donijela je mnoge promjene, posebno kroz uvođenje pojma ljudskih prava, a posebno ženskih prava. Veća uključenost žena je važna jer one uvode nove načine gledanja na probleme i feminističku perspektivu. Važno je spomenuti i ženski pokret gdje su žene pokazale svoje vještine vođenja i "pogurale" globalne institucije da rade na poboljšanju položaja žena. Iako, ako pogledamo strukturu tih institucija, žene još uvijek sudjeluju u mnogim institucijama u malim brojevima, osim u ženskim komisijama ili kao osoblje.

Integralni dio razvoja ženskog pokreta je upravo priznanje i porast ženskog "leadershipa" (Brasileiro, 1996.) unutar institucija i u društvu općenito. Istraživanje iskustava ženskog "leadershipa" na svim nivoima osvjetljava stvaranje i funkcioniranje novih prostora za sudjelovanje žena u privatnim i javnim institucijama u kojima one sudjeluju kao poslovne žene, u "grassroots" organizacijama, u stvaranju ženskih organizacija. U svim područjima u kojima dominiraju muškarci pretpostavljalo se da će žene donijeti promjenu ne samo u te institucije, već i u društvo i kroz taj proces osnažiti ostale žene.

Napori žena ka promjenama se nisu desili u vakuumu. Kao rezultat globalizacije kapitala i tržišta rada, svjedoci smo drastičnih promjena u podjeli rada. Neki oblici spolne podjele rada su pokazali otpor promjenama. To se posebno odnosi na ulogu žena u društvenoj reprodukciji. Očekivanje da će žene i dalje biti primarno njegovateljice i provoditi neplaćen rad u kućanstvu, se nastavlja i pojačava s ekonomskom krizom i zaduživanjem.

No, nesumnjivo je da su žene počele preuzimati vodeće uloge u mnogim područjima koja su tradicionalno pripadala muškarcima.

Osnovne vještine vođenja

Najvažnije je naučiti osnovne vještine vođenja koje se sastoje od tri područja: delegiranje - dobiti odgovarajuće osobe da obave zadatak; komunikacijske vještine - da svi znaju što trebaju raditi te vještine motiviranja drugih - da svi žele da se poslovi obave. Ta tri područja su povezana i kada su ona utemeljena možemo se okrenuti naprednim vještinama, kao što je stvaranje vizije, vrijednosti i zajedničkog duha. (Roebuck, 1999.) Važno je razviti odnose da bi se djelovalo jer vođenje je dvosmjerni proces. "Leadership" podrazumijeva pretvaranje grupe pojedinaca u tim.

Prednosti dobrog vođenja rezultirat će time da (Roebuck, 1999.):

- tim radi kao cjelina u skladu sa zajedničkim ciljem, a ne samo kao grupa pojedinaca/ki,
- tim je u stanju razumjeti ciljeve te kako se oni uklapaju u cjelokupne organizacijske ciljeve,
- članice/ovi tima podupiru jedne druge,
- tim je spreman uložiti poseban napor kad je to potrebno,
- tim teži ka "savršenstvu", a ne samo odrađivanju posla,
- svatko zna što mu je činiti i koja mu je uloga,
- tim je motiviran odraditi posao što efektivnije,
- posebni zadaci su dodijeljeni onima koji ih najbolje mogu odraditi.

Cijena lošeg vođenja:

- grupi nije jasno što treba raditi, vrijeme i sredstva mogu biti izgubljena, posao nije odrađen kako treba,
- grupa nije motivirana, obavljanje zadatka predugo traje ili zadatak nije uopće obavljen,
- osobe u timu ne rade kao tim, i ne rade tako dobro kao što bi tim radio,
- grupa će vjerojatno raditi samo toliko da bi se posao obavio i neće moći podnijeti rad pod pritiskom,
- članice grupe će odlaziti češće, jer neće htjeti ostati u takvoj okolini,
- osobe u timu neće razviti svoje vještine i zato se grupa neće moći nositi s novim situacijama.

Ključne vještine:

Postoje brojna istraživanja kojima se nastojalo istražiti što čini efikasnu lidericu. C. Roebuck predstavlja sljedeće vještine kao ključne:

- kognitivne - sposobnost jasnog razmišljanja i analiziranja problema,
- akcijske - sposobnost da se druge potakne na akciju (delegiranje, motiviranje, komunikacija),
- relacijske - ponašanje i socijalne vještine, izgradnja povjerenja i radnih odnosa,
- profesionalne vještine - znanje vezano uz konkretni posao.

Vještine u ova četiri područja su nužne da bi postala dobra liderica. Praksom se može usavršiti bilo koje od ovih područja.

Upravljanje i vođenje

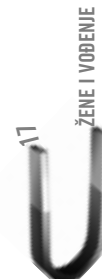
Često postoji nejasnoća oko toga što je upravljanje, a što je vođenje. Razumijevanje različitih uloga unutar upravljanja i vođenja je osnova za izgradnju tima i osiguranje odgovarajuće podrške unutar tima.

Razlika između vođenja i upravljanja je da upravljanje plan pretvara u uspješnu akciju, dok vođenje ideje pretvara u planove. Liderice utječu i mijenjaju način na koji ljudi misle o tome što je poželjno, moguće i potrebno.

U upravljanju se radi o zajedničkoj viziji i razumijevanju zašto organizacija postoji te razumijevanju njenih dugoročnih ciljeva. Istovremeno, upravljanje omogućava ljudima da ostvare kratkoročne ciljeve. Radi se o planiranju, organiziranju i koordiniranju sredstava da bi se postigli ciljevi. Menadžerice upravljaju sredstvima - ljudima, novcem, imovinom, korištenjem resursa da bi se ostvarili ciljevi.

Upravljanje je postavljanje i praćenje očekivanja i standarda koje podrazumijeva:

- fleksibilnost da se mijenjaju planovi i ciljevi kad se promijene okolnosti,
- preuzimanje odgovornosti za donošenje odluka i poduzimanja akcija,
- efikasno komuniciranje u svim smjerovima - s drugim menadžerima i timom za koji smo odgovorne.



Menadžerice motiviraju ljude da sami djeluju, liderice motiviraju ljude da uopće žele djelovati. “Leadership” je fokusiran na nastojanje da se postignu željeni rezultati - liderice oblikuju i komuniciraju viziju koja inspirira.

Unutar organizacije je važno i vođenje i upravljanje. U mnogim organizacijama vođenje i upravljanje je podijeljeno između upravljačkog osoblja i članova odbora.

Nisu sve menadžerice u organizaciji i liderice, ali s lidericama dijele želju za postizanjem ciljeva organizacije.

Razlike između vođenja i upravljanja:

Vođenje	Upravljanje
Nosi se s promjenama. Postavlja smjer, viziju i strategije za budućnost.	Nosi se s kompleksnošću. Izrada proračuna, planiranje, određivanje resursa.
Usuglašava ljude, komuniciranje, stvaranje tima i partnerstva.	Organizira i bavi se zaposlenima, strukturiranje, delegiranje odgovornosti.
Motivira i inspirira, daje smjer, ohrabruje.	Kontrolira i rješava probleme, monitorira, planira.
Proizvodi promjenu.	Stvara predvidljivost i red, proizvodi rezultate i ostvaruje ciljeve.

I menadžerice i liderice trebaju obratiti pažnju na tri važne stvari: na zadatak, tim te pojedince/ke u timu.

Stilovi vođenja

Stil vođenja je način i pristup određivanju smjera djelovanja, provođenju planova i motiviranja ljudi. Možemo ih podijeliti na tri osnovna: autoritarni, participativni i delegirajući. Većina liderica služi se kombinacijom stilova, ovisno o odnosu između liderice, situacije i članica tima. Uloga vođenja u upravljanju je uglavnom određena organizacijskom kulturom.

AUTORITARNI (AUTOKRATSKI)

Ovaj stil se koristi kad liderica govori svojim zaposlenicama ili kolegicama što treba učiniti i kako, ali se ne savjetuje s njima po tom pitanju. Pogodan je u situacijama kad samo liderica ima sve informacije za rješavanje problema, zbog kratkoće vremena i kada su ljudi motivirani.

Neki misle da ovaj stil uključuje vikanje i vođenje uz korištenje prijetnji i zloupotrebe moći. No, to nije autoritaran već nasilan i neprofesionalan stil vođenja. Autokrat ima malo povjerenja u podređene i ne vjeruje im.

PARTICIPATIVNI (DEMOKRATSKI)

Ovaj stil uključuje konzultiranje s kolegicama u procesu donošenja odluka, iako liderica zadržava pravo donošenja konačne odluke. I liderica i druge osobe obično imaju informacije i to im dozvoljava da budu dio tima i donose bolje odluke.

DELEGIRAJUĆI (SLOBODNA VLADAVINA)

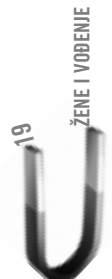
Liderica s delegirajućim stilom dopušta drugima da donose odluke. Međutim, liderica je još uvijek odgovorna za odluke koje su donesene. Koristi se kad su zaposlenice ili kolegice u stanju analizirati situaciju i odrediti što treba učiniti i kako te postaviti prioritete i delegirati određene zadatke.

Razlike i sličnosti u stilovima vođenja između muškaraca i žena

Postoji opće slaganje da su žene suočene s više prepreka da bi postale liderice nego muškarci, posebno u područjima u kojima su do sada dominirali muškarci ili koja zahtijevaju “muške” osobine (kao npr. u vojsci). Međutim kad se jednom nađu u ulozi liderice postavlja se pitanje stila i govori se o razlici u vođenju između muškaraca i žena. Postoje li razlike je pitanje o kojem se mnogo raspravlja, pri čemu se često njime prikrivaju uzročni faktori koji dovode do razlika i sličnosti. Međutim gore su predstavljena tri tipska stila koji se uglavnom koriste, a budući da su muškarci uglavnom bili vođe, oni su i odredili stilove na koje smo uglavnom navikli. Svakako da različite rodne uloge utječu i određuju vještine vođenja. Vođenje je proces koji se odvija u društvenom okruženju koje je samo po sebi određeno rodnim razlikama.

Osim najčešće i najstarije podjele na dva oprečna stila: demokratski nasuprot autokratskom, ili participativni nasuprot direktivnom, 80-tih i 90-tih mnogi istraživači su se u potrazi za efikasnim vođenjem okrenuli drugim podjelama, razlikujući *transformacijske* od *transakcijskih* voditeljica. Transformacijske voditeljice postavljaju posebno visoke standarde ponašanja i sebe kao uzor uz zadobivanje povjerenja “sljedbenica”. Postavljaju buduće ciljeve i planove za njihovo ostvarenje, inovativne su, a mentoriranjem i osnaživanjem “sljedbenica” ohrabruju ih da razviju svoje pune potencijale da bi pridonijele razvoju organizacije. Transakcijske voditeljice uspostavljaju odnose razmjene sa svojim podređenima, pojašnjavaju odgovornosti, monitoriraju rad i nagrađuju za ostvarenje ciljeva, ali i ispravljaju u slučaju neuspjeha. Transformacijski leaderski stil je u opreci hijerarhijskom modelu moći i kontrole koji se ponekad povezuje sa stereotipnim muškim stilom. (Conger, 1999.) On sadrži devet komponenti transformacijskog vođenja: vizija, inspiracija, uzor, intelektualna stimulacija, stvaranje smisla i značenja, odgovor na potrebe višeg reda, osnaživanje, postavljanje visokih očekivanja i promicanje kolektivnog identiteta. (Conger, 1999.) Transformacijsko vođenje bi trebalo biti jednako efektivno za muškarce i žene, ali ono osim liderice zahtijeva i pogodan kontekst. Neka istraživanja su pokazala da je najpogodnije za vrijeme stvaranja, rasta i revitalizacije.

Eagly i Karau u svojoj studiji istraživanja roda i vođenja zaključuju da žene imaju veće šanse postizanja vodećih uloga u izvjesnim uvjetima, kao što su u društveno zahtjevnim zadacima, u dugoročnijim grupama, u većim grupama i u zadacima koji zahtijevaju vještine koje uglavnom imaju žene.



LITERATURA:

Adler, N. J., Izraeli, D.N., Sharpe, M.E., urednici, "Women in Management Worldwide", Inc. New York, 1988.

Brasileiro, A.M., urednica, "Unifem's Leadership in a Changing World, Reflecting on Experience in Latin America and the Caribbean", New York, 1996.

Conger, J.A., "Charismatic and transformational leadership in organizations", The Leadership Quaterly, 10 (2), 145-179, 1999.

Eagly, A.H. I Johannesen-Schmidt, M.C., "The leadership styles of women and men", Journal of Social Issues, 57(4): 781-797, 2001.

Eagly, A.H. I Karau, S.J., "Gender and emergence of leaders: a meta-analysis", Journal of Personality and Social Psychology, 60: 685-710, 1991.

Management, "Handbook for activists in voluntary organizations", Gate, UK, 1997.

Meyer, K. & Prugl, E., "Gender politics in global governance", Lanham, MD : Rowman & Littlefield, 1999.

Roebuck, C., "Effective leadership", Marshal Publishing, London, 1999.

OSOBNE REFLEKSIJE VEZANE UZ PROJEKT “ŽENE I VOĐENJE”

Suzana Grašo

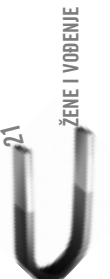
Razmišljajući kako da se upustim u avanturu zapisivanja osobnih refleksija na CESI projekt “Žene i vođenje”, našla sam se pred velikim teškoćama. Dugo sam razmišljala kako sistematizirati dojmove, koja stečena znanja i vještine istaknuti kao vrijedne i korisne, kakvi su procesi pokrenuti kod mene i što ih je konkretno iniciralo? Najzad sam odustala od pripreme koncepta i odlučila započeti od prvih impresija.

Saznanje da sam odabrana kao jedna o učesnica, izazvalo je poplavu iracionalnih strahova potaknutih doživljajima iz djetinjstva. Kao dijete, izgubila sam se na zagrebačkom željezničkom kolodvoru i ta trauma je isplivala u svoj svojoj veličini, tako da sam se na prvi modul uputila kao na loše isplaniran put oko svijeta s kojeg se možda, nikad neću vratiti kući.

Na svu sreću tako je i bilo. Kući se vratila nova osoba. Prvo vrijeme nisam bila svjesna promjena kod sebe, nisam primjećivala da slobodnije iznosim vlastite stavove, da agresivnije branim vlastita uvjerenja. U mom svakodnevnom okruženju spontano sam dozvolila sebi drugačije reakcije i pritom bila uvjerenja da se s mojom okolinom nešto događa. Na sljedećem modulu sam reagirala netipično u kriznoj situaciji i tu sam morala priznati samoj sebi da se sa mnom ipak nešto događa. Kod kuće sam brižljivo pripremila desetominutnu prezentaciju, od koje sam odustala kad sam shvatila da se barem četvrtina učesnica odlučila za istu temu. Točnije, odustala sam od vlastitog koncepta koji mi je davao sigurnost i prihvatila sugestiju da izložim osobno iskustvo, proživljeno u periodu između dva modula, kojim sam ilustrirala razvijanje facilitatorske vještine. Kući sam se vratila prepuna utisaka i zadovoljna. Treći modul je donio porazno iskustvo nastupa pred kamerom, odnosno suočavanje sa strahom od javnog nastupa. To je bila prilika da upoznam jedan dio vlastite osobnosti. Naime, do tada sam samo zamišljala takve situacije i nisam mogla niti pretpostaviti u kojoj mjeri strah blokira moju mogućnost razmišljanja. U svibnju, na posljednjem modulu, već sam bila vrlo svjesna nastalih promjena unutar sebe i dozvolila sam sebi radost i užitek u procesu učenja. Najednom je mogućnost da saznam kakva sam uistinu, što i koliko mogu, koliko od onoga što znam mogu primijeniti, postala uzbudljiva.

Drugi dio projekta donio je mogućnost implementiranja novostečenih znanja i vještina. Odabrala sam osmišljavanje i facilitiranje radionice s ciljem poticanja žena, članica političkih stranaka na kvalitetniji angažman unutar postojećih struktura. Namjera mi je bila demistificirati pozicije moći, usmjeriti učesnice na osvještavanje vlastite snage i vrijednosti te ih osnažiti u namjeri da svjesnije i aktivnije djeluju i promoviraju vlastite vizije. Pri kraju radionice, koju sam vodila u suradnji s kolegicom, našle smo se u vremenskom škripcu i trebalo je odstupiti od plana, improvizirati. Uobičajeno sam u takvim situacijama odustajala zbog nesigurnosti, ali ovom prigodom sam intuitivno osjetila da sam dorasla tom zadatku i moram priznati da mi je to bio najljepši dio. Znanja i vještine koje sam stekla i razvila sasvim su dovoljan temelj novostečenom doživljaju samopouzdanja.

Ali, u pravu avanturu sam se upustila tek organiziranjem javne tribine. Proživjela sam strašno iskustvo u razgovoru s novinarkom lokalne radio postaje i samo zahvaljujući vještini montažera slušateljima su moje



izjave mogle biti prihvatljive. Ipak, nekoliko mjeseci kasnije, nakon nastupa u radijskoj emisiji u kojoj su nastupile tri žene, članice udruge, uključujući mene, urednica je baš mene pozvala ponovno u emisiju.

Ja sam danas žena koja je svaki dan zadovoljnija sama sa sobom, iz dana u dan moje samopoštovanje raste. Taj proces nije započeo CESI projektom, ali sudjelovanje mi je omogućilo da uočim raskorak između očekivanja i trenutnih mogućnosti i prihvatim sebe onakvu kakva jesam, čime se otvorila mogućnost izbora. Opredijelila sam se za ljubav. Izabrala sam voljeti sebe baš takvu kakva jesam i svakodnevno se poticati na rast i razvoj.



2

ŽENE I MOĆ

Predodžba o “osnaživanju” u bliskoj je vezi s procesom usvajanja liderskih vještina. Osnaživanje može biti shvaćeno kao osnovan preduvjet ostvarenja liderskih potencijala - sredstvo razvoja vještina, postizanja neovisnosti i preuzimanja kontrole nad svojim životom te prihvaćanja moći koju sa sobom nose društveno odgovorne pozicije. Koncept ženskog osnaživanja je u skladu s osnovnim principima djelovanja većine ženskih nevladinih udruga feminističke provenijencije, kako u Hrvatskoj tako i u svijetu. U okviru pokušaja integriranja mehanizama socijalne promocije žena unutar oficijelnih struktura, aspekt osnaživanja također je od velike važnosti i na njega bi sustavno trebalo obratiti pažnju. Značaj “osnaženosti” je prvi uvjet i osnovna pretpostavka bez koje je uživanje pripadajućih prava u sferi politike, ekonomije i društvenih odnosa generalno nemoguće, jednako kao i razvoj potencijala osobnosti.

Osnaživanje

Od esencijalnog je značaja podsjetiti se da je osnaživanje “odozdo” jedina metoda koja funkcionira u praksi i daje rezultate; žene ne mogu biti osnažene, one moraju same sebe osnažiti. Istovremeno, vanjske grupe ili organizacije mogu imati značajnu ulogu u smislu podržavanja aktivnosti i napora usmjerenih ka osnaživanju.

Ne postoji formula za osnaživanje, koja bi zadanim setom vježbi polučila rezultate, umjesto toga, osnaživanje se najčešće definira kao ostvarena mogućnost da žena slobodno i u punom smislu riječi razumije i izrazi svoje potrebe i mišljenje. Osnaživanje neposredno jača kritičko mišljenje, uslijed čega je rezultat procesa osnaživanja uvijek na izvjestan način nepredvidljiv.

Različite se metode koriste za posredovanje u procesu osnaživanja:

- Donošenje odluka: uključivanje žena u proces donošenja odluka koje utječu na njihov svakodnevni život: na radnom mjestu, unutar kućanstva, unutar šire zajednice, na razini lokalnih i nacionalnih institucija sustava.
- Politička participacija: informiranje / educiranje žena o funkcioniranju struktura političke vlasti; poticanje aktivnog sudjelovanja žena u političkom životu zajednice.
- Razvijanje vještina / razvoj kapaciteta: omogućavanje edukacije za usvajanje raznih oblika specifičnih vještina, kao što su: komunikacijske vještine, javno zagovaranje, specifične profesionalne vještine i sl.
- Razvijanje aktivnosti koje donose prihod: poticanje žena da steknu više kontrole nad svojim financijama i time ostvare veći stupanj neovisnosti.



Ciljevi i rezultati navedenih metoda osnaživanja trebaju biti jasno definirani jer u suprotnom pristupi koje imaju za pretpostavku mogu biti dugoročno neefikasni. Autori izvještaja "Rod i osnaživanje" (Oxaal, Baden, 1997.) , o osnaživanju su napisali sljedeće:

"Osnaživanje se ne odnosi samo na otvaranje mogućnosti za sudjelovanje u procesima donošenja odluka, već uključuje sam proces kroz koji ljudi dolaze do spoznaje o vlastitoj vrijednosti i sposobnosti sudjelovanja u procesima donošenja odluka. Ponekad se pod osnaživanjem podrazumijeva mogućnost izabiranja najbolje opcije za sebe, ali pritom se ne smije zanemariti komponenta kreiranja i / ili prilagođivanja različitih mogućnosti vlastitim potrebama."

U svakom slučaju, žene trebaju imati dostatan osjećaj moći unutar sebe da bi se osjetile sposobne za preuzimanje veće količine odgovornosti i liderskih pozicija u društvu. Usto, bitna komponenta procesa samorealizacije je da ženama bude omogućeno da utječu na definiranje dostupnih mogućnosti, umjesto relativno pasivnog izabiranja između ponuđenog. U skladu s time, kada se posreduje u dohodovnim aktivnostima vrlo je važno osigurati kontrolne mehanizme da žene zaista imaju kontrolu nad zarađenim novcem i da aktivno sudjeluju u odlučivanju kako njime raspolagati.

Nadalje, pokazatelji povećane političke participacije žena moraju biti kako kvantitativnog tako i kvalitativnog tipa da bi se uistinu vidjelo ima li značajnijeg povećanja moći. Statistike mogu ponekad pokazati visok porast političke participacije žena u kvantitativnom smislu, a da se pritom ne uzima u obzir na kojoj se razini to povećanje iskazalo. Vrlo često žene ostaju i dalje na marginalnim pozicijama unutar političkih struktura i samim povećanjem njihova broja ne dolazi i do stvarnog povećanja političke moći.

Sljedeće Perspektive osnaživanja uzete su iz sažetka "Rod i osnaživanje: definicije, pristupi i implikacije razvojnih smjernica", koje su Zoe Oxaal i Sally Baden s Bridge-a, Instituta za razvojne studije, pripremile 1997. za Švedsku međunarodnu agenciju za razvoj i suradnju (SIDA):

- Izvještaj o razvoju ljudskih resursa iz 1995. naglašava da kada govorimo o osnaživanju govorimo o participaciji:
"Osnaživanje. Razvoj mora biti potaknut od strane ljudi, ne samo za njih. Ljudi moraju u potpunosti sudjelovati u odlukama i procesima koji se tiču njihovih života. (...) Investiranje u ženske sposobnosti i njihovo osnaživanje da upražnjavaju slobodu izbora nije samo vrijednost sama po sebi, već je istovremeno najsigurniji put doprinosa ekonomskom rastu i cjelokupnom razvoju."(UN, 1995.)
- Za Oxfam, osnaživanje je prvenstveno izazov za mehanizme opresije i nejednakosti:
"Osnaživanje uključuje izazov svim mehanizmima i formama opresije koje primoravaju milijune ljudi da sudjeluju u životu svojih zajednica na neadekvatan način, koji negira njihova ljudska prava."(Oxfam, 1995.)
- Feminističke aktivistice diljem svijeta naglašavaju da žensko osnaživanje ne znači zamjenu jednog oblika osnaživanja drugim:
"Žensko osnaživanje vodi oslobođenju muškaraca od patvorenog vrijednosnog sustava i oslobađa ih ideoloških formi koje ih drže pod opresijom. Ono vodi tome da svatko može realizirati sebe u cjelovitosti svojeg bića bez obzira na spol."(Batliwala, 1994.)

Tipovi moći

Ideja o “moći” nalazi se u osnovi termina “osnaživanje” i njezino djelovanje može biti shvaćeno na nekoliko načina.

“Moć nad” implicira odnos kontroliranja i / ili subordinacije i često je karakterizirana (društveno prihvatljivim) nasilnim ili prijetničim oblikom komunikacije. Ovaj tip odnosa može uzrokovati pasivno suprotstavljanje ili stvoriti konflikt i konfrontaciju.

“Moć za” pretpostavlja moć donošenja odluka, rješavanja problema i može biti osnažujuća i kreativna.

“Moć sa” odnosi se na pojedinke orijentirane na zajednički sadržaj koje posjeduju sposobnost organiziranja i okupljanja drugih oko zajedničkog cilja.

“Moć iznutra” odnosi se na samopouzdanje, osviještenost i asertivnost. Podrazumijeva da pojedinke analizom i interiorizacijom vlastitog iskustva spoznaju kako “moć” djeluje u njihovom životu i imaju sposobnost utjecanja i mijenjanja u skladu s time.

Moć funkcionira na različitim razinama, na organizacijskoj, na razini kućanstva i individualnoj. U okvirima “moći nad” povećanje moći jedne grupe ili pojedinke implicira slabljenje moći druge ili drugih te slijedom toga potencijalno vodi u konflikt. To također implicira mogućnost da osnaživanje žena povlači za sobom slabljenje moći muškaraca. Međutim, kao što je već rečeno, izražavanje moći nema kao nužnu pretpostavku dominaciju i podvrgavanje, a “moć za”, “moć sa”, “moć iznutra” javljaju se kao legitimni alternativni modeli. Koncept ženskog osnaživanja je orijentiran upravo na te participatorne forme dinamike moći. (Oxaal, Baden, 1997.)

Rodni odnosi - rod i moć

Tradicionalne žene i muškarci imaju drukčije uloge i pozicije u društvu te im je stoga i odnos spram moći drukčiji. Kao rezultat djelatnosti kojima su se tradicionalno tijekom ljudske povijesti bavili, kod muškaraca se razumijevanje moći razvilo na drukčiji način, nego li je to slučaj kod žena (sudjelovanje u ratnim sukobima, upravljanje resursima, trgovina). Muškarci su imali prilike stjecati iskustvo u pregovaranju, nagovaranju i vođenju, što je bitno različito iskustvo od žena koje su tradicionalno držale određene pozicije unutar obitelji, a vrlo malo unutar šire zajednice ili na grupnoj razini.

U slučajevima kada su se žene uključivale u rad izvan kuće (tvornice, škole, administracija) rijetko se radilo o vodećim pozicijama.

Tradicionalno, žene nisu bile toliko isključene iz hraniteljskih uloga (osobito u teškim vremenima), ali rijetko je to bilo na nekim značajnim i profitabilnim ekonomskim pozicijama. Slično tome, žene nisu bile u potpunosti isključene iz djelovanja u politici, ali se rijetko moglo govoriti o realnim pozicijama moći.

U mnogim društvima socijalne, političke i ekonomske barijere koje postoje uvelike otežavaju ženama pristup položajima koji sa sobom nose veću moć i odgovornost. Najčešće su te prepreke ustanovljene već u najranijoj dobi i kroz edukaciju i općeprihvaćeni socijalni kod su integrirane u sustav. Muškarci su češće odgajani u kompetitivnom duhu, što je ojačalo njihovo razumijevanje i korištenje dinamike moći.

Istraživanja pokazuju da su muškarci i žene slično orijentirani kada su u pitanju motivacija i ambicija, ali uslijed pritiska koji je rezultat socijalno konstruiranih odnosa, sloboda izbora je ograničena. Zbog

toga se žene vrlo često ponašaju prema očekivanjima koje od njih postavlja socijalni kontekst, birajući ono što društvo za njih pretpostavlja kao “primjereno”, umjesto onoga što je za njih na osobnoj razini najprihvatljivije. Žene također pokazuju manje samopouzdanja u odnosu na potencijalnu uspješnost ili sposobnost. (Etaugh, Bridges, 2001.)

Unatoč svemu, ženski odnos spram moći se evidentno mijenja i žene se u sve većem broju nalaze na vodećim pozicijama. Pritom se muškarci najčešće nalaze na pozicijama njihovih supervizora, a komunikacijske strategije i dinamika odnosa među spolovima na radnom mjestu najčešće je refleksija različitog statusa.

Kao rezultat komunikacijskih stilova, obrazovanja i općeprihvaćenih rodni uloga, žene na vodećim položajima unutar organizacija, institucija ili političkih stranaka viđene su na drukčiji način, nego li je to slučaj sa standardnim muškarcima liderima. Najčešće se, bez obzira na kvalifikacije ili postignuća, muškarci percipiraju kao lideri te se može pretpostaviti da se upravo moć muškarca (karakterizirana specifičnim komunikacijskim strategijama) smatra jedinim legitimnim modelom.

Istraživanja pokazuju da postoje određene specifičnosti i razlike u tome kako muškarci i žene komuniciraju unutar grupe ili međusobno. Pokazuje su da su muškarci skloni više govoriti od žena i dok su žene sklonije prekidati govornika/icu da bi iskazale svoju podršku ili interes, muškarci su skloniji tome da prekidaju druge da bi sami preuzeli kontrolu nad konverzacijom. (Etaugh, Bridges, 2001.)

Jedno istraživanje među studentskom populacijom pokazuje da mladi upravo one koji govore najviše, smatraju i “najmoćnijima”. (Ibid.)

Žene liderice i voditeljice koje se nalaze u muškom okruženju često su pri svojim aktivnostima vođenja ograničavane na manje učinkovite oblike, pri čemu su muškarci ti koji ih vrednuju, pritom postavljajući zahtjev da koriste muški stil. Dakle, da bi žene kao liderice bile shvaćene “ozbiljno” od njih se očekuje da iskazuju moć na muški način, ali im se to isto s druge strane često zamjera jer time ugrožavaju općeprihvaćene društvene norme.

Žene kao liderice

Kada se žene nađu na pozicijama moći, vrlo su često suočene s kontradiktornim očekivanjima koja se stavljaju pred njih. Na primjer:

- od liderica se očekuje da budu spremne na preuzimanje rizika, ali im mogućnost neuspjeha nije dopuštena,
- liderice dobivaju kredibilitet pokazujući “jačinu” i strogoću, ali istovremeno zamjera im se da nisu dovoljno “ženstvene”,
- liderice nužno moraju biti ambiciozne, ali ne mogu očekivati uvijek jednak tretman kao muškarci (jednaka plaća za jednaki rad ili mogućnost daljnjeg napredovanja),
- od liderica se očekuje da preuzimaju odgovornost, ali i da slijede savjete drugih.

Od liderica se konstantno očekuje da dokazuju svoju kompetenciju, kredibilitet, snagu, iskustvo, i vrlo često se pritom procjenjuju strože nego li je to slučaj s muškarcima (npr. strože im se procjenjuje osobni izgled, iskazivanje emocija u javnosti itd.).

Stoga postoji potreba za ženskim stilovima vođenja koji će biti prihvaćeni i respektirani u različitim socijalnim i profesionalnim područjima i koji će omogućavati ženama da iskažu moć i autoritet na njima primjerene i prihvatljive načine, ne oponašajući stereotipe vezane uz muškarce. Osnaživanje postavlja pred žene zahtjev za izazovom mijenjanja tradicionalnih spolnih i rodni uloga, bilo da se to odnosi na poziciju na kojoj se nalaze, na posao koji rade ili na stil vođenja i komunikacije kojim se služe.

Rodne predrasude

Predrasude koje se odnose na rodne uloge se najviše javljaju u slučajevima kršenja standardnih društvenih očekivanja. U skladu s time, za žene postoje poslovi i okruženja društveno prihvatljiva, i ona koja to nisu. Na primjer: za ženu je prihvatljivije da vodi odjel za upravljanje ljudskim resursima u avionskoj kompaniji, nego da bude pilotkinja, društveno je prihvatljivije da žena bude šefica medicinskih sestara u bolnici, nego šefica kirurgije ili ravnateljica bolnice. Postoji sumnjičavost i nepovjerenje prema ženama koje se nalaze na tipično muškim pozicijama ili koje manifestiraju osobine za koje se pretpostavlja da su svojstvene muškarcima. U skladu s time za žene je daleko prihvatljivije da se koriste skrivenom ili indirektnom moći.

Ukratko, osobine koje su potrebne ženi da bi bila dobra liderica uglavnom nisu lako prihvaćene u radnim sredinama. Za kraj treba istaknuti da studije koje se bave istraživanjima o različitom percipiranju muškaraca i žena na pozicijama moći govore o tome da te razlike imaju manji značaj jednom kada žena dođe na poziciju moći, a najizraženije se manifestiraju tijekom samog procesa koji vodi do zauzimanja relevantnih društvenih pozicija.

S engleskog prevela: Maja Dubljević

LITERATURA:

Oxaal, Z. i Baden, S., izvještaj "Gender and empowerment: definitions, approaches and implications for policy", Institut za razvojne studije, Sveučilište u Essexu, Bridge, 1997.

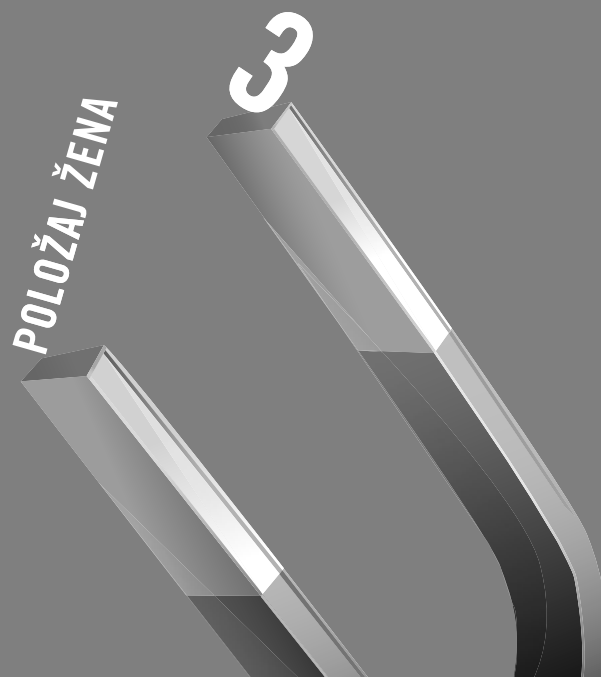
Batliwala Srilatha, "The meaning of Women's Empowerment: New Concept from Action", u Population Policies Reconsidered, Harvard University press, Boston, 1994.

Claire A. Etaugh, Judith S. Bridges, Allyn and Bacon "The Psychology of Women: A Lifespan Perspective", Needham Heights, 2001., str. 206-208

"Human Development report", Oxford, New York: OUP, godišnji izvještaj 1995.







POLOŽAJ ŽENA

3. 1. U društvu

POLOŽAJ ŽENA I DRUŠTVENA REGULACIJA U HRVATSKOJ

Maja Dubljević

Jedno od pitanja koje se postavljalo nakon parlamentarnih izbora u Hrvatskoj, u prosincu 2003., jest i to da li su uistinu žene bile te koje su najviše profitirale od prošle vlasti. Odgovori na to pitanje su dvojaki; s jedne strane činjenično je da je zahvaljujući Sporazumu o stabilizaciji i pridruživanju sklopljenom između Hrvatske i država članica EZ-a, u jesen 2001. godine, Vlada donijela Nacionalni program RH za pridruživanje EU te da je rezultat toga programa postavljanje osnova za pravnu regulativu kroz koju se definiraju i štite ženska ljudska prava. Zagovornici stava da je koalicijska vlast uvelike unaprijedila položaj žena služe se tvrdnjom da normativna regulacija, unatoč kompleksnosti situacije u kojoj je do nje došlo, nužno funkcionira kao izraz političke volje te da je u kontekstu takvog razumijevanja stvari u Hrvatskoj ostvaren izvanredan početak unaprjeđenja položaja žena. Oni pak koji iskazuju sumnjičavost prema političkoj volji prošle vlasti prvenstveno je temelje na činjenici da je slaba strana gotovo svih službenih akata koji se odnose na položaj žena to da se u njima ne nalaze dovoljno razrađeni provedbeni mehanizmi te da to dovodi u pitanje njihov suštinski smisao i svodi ih dobrim dijelom na “mrtvo slovo na papiru”.

Promjena vlasti koncem prošle godine donijela je za sobom pitanje je li društvena regulacija položaja žena ugrožena, a dubioze vezane uz izraz političke volje za stvarnim unaprjeđenjem statusa žena su se povećale. Na takve nas sumnje, između ostalog, upućuje i sam Program Vlade RH. Unutar njega je društveni položaj žena smješten u poglavlje “Obitelj”¹, čime se očituje nerazumijevanje ženskih prava kao ljudskih prava *par excelsans* te postulira klasičan patrijarhalan obrazac kao uvriježenu vrijednost.

Na skepsu nas navode i donesene izmjene i dopune Zakona o radu u okviru kojih se utvrđuje pravo zaposlene žene na korištenje roditeljnog dopusta za blizance, treće i svako sljedeće dijete do navršene treće godine djetetovog života. Uz činjenicu da je donesena mjera izrazito parcijalna te da ne uključuje i adekvatne socijalne i gospodarske mjere kojima bi se unaprijedio status obitelji i skrbi u odgoju djece, argumenti koji su korišteni u zagovaranju dovode u sumnju službenu orijentaciju Hrvatske da djeluje u smjeru unaprjeđenja položaja žena u svim segmentima. Uz proklamiranje demografske obnove Hrvatske, kao razlozi su navođeni: smanjenje pritiska na dječje vrtiće, smanjenje postotka bolovanja zbog bolesti djece te zapošljavanje određenog broja ljudi na određeno vrijeme kao zamjena zaposlenog roditelja². Objašnjenjem da je korištenje trogodišnjeg dopusta stvar slobodne volje pojedinki očituje se nerazumijevanje socijalnog i gospodarskog konteksta zemlje te nepoznavanje socijalnih čimbenika koji u Hrvatskoj djeluju. Mjerama koje imaju za pretpostavku produženo udaljavanje žena iz svijeta rada neminovno se dodatno pogoršava ionako loš položaj žena.

¹“Jedna od najvažnijih zadaća Vlade je poticanje poboljšanja društvenog položaja žena kroz politiku ravnopravnosti spolova, zapošljavanja, plaća, poduzetničke djelatnosti i sudjelovanja u političkom i javnom životu.”, 9.1 Obitelj, Program Vlade RH u mandatnom razdoblju 2003. - 2004.

²Vidi: transkript III sjednice Hrvatskog sabora održane 27., 28., 29. i 30. siječnja 2004.

ZAKONI

U pravnom smislu RH je tek tijekom 2003. godine eksplicite navela definiciju diskriminacije žena i to u okviru jednog od tri antidiskriminacijska zakona koji su doneseni te godine, Zakona o ravnopravnosti spolova. Do tada se na tu problematiku odnosio jedan od članaka Ustava RH kojim se ravnopravnost spolova proglašava najvećom vrednotom ustavnog poretka te temeljem za tumačenje Ustava. Ostala dva antidiskriminacijska zakona su Zakon o zaštiti od nasilja u obitelji, Zakon o istospolnim zajednicama.

Neke od najefikasnijih normativnih mjera se očituju kroz Izmjene i dopune Zakona o radu. Tim izmjenama i dopunama predviđa se utvrđivanje institucije izravne i neizravne diskriminacije što je nužan preduvjet za mogućnost implementacije Zakona o ravnopravnosti spolova. U okviru ovih Izmjena od iznimne je važnosti činjenica da se teret dokazivanja diskriminacije prebacuje na poslodavca.

Uz puno razumijevanje i prihvaćanje važnosti normativnog pristupa regulaciji različitih oblika društvene moći, kao komplementarnog političkom pristupu, nužno je napomenuti da će se za postizanje *de facto* ravnopravnosti spolova još morati puno raditi. Nesumnjivo se radi o potrebi širih društvenih akcija koje moraju uključivati kako predstavnike/ice institucija vlasti, tako i nevladine udruge, različite socijalne partnere, sveučilišta i istraživačke institute, medije te mnoge druge.

MEHANIZMI ZA PROMICANJE RAVNOPRAVNOSTI SPOLOVA

Što se mehanizama za ostvarivanje ravnopravnosti spolova tiče, 2000. godine je uveden saborski Odbor za ravnopravnost spolova. Odbor je osnovan kao matično radno tijelo Sabora koje se primarno bavi pitanjima primjene načela ravnopravnosti u hrvatskom zakonodavstvu.

Nacionalna politika za promicanje ravnopravnosti spolova s Programom provedbe usvojena je prvi put od strane Hrvatskog sabora koncem 2001. Dotad je Nacionalnu politiku usvajala Vlada RH.

Slijedom Zakona o ravnopravnosti spolova, kao mehanizmi osiguranja provedbe Zakona uvodi se Institut pravobranitelja/ice za ravnopravnost spolova te Ured za ravnopravnost spolova. Istovremeno, sva tijela državne uprave određuju unutar sebe koordinatore/ice za ravnopravnost spolova.

Na lokalnoj razini, prema dostupnim podacima, u Hrvatskoj postoji: Koordinacija za ravnopravnost spolova grada Zagreba, Povjerenstvo za ravnopravnost spolova Sisačko-moslavačke županije, Povjerenstvo za ravnopravnost spolova Brodsko-posavske županije, Odbor za ravnopravnost spolova Varaždinske županije, Županijsko povjerenstvo za ravnopravnost spolova Međimurske županije, Županijsko povjerenstvo za ravnopravnost spolova Karlovačke županije, Povjerenstvo za ravnopravnost spolova Istarske županije, Povjerenstvo za ravnopravnost spolova Virovitičko-podravске županije, Povjerenstvo za ravnopravnost spolova Dubrovačko-neretvanske županije, Povjerenstvo za ravnopravnost spolova Primorsko-goranske županije te Povjerenstvo za ravnopravnost spolova grada Makarske.

Iako se u okviru Izvješća o položaju žena, koje Hrvatska podnosi svake četiri godine Skupštini UN-a (CEADW izvješća), kaže da je politička volja za uključivanjem načela ravnopravnosti spolova u svim ljudskim djelovanjima, na svim razinama ("gender mainstreaming") izražena u Nacionalnoj politici za promicanje ravnopravnosti spolova, kao i izravno u Zakonu o ravnopravnosti spolova, kroz Članak 3. kojim se uvodi "gender mainstreaming" kao zakonska obaveza, ta tvrdnja je vrlo dvojbena. Jedan od glavnih razloga je taj da su mehanizmi implementacije načela koje propisuju i Nacionalna politika i Zakon, nedovoljno razrađeni i nedostatni, uslijed čega praksa ostaje najvećim dijelom izvan domašaja propisa te da za promjenu toga nema podataka o iskazivanju političke volje. Kako se pod rodno osviještenom politikom podrazumijeva "skup mjera usmjerenih na ostvarivanje jednakosti muškaraca i žena aktivnim i otvorenim uzimanjem u obzir već u fazi planiranja mogućih učinaka specifičnih mjera i politike na položaj muškaraca, odnosno žena" (Rodin, 2003.), jasno je da se radi o vrlo opsežnom zahvatu za čiju realizaciju nema ni resursa ni političke volje. Samo unošenje tog načela u pojedine dokumente još uvijek ne funkcionira kao očitovanje političke volje za

rješavanjem pitanja ravnopravnosti spolova, već nažalost samo političke volje za udovoljavanjem zahtjeva EU u nastojanjima Hrvatske da se pridruži članicama EU.

NASILJE

Statistički pokazatelji upućuju na porast broja nasilja u obitelji, sa 443 slučaja u 2001., na 612 slučaja u 2002. Iako je uložena izvjestan napor da se iznađu adekvatne zakonske sankcije za nasilje u obitelji, potrebno je još puno raditi na normativnom uređenju ovog problema. U smjeru poboljšanja pravne zaštite žena od nasilja u obitelji donesene su sljedeće zakonske regulative: prema Izmjenama Kaznenog zakona iz 1998. godine, silovanje u braku tretira se kao kazneno djelo, prema Zakonu o izmjenama i dopunama Kaznenog zakona iz 2000. godine za nanošenje teških tjelesnih ozljeda i silovanje u braku državni odvjetnik pokreće kazneni postupak po službenoj dužnosti, a u istom Kaznenom zakonu propisano je da nasilnik može biti kažnjen i kaznom zatvora od tri mjeseca do tri godine.

Do velikog pomaka u formiranju zakonske regulative za zaštitu od nasilja u obitelji došlo je tijekom 2003., kada je donesen Zakon o zaštiti od nasilja u obitelji kojim se žrtvama nasilja u obitelji osigurava niz zaštitnih mjera kao što su: zaštitna mjera zabrane približavanja žrtvi nasilja te uznemirivanja ili uhođenja žrtve, zaštitna mjera udaljavanja iz stana ili nekog drugog stambenog prostora, zaštitna mjera obaveznog psihosocijalnog tretmana nasilnika, zaštitna mjera osiguranja zaštite osobe izložene nasilju. Najveći problem s ovim Zakonom je taj što se temeljem njega nasilje, neovisno o težini i obliku, sankcionira prekršajno.

RODNA STATISTIKA

Prema popisu stanovništva iz 2001. ukupna populacija u RH iznosila je 4.381.312 stanovnika, a udio žena u cjelokupnom stanovništvu je 51,9 %.

Podaci koje prikuplja Državni zavod za statistiku nisu sustavno razlučeni po spolu, a bez rodne statistike nemoguće je provoditi politiku jednakih mogućnosti za oba spola te zaštitu i promociju načela ravnopravnosti. Zakon o ravnopravnosti spolova u kojem se utvrđuje da moraju biti propisane posebne mjere koje moraju primjenjivati sva državna tijela već u fazi planiranja, nemoguće je implementirati bez rodne statistike isto kao što je nemoguće mjeriti uspješnost bilo kojeg programa bez rodno osjetljive statistike kao baze.

Pozitivan je primjer da je Povjerenstvo za ravnopravnost spolova do 2003. izdalo brošuru "Žene u brojkama", sa statističkim pokazateljima vezanim za položaj žena u svim sferama društvenog života. Ipak, još uvijek nije uvriježena metoda da se žene izdvajaju kao specifičan dio populacije pa npr. unutar Programa poticanja zapošljavanja Vlade RH žene nisu sustavno izdvojene kao posebno pogođen dio populacije. To nas upućuje na zaključak da unatoč Nacionalnom programu RH za pridruživanje EU, koji između ostalog govori i o provođenju rodno osviještene politike, praksa još uvijek i u ovom segmentu zadovoljenja standarda izgleda drukčije.

Važan primjer nedostatka rodne statistike također je neispunjavanje obaveze od strane Instituta za javno zdravstvo da podatke koje prikuplja rodno analizira, uslijed čega je nemoguće doći do relevantnih uvida u stanje ženskog zdravlja u Hrvatskoj.

REPRODUKTIVNA I SEKSUALNA PRAVA

Nakon parlamentarnih izbora koncem 2003. g. kada je Hrvatska demokratska zajednica dobila većinu zastupničkih mjesta, unatoč činjenici da se o zabrani pobačaja nije govorilo oficijelno, predsjednik HDZ-a je izjavio da njegova stranka vjeruje u zaštitu života od trenutka začeća pa do prirodne smrti. Istovremeno



svi znamo da će žene u Hrvatskoj u skladu sa svojim materijalnim mogućnostima u slučaju kriminalizacije pobačaja odlaziti na pobačaje ili u susjedne zemlje ili u ilegalne klinike, pri čemu će se izlagati povećanom riziku. Prema podacima Instituta za javno zdravstvo, tijekom 2002. u Hrvatskoj je bilo 12002 pobačaja, 800 manje nego u 2001. i 1800 manje nego tijekom 2000. Od 12002 pobačaja, 2313 ih je bilo spontanih, 6191 pobačaj je bio legalno izveden, a 3498 ih je navedeno u kategoriji "drugo". Među ženama koje su imale abortus, 482 su tinejdžerke u dobi do 19 godina. Obzirom na to da jedino bolnice i klinike imaju zakonsko pravo na izvođenje pobačaja, a podaci koji se tiču zahvata izvedenih u njima su dostupni javnosti, pretpostavlja se da je broj realno izvedenih pobačaja, u koje ulaze i zahvati u privatnim ordinacijama te van radnog vremena u bolnicama, daleko veći. Kako reproduktivna i seksualna prava spadaju u fundamentalna ljudska prava, vjerujemo da kao takva moraju biti prepoznata i od strane Vlade. Ženske nevladine udruge, kao i svi instituti vlasti koji su poglavito usmjereni na unaprjeđenje i promociju ženskih prava moraju raditi na kontinuiranom osvještavanju javnosti po pitanju istih.

Važan aspekt toga jest i provođenje sustavne seksualne edukacije u školama. Danas je seksualno i reproduktivno zdravlje mladih u Hrvatskoj izloženo rizicima zbog nedostatka znanja, informacija i vještina. U RH je znatno smanjen broj savjetovašta za planiranje obitelji, a nedostatak seksualne edukacije u školama pridonosi izloženosti mladih ljudi opasnostima kao što su rizično seksualno ponašanje, SPI (spolno prenosive infekcije), neželjena trudnoća. S druge strane, u školama postoji nastavni program katoličkog vjeronauka koji ograničava seksualnost na brak i reprodukciju, isključujući točne informacije o problemima kao što su kontracepcija, pobačaj i seksualna orijentacija. Problem predstavlja i nejednaka distribucija seksualnih prava i odgovornosti među mladima obzirom na rodnu pripadnost. Pokazatelji o prisutnosti seksualnog nasilja temeljenog na rodnoj pripadnosti, homofobičnih stavova i nasilnog ponašanja iziskuju urgentnu potrebu seksualnog opismenjivanja mladih. Na nacionalnoj razini ne postoje sustavni programi osmišljeni da unaprijede seksualno zdravlje mladih, koji bi za pretpostavku imali rodno osviještenu osnovu, umjesto toga nekoliko nevladinih organizacija i institucija javnog zdravstva je preuzelo ulogu educiranja mladih o seksualnom i reproduktivnom zdravlju i pravima.

KORIŠTENI IZVORI:

"Drugo i treće Izvješće Republike Hrvatske o provedbi Konvencije za ukidanje svih oblika diskriminacije" (CEDAW)

Siniša Rodin i grupa autora/ica, "Jednakost muškarca i žene (Pravo i politika u EU i Hrvatskoj)", IMO, Zagreb, 2003.

"Nacionalna politika za promicanje ravnopravnosti spolova", Povjerenstvo Vlade RH za ravnopravnost spolova, Ured za ljudska prava Vlade RH, Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži, Zagreb, 2002.

"Zakon o ravnopravnosti spolova", Narodne novine 116 / 2003.

"Zakon o zaštiti od nasilja u obitelji", Narodne novine 116 / 2003.

www.vlada.hr, "Program Vlade RH u mandatnom razdoblju 2003. - 2004."

www.sabor.hr, "Transkript III sjednice Hrvatskog sabora održane 27., 28., 29. i 30. siječnja 2004. "

3.2. U politici

ŽENE I POLITIČKI ANGAŽMAN

Maja Dubljević

Svijest o tome da budućnost gradimo i stvaramo vlastitim postupcima, kroz koje izražavamo svoj pristanak ili nepristanak, u okviru određenog društvenog trenutka, potiče nas na uvjerenje da je ideja o građanskoj odgovornosti od fundamentalnog značaja za demokratizaciju nekog društva. Ili, kako kaže Micheline Ishay: “U svakom trenutku u povijesti, ljudi su dizali svoj glas protiv ugnjetavanja, u svakom razdoblju vizija ljudskog oslobođanja doživljavala je pomračenje. U modernim vremenima, ovi glasovi i ove vizije pretvoreni su u društveni angažman, a u nekim slučajevima, ugrađeni su i u Ustave.”

O građanskoj odgovornosti pak ne može se ozbiljno govoriti zanemarujući činjenicu da više od polovine čovječanstva temeljem svoje spolne / rodne pripadnosti trpi neke od oblika represije, slijedom čega se, *a priori* uskraćuje pravo na punu društvenu afirmaciju.

Stoga, ako se osvrnemo na specifičan oblik društvenog angažmana koji se manifestira kroz političko djelovanje, predočava nam se nekoliko osobitih i specifičnih razloga zbog kojih je potrebno poticati poglavito žene da osvijeste potrebu veće političke participacije. Pritom svakako trebamo apstrahirati suštinsku apolitičnost cjelokupnog stanovništva Hrvatske čemu je jedan od uzroka nedostatak demokratske tradicije na ovom prostoru te uvriježen doživljaj politike kroz otuđene centre moći.

Prvi razlog potrebe većeg broja žena u politici je brojčani paritet. Broj žena članica određene zajednice uključenih u politiku mora biti proporcionalan broju muškaraca uključenih u politička odlučivanja.

Drugi razlog je tzv. “role model”, tj. potreba za uzorom. Dok se bude smatralo da je politika muško zanimanje, mlade žene zazirat će od preuzimanja političke odgovornosti. Žene koje se aktivno uključuju u politička zbivanja mogu poslužiti mladim ženama za razbijanje stereotipa te biti uzori da se politikom mogu i trebaju baviti i žene.

Treći razlog je primjerena reprezentacija interesa jer je za pretpostaviti da će žene uključene u politiku bolje poznavati i razumjeti ženske potrebe i interese. Općenito se kao jedna od osnovnih pretpostavki političkog djelovanja uzima činjenica da što je više različitih grupacija uključeno u donošenje političkih odluka, to će širi dijapazon različitih interesa biti pokriven.¹

Uz gore navedene specifične razloge za ulazak većeg broja žena u politiku, nužno je spomenuti još neke.

Prisutnost žena u sferi odlučivanja utječe i na njihov ekonomski položaj. Priča je dvojaka; s jedne strane vrlo često se mogu čuti upravo žene kako svoju pasivnost u političkim promišljanjima objašnjavaju, pa i opravdavaju brigom i borbom za rješavanje egzistencijalnih problema. Posljedica nestabilne ekonomske situacije je vrlo često retradicionalizacija koja u praksi znači ponovno zatvaranje unutar patrijarhalnih okvira čime se postiže osjećaj kvazi zaštićenosti. Niska proizvodnost, pad nataliteta i nezaposlenost najčešće se pokušava riješiti upućivanjem žena natrag u kuću. Stoga je ekonomska nestabilnost često u sprezi s prevladavajućim uvjerenjem o tradicionalnoj podjeli društvenih uloga, primjer za to je povećanje roditeljskih naknada za treće i svako sljedeće dijete u Hrvatskoj.

S druge strane, ma koliko se to činilo dvojbennim, pogotovu u zemljama nerazvijene demokracije kakva je naša, svaki pojedinac i pojedinka snosi svoj dio odgovornosti za političku pa tako i ekonomsku situaciju u zemlji, i svojim glasom, ma koliko se on u širim okvirima činio minornim, može doprinijeti boljitku, odnosno nazadovanju političkog i ekonomskog stanja u zemlji. Stoga, teza da upravo ekonomska nestabilnost može biti odlučujući temelj za odgovorno ponašanje u političkim zbivanjima ima rezona.

¹ Vidi Prijčić Samaržija, transkript Okruglog stola: Žene i politika, Kruh i ruže br. 17, Ženska infoteka, Zagreb, 2002.

Iskustvo pokazuje da se promocija žena na mjesta odlučivanja treba provoditi sustavno i temeljito. Tijekom izbora u Hrvatskoj 2003. bio je evidentan manji broj kandidatkinja na izbornim listama (od 5155 kandidata bilo je samo 1296 žena). To je s jedne strane pokazatelj političke situacije u zemlji u kojoj se borba za političku prevlast odvija svim sredstvima te se u svrhu stjecanja političkih bodova za izborne kandidate uzima što je moguće više ljudi, poglavito muškarce, za koje javnost zna i za koje se misli da će donijeti veći broj izbornih glasova, a ne nude se kvalitetni politički programi. S druge strane to je posljedica nepostojanja sustavne promocije žena na relevantne društvene pozicije, zbog čega se *a priori* pretpostavlja da nema puno žena u javnosti koje će donijeti glasove.

Pritom se treba imati na umu da prisutnost žena u sferama odlučivanja treba povećati i na nacionalnoj i na lokalnim razinama. Upravo situacija u Hrvatskoj alarmantno upućuje na taj zaključak. Žene su u daleko većem broju zastupljene u Parlamentu, nego li u tijelima lokalne uprave i samouprave iz jednostavnog razloga što se promocija žena na pozicije na kojima se donose odluke važne za zajednicu lakše odvija u većim sredinama. U manjim sredinama stereotipi o apolitičnosti žena su više prisutni i politički život se često odvija unutar određenih skupina, političkih klika. Forma “muških klubova” podržava klasičan patrijarhat.

U kontekstu društvenih zbivanja i postavljanja prioriteta na širem političkom planu žensko pitanje se, unatoč nekih pomaka u društvenoj regulaciji i dalje marginalizira. U boljem slučaju se odlaže za neka sretnija vremena, u kojima će relevantni društveni problemi već biti riješeni, pri čemu ispada da je punu socijalnu emancipaciju žena moguće realizirati u sferi Utopije.

Osobna priča

DRUŠTVENI ANGAŽMAN ŽENA I POLITIČKE STRANKE

Andrea Feldman

Pitanje društvenog i političkog angažmana žena bitno je feminističko pitanje. Na svom je dugom putu feminizam žene naučio kako nitko osim same žene ne smije za nju odlučivati, a politika građane uči kako se za sve što je važno u životu treba izboriti. Nitko nije i ne smije biti izuzet od odgovornosti za svoj život i mogućnosti da bitno utječe na razvoj društva.

Što ženama danas omogućava, a što otežava politički angažman?

Izravni rezultat feminističke revolucije dvadesetog stoljeća bilo je aktivno i pasivno izborno pravo za žene i to je pravo danas nepobitan dio demokratske prakse.

Feministički zahtjev za ženskim (i) političkim angažmanom uznemirivao je u godinama dekadentnog socijalizma pravovjernu “kvotu” kontroliranih ženskih organizacija, čiju su jezgru predstavljale umorne supruge tadašnje političke elite. To nije čudo jer ulazak žena u politiku uvijek uznemiruje. Ulaskom u politiku, sudjelovanjem i pobjeđivanjem na izborima, žena “uzima” mjesto koje je prije toga pripadalo muškarcu. U patrijarhalnoj tradiciji podređivanja pojedinačnog, pa i ženskog identiteta interesima “zajednice”, ali prije svega obitelji, klanu ili imaginarnoj zajednici, već sama uzurpacija mjesta na glasačkim listama predstavlja problem.

Kada dođu u priliku da se bave poslovima zajednice, “uređenjem gradova i domaćinstava”, što je od Platona sinonim za politiku, žene se gotovo bez iznimke dokazuju kao sposobne i uspješne. U povijesti su poznate političarke, znanstvenice i umjetnice koje su doprinosile promjeni i napretku te općem dobru. Stoga

odsustvo žena iz politike označava prije svega nedostatak strategije i političke volje da se žene motivira i ohrabri za sudjelovanje u poslovima zajednice, a ne manjak njihove volje.

Političke stranke se rađaju iz potrebe artikulacije različitih političkih interesa i ciljeva i izraz su potrebe građana koji se s tim interesima identificiraju. Parlamentarni život može samo dobiti bogatstvom i raznolikošću ideja i argumenata koje bi stranke morale iznositi u Saboru i u javnosti. Zato zahtjevi za smanjenjem broja političkih stranaka u hrvatskom političkom životu najčešće dolaze od predstavnika onih stranaka koji su svoj zanat u politici ispekli kao članovi jedne, jedine i nepogrešive Partije, a smanjenjem konkurencije žele samo sebe zaštititi.

Zastupljenost žena u političkim strankama uglavnom je reprezentativne i formalne prirode. U najvećoj mjeri, a to se posebno odnosi na najveće stranke, unutarnji ustroj i stranačka hijerarhija najveći su neprijatelji pojedinačnog ženskog angažmana. No, postoje stranke koje su otvorenije, i koje ideološki i programski dosljedno promiču ravnopravnost spolova kao ključ razvoja liberalne demokracije. U velikoj mjeri takav stav ovisi o razini obrazovanja i opće informiranosti, dakle i emancipiranosti članstva. Stoga je uravnoteženost broja muškaraca i žena na rukovodećim mjestima u stranci indikacija demokratičnosti neke stranke. Spremnost na suradnju i partnerstvo s nevladinim organizacijama koje se bave ženskim pravima indikacija je otvorenosti pojedine stranke prema disparatnim mišljenjima koja dolaze iz različitih sfera života.

Političke stranke nesumnjivo trebaju reformirati svoj rad u skladu s vremenom u kojem živimo i potrebama ljudi na čije glasove računaju na sljedećim izborima. Političari često zaboravljaju kako je politika u prvom redu rad sa živim ljudima koji imaju vrlo konkretne probleme koji zahtijevaju brze i učinkovite odgovore. Političke stranke nisu nikakve okoštale institucije, nego živi organizmi koji bi u idealnom svijetu morale funkcionirati kao mjesta otvorenog razgovora, živahne rasprave i aktivnog idealizma. Bit demokracije je u reformi i promjeni, a do nje će se lakše doći ako budemo mogli birati među više kreativnih i javnosti korisnih ljudi, ideja i svježih političkih opcija.

Trebaju li se žene više politički angažirati? Česte rasprave koje u javnosti i medijima potiču nevladine organizacije, ali i političke stranke nezadovoljne gubitkom povjerenja građana nesklonih angažmanu, ne naslućuju originalna rješenja.

Od vremena do vremena skupine intelektualaca otkazuju povjerenje vladi što vrijeđa političare koji podršku intelektualaca smatraju zajamčenom. No, zanimljivo je da su žene intelektualke, uz rijetke izuzetke, nevidljive u tim prijeporima. Mnoge liječnice, prevoditeljice, znanstvenice i umjetnice rado doniraju svoje vrijeme dobrotvornim udrugama i aktivne su u udrugama civilnog društva, no rijetke su one koji svoj politički stav vežu uz neku stranku i spremne su javno ga obrazlagati i odgovorno braniti. Iako je nakon 3. siječnja 2000. broj žena u Hrvatskom Saboru s dotadašnjih 8% narastao na pristojnih 21%, a taj se postotak uglavnom održao i nakon izbora u studenom 2003., što predstavlja nesumnjiv europski iskorak, političarke su još uvijek više izuzetak nego pravilo. Nije teško shvatiti zašto. Političke stranke su staromodne, čvrste hijerarhije, često vrlo autoritarne strukture. Sastanci su dugi i najčešće dosadni. Penjanje po stranačkoj piramidi vrlo je zamoran put afirmacije prepun različitih zamki. Od prešutne, no čvrsto ukorijenjene patrijarhalnosti kolega s kojima radite na istom poslu, do unutar stranačkih podmetanja i ogovaranja, ponekad i nepodnošljivog pritiska na osobnost i privatnost. Ali politika nije i ne smije biti sinekura. Izbori stranački život pune energijom, unose uzbuđenje natjecanja, živahnost i veselje pobjede. Političari, muškarci i žene, podliježu provjeri na izborima, bilo da se radi o unutarstranačkim, bilo državnim i lokalnim izborima. Kvalitete koje su potrebne da bi se birače uvjerilo da određeno ime zaokruže kad se nađu pred izborim listićem drugačije su od samotnog kabinetskog rada kakvim se uglavnom najviše bave naši intelektualci.

Danas se često govori o apatiji, o nepovjerenju građana u politiku i nezainteresiranosti za politički aktivizam. Istraživanja govore da ljudi ne vjeruju političarima, da misle kako političare motiviraju isključivo sebični razlozi. S druge strane, mnoge osobe rade kao volonteri i žele biti aktivni u zajednici u kojoj žive.



Rijetki nalaze da je politička aktivnost zabavna. No, ako se prisjetimo načina na koji se politika prakticira u nas, u zatvorenim prostorijama, na dugotrajnim sastancima, u uskom krugu povjerljivih ljudi, jasno nam je da takav način komunikacije rijetko može privući nečiji interes, posebno žena.

Ako demistificiramo politički proces i pokažemo vlastitim primjerom kako nam je stalo do izravnog kontakta s ljudima, kako ih želimo kao savjesne i odgovorne partnere na našem putu prema osvajanju povjerenja građana, rezultati neće izostati. Političari ne mogu i ne trebaju sve obavljati sami. Želite li nešto promijeniti, morat ćete im se pridružiti. Svjesne smo da se svijet mijenja i možda bolje od drugih prepoznamo brzinu te promjene. Odluke koje se danas donose imat će dalekosežne posljedice po generacije koje dolaze.

Svi smo mi sposobni za velike uspjehe i postignuća ako nam se pruži prilika i ako smo nadahnuti velikim očekivanjima. Žene se svaka ponaosob moraju angažirati na temama koje ih zanimaju. Svaki je čovjek, svaka žena, dragocjen resurs ove zemlje, i svaka pojedinačno, sa svojim obrazovanjem i maštom, iskustvom, energijom i vedrinom može motivirati sve veći broj ljudi da djeluju u politici na načelima suradnje i kreativnosti, slobode i odgovornosti. Na aktivnoj individui ne počiva samo budućnost političkih stranaka, o njoj u pravom smislu riječi ovisi i sadašnjost naše zemlje. Reforme koje su potrebne za razvoj Hrvatske važnije su od bilo čijeg osobnog uspjeha. Cilj treba biti puno više od dokazivanja vlastitog ega, riječ je o dugoročnoj sudbini Hrvatske kao europske zemlje.

Kada ljudi počinju sumnjati da je vlada koja ih vodi toliko disfunkcionalna da ne služi osnovnim ciljevima, društvo je u opasnosti da se rascjepi, a ljudi bi mogli početi tražiti čak i nepoželjne nadomjeske za kompromitirane vrijednosti. Ukoliko se suprotstavimo cinizmu koji želi uništiti našu nadu i umrtviti naše političke institucije, neće prevladati nered i kaos koji samo umanjuju šanse za budućnost. Bit demokracije je u promjeni, u reformi i napretku. Naspram ograničenosti treba se postavljati snagom ideja i racionalnom raspravom, nasuprot ravnodušnosti treba nuditi viziju i vodstvo. Depresiju postojećeg stanja, treba zamijeniti odgovornost i nada.

Za učvršćivanje demokracije bitno je da političarke i političari budu bistri, otvoreni i odvažni ljudi s vizijom, koji će motivirati građane za budućnost. To nije jednostavno, ali taj se posao mora obaviti. Stoga su političari zaista nužni mladi, talentirani i dobro obrazovani ljudi, sposobni da nalaze racionalna rješenja i da se bez straha otvore avanturi razvoja. Što će više žena biti među njima, to je i vjerojatnije da će biti uspješnije, jer one koje se nađu u situacijama odlučivanja, najčešće taj posao obavljaju puno bolje od muškaraca. Stoga ako vam je dosta bahatih, arogantnih, "sveznajućih", a u biti nesposobnih političara, najbolji je savjet: prihvatite se tog odgovornog posla! Jer ako nećete vi, tko će?

3. 3. U poslovnom sektoru

O ŽENSKOM PODUZETNIŠTVU U HRVATSKOJ: KAKO PODRŽATI RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA?

Gordana Čorić

Prije upuštanja u problematiku podrške ženskom poduzetništvu, definirat ćemo ga kao poduzetništvo koje se odvija u poduzećima - gospodarskim subjektima, koje je minimalno u 51postotnom iznosu u vlasništvu žene, koja istovremeno kontrolira¹ i vodi² to poduzeće. U ovome se prilogu nećemo baviti problematikom univerzalnosti poduzetništva, izostankom rodnog predznaka u poduzetništvu i sličnim ogradama s kojima se inače susrećemo prilikom promoviranja ovog koncepta. Iako u našoj promociji kronično nedostaje statistike, brojeva i konkretnih pokazatelja koji se mogu pretočiti u čvrste argumente, situacija se znatno poboljšava. Što može biti bolji pokazatelj koliko je društvo zakinjuto izostankom većeg sudjelovanja žena u poduzetničkim pothvatima od dobro artikulirane statistike³?

ŽENE I PODUZETNIŠTVO⁴

Hrvatska je 2002. godine prvi puta sudjelovala u međunarodnom projektu "Global Entrepreneurship Monitor"⁵, u kojem se ispitivala povezanost ekonomskog razvoja zemlje i razine poduzetničke aktivnosti korištenjem posebno definiranog modela, te tako dobila priliku usporedbe s ostalih 37 zemalja koje su sudjelovale u njemu. Jedan od rezultata ovog projekta, objavljen u izvještaju "Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?", je i taj da je "poduzetnik u Hrvatskoj tri puta češće muškarac nego žena, u dobi je od 25 i 34 godine, sa srednjom školom i s prihodima u gornjoj trećini i češće je iz područja Istre, Primorja i Zagreba".

Izvještaj za 2003. godinu za Hrvatsku još nije dostupan, ali preliminarni rezultati kazuju da su "muškarci 2,6 puta češće poduzetnici od žena". Na globalnoj razini (u 41 zemlji sudionici projekta), 7 od 100 žena, te 12 od 100 muškaraca u dobi između 18 i 64 godine su uključeni u "start-up"⁶ aktivnosti. U većini zemalja je sudjelovanje žena u novim poduzetničkim aktivnostima na razini 2/3 sudjelovanja muškaraca, niti u jednoj zemlji taj indeks ne ide u korist žena. Iako je jasno da je poduzetničko ponašanje i muškaraca i žena pod utjecajem vrlo sličnih faktora, ipak ne postoji savršena podudarnost u reakciji. Osim toga, postoji značajno osciliranje sudjelovanja žena u poduzetničkim aktivnostima diljem zemalja koje su sudjelovale u projektu - od 1,6 (Hrvatska) do 25,7 (Venezuela) na svakih 100 žena! To implicira postojanje rodnih razlika u poduzetničkim procesima. Također, velik je utjecaj bogatstva zemlje na različite pokazatelje "start-up" aktivnosti, te se tako razlikuju indeks ukupne poduzetničke aktivnosti (TEA⁷), TEA indeks poduzetničke prilike i TEA indeks poduzetništva iz nužde. Ovi modeli jasno pokazuju koliko su različiti faktori koji utječu na "start-up" procese u bogatim i u siromašnim zemljama.

Naime, ulazak žena u poduzetništvo se odvija pod drugačijim okolnostima: u siromašnim zemljama prevladava poduzetništvo iz nužde ili potrebe, one su pretežno iz kućanstava s nižim prihodima i duže vremena bezuspješno traže posao. Za njih je ključno dobiti osnovnu obuku za vođenje osnovnih poslovnih operacija. U bogatijim zemljama, čini se da žene ulaze u poduzetništvo zbog uočene prilike te tako odgovaraju na iste utjecaje kao i muškarci.

¹ Kontrola - provođenje prava na donošenje poslovnih odluka.

² Vođenje - aktivna uključenost u svakodnevno i strateško vođenje posla.

³ Podaci koji slijede se odnose na Sjedinjene Američke Države, a nalaze se na www.womanowned.com. Jeste li znali:

- Da se u posljednjih 12 godina u SAD-u udvostručio broj poduzeća čije su vlasnice žene?
- Da ona čine više od trećine ukupnog broja poduzeća u SAD-u?
- Da u SAD-u ima više od 9 milijuna takvih poduzeća?
- I da ona upošljavaju 27,5 milijuna ljudi?

⁴ Pia Arenius i Maria Minniti, "Women and Entrepreneurship" u Global Entrepreneurship Monitor izvještaju za 2003. godinu (www.gemconsortium.org).

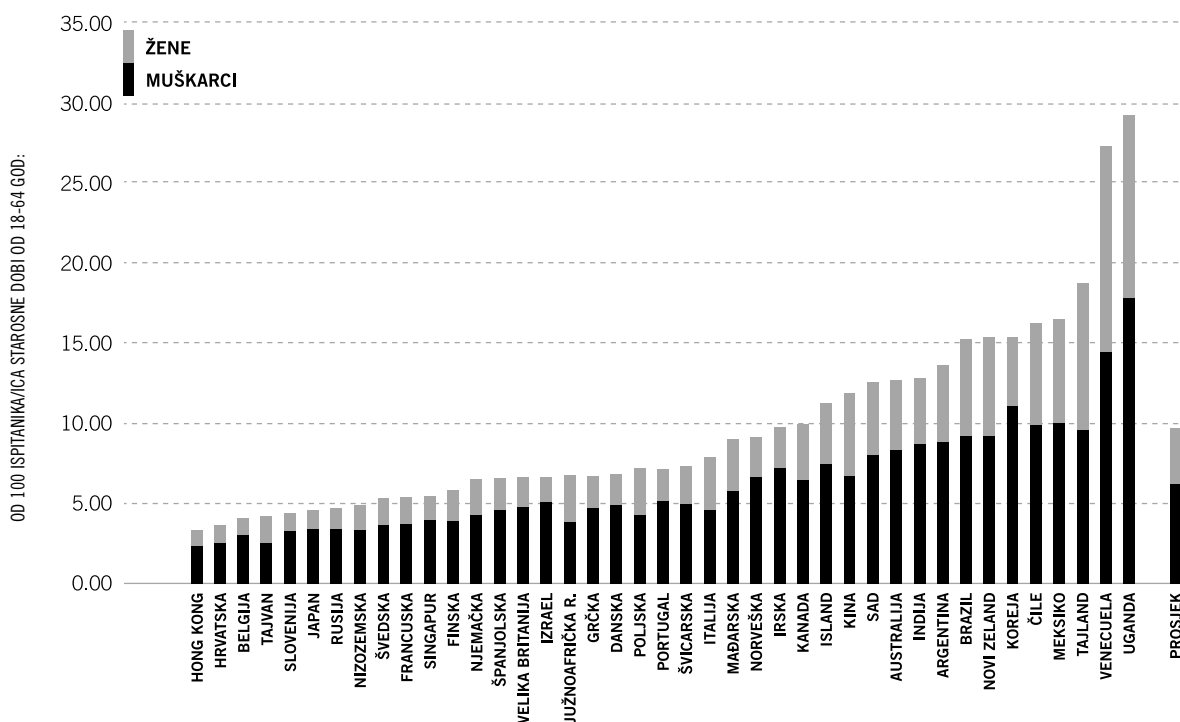
⁵ Preuzeto iz: "Global Entrepreneurship Monitor" - GEM Global Executive Report 2002. i 2003. (www.gemconsortium.org) te GEM izvještaj za Hrvatsku 2002. ("Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?") (www.gemhrvatska.hr) i prezentacije preliminarnog izvještaja za 2003. godinu za Hrvatsku.

⁶ "Start-up" = započinjanje novog posla.

⁷ TEA = Total Entrepreneurial Activity



Grafički prikaz: Novootvorena poduzeća prema rodu poduzetnika⁸



PREDUVJETI ZA RAZVOJ ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Još uvijek je nedovoljan broj žena u Hrvatskoj koje se uključuju u poduzetništvo. Procjenjuje se da je u vlasništvu žena samo 30% svih obrta u Hrvatskoj, a smatra se da je sličan (lošiji) omjer i kod malih i srednjih trgovačkih društava. Smanjenje nesrazmjera između muškog i ženskog poduzetništva jedan je od preduvjeta razvoja i ekspanzije malog i srednjeg poduzetništva. Utvrđeno je da, kada bi se žene u istoj mjeri kao i muškarci upuštale u poduzetništvo, bilo bi više od sto tisuća novih poduzetnika!

Jedan od važnih preduvjeta za ulazak u poduzetništvo, kako za žene, tako i za muškarce, je ponuda i kvaliteta plaćenih poslova. Početkom 2004. godine predstavljeni su rezultati projekta “Spolna nediskriminacija i jednakost plaća”⁹. Plaće žena su, prema izvještaju, u prosjeku niže za 13,3% od plaća muškaraca u tvrtkama / ustanovama koje su surađivale u projektu. Ova poduzeća zapošljavaju gotovo 18 tisuća osoba, a dostatni podaci za analizu su prikupljeni za 16 tisuća zaposlenih. Kako je kvalifikacijska struktura gotovo ravnotežna, ona očito nije razlog ove razlike. Također ni vlasnička struktura nije bila presudan faktor. Prosječne plaće rukovoditeljica u promatranim tvrtkama su bile za 7,2% niže od rukovoditeljskih. Ovo se djelomice može objasniti njihovom prosječno nižom pozicijom u rukovodnoj hijerarhiji, ali to ne vrijedi za plaće stručnjakinja. Njihove su, pak, prosječne plaće niže za 6,8% od prosječnih plaća stručnjaka. Budući da je to grupa u kojoj su tzv. “teži uvjeti rada” beznačajan faktor, zaključeno je da je rad žena podcijenjen u odnosu na rad muškaraca u rečenim omjerima. Pokazalo se da ne postoji ni svijest o razlikama u plaćama uvjetovanih spolom (gotovo su svi naglašavali da su kod njih plaće za isti posao jednake), pa je jedna od preporuka ovog projekta - potreba osvješćivanja tog problema, kao prva pretpostavka mijenjanja ove prakse.

⁸ GEM izvještaj za 2003. (www.gemconsortium.org)

⁹ Projekt (vođen tijekom 2003. godine na uzorku od 30, po nizu pokazatelja, iznadprosječnih tvrtki / ustanova u Zagrebu i okolici), kojeg je provela Udruga za istraživanje tranzicije k demokraciji (ToD) je dokazao da diskriminacija postoji, tj. da postoje (drugim faktorima neobjašnjive) razlike između plaća muškaraca i žena.

KAKO DO KONKRETNIH REZULTATA I BOLJE PROMOCIJE ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA?

Pitanje što se sve može napraviti za promociju ženskog poduzetništva i realizaciju konkretnih rezultata nam se često nameće i postoji velik broj razmišljanja kako najučinkovitije odgovoriti na njega. Zadržat ću se na dva najvažnija:

1. Dubinsko djelovanje ili “obračun s uzrocima”, koje uključuje rasvjetljavanje tri ključna razloga zašto je nedovoljna uključenost žena u poduzetništvo:
 - a) Izostanak javne potpore koja omogućava ženama lakše donošenje odluke o ulasku u svijet poduzetništva;
 - na prvom mjestu tu je nedostatak jaslica i dječjih vrtića, a naročito onih s fleksibilnim radnim vremenom,
 - promjena fokusa medija na podršku poduzetnicama, nasuprot isticanja tradicionalne uloge žene u obitelji te svođenja njezine uloge na majku, suprugu ili kućanicu,
 - promocija partnerskih odnosa u obitelji i podjele poslova,
 - promocija uspješnih poslovnih žena (“role models”).
 - b) Nedovoljno financijskih poticaja i podrške - nedostaje raznolikost izvora financiranja, nasuprot klasičnim hipotekarnim kreditima, koji su za veliki broj žena uslijed neposjedovanja nekretnina, još uvijek nedostižni.
 - c) Nedostatak odgovarajućih kanala za protok informacija relevantnih za (buduće) poduzetnice, programa obuke za početnice, dostupnih savjetodavnih programa, pristupa mrežama (“networku”) te izvorima financiranja. Iako ovakvi programi postoje, nema ih dovoljno, a osim toga, nisu jednako dostupni svim ženama u Hrvatskoj.
2. Kratkoročni potezi - odgovor na zahtjev aktualnih projekata ili zahtjeva međunarodne zajednice za komponentom “žensko poduzetništvo” u tim projektima, ili - udovoljavanje zahtjevima o potrebi “stvaranja novih radnih mjesta” koja potječu iz poduzeća u vlasništvu žena.

U situaciji u kojoj se u vlastitoj zemlji poticanje ženskog poduzetništva radi *ad hoc*, nerijetko smo zadovoljni i mrvicama koje pripadnu ženskom poduzetništvu iz međunarodnih donacija putem sredstava za razvoj poduzetništva, kada umjesto “čisto ženskih projekata” vidimo “rodnu integraciju” te “gender mainstreaming”¹⁰ na djelu, tj. kada takvi projekti uključuju “ženske” kvote u projekte razvoja poduzetništva (npr. minimalan broj ili postotak žena koje će se uključiti u određeni program, naznaka da će određeni broj tema / pitanja kojim će se projekt baviti biti posvećen podršci ženskog poduzetništva, napose - ponuda Vladi da u suradnji s ekspertima za žensko poduzetništvo radi na promociji ovog koncepta) i sl.

ŠTO JE DO SADA NAPRAVLJENO NA POTICANJU ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA U HRVATSKOJ

Okvir za poticanje malog gospodarstva i poduzetništva je četverogodišnji Program Vlade RH koji utvrđuje glavne smjernice razvoja, poticajne mjere i nositelje provedbe tih mjera, provedbene aktivnosti, izvore sredstava, razdoblja provedbe i metode praćenja provedbe poticajnih mjera. Jedna od poticajnih mjera koje predviđa Zakon o poticanju razvoja malog gospodarstva je i promicanje ženskog poduzetništva. Svrha posebnog “Programa razvoja ženskog poduzetništva” je definiranje ciljeva razvoja ženskog poduzetništva u RH, mjera za razvoj ženskog poduzetništva u skladu s Programom razvoja malog gospodarstva, te Prijedlog statističkog modela praćenja ženskog poduzetništva, korisnika i načina realizacije sredstava.

¹⁰ Uvođenje rodne dimenzije u sve pore društvenog života i djelovanja.



Nacionalna politika za promicanje ravnopravnosti spolova predviđela je niz mjera i u ovom području, jednako tako i Nacionalna obiteljska politika predviđa sljedeće mjere usmjerene na poboljšanje položaja žena: afirmacija zapošljavanja žena putem mjera profesionalne orijentacije, obrazovanja, poticanja ženskog poduzetništva, osposobljavanja za deficitarna zanimanja te programa za skupine žena koje se teže zapošljavaju.

U članku koji se bavi zapošljavanjem opisane su mjere koje se planiraju ili provode u okviru radnog prava sa svrhom kako omogućavanja većeg udjela u gospodarskim aktivnostima žena, tako i olakšavanja za žene reproduktivnog neplaćenog rada (primjerice pravno uređivanje rada kod kuće, fleksibilizacija rada, fleksibilizacija instituta roditeljskog dopusta, afirmacija instituta očinskog dopusta). Povećana skrb društva o osobama s invaliditetom, kao i o starijim osobama također utječe na smanjenje reproduktivnog rada žena te njihovu veću raspoloživost u gospodarskom smislu.

Podaci priređeni za CEDAW¹¹ izvještaj predstavljaju sažetak podataka regionalnih centara za poduzetništvo koji ukazuju da je još uvijek znatno manji postotak žena u odnosu na muškarce koje su korisnice poduzetničkih kredita (u prosjeku ih je dvadesetak posto), ali su žene sve zaineresiranije za poduzetništvo, jer se u daleko većem postotku (30 do 50%) koriste konzultacijama ili seminarima. U Republici Hrvatskoj djeluje veći broj poduzetničkih centara, a u nastavku su rezultati nekolicine koji pokušavaju odgovoriti na potrebe ženskog poduzetništva:

1. U Centru za poduzetništvo Koprivničko-križevačke županije informativne, stručne, savjetodavne ili konzultantske usluge obavljene su za 600 žena.
2. U Centru za poduzetništvo Osijek od 1200 polaznica/ka na dosadašnjim seminarima za poduzetništvo bilo je 31% polaznica.
3. U Istarskoj razvojnoj agenciji Pula u kreditnoj liniji "Gruda snijega" odobreno je 49 kredita, od čega 14 ženama, što čini 28,57%, a od sveukupnog iznosa ženama je dodijeljeno 27,77%. U kreditnoj liniji "Poduzetnik 2" realizirana su 84 kredita, od čega 19, tj. 22,62% ženama. U istoj agenciji žene su korisnici savjeta i konzultacija u oko 40 - 50% slučajeva.
4. U Tehnološkom parku Zagreb kontinuirano raste broj konzultacija i izrade poslovnih planova za žene (1999. - 8 konzultacija; 2000. - 14 konzultacija; 2001. - 18 konzultacija i 2 poslovna plana; 2002. - 20 konzultacija i 1 poslovni plan).
5. U Centru za poduzetništvo Karlovačke županije realizirana su do sada 20 kredita poduzetnicama, a savjetodavne usluge glede otvaranja obrta zatražilo je 7 žena.
6. U Centru za poduzetništvo Krapinsko-zagorske županije u 1999. godini kroz program samozapošljavanja, tj. kroz organizaciju seminara poduzetnika/ica - početnika/ica sudjelovala je ukupno 71 osoba, a od toga 17 ili 24% žena. Od 1998. godine do 01. svibnja 2003. godine poslovni planovi i investicijski programi izrađeni su za ukupno 396 fizičkih i pravnih osoba, od čega su 42 žene ili 11%.
7. U poduzetničkom centru Vukovarsko-srijemske županije ukupan broj korisnica/ka usluga bio je 249 osoba, a od toga 48 ili 19% žena (9% konzultacije, 3% seminar "Start Your Own Business" i 7% seminar "Savjetnici poduzetništva"). Glede konzultacija do travnja 2003. godine pruženo je ukupno 309 konzultacija, od čega 44 ili 14% ženama.
8. Glede poduzetničkog centra Impuls - Bjelovar od 64 ukupno predana zahtjeva za kredit "Poduzetnik 2" 2,8 ili 12,5% zahtjeva podnijele su vlasnice ili većinske vlasnice, od sveukupnih upita za isti kredit na žene otpada 13,28% upita i u Poduzetničkom centru Pakrac u programu "Poduzetnik 1" žene su korisnice 10 kredita, dok je 5 žena koristilo kredit "Poduzetnik 2", a 26 žena je zatražilo konzultantske i savjetodavne usluge.

¹¹ Konvencija o eliminaciji svih oblika diskriminacije prema ženama (CEDAW)

Valja izdvojiti neke od mjera koje se uspješno primjenjuju na lokalnoj razini. Npr. u Varaždinskoj županiji, dodatna financijska pomoć uvedena je kao 1% kamata na kredite za žene poduzetnice, bez obzira na poslovnu djelatnost kojom se bave. U Istarskoj županiji, Povjerenstvo za jednakost spolova Županije lobira kod nadležnih institucija za ostvarivanje odgovarajućih poticaja za žensko poduzetništvo (kreditne linije, poduzetnički inkubatori).

PREPORUKE ZA PROMOCIJU ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

U nastavku su izložene neke od ideja kako uspješno promovirati žensko poduzetništvo.

- Podržavati zagovaračke i lobističke aktivnosti postojećih udruga poslovnih žena i / ili udruga poduzetnica u nastojanjima uvođenja rodnog “mainstreaming-a” u politike (samo)zapošljavanja (npr. pripreme za učinkovito utjecanje na rasprave o proračunu u Saboru, s ciljem uspješnog prihvaćanja stavka u legislativi koji govori o podržavanju zakonodavstva za podršku ženskom poduzetništvu¹²).
- Olakšati razmjenu iskustava između uspješnih poduzetnica i početnica putem mentoringa, predstavljanja priča o uspjehu ili naučenog iz vlastitih grešaka, različitih vrsta obuka, kako za promotore ženskog poduzetništva, tako i za same poduzetnice, pristup medijima s ciljem promoviranja teme - tu bi uvelike pomogle tjedne emisije o ženskom poduzetništvu, itd.
- Ponuditi različite potporne programe kao odgovor na vrlo konkretne potrebe poduzetnica u suradnji s nacionalnim, županijskim i lokalnim partnerima te njihovim postojećim ili planiranim aktivnostima.
- Obogatiti ponudu programa obuke i razmjene:
 - ponuditi radionice na teme po izboru ciljne skupine žena, a u skladu s dostupnom ekspertizom i značajem za stvaranje novih radnih mjesta,
 - organizirati studijska putovanja, terenske posjete (npr. posjet poduzetničkim inkubatorima u okviru organiziranog programa) te tematske ture (npr. odlazak žena iz ekonomski nerazvijenih područja u Istru s ciljem upoznavanja cjelovite infrastrukture postavljene kao potpora ženskom poduzetništvu).
- Dati podršku umrežavanju (“networkingu”), npr. suradnja između udruga, razvoj lokalnih i regionalnih mreža poduzetnica i sl.
- Podržati inicijative i programe upućene na pružanje obuke ili potrebnih informacija za započinjanje poslovnih aktivnosti na što sigurniji način¹³.
- Pružiti informacije o garancijskim shemama za dobivanje početnog kapitala (kredita) u bliskoj suradnji s uspješnim lokalnim programima te vrste (npr. u sklopu Slavonsko-brodske županije).
- Pružiti podršku putem nekolicine postojećih mikrokreditnih institucija.
- Uvesti nove i inventivne načine financiranja rasta,
 - upoznavanje sa značajkama i karakteristikama tzv. rizičnog kapitala (“venture capital”), poslovnih anđela (“business angels”), “leasinga”, “factoringa” i ostalih.
- Poticati žene na ulazak u klasterne (“clustere”¹⁴).

¹² Cilj zagovaranja je dobiti potvrdu da je žensko poduzetništvo priznato i prepoznato kao važno područje i da kao takvo npr. zaslužuje svoje mjesto u nacionalnom proračunu! Osim dugoročne podrške i financijskog impulsa, tako se dobiva i put za lakše usvajanje ili prilagodbu potrebnih mjera za učinkovito poticanje ženskog poduzetništva.

¹³ Postoji veći broj osposobljenih trenera za: program “How to Start Your Own Business”, radionice za potencijalne poduzetnike/ice, promociju franšize kao sigurnijeg načina ulaska u posao, programe Europske unije namijenjene pružanju podrške ruralnim ženama u poduzetničkim aktivnostima, programe samozapošljavanja ponuđenih kroz Hrvatski zavod za zapošljavanje, itd.

¹⁴ Klasteri predstavljaju multisektorsko udruživanje malih i srednjih poduzeća na određenom teritoriju te njihovo dogovorno programiranje procesa za postizanje glavnih ciljeva, uz povećanje vještina za teritorijalno strateško planiranje te usvajanje dobrih praksi kroz trans-nacionalnu suradnju.



- Promovirati poduzetničke inkubatore (podrška se može pružati poduzetnicama koje tek ulaze u inkubator ili u vidu pomoći onima koje trebaju napustiti inkubator¹⁵).
- Pomoći pri dobivanju točnih i visoko kvalitetnih informacija putem info-punktova (npr. Internet stranica i sl.) ili pomoći postojećim gospodarskim uredima, poslovnim centrima, poduzetničkim centrima, poslovnim zonama ili odjelima Ministarstva pri radu s konkretnim potrebama, pitanjima i pitanjima poduzetnica (kako početnica, tako i etabliranih).
- Ponuditi aktivnosti na promociji izvoza (npr. sudjelovanje na raznim sajmovima).
- Pružiti pomoć pri pribavljanju besplatne ili subvencioniranje konzultantske usluge stranih ili domaćih konzultanata.
- Omogućiti sudjelovanje na konferencijama i forumima, što može pomoći ženama pri razvoju njihovih poslova ili promocijom pitanja od značaja za žensko poduzetništvo ili poduzetništvo uopće (“networking”, itd.).

UMJESTO ZAKLJUČKA

Percepcija opće kulturne i društvene podrške poduzetništvu ima velik utjecaj, iako nešto manji od pozitivne osobne situacije. Čini se da žene u bogatim zemljama ulaze u poduzetništvo kao rezultat svoga izbora, dok žene iz siromašnih zemalja preferiraju zaposlenje u odnosu na vlastito poduzeće. No, najvažnije je da se kretanjem zemalja prema višem životnom standardu mijenja i uloga žena: tako one od promatračica postaju aktivne sudionice u gospodarskoj areni.¹⁶

LITERATURA

“Poslovna žena - društveni položaj, karijera, obitelj”, Krug - Hrvatska udruga poslovnih žena, Zagreb, 2002.

“Žene i poduzetništvo”, World Learning STAR Network, Zagreb, 2002.

“Kako postati poduzetnica”, World Learning STAR Network, Zagreb, 2002.

“Izveštaj o situaciji u Republici Hrvatskoj” za Konvenciju o eliminaciji svih oblika diskriminacije prema ženama (CEDAW) za 2003. godinu

“Through the Glass Ceiling - Promotion Barriers in Business”, izvještaj na temelju odgovora 5,797 članica OWAD-a (*A One-Word-A-Day*) - mreže PSA International Training Consultants-a, predstavljen u rujnu 2003.

INTERNETSKI IZVORI

www.businesswomen.hr (Internetska stranica Udruge poslovnih žena Hrvatske “KRUG”)

www.gemconsortium.org (Pia Arenius i Maria Minniti: “Women and Entrepreneurship” u Global Entrepreneurship Monitor - GEM Global Executive Report 2002. i 2003.)

www.gemhrvatska.hr (GEM izvještaj za Hrvatsku 2002. “Što Hrvatsku čini (ne)poduzetničkom zemljom?”)

www.mingorp.hr (Projekt “Poduzetništvo žena za 2004. godinu”)

www.poduzetna.hr (specijalizirani Internet portal za poduzetnice)

www.womanowned.com (statistika o ženskom poduzetništvu u Sjedinjenim Američkim Državama)

¹⁵ Početkom 2000-ih postojala su razmišljanja o potrebi osnivanja “ženskog inkubatora”. Kako se radi o izuzetno skupoj inicijativi, koja zahtijeva potporu s više strana, jednostavniji način otvaranja ove mogućnosti ženama je putem omogućavanja njihova ulaska u već postojeće uspješne inkubatore.

¹⁶ GEM 2003. (www.gemconsortium.org)

INFORMACIJE PRIKUPLJENE NA TRENIZIMA, KONFERENCIJAMA, I PREZENTACIJAMA:

Prezentacija preliminarnog GEM izvještaja za 2003. godinu za Hrvatsku na konferenciji "Franchising: novi horizonti u evoluciji poduzetništva", 17. 4. 2004.

"Spolna nediskriminacija i jednakost plaća", izvještaj Udruge za istraživanje tranzicije k demokraciji (ToD) predstavljen na okruglom stolu održanom 29. 1. 2004. u Zagrebu.

Različiti materijali i informacije s konferencije "Partnerships, Clusters of Enterprises and Cross-Border Cooperation in the Hrvatska Kostajnica Region", održane 6. travnja u Hrvatskoj Kostajnici.

Različiti materijali i informacije s trening programa Međunarodne organizacije rada (International Labor Organization - ILO): Training for BDS providers and promoters of women entrepreneurship development /WED/: "How to Become a Better Business Advisor", održanom od 4. - 15. kolovoza 2003., u International Training Centru, Torino, Italija

GRAFIČKI PRIKAZ:

Grafički prikaz: "Novootvorena poduzeća prema rodu poduzetnika" (*Start-ups by nascent entrepreneur gender 2000. - 2003.*), GEM izvještaj za 2003. (www.gemconsortium.org)

SPECIFIČNOSTI POLOŽAJA ŽENA UNUTAR PODUZETNIČKIH STRUKTURA / POSLOVNOG SEKTORA

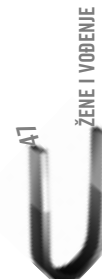
Blaženka Vuk

Preobražaj s netržišnog na tržišno gospodarstvo, gotovo uvijek prati gospodarska kriza koja uzrokuje nezaposlenost, a nažalost žene su u cijelom svijetu one koje prve ostaju bez posla. U novoj situaciji prisiljene su same pronaći način na koji će sebi osigurati posao. Za veći broj žena samozapošljavanje u sklopu novonastalog malog poduzetništva način je na koji izlaze iz kluba nezaposlenih, uvodeći tako u poslovni rječnik novi pojam - *žena poduzetnica*.

Jedan od novijih izvještaja kojim je obuhvaćeno devet zemalja upućuje na to da žene vode ili su pokrenule svaki četvrti novi posao. Mnoge žene, poput svojih kolega poduzetnika, posjeduju kreativnost, stručna znanja i vještine potrebne za pokretanje novih poslova, visoko su obrazovane, sklone preuzimanju rizika i imaju razvijen poduzetnički duh, ali često nemaju s muškarcima ravnopravan pristup zajmovima, izobrazbi, informacijama, bez čega nema ni uspješnog vođenja poslova. No unatoč sporim gospodarskim promjenama, u Hrvatskoj je među poduzetničkom i menadžerskom elitom sve više žena.

Pojava poduzetnica u proteklih dvadesetak godina u razvijenom svijetu usko je povezana s demokratizacijom društva, točnije s izjednačavanjem muških i ženskih prava, prije svega prava na izobrazbu. Šezdesetih godina samo je 5% žena bilo među magistrima znanosti, a danas žene čine između četrdeset i pedeset posto polaznika specijaliziranih poslijediplomskih poslovnih programa. Ta je promjena u razvijenim zemljama svakako bitan činitelj ulaska žena u svijet poduzetništva.

U početku žene su uglavnom ostajale u tradicionalnim ženskim zanimanjima (proizvodnja hrane, kozmetika, moda) i zarađivale su manje od muškaraca zaposlenih na istim poslovima. A kada su se i stručno obrazovale, bile su češće liječnice, pravnice, učiteljice, socijalne radnice ili sveučilišne profesorice. Tek otvaranjem centara za izobrazbu menadžera žena, one sve više ovladavaju novim stručnim znanjima iz područja financija, marketinga, upravljanja, strategije i razvoja i ravnopravno konkuriraju muškarcima na poslovima financiranja, osiguranja, proizvodnje i građevinarstva.



Ulazak u poduzetničke vode zahtijeva neprestano stručno obrazovanje i usavršavanje znanja, ali i praktičnih vještina, bez kojih je nezamislivo vođenje i održiv rast i razvoj poslovanja. Budući da u Hrvatskoj stručnih sadržaja iz područja poduzetništva uopće nema u obveznim osnovnoškolskim programima, a samo su dijelom zastupljeni u nekim srednjoškolskim programima (program ekonomista/ekonomistica, komercijalista/komercijalistica, tajnika/tajnica), za stjecanje stručnih znanja i praktičnih vještina iz područja poduzetništva otvara se sve više privatnih poslovnih škola s tim programom. Zbog lakšeg i bržeg usvajanja novih znanja u mlađoj životnoj dobi, preporuka je OCDE-a da se poduzetnički sadržaji uvedu što ranije u obvezni program, što ujedno olakšava izbor budućeg zanimanja kao i otkrivanje talenata kod djece. Za brži razvoj ženskog poduzetništva nužno je programe poduzetničkog osvježavanja poduprijeti programima koji promiču ravnopravnost spolova, kako bi se otklonili spolni stereotipi. Ništa manje nije važno ni mijenjati metode učenja i podučavanja. Metode učenja koje se preporučuju, a potiču poduzetnički duh jesu:

- preuzimanje odgovornosti,
- učenje iskustvom,
- skupni rad,
- rješavanje problema i prihvaćanje pogrešaka.

Uz to za dugotrajan uspjeh u poslu nužno je, radi usvajanja novih znanja i razumijevanja poslovnih procesa, trajno obrazovanje onoliko dugo koliko se ostaje u poslu. Naime, to zahtijevaju sve brže promjene u poslovnom okruženju kao što su: razvoj novih tehnologija, širenje tržišta, novi informacijski i komunikacijski procesi. Stoga je ženama koje se ulaskom u posao počinju susretati s konkretnim poteškoćama, nužno nakon formalnog obrazovanja osigurati i stručno usavršavanje čiji su sadržaji iz područja poslovnih aktivnosti sve više zastupljeni u programima za usavršavanje odraslih u zapadnoeuropskim zemljama. Poslovne udruge brže prepoznaju potrebe i važnost novih znanja te brže i djelotvornije organiziraju dodatno, neformalno obrazovanje. One zajedno s nevladinim udrugama provode obrazovanje koje je ključno za održiv ekonomski razvoj i obuhvaća vještine, znanja, "know-how", simulacije inovacija, utjecaje na socijalizaciju i način prilagodbe promjenama.

Dodatno obrazovanje poduzetnica mora uvažavati njihove posebnosti. Žene imaju različita iskustva, potrebe i preferencije, a od muškaraca razlikuju se i u načinu odlučivanja. Još uvijek više od muškaraca napuštaju posao kako bi se brinule o djeci, a povratak na posao nerijetko je bolan i gori od samog početka jer se ponovno moraju dokazivati. Stoga poduzetnice trebaju učiti na iskustvima žena poduzetnica. Iskustva Australije, Kanade i SAD-a upućuju na to da u učenju žene:

- prednost daju neformalnijim iskustvenim programima,
- žele učiti od žena,
- žele mentorice i pomoć drugih žena,
- rado prihvaćaju "follow-up" programe.

Općenito, iz međunarodnoga iskustva proizlazi da žene koje sudjeluju u takvim programima više vole imati ženu kao voditeljicu. Poslovno iskustvo i zapreke s kojima su se voditeljice susretale u vlastitoj karijeri ulijevaju polaznicama dodatno povjerenje.

Potreba osmišljavanja i donošenja posebnih mjera za poticanje ženskog poduzetništva u Hrvatskoj ističe se u dokumentu Vlade RH o strategiji razvoja "Hrvatska u 21. stoljeću", a 2003. godine Ministarstvo za obrt, malo i srednje poduzetništvo pokrenulo je program poticajnih mjera za razvoj poduzetništva za žene i mlade.

Zastupljenost i ulogu žena u poduzetničkom svijetu ilustriraju sljedeći pokazatelji:

1. Rezultati istraživanja u 2002. godini u 37 zemalja diljem svijeta obuhvaćenih međunarodnim projektom GEM ("Global Entrepreneurship Monitor") upućuju na to da su uglavnom muškarci još uvijek u svim zemljama aktivniji u poduzetništvu od žena. Na Tajlandu odnos muškaraca i žena u poduzetništvu je podjednak, dok je u Japanu pet puta više muškaraca poduzetnika. Prosjek za sve sudionice projekta je 1,8 puta više poduzetnika nego poduzetnica, a kod nas taj je odnos tri prema jedan.
2. Muški poslodavci u Hrvatskoj smatraju da su žene nesposobne za visoke upravljačke funkcije, nalaz je istraživanja koje je krajem 2002. godine provela profesorica Leinert Novosel s Fakulteta političkih znanosti. Prema tim rezultatima poslodavci i poslodavke u većini slučajeva slažu se da su žene odanije, uspješnije u komunikaciji, poslušnije, sklonije timskom radu i više se brinu za međuljudske odnose. Međutim, mišljenja se bitno razlikuju kada je riječ o ključnim menadžerskim sposobnostima. I jedni i drugi smatraju da su kreativnost, hrabrost, samostalnost u donošenju odluka i usmjerenost ka cilju isključivo osobine njihova spola.
3. U 2003. godini na Internet stranicama *Moj Posao* provedeno je istraživanje 1107 ispitanika o muškarcima i ženama koje potvrđuje još uvijek neravnopravan položaj žena u poslovnom svijetu, od mogućnosti zapošljavanja do razlika u plaći za istu vrstu posla. Čak 90% ispitanica i samo 30% ispitanika smatra da bi im iznošenje namjere o osnivanju obitelji u skorijoj budućnosti prilikom razgovora za posao smanjilo izgleda za zapošljavanje. Muškarci imaju još uvijek veće mogućnosti profesionalnog napredovanja, prema ocijeni 71% ženskih i 48% muških ispitanika. Čak 61% ispitanica i 39% ispitanika smatra da su muškarci bolje plaćeni od žena.

Ipak, hrvatske poduzetnice, kako same kažu, iako su još uvijek prisiljene razmišljati kao muškarci, svojom su se samouvjerenošću, hrabrošću, odlučnošću, sposobnošću brzog donošenja odluka, potrebom za neprekidnim učenjem, spremnošću za poslovne izazove, fleksibilnošću u odnosima s kolegama, inovativnošću, razvijenim komunikacijskim vještinama, predanošću timskom radu, agresivnošću prilikom izlaganja svojih ideja, uspjele nametnuti poslovnom svijetu koji je još uvijek rezerviran za muškarce.



3. 4. U civilnom sektoru

PREGLED ŽENSKOG AKTIVIZMA U HRVATSKOJ 90-TIH

FEMINISTIČKI POKRET U HRVATSKOJ U DRUGOJ POLOVICI 20. STOLJEĆA

**1978. KONFERENCIJA
DRUG-CA ŽENA**

Lidija Sklevicky, Rada Iveković, Slavenka Drakulić, Vesna Kesić, Ruža Dilić-First, Đurđa Milanović, Gordana Cerjan Letica iz Zagreba, Nada Ler Sofronić iz Sarajeva, Žarana Papić, Sonja Drljević, Jasmina Tešanović, Dunja Blažević, Lina Vušković, Sofija Trivunac, Lepa Mladenović, Vanda Krajinović iz Beograda, i mnoge druge.

Iz Italije, Francuske i Velike Britanije: Christine Delphi, Diana Leonardh, Dacia Maraini, Carla Ravaioli, Elisabetta Rasy.

**1979. SEKCIJA ŽENA I
DRUŠTVO DO SREDINE
80-TIH**

**FEMINISTIČKA INICIJATIVA
PRI SVARUNU 1986.-1989.**

**ŽENSKA GRUPA
TREŠNJEVKA
1986.-1990.**

**“LILA“ LEZBIJSKA
INICIJATIVA**

**3.3.1988.
SOS TELEFON ZA ŽENE I
DJECU ŽRTVE NASILJA**

**KRAJEM 1988.
ŽENSKA POMOĆ SADA**

**14.12.1990.
SKLONIŠTE (ŽENSKA
POMOĆ SADA) DO SVIBNJA
1992.**

**KRAJEM 1988.
ŽENSKA POMOĆ SADA
1992.**

5. 12. 1992. Centar za žene žrtve rata

23. 12. 1992. Ženska infoteka

1. 4. 1994. B.a.B.e.

1994. Ženska ad hoc koalicija za izbore

13. 2. 1995. Centar za ženske studije

8. 3. 1997. CESI

Materijal preuzet iz modula “Žene i moć”, provedenog u projektu “Žene i vođenje“

1000 ŽENA KANDIDATKINJA ZA NOBELOVU NAGRADU ZA MIR 2005.

1000 žena kandidatkinja za Nobelovu nagradu za mir 2005. godine pokrenula je i inicirala Dr. Ruth-Gaby Vermot-Manglod sa članicama Swisspeace, Instituta za mirovna istraživanja iz Švicarske. Projekt je izrastao iz želje da rad i djelovanje brojnih mirovnih aktivistkinja diljem svijeta, koje vrlo često iziskuje iznimnu hrabrost, postane vidljivo svjetskoj javnosti. Od 1910. kada je ustanovljena Nobleova nagrada za mir, samo je deset žena dobilo tu nagradu. Inicijativa će odabrati 1000 žena iz cijeloga svijeta, iz različitih područja aktivnosti i nominirati ih za Nobelovu nagradu za mir koja će se dodjeljivati 2005. Nominirane će biti žene čiji rad i djelovanje pomaže održivosti mira u svijetu, a zasniva se na vrijednostima tolerancije, odgovornosti i moralne hrabrosti.

Međunarodna skupina žena dobro upućenih u funkcioniranje ženskih mirovnih inicijativa delegirana je da koordinira selekciju i odabir potencijalnih kandidatkinja. Kriteriji su utvrđeni na način da budu zastupljeni različiti modusi ženskih mirovnih aktivnosti diljem svijeta. Nema garancije da će neka od odabranih kandidatkinja dobiti Nobelovu nagradu, ali će svjetska javnost biti upoznata s njihovim radom i životom. S druge strane, kroz sudjelovanje na projektu njihove će aktivnosti biti dokumentirane, čime će se smanjiti mogućnost da padnu u povijesni zaborav. Svaka individualna priča će postati vidljiva uz pomoć brojnih umjetnika koji će sudjelovati na projektu; filmaša, novinara, pisaca. Upravo će tih 1000 žena biti te koje će svim onim zapostavljenim, zanemarenim i zaboravljenim ženama diljem svijeta, čiji mirovni rad ostaje nevidljiv i nepriznat, pokušati dati dignitet i vjerodostojnost.

EUROPSKI ŽENSKI LOBI

Europski ženski lobi najveća je europska mreža nacionalnih i regionalnih ženskih organizacija s više od 3000 članica.

Organizacija je osnovana 1990. g. kao odgovor na nedovoljnu participaciju žena u najvišim političkim tijelima EU. Europski ženski lobi monitorira aktivnosti vezane uz promjene legislative na razini EU i inicira akcije s ciljem dostizanja jednakosti između muškaraca i žena unutar europske političke arene. Koalicija također djeluje kao spona između donositelja odluka te nacionalnih i lokalnih organizacija. Djelovanje Europskog ženskog lobija je osobito značajno u svjetlu širenja i povećanja važnosti Europske unije. Koalicija ima zadaću osigurati da će načela spolne i rodne jednakopravnosti biti poštivana u procesu širenja članstva EU.

U okviru aktivnosti vezanih uz promociju ravnopravnosti spolova, ženskih prava te europsku socijalnu politiku, Europski ženski lobi radi na promoviranju kandidatkinja za europske parlamentarne izbore. Europski ženski lobi potiče članice organizacije da lobiraju kod njihovih nacionalnih vlada za uključivanje jednakog broja kandidata i kandidatkinja na izborne liste. U nastojanjima da koordinira akcije na nacionalnim i na europskoj razini, Europski ženski lobi je na njihovim Internetkim stranicama učinio dostupan "Lobbying Kit", koji između ostalog sadrži podržavajuće argumente za paritetnu demokraciju te smjernice za sudjelovanje žena u vođenju europske politike. U "Lobbying Kitu" se također nalazi pismo za lobiranje i upitnik za političke stranke.

ŽENSKE AKCIJE NA NACIONALNOJ RAZINI

ŽENSKA MREŽA HRVATSKE

Ženska mreža Hrvatske osnovana je 1996. godine u Poreču i predstavlja savez ženskih organizacija koje se slažu oko osnovne pretpostavke da je žensko pitanje u Hrvatskoj neriješeno i marginalizirano te da treba raditi na unaprjeđenju položaja žena. Sastoji se od četrdeset sedam ženskih organizacija i zastupljene su sve županije. Od izbora 1995., ženske grupe koje su ujedno i članice Ženske mreže, sustavno djeluju i organiziraju se prije parlamentarnih izbora u Žensku ad hoc koaliciju za monitoriranje stranačkih programa te istupaju u javnosti potičući biračice da aktivno i odgovorno pristupe izborima. Kako je prisutnost žena na lokalnim izborima znatno manja, nego li je to slučaj s parlamentarnim izborima, Ženska mreža Hrvatske počela se već pripremati za lokalne izbore koji će biti održani 2005.

Kako u Ženskoj izbornoj platformi stoji da je jedan od temeljnih ženskih interesa “ostvarenje prava na školovanje, rad, zaradu i punu zaposlenost”, jedna od kampanja Ženske mreže je i ona za zagovaranje rodno osjetljivog obrazovnog programa “Ide vrijeme, prođe rok ...” Cilj kampanje je uklanjanje diskriminacije i promicanje tolerancije u okviru školskih programa te uklanjanje stereotipa vezanih uz ulogu žena u društvu i obitelji.

Platforma za promjenu osnovnoškolskog obrazovnog programa uključuje zahtjeve za:

1. obrazovanje o ljudskim pravima, nenasilju, miru i toleranciji u redovite školske programe i udžbenike,
2. razvijanje programa sustavnog obrazovanja o jednakosti spolova i spolnosti,
3. uklanjanje stereotipa o spolnim / rodnim ulogama; uvažavanje prava na različitost; kritičko propitivanje patrijarhalnog sustava vrijednosti,
4. provođenje edukacije nastavnika/ica radi podizanja svijesti o nužnosti promoviranja ravnopravnosti spolova,
5. otvaranje škola za suradnju s kvalitetnim programima građanskih inicijativa - radionice, predavanja, prezentacije za učenike/ice i nastavnike/ice,
6. procjenjivanje otvorenosti za učenje i dijalog te senzibiliziranosti za ljudska prava osoba koje se zapošljava i imenuje u Ministarstvo prosvjete i sporta.

Aktivnosti u okviru kampanje započele su sredinom 2003. i odvijaju se na području čitave Republike. Sastoje se od uličnih akcija u kojima sudjeluju učenici i učenice osnovnih škola, okruglih stolova te produkcije promotivnog materijala. Iako se komunikacija s Ministarstvom prosvjete i sporta još uvijek ne odvija na željeni način, prvi rezultati kampanje su već polučeni; iz “Čitanke za 5. razred osnovne škole” iz koje su se najčešće izdvajali primjeri seksizama i rodne stereotipizacije, neki sadržaji su izbačeni, a neki naknadno uneseni.

Za detaljnije informacije o Ženskoj mreži Hrvatske pogledati Internet stranicu: www.zenska-mreza.hr

3.5. U Medijima

MEDIJSKA PREZENTACIJA ŽENA NA VODEĆIM POZICIJAMA STEREOTIPI, STEREOTIPI, STEREOTIPI

Suzana Kunac

Nedovoljna prisutnost drugih i drugačijih žena od onih koje preplavljaju medijske sadržaje može se staviti u kontekst nekoliko ključnih društvenih procesa.

Prvi proces je podjela na privatno i javno. Krilatica “privatno je političko” - sadrži argumentaciju da individualno, kao i političko (javno) djelovanje izvire iz privatne sfere i naslanja se na nju te je logična konzekvenca da muškarci koji su dominantni u privatnoj sferi, budu dominantni i u sferi javnosti.

Iako su žene osvojile neka područja javnosti - ta područja su dugo ostala neprimjećena. Sve veći broj žena na tržištu rada te sve veći broj žena koje se školuju ukazuju na specifična, premda “nepolitična” područja javnosti gdje žene mogu djelovati prije formalnog stupanja u politički dio javne sfere.

Poslovi koje žene obavljaju u većini slučajeva su samo ekstenzija poslova koje su žene tradicionalno obavljale unutar obitelji (odgoj, zdravstvena i socijalna skrb, skrb o djeci, mladima i starijima). Istovremeno, prema jednostavnoj podjeli na upravljačke i izvršne poslove “ženski” poslovi su ipak najčešće izvršni te u igri velikih brojeva i dominacije muškaraca na ključnim funkcijama, gube na značaju i medijskoj atraktivnosti.

“Feminizacija poslova je još jedan vid globalne funkcionalnosti postojeće podjele uloga, rada i društvenih komponenti u industrijskim društvima, osobito dodjeljivanje obiteljskog, kućanskog posla i skrbi te privatne sfere ženama, a javne djelovanju muškaraca.” (Inga Tomić Koludrović, “Privatne žene, javni muškarci”, 2000.) Dr. Inga Tomić Koludrović zaključuje da moderna podjela privatno / javno ima sva lica koja su izrazito spolno profilirana. Ideologija privatnosti koja se vezuje u velikoj mjeri uz obitelj ima tendenciju proizvodnje partikularne individue. Ta ideologija zahvaća i muškarce i žene, premda je žene, zbog težeg ostvarenja priznanja izvan obitelji i zbog snažnije identifikacije s obiteljskim životom kao njihove primarne djelatnosti, teže svladavaju. To znači da su žene, više nego muškarci izložene partikulaciji svojih interesa i da teže nego muškarci artikuliraju svoj društveni položaj u javnosti. Žene teže prevladavaju partikularnost i stoga ne igraju dobro uloge stvarnih individua, odnosno do te im igre nije toliko stalo kao muškarcima. Kada uz to još dodamo prevladavajuće javno mnijenje koje već dugo krivi zaposlene, posebno ambiciozne žene da zanemaruju svoje dužnosti kao žene i majke, još je jasnije zašto su uspješne žene sklonije izabrati šutnju u javnom prostoru.

Drugi proces koji je zanimljiv za hrvatski kako društveni, tako i medijski kontekst je proces depolitizacije i repatrijalizacije žena .

“U egzistencijalno ugroženom okolišu, zbog masovne nezaposlenosti i niskog standarda, te nepostojanja selekcijskih okolnosti za aktiviranjem potencijala u produktivnom smjeru, žene se ‘vraćaju’ u obitelj. Zbog smanjenja radnih mjesta i izuzetno velikog broja žena koje su izgubile posao... one provode vrijeme kod kuće čekajući da im se posao ponovo aktivira, pa su postale ‘prisilne’ povratnice u obitelj. To povlačenje u obitelj i privatnost niti je dobrovoljno, niti potpuno... Od žena koje ‘čekaju’ i koje su trenutno u ‘kući’ muškarci istodobno očekuju da preuzmu još više dodatnih kućanskih poslova. Takva vrsta pritisaka na žene da ograniče svoje ambicije na obitelj i privatnost jača kompenzatorsku ulogu obitelji i to na račun sve brojnijih emancipacijskih, kritičkih i političkih djelovanja obitelji i privatnosti. Na taj se način žene neminovno još značajnije depolitiziraju, discipliniraju i domestificiraju, što služi daljnjem perpetuiranju patrijarhalne strukture moći u odnosima spolova.” (Tomić-Koludrović, Kunac, 2000.)



Mediji nisu imuni na ideološke i ekonomske društvene promjene. Medijski odgovor na ideologiju koja zagovara vraćanje obiteljskim vrijednostima za žene bio je poslušničko i spremno oblikovanje i osnaživanje tradicionalnih ženskih uloga, posljedica čega je vrlo brza uspostava seksitičkog i stereotipnog prikazivanja žena.¹

Tako se promjena hrvatske društvene stvarnosti odrazila i na promijenjenu percepciju ženskih uloga u tranzicijskom društvu. Pokazalo se da žene imaju sve manju društvenu vrijednost, da su svedene na svoju reproduktivnu funkciju i fizički izgled. Istovremeno mediji su mnogo učinili na idealiziranju atributa ljepote, plodnosti, posvećenosti domaćinskim poslovima. Mnogi "mainstream" mediji i dalje perpetuiraju negativne stereotipe o ženama. Stereotipni izbor tema o ženama u medijima uključuje ljepotu, modu, recepte, kako privući ili zadržati muškarca, tračeve, kuhinju i horoskop (pogledati - www.crow.hr).

Treći proces koji se ne smije zanemariti je ekonomski - otvaranje slobodnog medijskog tržišta. Na prezentaciju žena u medijima utjecali su globalni medijski i tržišni trendovi.

Početak '90-tih u globalnom kontekstu dolazi do otvaranja tržišta za televizijske mreže kako bi se omogućilo povećanje kompeticije na lokalnoj i globalnoj razini.

Kako se povećavalo rivalstvo, televizijske mreže su u programe uključivale najniže denominatore javnog ukusa. Širenje satelitske komunikacije omogućilo je dotad nezamisliv broj televizijskih kanala u mnogim državama te ojačalo moć medija da utječu na ideje i ponašanje na svim društvenim razinama.

Ideologija slobodnog tržišta u medijskom prostoru značila je brzo prepoznavanje i pretvaranje medija u reklamne prostore. Takav razvoj nadalje ima nevjerojatne implikacije na vrstu sadržaja koje publika može očekivati od medija.

Žene su oduvijek bile velik prodajni element za sve komercijalne medije na svijetu. Brzina s kojom se komercijalizacija uvukla u prije strogo kontrolirane medijske sustave dovela je do kvalitativno novih slika i aspiracija za žene u društvu. Analize su pokazale da komercijalni mediji daju više pažnje ženskim temama, nego je to bio slučaj s medijima koje je kontrolirala država. No, tendencija je senzacionalističko prikazivanje žena kao žrtava i pasivnih objekata, a mnogi prilozi "otežani" su s nepotrebnim detaljima nasilja i seksa.

JADRANKA KOSOR - MEDIJSKI IDEAL TIP

Ženska infoteka je za vrijeme predizborne kampanje analizirala priloge emitirane u informativno-političkoj TV emisiji Dnevnik III (središnja informativna emisija 1. programa HTV-a, s početkom u 19:30 sati).²

Ovo istraživanje samo je još jedan dokaz o podzastupljenosti žena u medijima. Naime, od ukupno 254 osobe - o kojima se u mediju izravno govorilo, bile su spomenute ili citirane samo 33 žene. Izraženo u postotcima, ukupna zastupljenost žena u razdoblju predizborne kampanje u uvaženom informativno-političkom Dnevniku bila je 13% žena, naspram 87% muškaraca. Samo dvije političarke su dobile priliku izravno govoriti: Marina Matulović Dropulić i Nansi Ivanišević.

Tema koje su žene jedine nositeljice jest naravno roditeljstvo (0,6%), a ta je tema spomenuta samo jednom u navedenom razdoblju.

Grupa za ženska ljudska prava - B.a.B.e. napravila je još 1997. analizu sadržaja najčitanijih dnevnih novina ("Vjesnik", "Večernji list", "Novi list" i "Slobodna Dalmacija").

Od 1846 osoba spomenutih toga dana, u sve četiri dnevne novine - 1526 osoba je muškog, a 326 ženskog roda. U "Vjesniku" je spomenuto 19% žena, u "Večernjem listu" 20%, u "Slobodnoj Dalmaciji" 17%, a u "Novom listu" samo 13%.

¹ Esma Trejic - Center for Russian and East European Studies, "Representation of Croatian women in the media", 2001.; B.a.B.e., "Elektorine", Zagreb, 2000; Izbori u Hrvatskoj 2000: Izbori u medijima, Ženska infoteka, Zagreb, 1999.

² Korištena metoda prilikom analize koja je obuhvatila 8 Dnevnika koji su ukupno sadržavali 154 priloga, bila je analiza sadržaja. Osnovni ciljevi istraživanja bili su utvrditi noseće teme, o kojim temama žene govore i općenito o zastupljenosti žena i muškaraca u medijima.

Postotak žena o kojima se u dnevnim novinama piše možemo ocijeniti kao porazan, usporedimo li ga s postotkom osoba muškog roda koje su prisutne u medijskim sadržajima, zaključile su autorice studije. Studija je nadalje pokazala da se unutar različitih tematskih područja najviše žena nalazi u tekstovima vezanim za umjetnost ili zabavu, sport i socijalnu te zdravstvenu problematiku. U nekim ih temama uopće nema: nacionalna obrana, religijska pitanja, ljudska prava, stambena problematika, pobune i demonstracije.

Listovi se međusobno razlikuju, što se može vidjeti po (ne)pokrivenosti nekih tema, ali prisutnost žena kao stručnjakinja, odgovornih osoba koje su u stanju artikulirati određene stavove i ponuditi neka konstruktivna rješenja, gotovo je zanemariva. U politici i ekonomiji žena je izuzetno malo. U niti jednoj temi žene ne nose prevagu i nisu uspjele dostići muškarce, osim u standardnoj stereotipnoj ulozi vezanoj uz socijalnu skrb i zdravlje.

Podzastupljenost i stereotipizacija te umanjivanje društvene vrijednosti žena u hrvatskom medijskom prostoru nisu se bitno promijenili od početka tranzicijskih procesa.

Jedan od indikatora aktualne nevidljivosti visokopozicioniranih žena je neprepoznatljivost rada političarki koja se jasno vidi iz istraživanja Centra za ženske studije "Žene u politici: kako ih građani/ke vide?" (2004.)

Naime, 60 % građana i građanki obuhvaćenih ovim istraživanjem odgovorilo je da nisu dovoljno upoznati s radom političarki. Ovakav rezultat nije iznenađujući jer u predizbornoj kampanji, kao kulminaciji dijaloga o relevantnim društvenim temama, samo su dvije žene imale priliku progovoriti u najgledanijoj dnevno-informativnoj emisiji.

Kako bi dodala samo još jedan argument o nestvarnom, neobjektivnom i patrijarhalnom prezentiranju žena u medijima - napravila sam kratku indikativnu analizu sadržaja vizualnog materijala - fotografija (jer jedna fotografija zamjenjuje 1000 riječi) u trima dnevnim novinama: "Jutarnjem listu", "Novom listu" i "Večernjem listu" (petak, 12. ožujka, 2004. godine).

U "Jutarnjem listu" je objavljeno 115 - fotografija, od čega su na 10 fotografija prikazane žene.³ U "Novom listu" je 93 fotografija, od toga samo 14 prikazuje žene⁴, a u "Večernjem listu" je 85 fotografija, a od toga 11 žena.⁵

Dakle, oko 10% vizualnog materijala prikazuje žene, od čega ih je najveći broj iz svijeta zabave - 12 fotografija ukupno (manekenke, TV voditeljice, glumice, porno zvijezde, pjevačice, plesačice...), 7 je visokopozicioniranih žena - 3 političarke, 1 doktorica medicine, 1 glasnogovornica ICTY-a i glasnogovornica pravobranitelja za djecu, 6 ih je iz sporta, a 1 je kreativna mlada žena Ivana Popović - modna kreatorica i likovna umjetnica, dok 5 fotografija prikazuje bezimene žene.

Kako nas je zanimala eventualna promjena odnosa medija prema ženama, od onog što su B.a.B.e. prvi put utvrdile još 1997. godine, važno je napomenuti da od 3 političarke - jedna se nalazi kao fotografija u

³ Žene na fotografijama su: umirovljenica Marija Keršek, koja je na Britanac svratila po namirnice, 3 djevojke bez imena i prezimena, na pozornici iza njih znak Dore (hrvatskog festivala zabavne glazbe), poluobnažena somalijska manekenka i književnica Waris Dirie (žrtva nasilja), Vlatka Pokos (TV voditeljica), Lucija Stamač (glumica), Nadya Styger - pobjednica u superveleslalomu, "atraktivna Havajka Margaret Vakasausau u akciji za poen Šibenčanki" (odbojkaška utakmica Tifon Azene i Šibenik Free Porta), Iva Majoli (pobijedila je Melindu Czink iz Mađarske), Dolly Buster (češka kraljica pornofilмова pokrenula je kampanju da postane članicom Europskog parlamenta), Ulla Tiliigren (glasnogovornica Ureda pravobranitelja/ice za djecu).

⁴ Žene na fotografijama su: nekoliko žena od kojih jedna briše suze, a ispod fotografije piše "suze na protuterističkim demonstracijama", mala fotografija (kao za osobnu kartu) Željke Antunović (saborske zastupnice SDP-a), velika fotografija Jadranke Kosor (potpredsjednice Vlade RH), Ruskinje prolaze pored plakata s knjigama o ruskom predsjedniku (dvije ruske djevojke gledaju u plakat na kojem dominira fotografija ruskog predsjednika Putina), prosvjednica izražava svoju podršku Britancima puštenim iz Guantanama (bijeli papir s natpisom "set them free, end the torment" - prelazi preko cijelog ženinog lica), Renata Sopek (manekenka i hostesa HTV-ovog Binga, prelazi na RTL televiziju), ispod fotografije piše "prognoza više neće biti ista", Vanda Jirašek i grupa Chante - 5 mladih djevojaka koje nastupaju na Dori, Lana Jurčević - na podiju Dore u plesnom okretu u toliko kratkoj haljinici da joj se vide gaće (haljina žuta, gaće crvene), Renate Gotschi s dvama malim globusima - za superveleslalom u ovogodišnjoj sezoni, Iva Majoli "napokon pobjeda", košarkašice Gospić - timska fotografija, Vlatka Pokos (gola u autu, pokrivena samo fascioklom), portret Lucije Stamač, Ivana Popović - portret.

⁵ Prikazane žene su: dr. Adriana Vince (ispod fotke piše: "devet štćenika Centra Staničić primljeno u zagrebačku Kliniku za infektivne bolesti"), Severina, Florence Hartmann, veća fotka s naslovnice - dvije žene od kojih je jedna medicinska sestra bez imena, a druga je dr. Adriana Vince, 4 žene koje rade u tvornici (ispod piše "za radnike Belja opet nema plaće"), žena bez imena u poluprofilu s čašom u ruci (ispod piše: "jučer na predstavljanju zelinske kraljevine koja kreće u osvajanje tržišta"), Vesna Škare Ožbolt (fotka unutar križaljke), Iva Majoli (ispod piše "napokon pobjeda"), Nadia Styger (piše ispod: "velika pobjeda Švicarke"), Severina u donjem rublju, Dolly Bluster.

križaljci (dakle Vesna Škare Ožbolt kao medij zabave), Željka Antunović je prikazana malom fotografijom kao za osobnu kartu, a pripadajući tekst je kratka izjava, dok je tek nešto veću pažnju dobila Jadranka Kosor, čiji rad je tema i teksta.

Sve objavljeno o uvjetno rečeno visokopozicioniranim ženama u dnevnom tisku ne bi prešlo više od jedne stranice novina, na osnovu čega možemo zaključiti da ova kratka analiza (koja je samo trebala poslužiti kao indikacija stanja) pokazuje nepromijenjeno stanje u medijima od onog iz 1997.

Jedina visoko pozicionirana žena koja je dobila nešto značajniji medijski prostor je Jadranka Kosor - jedina žena koja od početka mandata Vlade Ive Sanadera ima punu medijsku pažnju.

(Sve)prisutnost Jadranke Kosor u hrvatskim medijima ironijski komentira kolumnistica "Globusa" Tanja Torbarina: "Što se tiče Jadranke Kosor i dalje je aktivna. Prošli tjedan uručila je invalidima ključeve stanova koje je izgradila prošla vlast. Ovaj tjedan slikala se s umjetnim pužnicama koje su nabavljene prije ove vlasti. S obzirom na takve lagane kleptomanske poteze očekuje se da će ovih dana na neku foru otimati ljudima očale koje im je davno dalo socijalno. Da bi ih pred kamerama svečano ljudima vraćala. Možda joj ruka krene i prema gebisima. Ministrici je stalno na pameti povećanje nataliteta. Za očekivati je da će u posebno dirljivoj televizijskoj emisiji zamoliti Hrvatice da premijera pozdravljaju burnim ovulacijama. S obzirom da učestalo spopada ljude kad im je najteže i pojavljuje se na nekoliko stotina različitih mjesta, s vremenom će se spontano javiti potreba osnivanja Stožera za obranu od Jadranke Kosor. To se može očekivati sljedeći tjedan. ...Članovi i simpatizeri Stožera skupljali bi članarinu iz koje bi se plaćale obavijesti kad neće nastupati na televiziji. I gdje se neće pojaviti. Plaćanja članarine bili bi oslobođeni svi građani kojima se, usprkos pozivima upomoć, Stožer za obranu od Jadranke Kosor nije uspio odazvati...."

Iz svega do sada rečenog upravo je Jadranka Kosor idealan model za medijsku eksploataciju - visokopozicionirana političarka u vladajućoj stranci na "najbolji" mogući način koristi stereotipe o ženama kao o njegovateljicama, poslušnicama (neupitna je njena odanost premijeru, a i voli njegovu čvrstu ruku), onima koje skrbe o obespravljenima, nemoćnima, djeci i svima onima kojima je "majčinska" briga potrebna. Željka Antunović (SDP) nije niti upola zaslužila svojim radom toliku medijsku pozornost!

B.a.B.e. su u studiji iz 1997. zaključile da analiza hrvatskih medija, a posebice dnevnih novina donosi poražavajuće rezultate: stereotipi, stereotipi, stereotipi i tako malo interesa što žene rade, što ih zanima i što znaju.

"A stereotipovima se ukidaju različitost, jedinstvenost i individualnost. Čitava se odabrana grupa svodi na mali broj osobina i time je se pretvara u inferiorniju i negativno vrednovanu u odnosu na drugu skupinu koja misli da ima pravo vrednovanja." (komentar Sanja Sarnavka, Istraživanje dnevnih listova, B.a.B.e. 1997.)

Sve dok se ženama bude dopuštalo samo da budu lijepe, dobre i požrtvovne, a ne bude se javno promoviralo one hrabre, odlučne, sposobne i odgovorne, pomaci u prikazu žena u medijskom prostoru su nezamislivi.

"Nemoguće je povjerovati da, uz mnogobrojne poduzetnice, direktorice, liječnice, znanstvenice, aktivistkinje - mediji ne mogu pronaći osobe ženskog roda koje zavređuju prostor na prvim stranicama dnevnih novina", komentiraju autorice Istraživanja iz 1997.

Osim što ih mediji ne mogu pronaći (a i zašto bi kada se medijski sadržaji bolje prodaju uz atraktivne, obnažene i šutljive ljepotice) - visokopozicionirane žene nekako i same odabiru šutnju. Međutim ta šutnja, kako je to napisala Sanja Sarnavka, nije niti otpor, niti nadmoćnost, već pristajanje na poziciju nemoći. Na poziciju stiješnjenosti između dominacije muškarca u privatnoj i javnoj sferi, začinjenu dodatno "neprijateljskim" medijskim okruženjem koje ne treba stvarne i misleće žene - jer je svijet fikcije (u kojoj su žene podatne, lijepe, mlade, pasivne, poželjne) uvijek donosio veći profit.

KORIŠTENI IZVORI:

“Istraživanje dnevnih listova”, B.a.B.e., Zagreb, 1997.

Istraživanje Centra za ženske studije “Žene u politici: kako ih građani/ke vide?”, Zagreb, 2004.

Esma Trejic - Center for Russian and East European Studies, “Representation of Croatian women in the media”, 2001.

B.a.B.e. - “Elektorine”, Zagreb, 2000.

“Izbori u Hrvatskoj 2000.: Izbori u medijima”, Ženska infoteka, Zagreb, 1999.

“Crow magazine”, www.crow.hr

Inga Tomić Koludrović, “Privatne žene, javni muškarci”, Split, 2000.

Inga Tomić-Koludrović, Suzana Kunac, “Rizici modernizacije: žene u Hrvatskoj devedesetih”, Stope nade, Split, 2000.

ULOGA MEDIJA U OBLIKOVANJU ŽENSKIH IDENTITETA

Vivijana Radman

Medijska slika žene slabo se, osim beskonačnom umnoženošću, razlikuje od ženskog lika kako ga vjekovima oslikava zapadna civilizacija. Žena je u bitnom i dalje prikazana onakvom kakvu je oblikuje muški pogled prema vlastitoj potrebi i fantaziji. Muška potreba, kao i muška fantazija, arhetipske su. Periodički iskaz te potrebe suvremen je jedino u smislu da potrebu i načine njezina zadovoljenja artikulira preko suvremenih simbola. Kao što je spiljski čovjek slikao životinju po zidovima spilje, ne bi li mu taj, u suštini magijski čin, nad njom dao moć, tako muškarac / mediji / dominantna kultura danas istim načinom nastoje ovladati ženom. Naslikana životinja, nesvjesna slike koju je proizveo drugi, nije u nju uhvaćena, a moć stečena magijskim činom oduzimanja vlastitog i proizvodnje idealnog životinjskog lika nije bila stvarna. Moć koju daje “vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju” slike idealne žene zastrašujuće je stvarna. Ona je oblik društvene kontrole kojoj suvremena žena vrlo teško izmiče, nametnut autoritet koji prisiljava da se, bilo afirmativno ili subverzivno, prema njemu oblikujemo.

Najveća opasnost medijske slike je u onom po čemu se najviše razlikuje od tradicionalne - u količini, agresivnosti kojom smo joj izloženi, kao i sustavnom opetovanju jedne i iste slike u prostoru i vremenu. Toj je sveprisutnoj, interdiskurzivnoj slici nemoguće pobjeći. Ona postaje trajnim podražajem kojim se valja uvijek iznova baviti. Količina (čulnih) podražaja nameće neprestano usredotočivanje, određivanje pravca i cilja djelovanja, kako bi se izbjegla zasićenost informacijama. Vlastiti identitet tako postaje uvjetovan odnosom prema zahtjevima koje na njega postavlja medijska slika - bilo da im nastojimo udovoljiti, bilo da im se opiremo. Medijski okoliš u kojem obitavamo za ženu nije sredina kojoj bi bila idealno prilagođena. Medijski okoliš nije svijet po njezinoj mjeri, već tuđ svijet u kojem mora razviti poprilično složenu strategiju da bi opstala. Svijet prema kojemu se, htjela, ne htjela, mora odrediti; prilagoditi mu se ili ga nastojati prilagoditi sebi.

Slici se, dakako, može i mora prići kritički, nastojati neutralizirati njezinu agresivnost razvijanjem obrambenog sustava, ali to je djelo racionalnog uma kojemu se slika niti ne obraća. U suštini arhetipska, djeluje na podzemne tokove svijesti, na nedostupne i teško branjive izvore jastva. Ne zaboravimo, slika je izrazito erotizirana, čulna i lukavo zavodi u suučesništvo, obećavajući vrhovnu nagradu, nagradu seksualnog i emocionalnog zadovoljenja, prihvaćenosti, uklopljenosti; zaštitu krda. Obrazovane i odgojene u kulturi muškog pogleda, naviknute smo erotizirati i objektivirati žensko tijelo, poklanjati mu obrednu



pozornost kakvu ni izdaleka ne pridajemo muškoj fizici, kao i iz tog izvlačiti užitak. Muško tijelo, u svijetu onkraj medija jednako erotično koliko i žensko, nema takav status. Medijski erotizam muškog vrlo je maglovit, svediv na gestu, uopćenu konturu. Muški je erotizam zadržano pravo. Nije vidljiv ni kao izričaj o sebi, ni kao slika ženske žudnje.

U medijskom ratu seksom, možda bi upravo objektiviziranje muškarca, proizvodnja seksualnog objekta izvan kozmogonije tradicionalnih uloga bila onaj unos informacije na temelju kojega bi se lakše artikulirala drugačija ženskost. Stvarajući stvorenje vlastite žudnje zaobilazimo zadanu sliku, djelujući ipak u postojećem diskursu binarnih opozicija, znajući da je referentni diskurs garancija razumijevanja poruke. Slikom ženske žudnje povratno se ukazuje na prirodu žudnje koja stvara ženski erotički tip koji se više ne nalazi ni u kakvoj vezi sa slikom žene kao odrazom muške žudnje i očekivanja.

Ipak, autorice rijetko idu tim putem. Žene koje u masovnim medijima dizajniraju žene za žene, kao i one koje ciljaju na publiku oba spola, gotovo bez iznimke i kao hipnotizirane konzerviraju tradicionalne uloge.

Najozbiljniji od mnogih prigovora masmedijskoj slici žene (osim osnovnog, da joj podloga nije žena kakva jest, već onakva kakvu želi muškarac) jest da je šizofrena u smislu da pred pojedinku, koja se ima prema njoj oblikovati, postavlja konfliktne zahtjeve, takve kojima se ne može istovremeno udovoljiti. Ženom koju gledamo i koja nam, iz ogledala medija, uzvrća pogled, jednostavno se ne može biti. Osim ukoliko ćemo se radikalno podvojiti, tj. razbiti cjelovitu i dosljednu ličnost na niz posebnih, manje ili više složenih identiteta, međusobno sukobljenih ili čak izvan međusobnog domašaja, koji će onda, svaki za sebe, mahnito kretati svome cilju, neštedimice pri tom crpeći životnu energiju savršene žene.

Slika je trajno nedovršena, vječni "rad u nastajanju" jer, kao i u projektu bogaćenja, uvijek postoji još nešto što valja postići, još neprirodnih svojstava koja valja razviti, potiskujući, u procesu, vlastitu osobnost, za koju ne ostaje ni vremena ni mjesta.

Medijska slika žene, tako, podriva naše samopoštovanje, uči nas našoj nedostatnosti, uči nas prezirati ono što jesmo, uči nas ne voljeti sebe, kao i nastojati zadovoljiti tuđa očekivanja ni ne pitajući se o vlastitim.

Ma koji medij podvrgnuli analizi ("ozbiljni" tisak, popularni tisak, televiziju, ili medij oglašavanja, komercijalni film), rezultat će biti isti, zato jer su iskaz jednog i istog duha, onog patrijarhalnog koji nema razloga ustuknuti pred idejom ravnopravnosti i partnerskog odnosa spolova više negoli ga na to ženska sila, ili ukupni udio u vlasničkoj strukturi, prisili. Žena je uvijek zastupljena najprije svojom tjelesnošću, uobličenom prema proizvoljnom ukusu vremena, zaleđena unutar reproduktivne dobi, izrazito usmjerena prema osobnoj sferi. Profesija, npr., nikada nije dominantna identiteta, već gotovo ukras - nova vrijednosti pridodana osnovnom modelu koji je za kućnu, a ne javnu upotrebu. Ženskost je i dalje prikazana kao podređena muškosti, kao ona koja joj služi, pa i tako što, kao visoko obrazovana stručnjakinja, obavlja ranije isključivo muške zadatke, oslobađajući muškarca za još važnije poslove. Žena na položaju moći prikazana je kao iznimka, kao posebnost, kao odstupanje, tj. kao žena koja je iskoračila iz prirodene joj sfere. Čudo koje se više niti ne može nazivati ženom, već superženom. Naravno, samo pod uvjetom da je još i "zgodna". Gloriju Steinem, glasovitu feministkinju, medijska su izviješća uvijek opisivala kao "zgodnu", otupljujući tim pridjevom oštricu njezinog djelovanja.

Stavimo li pod lupu tiskovine koje se vole dičiti svojom liberalnošću, progresivnošću i drugim sjajnim osobinama (jer televizijski programi kao da ni ne teže takvoj vrsti afirmacije), brzo uočavamo da su razlike u prikazivanju žene, iako postoje, zapravo tek kozmetičke. Dovoljno je, recimo, ukazati na omjer oglasa u kojima nastupa idealna žena i tekstova koji portretiraju stvarne žene. Ako se, dalje, pozabavimo tekstovima o stvarnim ženama, uočavamo da tekst vrlo rijetko artikulira autentično iskustvo stvarne žene, a vrlo često to posebno iskustvo nastoji uklopiti u normativnu sliku. Tako imamo intervju u kojima ministrica novinarima opravdavaju svoj položaj samohrane majke s karijerom, ozbiljne političke novinarke u izazovnim pozama, književnice predstavljene preko omiljenog "make-upa" i kuhinje uređene prema posljednjoj modi (kao što i Italo Calvino u "Ako jedne zimske noći jedan putnik" prvu informaciju o svojoj post-modernoj

junakinji daje kroz opis njezine kuhinje). Kao da se sva naprednost sastoji u tome da se karijera uklopi u tradicionalnu sliku, a ne da se tradicionalna slika prilagodi ženskoj osobnosti. “Cosmo” i slični časopisi, koji povijesno jesu zaslužni za emancipaciju žene, danas možda nanose i veću štetu od, recimo, jednog “Playboya” koji otvoreno promovira seksualne stereotipe. “Cosmo” ženama prodaje još strašniji mit, onaj o “Cosmo djevojci”, koja ne samo da mora biti jednako atraktivna kao bilo koja “Playboyeva” ljepotica, već mora i sama zaraditi za krpice kojih je, kao i osobnosti, lišena “playmate”. Istina je, zapravo, da je “Cosmo” od drugih ženskih časopisa tek nešto luksuzniji list, koji nas, kao i ostali, na jednoj stranici uči da volimo sebe, da bi nam na narednih deset to višestruko onemogućio.

Svakako da postoje i pozitivni primjeri medijskog prikazivanja žene, pomaci u odnosu na normu, no silom broja nemaju onaj domašaj koji ima prevladavajući način prikazivanja. Ali, ako i ne utječu na sve - kao što na sve djeluje npr. arhetipski motiv majke s djetetom koji tako vole osiguravajuća društava - ipak dopiru do nekih, što je dovoljan uspjeh jer znači opstanak pozitivne slike i mogućnost njezina umnožavanja. Najbolji primjer pozitivne medijske slike žene možda su upravo pjevačice mlađe generacije koje kao da napuštaju vječno uzdisanje za dragim, da bi ga zamijenile stavom “nisam ona koja trpi da bi bila voljena”, kao i “i bez tebe superjaka”. Iako je preokupacija još uvijek romansa, težište se radikalno premješta s ovisničkog odnosa prema muškarcu i njegovoj “ljubavi” prema energičnoj samodostatnosti i užitku bivanja ženom prema vlastitim pravilima.

No, od tog pohvalnog stava do “vlastite sobe” ipak je još dalek put.





ŽENSKA LJUDSKA PRAVA

ŽENSKA LJUDSKA PRAVA

Koncept ženskih ljudskih prava

Maja Dubljević

Prvi put u ljudskoj povijesti međunarodna zajednica formalizirala je ideju o ljudskim pravima na Općoj skupštini Ujedinjenih naroda 1948. godine izglasavši Univerzalnu deklaraciju o pravima čovjeka. Eleanor Roosevelt, koja je predsjedala Komisijom za ljudska prava u doba donošenja Univerzalne deklaracije, uložila je najveće napore da do izglasavanja Deklaracije uopće dođe. Onima od nas svjesnima marginalnog smještanja žena u oblikovanju ljudske povijesti možda ta činjenica uistinu može nešto značiti.

Univerzalna deklaracija proklamira sustav vrijednosti prema kojem je poštivanje ljudskih prava osnovni preduvjet ostvarivanja pravde, slobode i mira u svijetu. Danas je Univerzalna deklaracija o pravima čovjeka postala najprevođeniji dokument na svijetu što nam govori o tome da su unatoč mnogobrojnih kršenja ljudskih prava vrijednosti koje promiče Deklaracija postale norma. Zahvaljujući tome, u slučajevima kršenja ljudskih prava, uvijek postoji svijest o tome da se radi o većem ili manjem odmaku od općeprihvaćenih standarda i tekovina suvremene civilizacije.

U najnovijem dokumentu koji je izglasala Skupština UN-a, u Deklaraciji za novi milenij prioritet se daje sljedećim područjima: iskorjenjivanje ekstremnog siromaštva i gladi, osiguravanje osnovne naobrazbe svoj djeci svijeta, promocija spolne i rodne ravnopravnosti i osnaživanje žena, smanjivanje smrtnosti djece, smanjivanje smrtnosti roditelja, suzbijanje epidemija bolesti, osiguranje zaštite okoliša te ostvarivanje globalne suradnje na pitanjima razvoja.

ZAŠTO ŽENSKA LJUDSKA PRAVA?

Mnogi će se upitati čemu naglašavati pojam ženska ljudska prava kada se poglavito radi o ljudskim pravima, smatrajući pritom da ta specifikacija nepotrebno uvodi stanovitu zbrku. Prema međunarodno prihvaćenim pravnim dokumentima postoje itekako jaki razlozi da se ženska prava izdvoje kao specifična. Na razini UN-a je utvrđeno da muškarci i žene ljudska prava uživaju u različitom opsegu, da su oblici i učinak diskriminacije različiti u odnosu na žene, da je diskriminacija žena sustavne prirode i da se temelji upravo i samo na činjenici da su žene, te da se specifične potrebe kao i specifično iskustvo žena ne odražavaju u postojećim normama o ljudskim pravima.

Prema podacima UN-a:

- Od 1,3 milijarde ljudi koji žive u potpunom siromaštvu 70% su žene. 550 milijuna njih su ruralne žene.
- Siromaštvo među ženama neposredno je povezano s nejednakim položajem koji one zauzimaju na tržištu rada, odnosom prema njima u sustavima socijalne pomoći i njihovim položajem i moći unutar obitelji.



- Žene čine većinu nepismenih ljudi na svijetu.
- Diljem svijeta žene imaju duže radno vrijeme nego muškarci i velik dio tog posla se ne plaća, ne priznaje i podcjenjuje.
- Žene obavljaju između 10 i 20% direktorskih i upravnih poslova diljem svijeta i manje od 20% poslova u proizvodnji.
- Žene imaju nerazmjerno mali udio u kreditima formalnih bankovnih institucija.
- Sudjelovanje žena u privrednom i političkom odlučivanju vrlo je ograničeno. Žene zauzimaju svega 10% mjesta u parlamentima i čine manje od 5% svjetskih državnih poglavara.
- Najjasniji odraz niskog položaja žena jest diskriminacija nad njima pred zakonom. U mnogim zemljama prema ženama se ne odnosi jednako kao prema muškarcima.
- U pravima vlasništva, pravima nasljeđivanja, zakonima koji uređuju brak i razvod ili pravima dobivanja državljanstva, upravljanja vlasništvom ili pri traženju posla. (Izvor: UN)

PREGLED RAZVOJA IDEJE ŽENSKIH LJUDSKIH PRAVA

U društvenom, sociološkom pa i filozofskom smislu, donošenjem Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije *žena* (1979.) od strane Opće skupštine UN-a te konačnim uvođenjem pojma *ženskih ljudskih prava* u službene dokumente UN-a, do kojeg je došlo na Konferenciji o ljudskim pravima u Beču 1993., dogodio se veliki napredak u razumijevanju ideje ljudskih prava. Akceptiranjem specifičnosti ženskih gledišta i života u promišljanju i standardiziranju ljudskih prava, ženama se daje pravo na ljudsko dostojanstvo i poštovanje kakvo zaslužuju kao ljudska bića.

Proces sagledavanja važnosti i potencijala koji koncept ženskih ljudskih prava nosi u promociji socijalne pravde intenzivirao se tijekom 80-ih godina, poglavito u zemljama Latinske Amerike, Azije i Afrike temeljem uviđanja raznih oblika seksualne eksploatacije žena. Kasnije se na seksualnu diskriminaciju nadovezuju teme kao što su nasilje u obitelji, diskriminacija u sferi rada i obrazovanja te razni drugi oblici "uobičajene" diskriminacije.

Bitno je istaknuti da je ideja o potrebi zaštite specifično ženskih ljudskih prava niknula iz prakse, s terena, iz svakodnevnog života žena diljem svijeta te da su upravo aktivistice ženskih nevladinih organizacija uočivši u praksi primjere degradacije i diskriminacije žena došle do spoznaje da je nužno raditi na davanju legitimiteta ženskim pravima. Stoga je od najvećeg značenja korist koju od koncepta ženskih ljudskih prava žene imaju u praksi. Legitimitet koji su dobila ženska ljudska prava pomaže ženama da definiraju i sagledaju svoja iskustva s nasiljem, degradacijom i diskriminacijom u sferi rada, obrazovanja, javnog djelovanja i mnogim drugim područjima.

Do osvještavanja šire javnosti po pitanju ženskih ljudskih prava osobito dolazi nakon IV svjetske konferencije o ženama, održanoj 1995. u Pekingu. Platforma za akciju koja je prihvaćena na Pekinškoj konferenciji identificira 12 područja na kojima dolazi do izrazitog kršenja ženskih prava:

1. Žene i siromaštvo
2. Školovanje i stručno usavršavanje žena
3. Žene i zdravlje
4. Nasilje nad ženama

5. Žene i oružani sukobi
6. Žene i gospodarstvo
7. Žene na položajima moći i odlučivanja
8. Institucionalni mehanizmi za poboljšanje položaja žena
9. Ljudska prava žena
10. Žene u medijima
11. Žene i okoliš
12. Žensko dijete

POLITIČKI UTJECAJ

Žene konferencije koriste kao mogućnost da dalje artikuliraju i unaprijede svoja prava te da iznađu mehanizme kojima bi se države potpisnice Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije protiv žena (CEADW) obvezale da se pridržavaju potpisanih dokumenata. Utjecaj međunarodnih dokumenata je od iznimne važnosti na kreiranje politike neke zemlje. Iako uglavnom nemaju obvezujuću ulogu u pravnom smislu, ti dokumenti imaju političku težinu. Jedan od putova realizacije, zaštite i promocije ženskih ljudskih prava jest upravo sustavan pritisak na zemlje potpisnice da se provodi zaštita prava zagarantiranih međunarodnim dokumentima.

Tako je Pekinška konferencija bila osnovni pokretač da se u Hrvatskoj u okviru institucija sustava počne kontinuirano raditi na unaprjeđenju položaja žena. U Hrvatskoj se nakon Pekinške konferencije osniva Povjerenstvo Vlade RH za ravnopravnost spolova i Vlada prihvaća Nacionalnu politiku za promicanje ravnopravnosti spolova. Povjerenstvo počinje redovito slati izvješća Općoj skupštini UN o stanju ravnopravnosti spolova u RH u kojem se nalaze podaci u kojoj mjeri su realizirane smjernice koje se nalaze u okviru Nacionalne politike te u kojoj mjeri je došlo do odstupanja od njih.

Niz zakona koje je Hrvatska nedugo donijela tiču se upravo promocije i zaštite ženskih ljudskih prava. U naporima usklađivanja s legislativom EU, dobili smo izmjene i dopune Zakona o radu, doneseni su Obiteljski zakon, Zakon o ravnopravnosti spolova te Zakon o zaštiti od nasilja u obitelji. Uveden je Ured pravobraniteljice za ravnopravnost spolova, a za pravobraniteljicu je izabrana odvjetnica s dugogodišnjim iskustvom rada na promociji ženskih ljudskih prava. Bez obzira na činjenicu da su provedbeni mehanizmi navedenih zakona u većoj ili manjoj mjeri diskutabilni, prvi korak je ipak učinjen.

ŽENSKNE NEVLADINE ORGANIZACIJE

Pošto je jedan od elementarnih problema u funkcioniranju zaštite ženskih ljudskih prava kako sustav zaštite učiniti dostupnim, značaj funkcioniranja ženskih nevladinih udruga očituje se upravo u tom aspektu problematike. Drugim riječima, ženske nevladine udruge koje se bave ženskim ljudskim pravima imaju za svrhu djelovanja monitoriranje i zagovaranje korištenja pravnih mehanizama u praktičnoj zaštiti ženskih prava. O efikasnosti zakonske zaštite i mogućnostima njezina unaprjeđenja, dužne su izaći u javnost. Istovremeno one moraju raditi na dobivanju političkog legitimiteta kako bi njihova nastojanja na unaprjeđenju pravne zaštite bila efikasnija. Izazov pred kojim se nalaze ženske nevladine udruge koje se bave ženskim ljudskim pravima leži u osnovi u umijeću korištenja međunarodnih instrumenata i mehanizama za vršenje pritisaka na nacionalne i lokalne vlasti u provedbi efikasne zaštite ženskih prava.



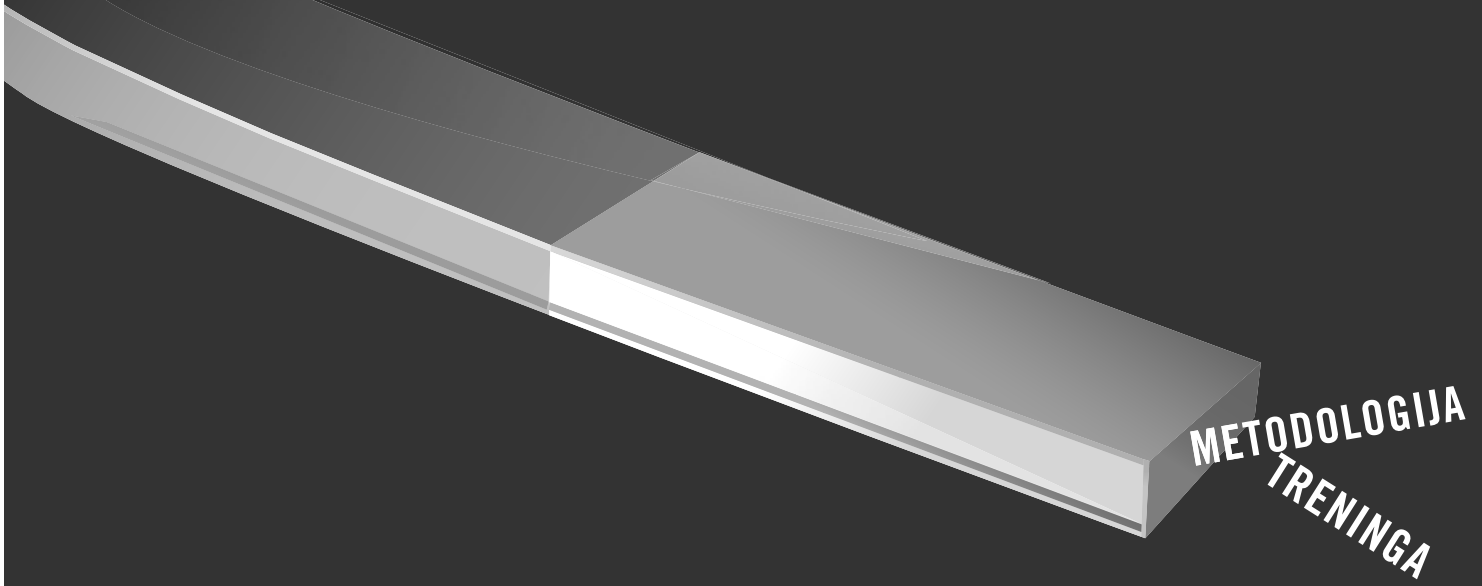
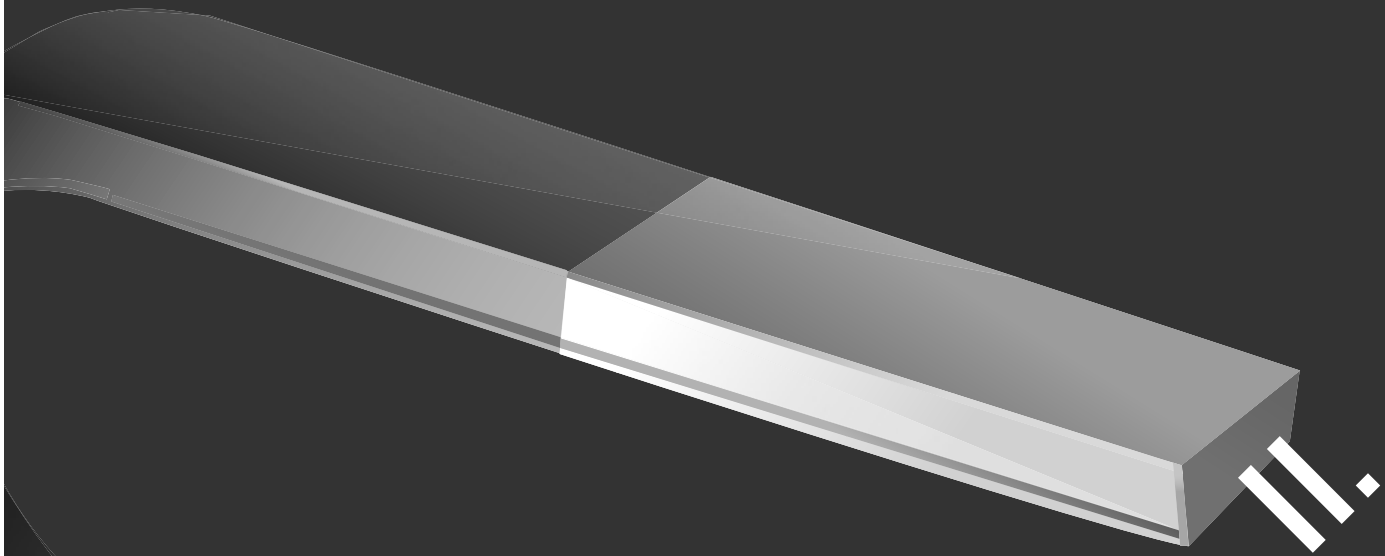
KORIŠTENA LITERATURA:

Gordana Lukač Koritnik, "Ženska ljudska prava i njihova zaštita prema međunarodnome pravu", Kruh i ruže br. 18, Ženska infoteka, Zagreb, 2002.

"Nacionalna politika za promicanje ravnopravnosti spolova u RH od 2001. do 2005. godine", Povjerenstvo Vlade RH za ravnopravnost spolova, Ured za ljudska prava Vlade RH, Državni zavod za zaštitu obitelji, materinstva i mladeži, Zagreb, 2002.

Siniša Rodin i grupa autora/ica, "Jednakost muškarca i žene (Pravo i politika u EU i Hrvatskoj)", IMO, Zagreb, 2003., str. 12-30

Margaret Schuler i grupa autorica, "Becoming an Advocate Step by Step", Women, Law and Development, Washington D.C., 2000.



Edukacijski dio projekta “Žene i vođenje” odvijao se u četiri modula od kojih je svaki bio posvećen posebnoj temi. Na prvom uvodnom modulu osnovni ciljevi bili su međusobno upoznavanje, predstavljanje kompletnog programa te uspostavljanje grupne kohezije. Osim toga, sudionice su započele rad na individualnim planovima učenja kojima je bila svrha potaknuti aktivan odnos prema sadržajima koje će upoznavati tijekom cijelog programa te prilagodba tih sadržaja vlastitim potrebama. Voditeljice su ukratko prikazale razvoj ženskog pokreta i ženskog organiziranja u Hrvatskoj i u svijetu. Osnovni cilj upoznavanja s ženskim pokretom bio je kontekstualiziranje aktivnosti samih polaznica te eventualni poticaj polaznicama da vlastita iskustva organiziranja usporede s iskustvima drugih žena.

Cilj drugog modula “Javno zagovaranje i ženska ljudska prava” bio je upoznavanje sudionica s konceptom i historijatom ženskih ljudskih prava i to u okviru radionice o javnom zagovaranju i vježbanja voditeljskih i facilitatorskih vještina i uloga. Kako je osnovna svrha seminara kojeg je CESI organizirao ta da sudionice saznaju o osnovama i usvoje tehnike vođenja i zagovaranja, voditeljice drugog modula smatrale su da je upoznavanje s konceptom i kratkom poviješću ženskih ljudskih prava neophodno za sve oblike javnog zagovaranja u kojem sudjeluju ili kojeg organiziraju ženske grupe i organizacije, kao što je neophodno i da žene koje vode i sudjeluju u javnim kampanjama i drugim događajima uvijek imaju na umu i rodnu dimenziju.

Tijekom trodnevne radionice, osim s konceptima ženskih ljudskih prava i roda, sudionice su se upoznale s temeljnim elementima strategija javnog zagovaranja i na kraju, kao vježbu, razvile stvarne strateške planove za četiri zagovaračke kampanje koje su same odabrale metodama izbora, glasanja, eliminacije i dogovora. Sudionice su također imale priliku vježbati svoje argumentacijske vještine te dalje usavršavati svoje vještine prezentacije i davanja povratne informacije. Dio vremena posvećen je i osvještavanju trenerske metodologije.

Kako je medijska “pismenost” jedan od temelja utjecajnog javnog angažiranja u civilnom društvu, obrazovanje o komuniciranju kroz i s medijima uključuje se u gotovo sve edukativne programe za nevladine udruge. Stoga smo u obrazovni dio projekta “Žene i vođenje” uključile i medijsku edukaciju. Edukacija je bila koncipirana na način da su sudionicama prezentirana dosadašnja istraživanja i analize vezane uz prikaz žena u medijima, nakon čega su prošle osnove medijske komunikacije iz područja tiskovnih i elektronskih medija. U tu svrhu su bile uključene sljedeće vježbe: 1. vježba davanja izjave za medije, 2. kroz vježbu simulacije - sudjelovanje u TV forumima / okruglim stolovima, 3. kroz vježbu simulacije - tiskovna konferencija za TV, 4. vježba pisanja raznih pisanih materijala za medije; letaka, izjava za tisak, poziva za akcije, obavijesti, 5. vježbanje argumentacijske linije, 6. kroz vježbu simulacije - konferencija za tisak.

Četvrti modul bio je posvećen metodologiji treninga. Prilikom osmišljavanja metodologije treninga, trenerice su uzele u obzir prethodno iskustvo sudionica, kako u sudjelovanju tako i u provedbi radionica. Istovremeno, želja nam je bila, kako se radilo o treningu metodologije, omogućiti sudionicama da prođu kroz

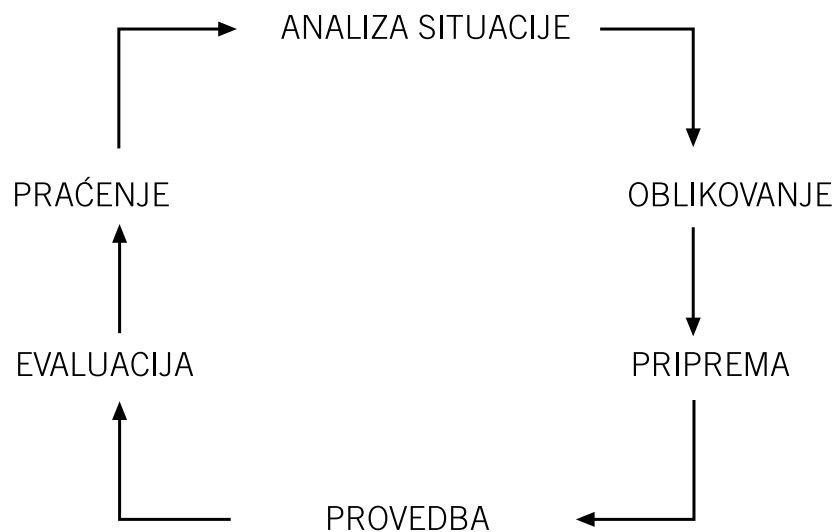


ciklus iskustvenog učenja koristeći razne metode. Korištene su sljedeće metode: oluja ideja, rad u maloj grupi, različite vježbe, studija slučaja, igranje uloga, diskusija u plenumu, predavanje i dr. Sudionice su najbolje primile praktične dijelove u kojima su same, na praktičan način, dolazile do određenih zaključaka i saznanja. Iako je vrijeme za pripremu samostalnih radionica bilo kratko, primjena naučenog pokazala se vrlo uspješnom. Podijeljene u 4 grupe, sudionice su napravile vrlo zanimljiv izbor tema i načina prezentiranja.



6 KORAKA TRENINGA
BORJANKA METIKOS

CIKLUS TRENINGA



1. Analiza situacije

Svrha analize je procjena potrebe za treningom.

Prikupljanje informacija:

Koji je problem najvažniji?

- Identificirati potrebe za učenjem sukladne zahtjevima posla koji sudionice obavljaju.
- Raspraviti o tome s onima za koje se trening oblikuje i drugima koji su uključeni.
- Izvijestiti.

Analizirati:

- Grupe za trening ili zaposlenice, ako se radi s određenom organizacijom.
- Radno okruženje i situaciju.



Odlučiti da li je trening rješenje. Je li trening najadekvatnija metoda za rješenje identificiranog problema? Ako je, zašto?

Analiza situacije omogućuje vam procijeniti izvedivost treninga, vodeći računa o dostupnim sredstvima (ljudski resursi, novac, vrijeme, materijali) i logistici.

2. Oblikovanje

Prema principima učenja odraslih, obratiti pažnju na metode.

- Planirati dan i trajanje treninga.
- Definirati opći cilj treninga.
- Odrediti ciljeve učenja.
- Odrediti sadržaj treninga.
- Detaljno oblikovati dijelove treninga i odrediti metode rada.
- Sastaviti upitnik kako bi se ispitao nivo znanja sudionica, kao i njihova motivacija za trening.
- Načiniti proračun.
- Odrediti trenerice.
- Razmotriti potrebe za ugovorom.
- Pripremiti metodu evaluacije prilagođenu grupi i temi.

3. Priprema

Uzmite u obzir da je priprema dio ciklusa koji zahtijeva dosta vremena!

- Pripremiti listu zadataka.
- Pripremiti materijale za trening.
- Pripremiti prijevode.
- Pripremiti logistiku za trening.
- Pripremiti certifikate za sudionice.

4. Provedba

Provođenje treninga mora biti u skladu s ciljevima treninga i ciljevima učenja.

- Provjeriti očekivanja sudionica.
- Predstaviti ciljeve sudionicama (što).
- Predstaviti raspored aktivnosti (kako).
- Dogovoriti pravila po kojima će se raditi.
- Voditi sudionice kroz pripremljeni sadržaj i predložiti im da vode zabilješke o novim saznanjima i usvojenim vještinama tijekom treninga, a posebno nakon strukturiranih vježbi.
- Prilagoditi svaki dio treninga uvjetima (vrijeme, koncentracija pažnje, obim novih informacija, struktura grupe, očekivanja grupe...).
- Tijekom cijelog treninga monitorirati grupu / grupe i prihvaćanje metode i tempa rada, biti fleksibilan/na u izvođenju.
- Imati na umu akcijski plan sudionica.
- Evaluirati trening sa sudionicama (na kraju svakog dana i na kraju treninga) upotrebom odgovarajućih metoda.
- Nakon treninga napraviti samoprocjenu i o tome voditi zabilješke.
- Razmijeniti s drugom trenericom povratnu informaciju na kraju svakog dana i voditi zabilješke proizašle iz toga (što je bilo dobro i zašto, što je moglo biti drugačije, zašto i kako to raditi drugačije sljedeći put).

Važno je voditi brigu da sudionice uvijek imaju na umu kako će transferirati stečeno znanje / vještine / stavove u svoj rad, odnosno kako će ih primijeniti u svom poslu.

5. Evaluacija / procjena

Procjena je neophodna trenericama za bolje izvođenje budućih treninga, u što spada i bolji transfer znanja / vještina i promjene stavova. Provođa se tijekom treninga i na kraju treninga.

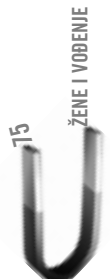
Evaluacija ili procjena je kvalitativna kontrola treninga. Ona pruža trenericama povratnu informaciju o izvedbi, korisnosti i prikladnosti odabranih vježbi i metoda.

Osnovni tipovi procjene su sljedeći:

Samoprocjena - nakon treninga svakako razgovarajte o treningu sa svojim/om kolegom/icom, a pomoć pri prikupljanju korisnih informacija mogu biti i sljedeća pitanja:

Do koje razine su ciljevi treninga postignuti?

Koja su vaša osobna i profesionalna učenja iz ovog događaja?



Što ja osobno mogu učiniti kako bi poboljšala svoju trenersku kompetenciju?

Pod kojim uvjetima bi ponovo radili zajedno?

Evaluacija sudionica - proces u kojem sudionice procjenjuju trening, daju svoje komentare i razmišljanja. Tražiti od sudionica da vam daju pismenu i usmenu povratnu informaciju o treningu i dati im do znanja zašto vam je to važno. Prodiskutirajte sa sudionicama o tome što misle koliko su napredovale i koliko će moći znanja / vještina primijeniti u praksi te kako je trening utjecao na promjenu njihovih stavova.

Testiranje - proces mjerenja koji pokazuje napredovanje u novim saznanjima i vještinama stečenim na treningu. Mjerenje znanja i vještina je relativno lako u odnosu na mjerenje promjena stavova i promjena ponašanja na poslu, što je, zapravo, izuzetno teško mjeriti. Upravo to je temelj poboljšanja i generator suštinskih promjena, koje nisu površinske i čisto kozmetičke.

6. Praćenje

Planirajte praćenje unaprijed.

Svrha praćenja je sljedeća:

- Promatrati i pratiti napredovanje sudionica u obavljanju njihovih svakodnevnih aktivnosti.
- Pratiti da li se stečena znanja i vještine koriste u radu.
- Lakše prepoznavanje potreba za dodatnim usavršavanjem znanja i vještina.

Na kraju ciklusa ponovo se određuju potrebe za daljnjim usavršavanjem te ciklus kreće od početka.

2

KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE:

AKTIVNO SLUŠANJE, DAVANJE I PRIMANJE POVROTNE INFORMACIJE:

MAJA DUBLEVIĆ

BORJANKA METIKOŠ

U programu koji ima za cilj edukaciju sudionica u voditeljskim vještinama vrlo važan dio zauzimaju komunikacijske vještine. Kako vođenje implicira odnose i komunikaciju između ljudi, za osobu koja se nalazi na voditeljskoj poziciji od iznimne je važnosti da ima razvijene komunikacijske vještine. Nedostatak komunikacijskih vještina voditeljice vrlo često rezultira kako poremećenim međuljudskim odnosima, tako i neučinkovitošću djelovanja.

U komunikacijske vještine spadaju: 1. davanje i primanje povratnih informacija, 2. aktivno slušanje, 3. sažimanje, 4. parafraziranje, 5. "ja" izjave, 6. otvorena pitanja.

Parafraziranje uključuje kratko ponavljanje vlastitim riječima onog što je osoba rekla. To može biti pitanje ili izjava. Time pozivamo sugovornicu da potvrdi našu izjavu, što nam omogućuje da provjerimo jesmo li dobro razumjeli sadržaj. Npr.: "Dakle, koliko ja razumijem ...", "Ako sam te dobro shvatila, govorila si ..."

Sažimanje se odnosi na ono što je u komunikaciji rečeno u cjelini. Obuhvaća nabranje ključnih teza, rekapituliranje dosadašnjeg toka razgovora, kao i pretakanje sadržaja dulje izjave u kraći, izravniji oblik. Pomaže pri održavanju dijaloga, osigurava jasnoću, kao i mogućnost provjere jesmo li dobro razumjeli izrečeno. Npr.: "Dakle, iz našeg razgovora možemo zaključiti nekoliko važnih stvari ..."

"Ja" izjave izražavaju naše osobne osjećaje, a ne osuđuju i ne "popravljaju". Ne prebacuju odgovornost na drugu osobu. Takav način komunikacije ne izaziva obranu, nego daljnju komunikaciju i pojašnjenja. Npr.: "Meni je teško slijediti tvoja objašnjenja", umjesto: "Potpuno si konfuzna!"

Otvorena pitanja se koriste da bismo dobili dodatne informacije vezane uz neku temu kako bismo stvorili jasniju sliku. Postavljanje otvorenih pitanja može poticati daljnji razgovor, ako omogućavaju osobi s kojom razgovaramo da opširnije odgovori, umjesto da odgovara s "da" ili "ne".

Npr.: "Možeš li mi reći nešto više o tome?"

Ovdje ćemo navesti primjere vježbi aktivnog slušanja te se osvrnuti na osnovne značajke davanja i primanja povratnih informacija.

VJEŽBA I

CILJ

Vježbanje pažljivog slušanja, bez prosuđivanja, komentiranja i prekidanja.

Vještine koje se razvijaju ovom vježbom: slušanje, koncentracija, izražavanje.

TRAJANJE VJEŽBE

30 - 35 minuta

MATERIJAL

Po dvije stolice za svaki par.

UPUTE

1. Podijelite sudionice u parove. Partnerice neka sjede jedna nasuprot druge na ugodnoj udaljenosti. (2 min)
2. Zamolite ih da prvo jedna od njih govori tri minute o iskustvu kada je komunikacija između nje i neke druge osobe bila uspješna, efikasna i ugodna. Druga osoba u paru tijekom slušanja treba sjediti, šutjeti i ne pokazivati gestama bilo koje emocije koje su se kod nje javile tijekom slušanja. (3 min)
3. Osoba u paru koja je slušala, sažimajući u minuti prepriča osobi koja je govorila ono što je od nje čula. (1 minuta)
4. Partnerice zamjene mjesta i uloge, ona koja je govorila sada sluša, a ona koja je slušala sada govori. (3 minute)
5. Ponovo slušateljica sažimajući prepriča u minuti ono što je od govornice čula. (1 minuta)
6. Prva govornica sada prepriča u trajanju od tri minute negativno iskustvo u komunikaciji s drugom osobom. Druga osoba sluša, bez davanja komentara i pokazivanja emocija koje su se kod nje javile tijekom slušanja. (3 minute)
7. Osoba u paru koja je slušala, sažimajući u minuti prepriča osobi koja je govorila ono što je od nje čula. (1 minuta)
8. Partnerice zamjene mjesta i ona koja je govorila sada sluša, a ona koja je slušala sada govori. (3 minute)
9. Slušateljica sažimajući prepriča u minuti ono što je od govornice čula. (1 minuta)
10. Diskusija nakon vježbe. (10 - 15 minuta, ovisno o veličini grupe.)

MOGUĆA PITANJA ZA DISKUSIJU NAKON VJEŽBE

Je li bilo teško slušati bez upadica i prekidanja? Jeste li osjetili potrebu da zatražite dodatna pojašnjenja, ocjenjujete, procjenjujete, iznosite svoje mišljenje? Imate li često iskustvo slušanja na taj način? Kako je biti slušana bez prekidanja? Jeste li često bili slušani na taj način? Jeste li imali potrebu za diskusijom nakon slušanja? Smatrate li takav način slušanja korisnim i zašto? Što vam je ova vježba rekla o načinu na koji slušate druge?

VJEŽBA II

CILJ

Istražiti aktivno slušanje i vidjeti kako tjelesni položaji govornice i slušateljice utječu na način i osjećaje tijekom komunikacije. Ovom vježbom se također upućuje sudionice da osvijeste značaj komunikacijske dinamike. Vještine koje se razvijaju ovom vježbom su slušanje, koncentracija, izražavanje.

TRAJANJE

30 - 35 min

MATERIJAL

Po dvije stolice za svaki par.

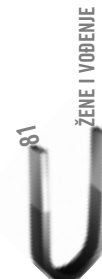
UPUTE

1. Podijelite sudionice u parove. Partnerice neka sjednu gledajući se, jedna nasuprot druge na ugodnoj udaljenosti. (2 minute)
2. Svaka osoba u paru priča tri minute, dok je druga sluša bez komentara ili povratnih informacija. (6 minuta)
3. Partnerice sjednu tako da je ona koja sluša okrenuta leđima licu one koja priča. Priča se tri minuta, a nakon toga partnerice zamjene mjesta, ona koja je slušala sada priča, a ona koja je pričala sluša. (6 minuta)
4. Partnerice sjede leđima okrenute jedna drugoj, ali tako da im se glave dodiruju. Svaka od partnerica priča tri minute, dok je druga sluša bez prekidanja i reakcije. (6 minuta)
5. Diskusija nakon vježbe. (10 - 15 minuta, ovisno o veličini grupe.)

MOGUĆA PITANJA ZA DISKUSIJU NAKON VJEŽBE

U kojem ste se položaju osjećali najugodnije dok ste bili govornica? U kojem ste se položaju osjećali najugodnije dok ste bili slušateljica? Zašto? Koje ste poteškoće imali u pojedinim položajima? Osjećate li se često u svakodnevnom životu kao da govorite nekome tko vam je okrenut leđima?

Diskusija se također može fokusirati na kontakt očima ili koncentraciju.



Teme koje se predlažu za vježbe aktivnog slušanja u okviru treninga “leadership” za žene:

- Ja kao žena ...
- Odgajana sam na način ...
- Položaj žena u društvu vidim kao ...
- Kao ženi mi najviše smeta ...
- Volim biti žena zato što ...
- Kao voditeljica osjećam se ...

Davanje i primanje povratnih informacija - “FEEDBACK”

Borjanka Metikoš

Na kraju gotovo svake radionice, treninga, nekog obavljenog posla, možete doći u priliku pitati za povratnu informaciju ili biti pitani da je date. Svakako to učinite, bilo da se radi o vama i vašem ponašanju ili nekom drugom. To je dobar način učenja i rada na sebi.

DAVANJE POVRATNE INFORMACIJE

Kada dajete povratnu informaciju:

- Budite specifični, ne generalizirajte - što je povratna informacija konkretnija i jasnija, to je veći učinak na učenje. Primjer, ako vam nešto nije bilo jasno u nečijem izlaganju, u povratnoj informaciji jasno dajte to do znanja, ali ne na ovaj način: “Ponekad si bila nejasna u svom izlaganju”, nego konkretnim navođenjem što je to bilo nejasno i kako je to na vas djelovalo. Slično tome, lijepo je, ali ne i korisno reći: “Odlično si to odradila.” Radije specificirajte što je to tako dobro odrađeno i dajte toj osobi do znanja kakve je to učinke imalo na njen cjelokupan uspjeh.
- Opisujte, nemojte procjenjivati - fokusirajte se na ono kako je nešto djelovalo na vas, radije nego da opisujete kako bi s vaše točke gledišta nešto trebalo biti. Primjer, umjesto: “Krivo je prozivati sudionice, ako se one nisu javile za riječ.”, bolje bi bilo reći: “Ja sam se osjećala neugodno kad sam bila prozvana, a nisam se javila za riječ.” Davanje povratnih informacija dobro je započeti s “Po mom mišljenju...” ili “Moje iskustvo mi govori...” ili “Ja se osjećam...”
- Opišite nešto što će osoba biti u stanju promijeniti - govoriti nekom o nečemu što je nepromjenjivo može izazvati neželjene reakcije. Neka osoba može imati vrlo visok ton glasa, neugodan za slušanje. Govoriti joj o tome bilo bi obeshrabrujuće. No, osoba može imati visok tonalitet glasa samo zato što je nervozna. U tom slučaju možete joj ponuditi moguće rješenje, pa ćete reći: “Možda bi bilo dobro da duboko udahneš par puta prije nego što kreneš govoriti. To će te malo opustiti, a pomoći će ti da snižiš ton svoga glasa.”
- Izaberite jednu do dvije stvari na koje se osoba može koncentrirati - obično je teško baratati s pregršt informacija. Ukoliko dajete povratnu informaciju pazite da ne dajete previše sugestija, jer one tada mogu postati frustrirajuće za osobu kojoj se obraćate. Najbolje je da pažnju obratite na one stvari koje omogućuju najbržu intervenciju ili poboljšanje.

- Ne izvodite zaključke o motivima, namjerama ili osjećajima - reći nekom da nije baš entuzijastičan/na po pitanju obavljanja nekog povjerenog zadatka je prosuđujuće. Osoba se neće osjećati ugodno i bit će postavljena u poziciju obrane, jer joj govorite nešto osobno o njoj.

PRIMANJE POVRATNE INFORMACIJE

Kad primete povratnu informaciju, nastojite biti:

- Otvoreni za ono što čujete - nije uvijek jednostavno čuti da nešto morate poboljšati, učiniti drugačije ili promijeniti. Iako se možete osjećati povrijeđenima, pokušajte ne dopustiti tim osjećajima da spriječe korištenje povratne informacije kao prednosti pri učenju.
- Vodite zabilješke - to radite tako da zapisujete isključivo ono što čujete da drugi govore. Tako ćete imati bilješke i kada ponovo budete prolazili kroz njih, može se dogoditi da oni komentari koji su vam se činili najbolnijima, budu najpoučniji i najkorisniji za vaš daljnji napredak.
- Zatražite specifične primjere - tražite da vam se povratna informacija potkrijepi specifičnim primjerom, kako biste bili sigurni da ste dobro razumjeli poruku koja vam se šalje. Možda osoba koja vam daje povratnu informaciju nije dovoljno koncentrirana i fokusirana na priču.
- Prihvatite povratnu informaciju uzimajući u obzir osobu koja je daje - ne morate se složiti sa svakim komentarom. Razmislite o kompetencijama i namjerama osobe koja vam daje povratnu informaciju. Raspitajte se i kod drugih kako su oni vidjeli ili doživjeli ono za što ste primili povratnu informaciju.





3

**BORJANKA METIKOŠ
MAJA DUBLEVIĆ**

PREZENTACIJSKE VJEŠTINE

Prezentacijske vještine spadaju među najvažnije kako u procesu vođenja određene skupine, tako i u komunikaciji s javnošću i zagovaranju određenih ideja i stavova. Kako bi voditeljica uspješno djelovala mora moći na uvjerljiv i vjerodostojan način prezentirati određenu problematiku ili temu. U programu za razvijanje voditeljskih vještina od iznimnog je značaja uključiti vježbe prezentacije kako bi sudionice i kroz doživljaj osobnog iskustva i preko povratnih informacija dobivenih od drugih sudionica osvijestile kvalitete i nedostatke vlastitih prezentacijskih mogućnosti te se usmjerile na njihovo unaprjeđenje.

ISKUSTVO IZ PROJEKTA “ŽENE I VOĐENJE”

U realizaciji projekta “Žene i vođenje” vježbama za razvijanje prezentacijskih vještina posvećena je velika pažnja.

Sudionice su na prvom modulu dobile zadaću da za drugi edukacijski modul, koji je bio organiziran u vremenskom razmaku od gotovo mjesec i pol, pripreme desetominutne prezentacije na teme iz Feminističke čitanke, koja im je bila pripremljena i podijeljena.

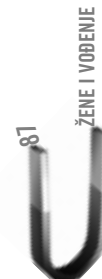
Cilj vježbi prezentacije je bio omogućiti ženama usavršavanje vještina prezentacije u sigurnom okruženju te vježbanje primanja i davanja kvalitetne povratne informacije - vještine neophodne za voditeljsku ulogu.

Nakon izrade rasporeda prezentacija, poveo se razgovor o odlikama dobre prezentacije kako bi se sudionice podsjetile na što obratiti pozornost u pripremi i izvedbi prezentacija. Razgovaralo se o strahovima, blokadama i drugim problemima s kojima se prezentatorice suočavaju ili se mogu suočiti pri javnom izlaganju te se pokušavalo zajednički pronalaziti rješenja. Ponovljene su i osnove primanja i davanja povratnih informacija.

Utvrđen način rada je bio: jedna trenerica je mjerila vrijeme prezentacije (limit - 10 minuta), a druga je upozoravala prezentatorice na vrijeme koje im je preostalo. Nakon svake prezentacije ostale sudionice i trenerice su prezentatorici davale povratne informacije. Svaka sudionica se u “feedback” morala javiti barem 2-3 puta.

Sudionice su svoje prezentacije pomno pripremile i pokazale visok stupanj kreativnosti u korištenju vizualnih pomagala (“flipchart” blokova, grafoskopa, fotografija, crteža, pisanih materijala).

Ono što treba svakako spomenuti jest da je velik dio sudionica odabrao temu prema vlastitom nahođenju, a ne iz ponuđene Feminističke čitanke, što nas je navelo na zaključak o jakoj kapacitiranosti grupe u odnosu na spremnost preuzimanja inicijative. Kako se radilo o edukaciji za liderice smatrale smo tu osobinu grupe iznimno zanimljivom i značajnom. Tako smo, između ostalih, slušale teme kao što su: “Žena i tehnika, tj. kako prepoznati kvar na automobilu i pokušati ga otkloniti”, Olympe de Gouse, “Deklaracija o pravima žene i građanke” (1791. g.) ili “Žene za volanom”.



Latinska riječ *presento*, *presentare* znači: predati, nuditi, izložiti. Riječ prezentiranje pojavljuje se u različitim kontekstima, a u formalnom značenju prezentacija se smatra komunikacijom usmjerenom ka ostvarivanju utjecaja na mišljenje i djelovanje neke ciljane grupe.

NEVERBALNO I VERBALNO PONAŠANJE PREZENTATORICE

Neverbalne poruke koje prezentatorica upućuje odabranoj publici su mnogobrojne i veoma bitne. Držanje, geste, položaj ruku, korištenje prostora, odijevanje, izraz lica, pogled, rukovanje pomoćnim predmetima i sredstvima, osobne stvari, fizički izgled, glas, položaj u odnosu na sudionice i niz drugih pomažu da prezentacija bude zanimljiva, da postigne svoju svrhu, da bude lako pamtljiva, zadržava dovoljnu koncentraciju slušateljica i ne djeluje opterećujuće na slušateljice ni u kom trenutku.

Verbalna komunikacija obraća pozornost na sadržaj i formu. Kako bi prezentacija bila jasna, interesantna i motivirajuća treba voditi računa o izboru riječi, tako da se pri prezentaciji ne bi trebale koristiti strane riječi, tehnički i stručni izrazi, lokalizmi i žargoni, poštapalice, strane fraze i rečenice, duge i stilski loše strukturirane rečenice, negacije, poslovice...

Dobra prezentatorica će spretno spojiti svoje umijeće komuniciranja s praćenjem reakcija slušateljstva te nastojati zanimljivim i kratkim nastupom utjecati na njih, bilo da se radi o stjecanju dojmova o nečem, percepciji, odluci...

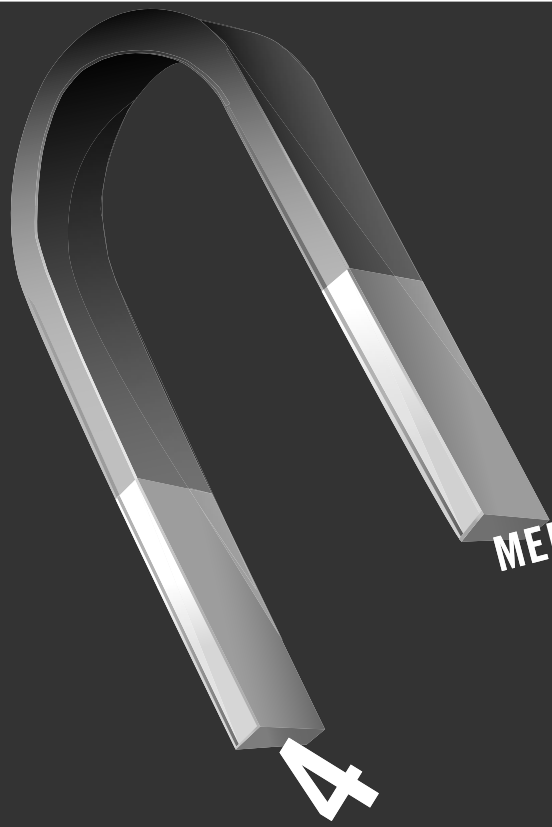
OBLIKOVANJE STRUKTURE PREZENTACIJE

Oblikovanje strukture ovisi prvenstveno o cilju i svrsi prezentacije, sadržaju, očekivanjima i potrebama slušateljstva. Standardna struktura prezentacije je sljedeća:

- Otvaranje
- Središnji dio
- Zaključak

Ovdje je predložak jedne od mogućih struktura prezentacija, prema komunikologu dr. sc. Goranu Bubašu:

- **Otvoravanje:** vrlo kratko iskažemo cilj koji želimo postići prezentacijom, na način da slušateljstvo zainteresiramo za ono što im želimo reći i pokazati.
- **Najava teme:** navesti ukratko sadržaj (ključne 3 stvari, ako je moguće ne više) da bi slušateljice mogle pratiti tijek prezentacije.
- **Izlaganje teme:** jasno obrazložiti, izložiti temu i voditi računa da to ne traje dugo i da ne bude prenatrpano informacijama. Zapamtite, vi očekujete od slušateljica da usmjere svoju pažnju na vas. Možete koristiti različite pomoćne "alate", kao što su zanimljivi podaci i primjeri koji potkrepljuju ono o čemu govorite, pa čak i anegdote ili druge animatore slušateljica.
- **Rezimiranje:** ponoviti ključne točke prezentacije i tako dodatno osigurati da će slušateljstvo zapamtiti vašu prezentaciju, što pomaže slušateljicama da na kraju steknu sređenu predodžbu o temi i sadržaju. Rezimiranje možemo završiti i zaključkom.
- **Poticanje slušateljica na akciju:** na kraju potaknuti slušateljstvo na poduzimanje akcije koja je logičan slijed pripremljene prezentacije i sadržaja.



MEDIJSKA EDUKACIJA
MAJA DUBLEVIĆ

- ŽENSKNE NEVLADINE UDRUGE I MEDIJI

Razvijena medijska strategija kao uvjet uspješne medijske prezentacije pretpostavlja planiranje konstantnih i primjerenih odnosa s medijima. Medijska strategija gradi se na nekoliko temeljnih pravila: udruga kontinuirano plasira u javnost tezu vezanu za njen djelokrug rada, kako bi dobila na prepoznatljivosti (npr. “Ženska prava su ljudska prava, ljudska prava su ženska prava”); jasno postavi ciljeve koje medijskom strategijom želi postići; jasno definira ciljanu grupu (publiku kojoj se kroz medije obraća); koristi različite mogućnosti komuniciranja kroz medije; u grupi / organizaciji izabere osobu koja je sklona održavati kontakte s medijima, pratiti / evaluirati medijsku pokrivenost djelovanja udruge (raditi “press clipping”). Svaka NVO koja ozbiljno gradi svoj javni nastup ima listu medija i novinara/ki s kojima redovito ili povremeno surađuje, takvu listu medijski vidljiva NVO konstantno proširuje.

Komuniciranje s javnošću kroz medije pretpostavlja da osoba koja komunicira na taj način ima osnovne informacije o mediju: koju političku misao podupire, tko je vlasnik medija, koje je političke orijentacije urednik... Uzimajući ove informacije u obzir neke će medije biti mudro zaobići u komuniciranju s javnošću, odnosno NVO-i će u svojoj strategiji odnosa s medijima lakše moći pretpostaviti kroz kakav će “filter” njene poruke proći prije nego dosegnu javni prostor.

Vidljivost u javnom prostoru gradimo javnim komuniciranjem kroz “tradicionalne” medije: novine, časopise, televiziju, radio, koji redom imaju vlasnike koji su građani kao i novinari, dakle barem na izborima izražavaju svoj politički stav glasajući za neku od ponuđenih opcija. Nitko u javnom prostoru nije imun na utjecaj političkih ideja.

Novine i časopisi

Javno komuniciranje kroz novine i časopise može biti uspješno ako smo svjesni i mogućnosti medijske manipulacije određenim temama koje ženske nevladine udruge u svom svakodnevnom radu promoviraju. Kako bismo smanjili mogućnost manipulacije informacijama koje nudimo, treba naučiti kako komunicirati i kako se nositi s potencijalnim medijskim zamkama. Najbolja medijska pokrivenost ženskih akcija postiže se distribucijom informacija nacionalnim i lokalnim tiskanim medijima.

Određenu temu možemo na nekoliko načina plasirati u tiskane medije:

- slanjem obavijesti za medije (“press release”), odnosno informacija o različitim aktivnostima ženskih udruge koje se trenutno događaju; nakon što dobiju takvu obavijest iz koje oblikuju vijest, novinari nerijetko iskazuju dodatan interes za tu ili neku sličnu aktualnu temu,



- plasiranjem “priče” nekom novinaru/novinarki, za koju znamo da će ju zainteresirati informacije o određenom problemu vezanom uz osobnu priču ili priče; u tom slučaju određenom novinaru/ki služimo kao izvor podataka i možda “veza” s glavnim akterima, a što će iz toga “izrasti” prepuštamo potpuno profesionalcu/ki; na ovaj se način stvaraju kontakti s pojedinim novinarima/kama koji su dragocjeni u strategiji medijskog eksponiranja rada nekog NVO-a,
- “komentari” su specifična forma teksta koji broji od 700 do 1000 riječi, u kojem se izražava stav, mišljenje - komentira neka aktualna tema ili problem; uspješne komentare mogu pisati samo osobe vične pisanju ove novinarske forme, jer je to u pravilu (premda ne isključivo) posao rezerviran za profesionalce/ke,
- pismo čitatelja i reagiranja su preporučljiva forma kontakta s medijima kada želimo izreći svoje viđenje tvrdnji iznesenih u nekom novinskom tekstu; obično izražavaju drukčiji stav, rasvjetljavaju određenu situaciju s drukčijeg aspekta ili donose nove informacije.

Časopisi su također dobra forma za plasiranje određene teme u javnost. Prije nego se kontaktira s nekim časopisom, potrebno je znati kojim temama se časopis bavi te se informirati s kojim profesionalcima u časopisu bismo mogli surađivati.

Može se stupiti u kontakt s osobama koje su zadužene za pojedine teme u nekom časopisu ili s urednicima.

Televizija i radio

Televizija i radio su iznimno važni za zadobivanje šire medijske pozornosti. Kako bi se zadobila medijska pažnja televizije i radija nužno je zadovoljiti nekoliko preduvjeta:

- potrebno je dobro poznavati programske sheme televizijskih programa i radio stanica kako bi se znalo kojem programu ili emisiji se treba obratiti s određenom temom,
- potrebno je znati imena osoba koje se bave određenim temama i uključiti te informacije u svoju kontakt listu,
- za plasiranje određene priče u medije treba kontakt osobi poslati sav relevantan pisani materijal o određenoj temi.

Besplatno javno oglašavanje

Besplatno javno oglašavanje odnosi se na kratke poruke / obavijesti, obično od 10 do 60 sekundi, kojima se javnost informira o određenom događaju, akciji, temi ili problemu. Ne pružaju sve TV i radio stanice tu mogućnost pa se ona mora ispitati.



Plaćeno javno oglašavanje

Plaćeno javno oglašavanje se prvenstveno koristi za informiranje javnosti o određenim akcijama i/ili problemima kada želimo alarmirati javnost i na drastičan način upozoriti na neki problem. Obzirom da je plaćeno, takvo javno oglašavanje ne podliježe cenzuri pa nam ostavlja mogućnost plasiranja nekog sadržaja u javnost na način koji smatramo primjerenim.

Obavijest za medije

Obavijest za medije ("press release") je oblik kojim se daje informacija o određenom događaju za koji smatramo da zaslužuje pozornost medija.

Obavijest za medije ima sljedeće funkcije:

- pružanje obavijesti o nekom netom završenom ili upravo dolazećem događaju, kao što su: tiskovne konferencije, promocije, dodjele nagrada i sl.,
- pružanje obavijesti o kampanji koja se provodi,
- pružanje dodatnih informacija o događaju koji je netom prošao,
- pružanje općih informacija o organizaciji ili upućivanje na neki problem.

Upute za pisanje:

- tekst mora biti kratak i jezgrovit, jasno strukturiran (1 kartica, što znači 30 redaka od 60 znakova u retku),
- mora sadržavati osnovne informacije o tome TKO, ŠTO, GDJE, KADA, KAKO i ZAŠTO organizira neki događaj ili se osvrće na neki problem,
- naslov i prvi odjeljak teksta imaju zadatak informirati i privući pozornost,
- treba znati do kojeg sata u danu možemo poslati neki tekst, a da bude sljedećeg dana objavljen (najčešće je to do podneva, tek iznimno moguće je i kasnije),
- u drugi odjeljak obavijesti za medije korisno je uključiti relevantne podatke (statističke...) koji argumentiraju vjerodostojnost tvrdnji iz prvog dijela teksta,
- korisno je uključiti izjavu neke poznate i stručne osobe koja svjedoči o važnosti događaja ili problema,
- napišite obavijest za medije profesionalno; stavite u zaglavlje logo, naziv, adresu, kontakte udruge i datum, potpišite se kao autorica i navedite svoju poziciju u NVO-u, navedite podatke kontakt osobe (ako to nije autorica teksta) koja može novinaru/ki dati dodatne informacije,
- ako je potrebno, uz obavijest za medije možete poslati i dodatne informacije, ali ne pretjerujte s materijalima,
- stupite u telefonski kontakt s novinarom/kom nakon što pošaljete obavijest za medije kako bi imali priliku očitovati se o sadržaju vaše obavijest i kako biste vi dobili mogućnost da im u direktnom kontaktu date dodatne informacije.



Tiskovna konferencija

Tiskovna konferencija treba biti pripremljena tako da direktno prezentira informacije predstavnicima/ama medija. Glavni cilj tiskovne konferencije je uživo novinarima prenijeti informaciju o nekom važnom TRENUTNOM problemu ili događaju. Za “presicu” moramo imati KONKRETAN povod koji je AKTUALAN (nešto se upravo događa ili će se netom dogoditi).

Na tiskovnoj konferenciji govore stručnjakinje za određenu temu iz same udruge i šire te, po mogućnosti, osobe koje su već poznate javnosti, kako bi lakše privukle medijsku pažnju.

Prilikom organiziranja tiskovne konferencije treba misliti na nekoliko detalja:

- odaberite odgovarajuću lokaciju (prostor mora govoriti o vašem NVO-u) i vrijeme za tiskovnu konferenciju (dovoljno rano da se novinari stignu vratiti u redakcije i napisati izvještaje, ne prerano zbog onih kojima treba više vremena da dođu do mjesta “presice” - obično između 10 i 11 sati),
- upotrijebite svoju kontakt listu za medije kako biste odabrali novinare/ke koje želite pozvati,
- odlučite tko će na konferenciji govoriti (jedna osoba, tek iznimno dvije, ostale osobe mogu odgovarati na konkretna pitanja),
- delegirajte nekoj osobi iz udruge kontaktiranje s medijima, ona će imati obavezu da svi mediji koje želite pozvati dobiju na vrijeme poziv,
- pošaljite poziv jedan do dva dana prije konferencije,
- prvi dio konferencije je izlaganje problema i traje najviše 10 minuta; drugi, jednako važan dio je predviđen za pitanja novinara - pripremite unaprijed i sami neko pitanje, ako ih novinari ne budu imali, možda ih tako potaknete, jer konferencija nije jednosmjerna komunikacija.

Tiskovne konferencije nisu najbolji, nego samo jedan od načina komuniciranja s medijima pa ne smiju biti jedini koji koristimo, jer nemamo dovoljno atraktivnih povoda za “presice” da bismo samo kroz njih izgradili vidljivost rada u javnom prostoru.

Iskustvo s modula “ Medijska edukacija žena”, provedenog u projektu “Žene i vođenje”

ARGUMENTACIJSKA LINIJA: VJEŽBANJE ARGUMENTACIJE U SIMULIRANIM UVJETIMA JAVNOG NASTUPA

CILJ VJEŽBE

Usvajanje i vježbanje logičnog slijeda izlaganja i argumentiranja.

TRAJANJE VJEŽBE

2 - 2,5 sata

MATERIJAL

Stolice za sudionice, kazetofon za snimanje sudionica.

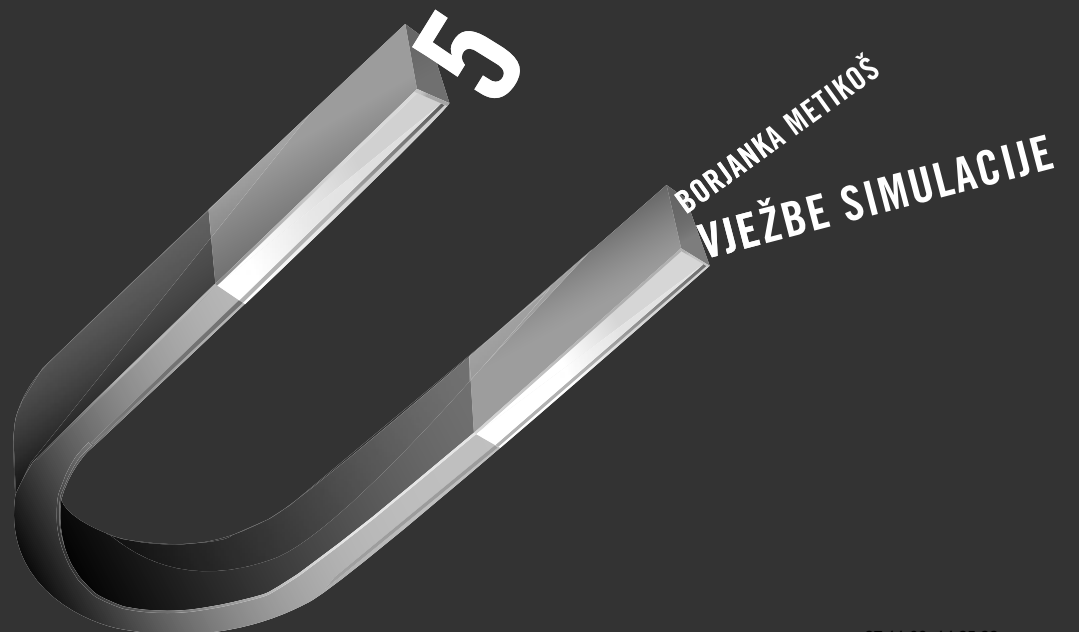
UPUTE ZA VJEŽBU

1. Sudionicama je najprije pojašnjeno od strane trenerica što je to argumentacijska linija. (10 minuta)
Argumentacijska linija - teza - argument (potkrepljuje tezu) - protuargument (daje ga protivnik) - pobijanje protuargumenta. Na ovakvoj se liniji temelji svaki razgovor i sučeljavanje. Važno je reći da se u argumentacijskoj liniji ne napada osoba, nego problem.
U tezu je uvijek uključen vrijednosni sustav. Teza je osobna, to je uvjerenje, sud, emocija; a argument je činjenica, “špricer” koji će hladiti emocije.
Bitno je spomenuti da je pri argumentiranju važan i neverbalni dio komunikacije.
2. Sudionice su se podijelile u dvije grupe po sistemu prva-druga, jedna grupa iznosi teze i argumente za tezu, a druga grupa protuargumente. (5 minuta)
3. Svaki par se sam dogovorio o čemu će razgovarati pridržavajući se sljedećeg pravila: jedna osoba u paru dolazi na adresu ustanove ili osobe iz lokalne ili državne uprave po nešto i za to iznosi argumente, a druga osoba koja predstavlja tu ustanovu ili osobu protuargumentima to odbija. (10 minuta)
4. Svaka od sudionica u paru za svoju “tezu” samostalno pripremi barem dva - tri argumenta. (10 minuta)
5. Svaki par predstavi svoju argumentaciju (ovisno o broju sudionica, otprilike svaki par 5 minuta), trenerice snimaju svaki par na kazetofon.
6. Snimljeni materijal se pušta na kazetofon, a trenerice i ostale sudionice nakon svakog para daju svoju povratnu informaciju. (Otprilike svaki par 5 minuta.)



Teze koje su se koristile na modulu “Žene i mediji”:

1. par: “Družba Adria” je opasnost po čisti Jadran.
2. par: homoseksualnim parovima treba omogućiti usvajanje djece.
3. par: treba legalizirati izvanbračne i bračne zajednice istospolnih brakova.
4. par: Obrovac treba turističku zajednicu.
5. par: treba osnovati centar za potporu NVO-ima i dati im prostor Grada.
6. par: besplatni seminari za ekonomsko osnaživanje žena su potrebni.
7. par: Vukovaru je potrebno psihološko savjetovalište za djecu.
8. par: treba obnoviti postojeću kino-terasu na Kninskoj tvrđavi.
9. par: potrebno je uvesti ekonomsko opismenjivanje u obrazovne ciljeve OŠ-a.
10. par: treba ukinuti zabranu dovođenja kućnih ljubimaca u hotele i kafiće.



Simulacija - teorijsko objašnjenje

Simulacija je trenerska metoda osmišljena da sudionicama daje iskustvo koje je usporedivo s iskustvom u stvarnim situacijama. Dakle, u ovom slučaju, sudionice ne dobivaju "uloge", već se ponašaju sukladno stvarnim situacijama, situacijama koje nisu hipotetičke.

Razlika između igranja uloga i simulacije je upravo taj moment stvarnosti. U igranju uloga sudionice možda nikad prije nisu bile u ulozi koju igraju ili su prošle kroz situaciju koju igraju. Strukturirano je ponavljaju da bi izvukle važne momente na osnovu kojih će učiti o mogućnostima poboljšanja ponašanja ili će im vježba pomoći da bolje razumiju pozicije suigračice.

Simulacija odražava stvarnu situaciju, poziciju u organizaciji, društvu. Na primjer, u igranju uloga volonterka može igrati ulogu menadžerice, a u simulaciji volonterka uvježbava vještine volonterke, a menadžerica vježba vještine menadžerice.

Oblikovanje simulacije

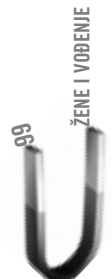
Prema Hindy Lauren Schachter s Instituta za tehnologiju, New Jersey, vodeći se sljedećim uputama postići ćete dobro oblikovanu simulaciju:

1. Odredite svrhu simulacije i izlistajte sposobnosti koje želite razviti.
2. Skicirajte scenarij i osmislite aktivnosti koje razvijaju navedene sposobnosti (npr. ako grupa treba naučiti kako pregovarati, kreirajte takvu situaciju za učenje).
3. Koristite materijale koji mogu biti potpora simulaciji i doprinosti realnosti situacije koju simulirate (npr. različiti dokumenti, ugovori, materijali...).
4. Podijelite sudionicama odgovarajuće "uloge", a pri tome vodite računa o vezi s realnošću, jer je ona ovdje esencijalna.
5. Osigurajte da je za sve aktivnosti određeno dovoljno vremena da budu i završene, budite precizni u planiranju vremena.
6. Osigurajte mogućnost davanja povratnih informacija, s naglaskom na pohvale i isticanje dobrog izvođenja aktivnosti, jer pozitivna povratna informacija motivira na veću uključenost u vježbu.

Simulacijske igre

Simulacijska igra je igra bazirana na realnosti u kojoj sudionice iskušavaju ono što im je potrebno znati u stvarnim radnim i životnim situacijama. Iako ove vrste strukturiranih vježbi same po sebi nisu realnost, učenje i iskustvo koje proizlazi iz njih je itekako realno, a bazira se na analiziranju ponašanja sudionica, pa upravo iz tog segmenta dolazi učenje. Karakteristike simulacijskih igara su sljedeće:

- Svaka igra ima specifičnu svrhu i ciljeve učenja.
- Igra omogućava uključenost cjelokupne grupe.



- Pravila i struktura moraju biti poznate svima.
- Igru osmišljava trenerica.
- Igra generira niz informacija koje su osnova za analizu.
- Analiza procesa generira usvajanje novih vještina i spoznaja.
- Primjena novina u praksi.

Zašto koristiti simulacijske igre

Simulacijske igre imaju sljedeću svrhu i prednosti:

1. Sudionice uče iz onog što čine.
2. Povećava se interes za učenje.
3. Djeluju motivirajuće na sudionice i potiču aktivno sudjelovanje uz potpun emocionalni, psihički i mentalni angažman.
4. Omogućava veći doticaj s realnošću od drugih metoda (primjer igara za vježbanje donošenja odluka, jačanja odnosa unutar timova, komunikacije, rješavanja problema...).
5. Osnažuje suradnju i dijeljenje znanja i vještina među sudionicama.
6. Pokreće proces učenja već u samom početku igre, zahtjeva veću koncentraciju i oslanjanje na suigračice i ne dopušta neaktivnost.
7. Sudionicama omogućava izgradnju osjećaja pripadnosti i identiteta grupe te ih oslobađa od eventualnih predrasuda ili stereotipa.
8. Igra ima samo pobjednike, jer iz nje svi uče.
9. Igra sama po sebi zahtjeva uobičajeno ponašanje sudionica, a takvo ponašanje postaje dobra osnova za davanje povratne informacije kao jednog od oblika učenja iz ovog iskustva.
10. Iskustva postaju lako pamtljiva.



Naziv vježbe: Tangrami

CILJ VJEŽBE

Ostvariti iskustvo suradnje, suočavajući se s različitim faktorima i problemima. Članice tima u različitim uvjetima surađuju i ovise jedne o drugima kako bi postigle zadani cilj.

VRIJEME ZA IGRU

Do 1,5 sat

POTREBAN MATERIJAL

Upute za sudionice i promatračice, set tangrama, stolovi i stolice za igračice (grupe se međusobno ne smiju vidjeti, u skladu s tim rasporediti stolove).

UPUTE ZA VJEŽBU

1. Uvod: trenerica može započeti kratkom diskusijom o značenju suradnje te o tome što je zapravo suština prave suradnje i kako ona izgleda. Sve sugestije ispisuje na papir te ih uvodi u vježbu sugerirajući da kroz vježbu obrate pažnju na sugestije i da ih pokušaju prakticirati.

Druga mogućnost je da se vježbi pristupi odmah, bez ikakvog uvoda, a osnovne spoznaje će biti izvučene na kraju vježbe. (10 minuta)

2. Trenerica objašnjava sudionicama na koji način se vježba radi: svaka sudionica će dobiti po jedan set tangrama, koji kad se na pravilan način spoje čine kvadrat. Svatko slaže svoj kvadrat.

Pravila su sljedeća:

- Igračice ne smiju same uzimati dijelove od drugih, međutim, mogu davati svoje dijelove koji su potrebni drugim članicama grupe.
- Govorna komunikacija nije dozvoljena niti bilo koji oblik dogovaranja, davanja znakova u svrhu traženja dijelova koji vam nedostaju.
- Dijelove možete uručiti samo određenoj osobi, ne mogu se ostavljati na sredini stola kako bi se njima posluživali oni kojima trebaju.
- Svaka igračica na kraju treba pred sobom imati složen pravilan kvadrat. (10 minuta)

* Simulacija je jedna od metoda koje se osobito često koriste u medijskoj edukaciji. U okviru medijske edukacije često se "simuliraju" konferencije za tisak, izjave za medije, radijske i televizijske emisije. Stoga smo u metodološkom dijelu dale šire teorijsko objašnjenje same metode. (op. ur.)

3. Sudionice se dijele na grupe po četiri te se svim članicama grupe podijele setovi tangrama. (5 minuta)
4. Slaganje tangrama. (20 minuta)
5. Procesuiranje. (25 minuta)

Kroz procesuiranje treba odgovoriti na sljedeća pitanja:

- Tko je prvi bio spreman podijeliti svoje dijelove s drugima?
- Što se dogodilo kada je netko kompletirao svoj kvadrat? Što je učinio?
- Ima li netko tko se uporno borio sa svojim dijelovima, ali ih nije bio spreman podijeliti s drugima?
- Kako ste se nosili s frustracijama i ljutnjom koja se pojavljivala tijekom igre, kada ste vidjeli rješenje, ali niste smjeli reagirati?
- Je li itko kršio pravila tijekom igre? Kako vas se to dojmilo?
- Što je pomoglo grupi, a što odmoglo da ostvari cilj?

Za promatračice idu iste upute, s tim što im se naglašava da strogo vode računa o:

- Kršenjima pravila.
- Je li se itko pokušavao riješiti dijelova, a da ih prije toga nije pokušao upotrijebiti?
- Je li netko riješio svoj zadatak brzo, a onda se separirao od grupe?
- Koliko je igračica zaista bilo angažirano u razmišljanju i kombiniranju kako da spoje sve dijelove?
- Je li bilo kritičnih preokreta nakon kojih je grupi krenula suradnja?

6. Nakon procesuiranja vježbu završiti prolazeći čitav ciklus iskustvenog učenja¹, odnosno, izvesti zaključke te sagledati kako se nove spoznaje mogu primijeniti u praksi (što će se poboljšati, promijeniti, primijeniti, raditi drugačije nego do sada...). (20 minuta)

¹ Prema Hodžić a., Bijelić N., Cesar S., Spol i rod pod povećalom, CESI, Zagreb, 2003.: Iskustveno učenje pruža mogućnost angažiranja u aktivnostima, kritičkog sagledavanja aktivnosti, analize onog što se iskusilo i upotrebe najkorisnijih dijelova iskustva u drugim aktivnostima. Sastoji se od: 1. iskustva, 2. procesuiranja, 3. generalizacije, 4. primjene. (op. ur.)



Naziv vježbe: Rješavanje nesuglasica putem aktivnog slušanja

CILJ VJEŽBE

Povećati sposobnost voditeljice i supervizorice da efektivno slušaju kada su suočene s neslaganjem ili otporom. Sudionice će povećati svoju vještinu aktivnog slušanja (upotreba pitanja, sažimanje, parafraziranje, bodrenje), posebno kada su suočene s osjećajima ili idejama s kojima bi se mogli ne slagati. Promatračice će povećati svoj kapacitet davanja i primanja povratnih informacija, bez osuđivanja ili zauzimanja obrambene pozicije.

TRAJANJE

Oko 1 sat.

POTREBAN MATERIJAL

Stolice za sudionice, papir.

UPUTE ZA VJEŽBU

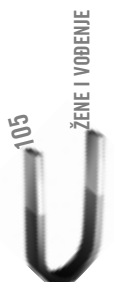
1. Diskusija o svrsi vježbe. (15 minuta)
2. Svaka sudionica dobije pisane ili verbalne upute za vježbu, biraju se akterice kojima se daju opisi njihovih uloga. Nakon toga se biraju promatračice koje dobivaju svoje zadatke. Ako je grupa velika, promatračice mogu biti grupirane. (15 minuta)

UPUTA ZA AKTERICE

Bit ćeš zamoljena da odigraš ulogu, ali tako da ne glumiš, nego se tijekom igranja ponašaš kako bi se inače ponašala u svom stvarnom životu.

Ako bi, na primjer u ulozi bila voditeljica programa za osnaživanje žena u nekoj organizaciji, prikaži to tako kako bi se ti na toj poziciji ponašala u stvarnom životu.

Možda ćeš biti zamoljena da preuzmeš činjenice o dužini svoje službe, spolu, obitelji, sklonostima i prethodnom iskustvu. Usvoji ove činjenice kao svoje vlastite i dopusti svojim osjećajima i stavovima da se promijene kako to traže ovi zamišljeni događaji ili faktori.



Tijekom vježbe mogu se pojaviti pitanja ili sporne točke koje nisu pokrivene tvojim uputama za ulogu. Ako se ovo dogodi, osjećaj se slobodnom da izmisliš činjenice koje su primjerene okolnostima.

UPUTE ZA IGRANJE ULOGE ZA ČLANICU A

Tvoja partnerica (igračica B) će inicirati diskusiju s tobom. Tvoj zadatak tijekom ove aktivnosti je slušati i postavljati pitanja bez pokušaja prisiljavanja druge osobe na zaključak koji se slaže s tvojim. Npr. zastupaš tezu: “Žene su nepošteno tretirane u većini organizacija. Muškarci dominiraju i često su nesvjesni svoga šovinističkog ponašanja.”

Ti možeš, povremeno, iskazati ideje, međutim, ne smiješ na silu pokušavati promijeniti mišljenje druge osobe. Tvoj cilj je slušati i razumjeti. Informacije koje slijede te mogu voditi u tom pokušaju.

UPUTE

1. Općenita pitanja (na primjer: “Što misliš?”, “Što se dogodilo?”) su korisna kako bi se više saznalo što druga osoba misli. Prenatrpana pitanja ili pitanja koja vode predodređenom odgovoru (na primjer: “Zar ne misliš...?”) su neprimjerena.
2. Izjave koje ohrabruju osobu na govorenje (na primjer: “Reci mi više o tome.”) povećavaju komunikaciju.
3. Parafraziranje izjava druge osobe može biti vrlo korisno. Na primjer, ako osoba kaže “Ja mislim da žene postaju preagresivne u nastojanju da napreduju”, ti bi mogla odgovoriti “Shvaćam, ti misliš da su žene ‘tvrde’ u načinu na koji postižu svoje ciljeve.” Ovaj tip odgovora ohrabruje drugu osobu da govori i da proširi svoju izjavu.

UPUTE ZA IGRANJE ULOGE ZA ČLANICE B

Tijekom vježbe ti trebaš slobodno izraziti svoja mišljenja. Ako se susretneš s otporom ili neslaganjem, možeš se nositi s tim na bilo koji način za koji ti se čini da je odgovarajući. Od tebe se očekuje da izraziš svoje mišljenje o problemu i da slijediš svoje izvorne osjećaje da bi razjasnila pitanje, utjecala na drugu osobu ili jednostavno da bi izrekla svoju poziciju. Ti trebaš inicirati diskusiju predstavljajući svoje suprotno mišljenje o ovoj izjavi: “Žene su nepošteno tretirane u većini organizacija. Muškarci dominiraju i često su nesvjesni svoga šovinističkog ponašanja”.

3. Igranje uloga. (15 minuta)
4. Osvrt promatračica. Osvrt na promatranje donosi se zajednički u promatračkim grupama. Jedna sudionica prezentira rezultate grupe. (15 minuta)

Igranje uloga - teorijska podloga

Strukturirano igranje uloga je definirano kao metoda u kojem su ciljevi poznati i specifični i u kojem su uloge, informacije i pravila, većim dijelom planirane i oblikovane prije treninga.

Igra uloga se općenito koristi zbog jednog od nekoliko razloga:

- Prakticiranje ponašanja, izražavanja, komuniciranja, kao priprema za moguću novu akciju ili pretpostavljenu problemsku situaciju.
- Kako bi se ispitalo kako je neku problemsku situaciju u prošlosti ili zamišljenu situaciju moguće riješiti te se iz toga izvukli mogući odgovarajući modeli ponašanja ili rješenja.

Osnovna načela korištenja

Jedinstvene vrijednosti igranja uloga uključuju sljedeće:

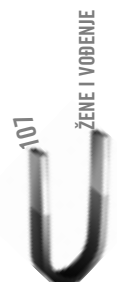
1. **Potpunost** - omogućuje osobama da izvedu do kraja misao ili odluku, ma koliko to bilo rizično u stvarnom životu. Ono dopušta vježbanje izvođenja akcije i dopušta drugi pokušaj.
2. **Usavršavanje vještina** - često smo u prilici rješavati problemske situacije i međuljudske odnose pa se od nas očekuje da kao odrasle osobe to i znamo. Postojanje treninga i metoda pomoću kojih se prakticiraju ove vještine govori u prilog činjenici da se nismo s tim rodili i da je učenje cjeloživotni proces.
3. **Promjenjivosti** - utječu na promjene stavova putem uloga u kojima se sudionice nalaze. To dokazuje da ponašanje nije isključivo stvar karaktera ili osobnosti, nego i situacije u kojoj se nalaze. Sudionice postaju svjesne i senzibilizirane za osjećaje drugih, koji im istovremeno trebaju poslužiti kao povratna informacija na osnovu koje će donijeti zaključke i odluke o osobnim promjenama.
4. **Pokušaji i pogreške** - omogućuje sudionicama da otkriju vlastite greške u interakciji s drugima, komunikaciji, stupnju tolerantnosti, upravljanju itd. Omogućava trening kontrole osjećaja. Na primjer, osoba može vježbati kako da ne bude iritirana prigovorima i pronađe drugi model ponašanja.

Koraci za planiranje, pripremu i provođenje vježbe igranja uloga

Što učiniti

1. Postavi situaciju:

- Prvo daj široki pregled onoga što će se dogoditi.
- Osiguraj daljnje upute (korak po korak, ako je primjereno).
- Izvijesti promatrače o tome što i kako da promatraju.
- Prati i vodi proces kad je riječ o počinjanju, zaustavljanju ili prekidanju strukturiranog iskustva.
- Uvijek drži na umu ciljeve učenja.
- Pitanja o uputama za uloge trebaju biti odgovorena prije nego što vježba počne.



2. Facilitiraj proces:

- Održavaj atmosferu potpore.
- Osiguraj da svatko ima svoj zadatak i odgovornost.
- Održi vježbu dobro odmjerenom i fokusiranom.
- Dopusti grupi da ti pomogne.
- Koristi podgrupe da bi učinila neke zadatke prikladnijim za provođenje (priprema uloga i rad s “glumicama”, pitanja za promatračice...).

3. Facilitiraj učenje

- Preokreni sve što se dogodi u iskustvo učenja.
- Upravljaj učinkom iskustva u skladu sa spremnošću sudionica za novim znanjem i informacijama.
- U ciklusu učenja neka razine budu jasne i potpune (obavezno prođi cijeli krug učenja) i neka ti vježba bude poveznica za sljedeći korak.
- Iskustvo: drži proizvodnju podataka unutar granica.
- Pohrani podatke: ako je iskustvo dugačko, povremeno prekini aktivnost i zatraži sudionice da vode bilješke o onom što se događa.
- Pomogni sudionicama da odvoje sebe od iskustva tako što će pričati o njemu ili o ulogama u trećem licu jednine.
- Procesuiranje: potpuno proradi diskusiju (druga razina ciklusa), fokusirajući se na interakciju ohrabrenu otvorenim pitanjima.
- Osmisli pitanja tako da počinju s “kako”, “što” ili “zašto” i pokušaj uključiti riječi “misliš”, “osjećaš” da bi izvukao odgovore. Izbjegavaj pitanja na koja se može odgovoriti s “da” ili “ne”.
- Generaliziranje: izvuci sve perspektive i zaključke iz vježbe koji su tijekom faze procesuiranja proizvedeni.
- Primjena: ohrabri i pomogni sudionicama da podijele svoje planove za primjenu svojih znanja (djelovanje i promjena).

Dobra facilitatorica ili trenerica zna da su sudionice važnije od teme. Ona je pažljiva (obazriva) i na signale koje sudionice šalju o svojoj pripravnosti, osjećajima, razumijevanju, uključenosti, i na vlastite osjećaje i pretpostavke o tome što se događa. Facilitatorica mora izgledati opušteno, da bi oslobodila svoje vlastito tijelo i percepciju, ali i da bi postavila primjer za sudionice. Možda bi bilo dobro baviti se nekom opuštajućom aktivnošću, kao što je duboko disanje, prije počinjanja aktivnosti grupe.

Stvari koje treba izbjegavati

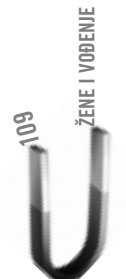
- Pretjerano instruiranje.
- Osiguravanje previše detalja.
- Pretjerano pričanje (nasuprot slušanju i dijeljenju).
- Prisiljavanje sudionica da sudjeluju.
- Postavljanje pitanja tako da sudionice moraju odgovoriti kako ti želiš (manipuliranje).
- Prepiranje o interpretacijama onoga što se dogodilo.
- Obrana vlastitog gledišta o tome što se trebalo dogoditi.

NEPRIMJERENO PONAŠANJE

- Korištenje nepristojnog jezika ili humora, kleveta, sarkazma ili humora o osjetljivim ili kontroverznim pitanjima, uvjerenjima ili grupama ljudi.
- Zloupotreba svoje pozicije kako bi izrazili svoja osobna gledišta ili demonstrirali stručnost.
- Ismijavanje sudionica, “spuštanje”.
- Varanje sudionica.
- Interpretiranje ponašanja pojedinaca.
- Preopterećenje.
- Proizvođenje više podataka nego što ih se može sasvim prodiskutirati.
- Ponavljanje aktivnosti dok nije kako treba.
- Pretjerano analiziranje podataka.

ZAVRŠAVANJE BEZ ZAKLJUČKA

- Ostavljati sudionice da same razriješe svoje iznesene probleme.
- Ostavljati primjenu slučaju.



KORIŠTENA LITERATURA*:

Primjer upute za igranje uloga, preuzet i adaptiran iz: "Materijali s treninga za trenere", Hub Capacity building, Rumunjska, 2001.

Primjer simulacijske igre: "Program obuke predavača", AED, Zagreb, 1999.

"Šest koraka u oblikovanju treninga", materijali korišteni iz: "Training Resource group. Inc., Creating Effective Training", 2001. i Management for Development Fondation: The Training Methodology.

R. Garry Shirts, "10 Secrets of Succeseful Simulation", Simulation Training Systems of Del Mar, CA, 1992.

Julius E. Eittington, "The Winning Trainer", Gulf Publishing Company, Houston, Texas, USA, 1996.

Internetski izvori: www.aiesec.ch

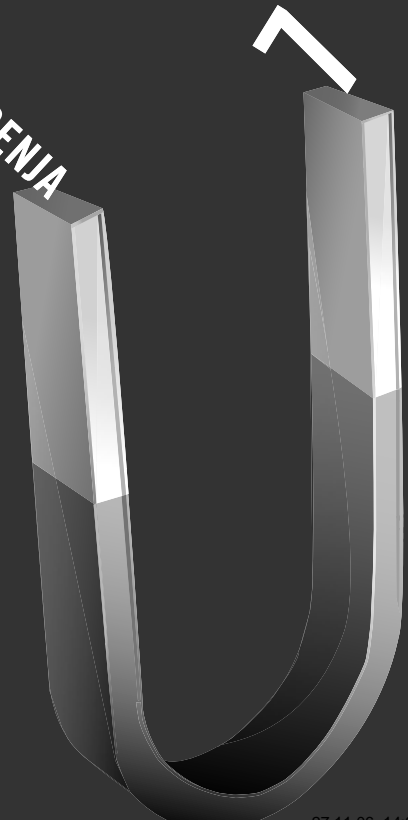
www.cba.neu.edu

www.mapnp.org/library

www.stsintl.com/articles/tensecrets.html

* Navedene izvore je koristila Borjanka Metikoš u: 6 koraka treninga, Davanje i primanje povratne informacije, Prezentacijske vještine, Simulacija, Igranje uloga.

MAJA DUBLEVIĆ
PRIMJERI USPJEŠNOG VOĐENJA



Svaka žena se ponekad našla u liderskoj ulozi koja podrazumijeva određenu odgovornost i moć. Ne mora se nužno raditi o formalnim situacijama koje se odnose na radnu sredinu, organizaciju ili stranku, već se to dešava i u krugu obitelji, u prijateljskom okruženju. Sposobnost sagledavanja vlastitog ponašanja u tim situacijama kao i čimbenika koji su pritom imali najviše utjecaja na ishod, nužno je za razvijanje voditeljskih vještina.

Vježba preuzeta iz projekta “Žene i vođenje” Naziv vježbe: Primjeri dobrog vođenja

CILJ

Sagledavanje elemenata koji vode dobrom i učinkovitim vođenju, kao i onih koji vode neuspjehu u vođenju. Vještine koje se razvijaju ovom vježbom su analitičnost, objektivnost, samospoznavanje ...

TRAJANJE

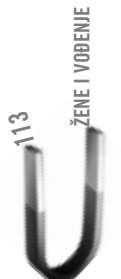
Oko 1 sat.

MATERIJAL

Stolice za sudionice, papiri za sudionice, “flipchart” blok.

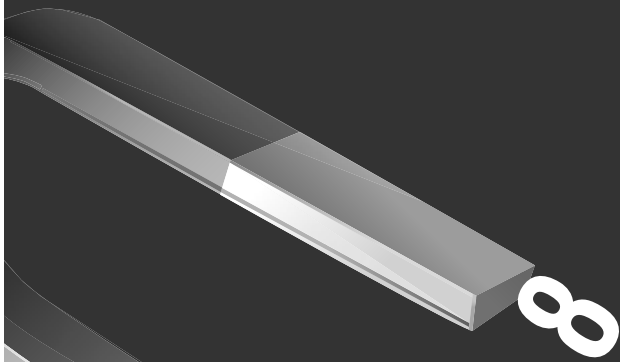
UPUTE

1. Podijelite sudionice u male grupe od po četiri.
2. Neka sudionice u malim grupama razmjene svoja iskustva u voditeljskim ulogama. Svaka sudionica neka navede jednu situaciju u kojoj je svoje vođenje smatrala uspješnim i jednu situaciju koju je smatrala neuspješnom. (24 minute)
3. Svaka grupa neka na osnovi svojih primjera izdvoji elemente koji su u određenoj situaciji bili ključni za uspjeh, odnosno za neuspjeh u voditeljskim ulogama.



(Primjeri: elementi koji vode uspjehu su: dosljednost, karizmatičnost, maštovitost, poticanje volonterizma, uvjerljivost u nastupu, sistematičnost, tolerancija, podrška obitelji... Elementi koji vode neuspjehu su: nedostatak podrške, nedostatak utjecaja, nestrpljivost, posustajanje, strah i nesigurnost, naivnost, nedovoljno poznavanje okruženja u kojem se djeluje i dr.) (15 minuta)

4. Nakon povratka u veliku grupu članice svake grupe nabroje elemente uspješnosti i neuspješnosti do kojih se došlo u njihovoj maloj grupi, a trenerica ono što su navele zapisuje na "flipchart" bloku. (8 minuta)
5. Uz elemente koji vode neuspjehu, trenerica prema sugestijama sudionica i kroz diskusiju zapisuje načine na koje se određeni negativni elementi mogu prevladati. (8 minuta) (Npr. nedostatak podrške - uvjeravanje / kao način zadobivanja podrške, nestrpljivost - razvijanje strpljivosti, nedovoljno poznavanje okruženja u kojem se djeluje - analiza situacije, strah i nesigurnost - razvijanje samosvijesti, nedostatak utjecaja - razvijanje dosljednosti, naivnost - objektivan pristup, posustajanje - sposobnost prepuštanja novom i preuzimanje rizika.)



KAKVOM TIPU LIDERICE PRIPADATE ANNIE DUNNEBACKE

KAKVOM TIPU LIDERICE PRIPADATE?

Annie Dunneback

Upitnik

CILJEVI

Pomoći sudionicama da naprave razliku između različitih stilova vođenja.

Upoznati sudionice s mogućnošću izbora primjerenog stila vođenja obzirom na situaciju.

VRIJEME

Jedan do jedan i pol sat.

MATERIJAL

Kopija upitnika za svaku sudionicu i kopija rezultata upitnika za svaku sudionicu.

“Flipchart” blok, flomasteri i samoljepljiva traka, olovka za svaku sudionicu.

UPUTE

1. Voditeljica upoznaje sudionice sa sljedećim:

Kroz ovu aktivnost razmatrat ćemo pitanje da li se voditeljica u svim situacijama treba postavljati na isti način ili svaka situacija zahtjeva određen tip ponašanja voditeljice. Analizirat ćemo taj problem i tijekom procesa naučiti više o voditeljskim vještinama.

2. Sudionice se dijele u grupe od pet ili šest članica. Svakoj članici podgrupe da se kopija upitnika, rezultat i analiza.

3. Voditeljica daje sudionicama četrdeset minuta vremena da odgovore na pitanja iz upitnika i izračunaju rezultate te prodiskutiraju rezultate u malim grupama.

4. Voditeljica može ponuditi pomoć sudionicama da provjere jesu li rezultat izračunale na pravi način.

5. Čitava grupa se ponovo sakuplja radi diskusije. Neka od mogućih pitanja su:

1. U kojoj mjeri odgovori sudionica iskazuju preferenciju prema određenom stilu vođenja ili su njihove sklonosti izbalansirane? Zašto?
2. Ima li neka od sudionica osjećaj da odgovori koje je dala na pitanja nisu reflektirali njezino autentično ponašanje, već je pri odgovaranju težila postizanju rezultata za koji smatra da je optimalan?



3. Trenerica pita sudionice da identificiraju specifične vještine potrebne da bi se funkcioniralo kao fleksibilna liderica. Vezano uz to, neka si postave pitanje koje vještine već posjeduju ili trebaju tek razviti?

Upitnik o stilovima vođenja

UPUTE

U upitniku je opisano deset situacija. Kod svake situacije su nabrojana tri alternativna ponašanja kao odgovor na danu situaciju. Pročitajte opis svih alternativa i poredajte ih na sljedeći način:

- Napišite broj 3 kod pozicije koja opisuje ponašanje najbližnje vašem u određenoj situaciji.
- Napišite broj 2 kod pozicije koja je sljedeća po vjerojatnosti vezana uz vaše ponašanje u određenoj situaciji.
- Napišite broj 1 kod pozicije koja opisuje ponašanje najmanje slično vašem u određenoj situaciji.

1. Voditeljica sastanka treba:

- _____ (1) Fokusirati pažnju na dnevni red (bilo da je napisan ili skriven).
- _____ (2) Fokusirati pažnju na osjećaje svake osobe u namjeri da pomogne sudionicama da izraze emocionalne reakcije vezane uz temu.
- _____ (3) Fokusirati pažnju na različite pozicije koje sudionice zauzimaju i načine komunikacije jednih s drugima.

2. Kao primaran cilj, voditeljica treba:

- _____ (4) Stvoriti grupnu klimu koja potiče rad i realizaciju radnih ciljeva.
- _____ (5) Stvoriti grupnu klimu koja potiče na otvorenost i brižnost.
- _____ (6) Stvoriti grupnu klimu koja pomaže članicama grupe da nađu sebe kao dio grupe.

3. Kada se javi jako neslaganje između voditeljice grupe i neke od članica, voditeljica bi trebala:

- _____ (7) Saslušati članicu grupe i utvrditi da li je cilj bio dobro shvaćen.
- _____ (8) Pokušati navesti ostale članice grupe da izraze svoje mišljenje u namjeri da ih uključi u proces.
- _____ (9) Podržati osobu da izrazi vlastite poglede i stavove.

4. U procjeni uspješnosti grupe, voditeljica treba:

- _____ (10) Uključiti čitavu grupu u procjenu i zadovoljstvo naučenim.
- _____ (11) Uključiti čitavu grupu u usporedbu postignutog s prethodno postavljenim ciljevima.
- _____ (12) Pozvati svaku članicu ponaosob da iskaže svoje ciljeve i standarde uspješnosti.

5. Kada između dvije članice grupe dođe do nesuglasica, voditeljica treba:

- _____ (13) Pomoći članicama da izađu na kraj sa svojim osjećajima u smjeru razrješenja nesuglasice.
- _____ (14) Ohrabriti druge članice da pomognu pri razrješavanju nesuglasice.
- _____ (15) Dati određeno vrijeme objema stranama da iskažu svoje stavove, ali paziti da diskusija ne izmakne kontroli i da bude ciljana.

6. Najbolji način motiviranja nekoga tko ne izvršava svoje radne obaveze u skladu sa svojim mogućnostima jest:

- _____ (16) Istaknuti značaj doprinosa rada čitave grupe i važnost sudjelovanja svakoga člana.
- _____ (17) Ispitati pozadinu problema s namjerom da se razumije pravi razlog loše učinkovitosti.
- _____ (18) Ne zabrinjavati se, osoba će bolje sudjelovati kad za to bude spremna.

7. Tijekom procjene uspješnosti svoje sesije voditeljica treba obratiti pažnju na:

- _____ (19) Lakoću i djelotvornost s kojom je sesija održana.
- _____ (20) Je li svatko dao svoj doprinos idejama i mišljenjima.
- _____ (21) Koliko uspješno se razvio osjećaj postignuća i kod voditeljice i kod ostalih članica.

8. U situacijama kada mora izlaziti na kraj sa “skrivenim sadržajima” (npr. slaba motivacija, prikriveno nezadovoljstvo članova i sl.), voditeljica treba:

- _____ (22) Otvoreno pristupiti problemu ukoliko on prijete da će ugroziti odnose među članovima.
- _____ (23) Pozabaviti se problemom na brzinu, tako da on ne okupira pažnju članica grupe.
- _____ (24) Pokazati razumijevanje i uključiti sve članice u rješavanje problema.

9. Kao cilj voditeljica treba:

- _____ (25) Osigurati da svi resursi članica grupe budu iskorišteni i prepoznati.
- _____ (26) Izvući na vidjelo sve kontroverze unutar grupe i različita mišljenja koja mogu pomoći realizaciji ciljeva grupe.
- _____ (27) Ohrabriti članice da sudjeluju, ako to žele.

10. Najveći doprinos voditeljice grupi je ako ona:

- _____ (28) Svojim ponašanjem i stavovima podiže grupnu energiju.
- _____ (29) Stvara klimu u kojoj se izražavaju istinski stavovi i osjećaji.
- _____ (30) Vodi grupu dovoljno suptilno da sve članice imaju mogućnost razvijanja međusobne interakcije.



Rezultati i analiza

UPUTE

U svakom redu kod broja koji označava situaciju dodajte broj kojim ste rangirali određenu izjavu. Imajte pritom na umu da redosljed brojeva u stupcima ne korespondira s redosljedom brojeva u upitniku. Kod pitanja br. 3, npr. izjave su označene s lijeva na desno brojevima 7, 9, 8, a ne 7, 8, 9.

Nakon upisivanja rezultata zbrajaju se brojčane vrijednosti svakog stupca i dobiva se konačan rezultat.

Situacija	Izjava	Rangiranje	Izjava	Rangiranje	Izjava	Rangiranje
1.	(1)	_____	(2)	_____	(3)	_____
2.	(4)	_____	(5)	_____	(6)	_____
3.	(7)	_____	(9)	_____	(8)	_____
4.	(11)	_____	(12)	_____	(10)	_____
5.	(15)	_____	(13)	_____	(14)	_____
6.	(16)	_____	(17)	_____	(18)	_____
7.	(19)	_____	(21)	_____	(20)	_____
8.	(23)	_____	(24)	_____	(22)	_____
9.	(25)	_____	(27)	_____	(26)	_____
10.	(28)	_____	(29)	_____	(30)	_____
Total		_____		_____		_____
		Orijentacija na cilj		Orijentacija na osjećaje		Orijentacija na grupne procese

Stilovi vođenja

ORIJENTACIJA NA CILJ

10	15	20	25	30	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ORIJENTACIJA NA OSJEĆAJE

10	15	20	25	30	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ORIJENTACIJA NA GRUPNE PROCESE

10	15	20	25	30	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

LIDERICA ORIJENTIRANA NA OSTVARENJE CILJEVA

Ovakav tip liderice želi biti sigurna da su ciljevi i zadaće jasni svim članicama grupe i da su sve snage i resursi mobilizirani kako bi se ciljevi ostvarili. Liderica orijentirana na ostvarenje ciljeva monitorira rad drugih članica, procjenjuje njihovu uspješnost u postizanju rezultata i koordinira radne aktivnosti. Ona upravlja situacijom i drži je “pod kontrolom”. Koristi menadžerske tehnike da bi kanalizirala napore ostalih članica usmjerene ka postizanju ciljeva. Njezine vještine uključuju sposobnost objektivnog sagledavanja situacije, vješto akcijsko planiranje, sposobnost procjene učinka te sposobnost davanja kvalitetnog “feedback-a”. Liderica orijentirana na ostvarenje ciljeva vodi druge tako da ih navodi na predanost ciljevima, istovremeno pazeći da i “izvedba” bude u skladu s njima.

LIDERICA ORIJENTIRANA NA OSJEĆAJE

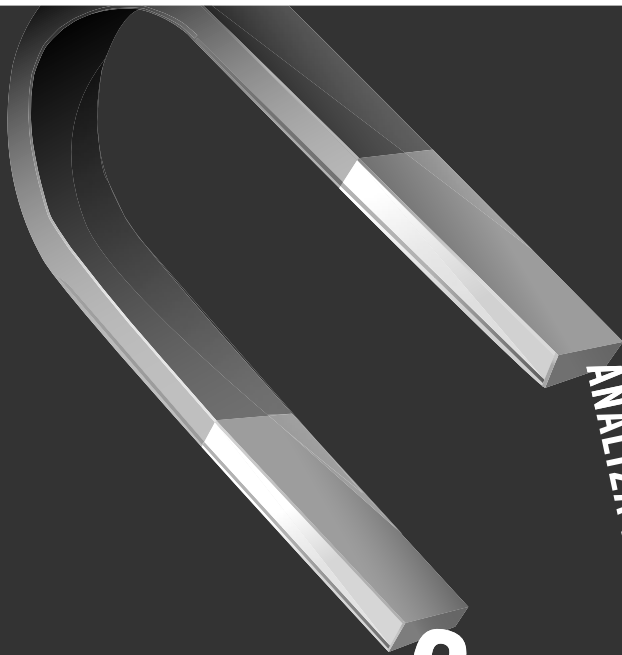
Ovakva liderica vrlo je empatična, suportivna, lako prepoznaje potrebe drugih i zna kako zadovoljiti te potrebe. Efikasno može pomoći drugima da riješe svoje probleme i nedoumice. Kredibilitet i utjecaj koji ima na druge temelji se na njezinoj sposobnosti i spremnosti da pomogne drugima. Njezine vještine uključuju senzitivnost, aktivno slušanje, akcijsko planiranje i kooperativno savjetovanje. Drugima daje kvalitetnu moralnu, ali i praktičnu podršku. Ona sama zadobiva podršku drugih kao osoba od povjerenja i cijenjena kolegica.

LIDERICA ORIJENTIRANA NA GRUPNE PROCESE:

Liderica orijentirana na grupne procese ima sposobnost pronalaženja boljih i kvalitetnijih putova rješavanja problema i vođenja radnih procesa. Unosi smisao, usmjerava mišljenje drugih i unaprjeđuje razumijevanje mogućnosti koje se pružaju. Njezina snaga je sposobnost izražavanja žive imaginacije, kreiranje novih mogućnosti, autentičan način djelovanja i sposobnost sagledavanja praktičnih aspekata različitih situacija. Ona je arhitektica budućnosti. Zadobiva podršku drugih osiguravajući pozitivno usmjerenje.







9

ANALIZA ŽENSKIH LJUDSKIH PRAVA
MAJA DUBLJEVIĆ

U okviru vježbi vezanih za javno zagovaranje i ženska ljudska prava, odabrale smo sljedeće vježbe: analiza ženskih ljudskih prava, kotač jednakosti, mapiranje moći i Vennov dijagram.

Iskustvo s modula “Javno zagovaranje i ženska ljudska prava”, provedenog u projektu “Žene i vođenje”

CILJ

Cilj ove vježbe je približiti sudionicama koncept ženskih ljudskih prava kroz analizu Konvencije o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena (CEDAW) te upoznavanje s tekstom Konvencije i povezivanje s konkretnom situacijom u Hrvatskoj.

TRAJANJE

1,5 sat

MATERIJAL

Kopije Konvencije za svaku sudionicu, stolice za sudionice, papiri za svaku malu grupu na kojima će zapisivati zaključke do kojih su došle.

UPUTE

1. Trenerice daju kratak povijesni pregled ženskih ljudskih prava s naglaskom na Konvenciji o eliminaciji svih oblika diskriminacije žena (CEDAW), objasnivši sudionicama otkud i otkad datiraju te koji je njihov smisao i posebnost u odnosu na kategoriju univerzalnih ljudskih prava. (15 minuta)
2. Trenerice podijele primjerke Konvencije sudionicama. (3 minute)
3. Sudionice se podijele u male grupe od po četiri. (3 minute)
4. Sudionice u malim grupama analiziraju po jedan segment Konvencije odabran međusobnim dogovorom. Pritom je kriterij da im prava i članci budu bliski i da ih mogu povezati sa situacijom u Hrvatskoj. (45 minuta)
5. Prezentatorica svake grupe zapiše na papiru do kakvih su zaključaka članice njezine grupe došle. (3 minute)
6. Prezentatorice predstave čitavoj grupi rezultate vježbi malih grupa kroz diskusiju. (20 minuta)





10

KOTAČ ŽIVOTA
VESNA KESIČ

Iskustvo s modula “Javno zagovaranje i ženska ljudska prava”, provedenog u projektu “Žene i vođenje”

Drugi modul projekta “Žene i vođenje” bio je posvećen ženskim ljudskim pravima i javnom zagovaranju. Nakon uvoda i upoznavanja s pojmom ženskih ljudskih prava te njihovim posebnostima s obzirom na kategoriju univerzalnih ljudskih prava, sudionice su podijeljene u male grupe kako bi kroz vježbu “Kotač života” na vlastitom iskustvu osvijestile situacije kada su njihova prava bila prekršena. Zadatak im je bio da opišu situaciju, imenuju pravo koje im je bilo prekršeno, odrede osobu koja je to pravo prekršila i navedu što su poduzele (ili nisu poduzele) da bi osigurale poštivanje svojih prava, kao i da navedu osobu ili instituciju koja im je u tome pomogla. Tijekom izvještavanja iz malih grupa, pred očima sudionica na ploči nastajao je kotač jednakosti / nejednakosti ili “kotač života” koji nam je pomogao da identificiramo spektar prava, njihovu eventualnu rodnu dimenziju i da dalje radimo na konceptu ženskih ljudskih prava. Razgovor nakon vježbe otvorio je cijeli niz zanimljivih pitanja na temu diskriminacije žena, razgovaralo se o razlozima diskriminacije (spol / rod) te razlozima zašto su ponekad upravo žene te koje krše ljudska prava žena.

Zanimljivo je istaknuti da se većina sudionica pri imenovanju prava koje im je bilo prekršeno odlučila na prava iz sfere rada. To nas navodi na zaključak da je potrebno sustavno raditi na osvještavanju ženskih ljudskih prava i rodne diskriminacije, budući da se u prvoj fazi sudionice još ne osjećaju dovoljno sigurne i spremne otvoriti pitanja kao što je nasilje protiv žena i reproduktivna prava žena.

CILJ VJEŽBE

Glavni cilj vježbe je poticanje aktivnog stava. Kroz vježbu se analizira životni prostor žena u javnoj i privatnoj sferi i detektiraju ljudska prava i njihova kršenja.

TRAJANJE VJEŽBE

1,5 sat

MATERIJAL

Stolice za sudionice, papiri za sudionice, “flipchart” blok.



VJEŽBA SADRŽI

Rad u malim grupama, analizu iskustva, prisjećanje, analizu slučaja, artikulaciju iskustva i njegovo smještanje u kategorije, sažimanje, referiranje velikoj grupi.

UPUTE ZA VJEŽBU

1. Sudionice se podijele u male grupe, ne više od 3 do 4.
2. Svaka se mora prisjetiti neke životne situacije, od ranog djetinjstva do zrele dobi, u kojoj je doživjela da su joj ugrožena ili kršena ljudska prava (po mogućnosti specifično ženska, ali ne mora biti) i što je poduzela (ne mora biti radikalna akcija s vidljivim ishodom). (5 minuta)
3. Svaka sudionica svoju priču ispriča grupi (u najviše 5 minuta). (20 minuta)
4. Grupa tada radi kategorizaciju, tj. zajednički za svaku priču pronalazi i zapisuje:
 - gdje se ugrožavanje prava dogodilo,
 - koje je ljudsko pravo bilo ugroženo,
 - tko ga je ugrozio (pojedinaac, ustanova, itd.),
 - što je žena uradila,
 - odakle joj snaga, inspiracija da nešto uradi (odgoj, nagovor prijatelja, poznavanje propisa), odnosno, tko su joj bili saveznici (broj kategorija se može smanjiti).

Za kategorizaciju treba ostaviti oko pet minuta za svaku sudionicu. (20 minuta)

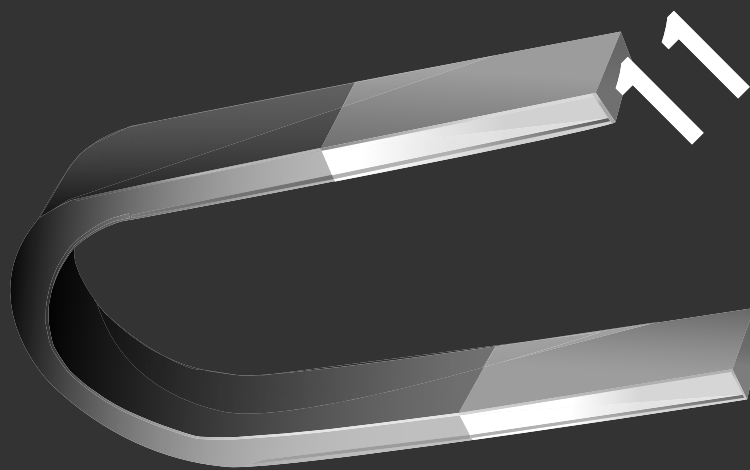
5. Grupa bira prezentatoricu koja na velikoj grupi iznosi samo ovih pet (ili manje) kategorija koje su u grupi definirane, a ne cijele priče. (20 minuta)
6. Voditeljica na velikom papiru crta krug. Na obodu kruga bilježe se kategorije kategorija (gdje je pravo ugroženo, koje je pravo ugroženo, itd.). Potom se iz centra kruga prema obodu vuku linije, po mogućnosti u različitim bojama i na te linije se upisuju sažeti konkretni podaci.

Primjer: žensko dijete, za razliku od braće, nije poslano na školovanje. Iz centra se povuče npr. crvena linija prema napisu na obodu "gdje je ugroženo pravo"; na tu liniju se, za ovaj konkretan slučaj upisuje "kod kuće" ili "u obitelji". Zatim se, na određenom razmaku napravi npr. zelena linija prema "koje je pravo ugroženo" i uz nju se upisuje "pravo na školovanje", potom crna linija za "tko je ugrozio pravo" i nad njom - roditelji, otac, braća, ali u ovom slučaju npr. i nedostatak zakona koji će tretirati ravnopravnost među spolovima u obrazovanju. Ako se djevojčica obratila majci za podršku, ili npr. pokušala sama steći stipendiju, onda se na liniji "što je uradila" to i upisuje. Kategorije se ponekad mogu i ponavljati, npr. ako ju je majka podržala, onda se majka nalazi i u kategoriji što je uradila i u kategoriji (na liniji) snaga, inspiracija, saveznici. (15 minuta)

Dok ispisuje podatke koje iznose male grupe, voditeljica kategorizira i za ponovljene situacije stavlja crtice.

Uputa: ne treba sve precizno ispisivati, niti unijeti svaki podatak detaljno.

7. Slijedi analiza životnog prostora i detekcija kršenja i zalaganja za obranu prava. Voditeljica pita sudionice što mogu zaključiti iz dobivene slike. Gdje se sve krše ženska prava, tko su najčešće kršitelji, a tko saveznici, što se može poduzeti, itd. (10 minuta)



MAPIRANJE MOĆI ANNIE DUNNEBACKE MAJA DUBLJEVIĆ

MAPIRANJE MOĆI

Maja Dubljević i Annie Dunneback

Mapiranje moći je okvir za rješavanje problema jačanjem utjecaja i moći kroz odnose s različitim društvenim segmentima. Pomaže pri razvijanju strategije na koje faktore u društvu treba izvršiti utjecaj da bi se dosegao određeni cilj i da bi se krenulo u rješavanje određenih problema. Ovaj se okvir zasniva na pretpostavci da razvijanje mreže odnosa (između pojedinaca/ki, organizacija, institucija, itd.) stvara bazični resurs za razvoj društvenih kretanja.

CILJ VJEŽBE

Vježba je korisna za detektiranje mjesta na kojima se unutar zadanih socijalnih struktura nalazi moć. Pomaže boljem razumijevanju političkog sustava i veza između pojedinih društvenih segmenata. Glavni cilj vježbe je iznaći društvene punktove na koje se javnim zagovaranjem promicanja žena na vodeće pozicije može djelovati.

TRAJANJE VJEŽBE

90 minuta

MATERIJAL

“Flipchart” blok, flomasteri.

UPUTE

1. Zamolite članice grupe da identificiraju problem vezan uz položaj žena kojim se žele baviti. (Navedite im moguće primjere: “Želimo uspješno organizirati kampanju za promicanje reproduktivnih prava žena”, “Želimo organizirati kampanju za veće sudjelovanje žena na lokalnim izborima”, “Želimo utjecati na Predsjednika Republike da se aktivnije postavi u rješavanju ženskog pitanja” i sl.)

Napišite problem na “flipchart” blok.

2. Identificirajte ključne osobe institucije, organizacije koje mogu utjecati na rješavanje problema i zapišite ih na papir u prstenu oko problema. (Npr. ako je problem organizirati kampanju za promicanje reproduktivnih prava žena, onda će neki od bitnih čimbenika biti: Ministarstvo zdravstva, ministar, koordinator/ica za ravnopravnost spolova u Ministarstvu, Vlada, premijer, crkvene strukture i dr.)



3. Neka sudionice navedu imena osoba koje su u vezi s pobrojanim institucijama, organizacijama i sl., a mogu poslužiti kao potrebni kontakti za rješavanje problema. Osobe mogu i ne moraju biti poznate. U slučaju da se ne zna ime kontakt osobe, može se npr. napisati: "Tko je koordinatorica za ravnopravnost spolova u Ministarstvu zdravstva?")

Imena navedenih osoba se zapisuju u drugi koncentrični krug oko definiranog problema.

4. Mapirajte sve moguće veze s navedenim instancama.

Trenerica zamoli sudionice da razmisle o osobama za koje pretpostavljaju da poznaju neke od prije navedenih i zapisanih osoba. Cilj toga je pronaći što lakši put da pojedine osobe na visokim instancama ili institucije budu dostupne. U ovoj fazi treba zapisati svako poznanstvo koje sudionice dovodi u vezu s nabrojanim osobama i svaku informaciju o tim osobama koja može biti od koristi. Trenerica treba potaknuti sudionice da budu kreativne u iznalaženju veza između različitih čimbenika. (Npr. predsjednica saborskog odbora za ravnopravnost spolova - koordinatorica ženske grupe ...) Ove informacije treba zapisati u treći koncentrični krug oko definiranog problema.

5. Odrediti odnose moći između svih navedenih faktora.

U ovoj fazi sudionice analiziraju mrežu moći koju su iscrtale. Mogu se povući linije između instanci koje su u međudnosu, pri čemu će vjerojatno neke instance biti u vezi s mnogim faktorima, a neke niti s jednim. Ovaj korak može pomoći sudionicama da identificiraju čvorišta moći unutar društvene strukture.

6. Sljedeći korak je analiza nekih veza i odnosa i donošenje nekih odluka.

Jedan od načina da se to napravi jest da se izdvoje oni faktori / osobe koji imaju ključne uloge unutar mreže odnosa i da se uspostavljanje veza i odnosa s njima postavi kao prioritetan cilj. (Npr. ministar zdravstva je ključna osoba za rješenje našeg problema, a s njim se možemo probati povezati sudjelovanjem u radnoj grupi za razvijanje strategije demografske politike.)

Kod ovog dijela vježbe mogu se uočiti i neke instance / osobe koje nisu u direktnoj vezi s rješenjem našeg problema, ali sa svim svojim vezama u društvu ostavljaju dojam iznimno utjecajnih. Stoga se može ispostaviti da je poželjno analizirati na koji način se te osobe / instance mogu tješnje uključiti u rješavanje našeg problema i na koji način.

7. Sljedeći korak je kreiranje akcijskog plana koji će nas dovesti do rješenja problema. Poželjno je da akcijski plan uključuje precizno određene korake koje namjeravamo poduzeti. (Npr. 1. xy će kontaktirati članicu Inicijative za reformu školstva koja je dobro upućena u rad Radnog tijela i tražiti informacije tko su ostali članovi/ice, 2. xy će kontaktirati nekoga iz Radnog tijela i pitati kada je sljedeći sastanak Radnog tijela, 3. yx će doći na sljedeći sastanak Radnog tijela, 4. itd.

U ovoj fazi će se iznaći najbolje metode pristupa određenim instancama / osobama koje su bitne za rješavanje problema te će se točno odrediti koja će osoba ostvariti koji dio čitave akcije .

12

ANNIE DUNNEBACKE
MAJA DUBLJEVIĆ
VENNOV DIAGRAM

VENNOV DIAGRAM¹

Maja Dubljević i Annie Dunneback

Vennov diagram pomaže da se identificiraju, opišu i usporede elementi i osobine različitih čimbenika koji utječu na neku situaciju. On uključuje: događaje, ljude, situacije, želje, ideje i koncepte. Kod vježbe u kojoj se koristi Vennov Diagram korisno je sebi postaviti sljedeća pitanja: Što ja znam o određenoj situaciji? Koja su tri najvažnija elementa određene situacije? Koje zajedničke osobine imaju ti elementi? Koje zajedničke osobine nemaju ti elementi?

Važno je napomenuti da su u vježbi područja preklapanja krugova značajnija od samih krugova. Pitanja koja se preporučuju vezano uz područja preklapanja su: Što je nusprodukt koji ostaje izvan područja preklapanja krugova? Kakva se sinergija javlja područjem preklapanja?²

CILJ

Identificiranje odnosa između žena u zajednici i različitih grupacija u društvu koje posjeduju određenu moć i utjecaj na pozicioniranje žena. Korisna je za ustanovljavanje društvenih entiteta koji drže pozicije moći u društvu te promiču ili unazađuju mogućnosti pojavljivanja žena na vodećim pozicijama. Vještine koje se razvijaju ovom vježbom su: sposobnost sagledavanja i razumijevanja društvenog konteksta i kretanja te uviđanje mehanizama unaprjeđenja položaja žena.

TRAJANJE

Okolo 1,5 sat

MATERIJAL

Papir različitih boja izrezan na krugove, "flipchart" blok, samoljepljiva traka, flomasteri.

UPUTE

1. Trenerice izrežu papir različitih boja na krugove različitih veličina. Zatim na "flipchart-u" flomasterima nacrtaju veliki krug koji će predstavljati žene u zajednici. (5 minuta)
2. Objasnite sudionicama da su najveći odrezani krugovi papira namijenjeni predavljanju najvažnijih društvenih čimbenika koji sudjeluju u kreiranju pozicija moći za žene u društvu, krugovi srednje veličine predstavljaju srednje važne organizacije / pojedince/ke koji imaju utjecaj na položaj žena, a najmanji krugovi predstavljaju najmanje važne organizacije, institucije, pojedince/ke. (2 minute)

¹ Vennov diagram potječe od engleskog svećenika i logičara s kraja XIX i početka XX st., Johna Venna.

² Preuzeto s Internetske stranice VennDiagram.com



3. Zamolite sudionice da nabroje grupe, organizacije, institucije i ostale socijalne čimbenike značajne za žene u zajednici. Izlistane socijalne čimbenike trenerice zapisuju na "flipchart". (5 do 10 minuta)
4. Nakon toga se sudionice dijele u grupe od po tri / četiri i zapisuju ime svake od nabrojanih instanci na izrezane krugove papira prema važnosti i utjecaju. Nakon toga neka pozicioniraju izrezane krugove unutar ili izvan velikog nacrtanog kruga prema sljedećim kriterijima:
 - papirnati krugovi stavljeni izvan najvećeg kruga znače da ne postoji veza i kontakt između žena i određene instance,
 - papirnati krugovi koji se dodiruju znače da postoji protok informacija,
 - malo preklapanje papirnatih krugova znači da postoji određena suradnja,
 - veliko preklapanje papirnatih krugova znači da postoji značajna suradnja i ovisnost. (20 minuta)
5. Neka trenerica ispiše na "flipchart" sva "pozicioniranja" u malim grupama koja se podudaraju. (10 minuta)
6. Predložite sudionicama da analiziraju dobivene rezultate na način da:
 - analiziraju prirodu odnosa između žena i instanci koje su u uskoj vezi s njima,
 - diskutiraju zašto su rezultati podijeljenih grupa sudionica eventualno različiti,
 - analiziraju koji tipovi organizacija / instanci imaju ili nemaju veze s ženama,
 - analiziraju zašto su određene organizacije stavljene izvan kruga, da li bi i kako trebalo poraditi na unaprjeđenju suradnje s njima. (40 minuta)

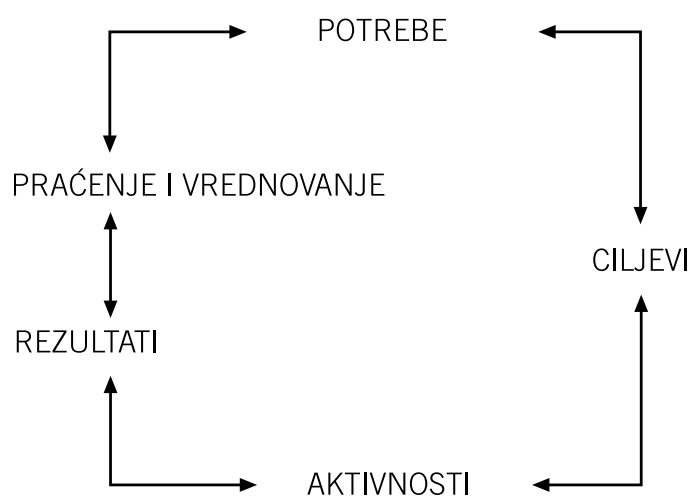
JADRANKA PELIKAN

AKCIJSKO PLANIRANJE

13

Aktivnost predstavlja djelatnost koja će biti poduzeta kako bi se ostvarili zadani ciljevi.

SHEMATSKI PRIKAZ CIKLUSA DJELOVANJA



Na osnovi potreba (koje se definiraju u fazi analize organizacijskih potreba) definiraju se ciljevi treninga iz kojih se izvode aktivnosti, odnosno akcijski plan.

Aktivnosti predstavljaju most između potreba / problema i ciljeva, odgovarajući na pitanje: Kako postići cilj?

Plan aktivnosti uspostavlja odnos između planiranih aktivnosti, resursa potrebnih za postizanje cilja / ciljeva kao i svrhe projekta / treninga.

Svaka aktivnost se može raščlaniti u niz podaktivnosti.

Rezultati su posljedica djelovanja, odnosno aktivnosti. Moraju biti mjerljivi, vidljivi i direktno upućivati na planirani cilj / ciljeve.

Praćenje i vrednovanje su metode procjene uspješnosti projekta / treninga. Analizom ostvarenih rezultata dobiju se polazne osnove za istraživanje potreba u sljedećem projektnom ciklusu.



PRIMJER POTREBA:

Velik je broj nezaposlenih žena u maloj općini u zaleđu. Odnos zaposlenih je 80% muškaraca i 20% žena. Nezaposlene žene su nedovoljno informirane i educirane o mogućnostima zapošljavanja i samozapošljavanja.

CILJ

Povećan broj zaposlenih i samozaposlenih žena u lokalnom gospodarstvu.

(Kojim aktivnostima se može postići veći broj zaposlenih i samozaposlenih žena u lokalnom gospodarstvu?)

MOGUĆE AKTIVNOSTI:

- Edukacija žena,
- otvaranje novih radnih mjesta,
- državni poticaji za zapošljavanje i samozapošljavanje,
- informiranje žena,
- javne rasprave...

Testiranjem svake aktivnosti postavljanjem pitanja (Hoće li ova aktivnost dovesti do cilja?) utvrđuje se njezina podobnost, odnosno, vrši se odabir najpogodnije koja će doprinijeti postizanju cilja / ciljeva.

Važan kriterij pri odabiru aktivnosti je **“krug utjecaja”**. Za svaku navedenu aktivnost postavimo pitanje da li možemo utjecati na njezinu realizaciju malo ili nimalo, djelomice, potpuno.

One aktivnosti koje definiramo s malo ili nimalo našeg utjecaja najčešće neće uroditi željenim rezultatima, tako da je vjerojatnost postizanja cilja minimalna (primjerice, trenerica gotovo nimalo ne može utjecati na usvajanje državnih poticaja za zapošljavanje). Stoga se takvim aktivnostima ne treba baviti.

Aktivnosti koje su djelomice pod našim utjecajem zahtijevaju veći utrošak resursa (novac, vrijeme, ljudstvo) od onih koje su potpuno pod našim utjecajem (premda su tada i rezultati znatno veći).

Ako se primjerice, odlučimo za edukaciju, ona se sastoji od sljedećih mogućih akcija:

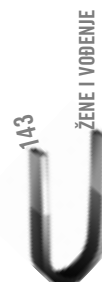
1. prekvalifikacija,
2. tisak literature,
3. “On-line” edukacija,
4. treninzi / radionice,
5. predavanja,
6. seminari...

Organiziranje radionice ili treninga sastoji se od niza podaktivnosti nužnih za provođenje odabrane aktivnosti.

Aktivnosti se prikazuju najčešće u tabličnom obliku (Ganttov prikaz), a sadrže ili mogu sadržavati sljedeće:

Red.br.	Opis i red. br. aktivnosti	Odgovorna osoba	Kada ili do kada	Oprema	Sredstva
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
7.					
...n					

Akcijski plan je potrebno držati na dostupnom i vidljivom mjestu, kako bi u svakom trenutku bilo jasno u kojoj je fazi provedba projekta i tko je za što odgovoran.







LADIN AKCIJSKI PLAN

LADIN AKCIJSKI PLAN

Sudionica projekta “Žene i vođenje”, Lada Cukar iz Ženske inicijative SDF-a Knin, osmislila je akciju kojoj je cilj ekonomsko osnaživanje žena kninskog područja. Njezin akcijski plan, koji je predočila CESI u sklopu akcijskog dijela projekta, predstavljamo kao prototip dobro razrađene akcije.

CILJ

Ekonomsko osnaživanje žena kninskog područja.

PODCILJ

Pilot projekt ekonomskog osnaživanja žena zaseoka Raškovići, sela Žagrović kod Knina “SADNJA LJEKOVITOG BILJA: neven i matičnjak”.

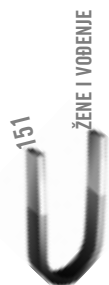


Koraci	Akcija / Zadaci	Rokovi - do kad?	Sredstva na raspolaganju	Potrebna sredstva
1.	1.1. predstavnicima/ama pilot projekta predočiti ideju 1.2. sastati se s predstavnicom CARE-a	1.1. do 04.06.2003. 1.2. do 04.06.2003.	prostor za sastanak, žene	
2.	1.1. stupiti u kontakt s agronomom /konkretni savjeti 1.2. konzultacije s predstavnicom CARE-a i predstavnicama ŽI koje su odgovorne za realizaciju	1.1. do 11.06.2003 1.2. jednom mjesečno (bar) do konačnog skupnog sastanka s ostalim ženama (polovinom rujna)	1.1. poznanici, telefon, susretljiv šef mog ureda 1.2. prostor, telefon, vrijeme	1.1. odobrenje određenih vlasnika
3.	1.1. pronaći zemlju za sijanje/sadnju 1.2. dogovoriti termine za edukaciju o sadnji ljekovitog bilja 1.3. konzultacije o formiranju zadruga	1.1. kolovoz 2003. 1.2. kolovoz 2003. 1.3. 15.09.03. / Care, UNDP	1.1. čestice neobrađene zemlje 1.2. ljudi, iskustvo 1.3. e-mail, telefon, prostor, dobra volja; izvor podataka; mogućnost fotokopiranja materijala	1.2. zainteresirana skupina žena koja želi učiti o sadnji ljekovitog bilja 1.3. stručnost, iskustvo, znanje
4.	1.1. utanačiti s CARE-om i UNDP-om datum predavanja o uzgoju ljekovitog bilja 1.2. utanačiti s trenericom vrijeme jednodnevne (?) interaktivne radionice	1.1. kolovoz / rujan 1.2. kolovoz / rujan	1.1. stručnjakinje iskusne u radu s poduzetnicama - početnicama 1.2. zainteresirane žene ŽI, spremne na učenje	1.1. honorar za predavačice 1.2. troškovi održavanja radionice
5.	1.1. skupni sastanak: artikuliranje poruke ženama iz ostalih prigradskih naselja	1.1. listopad / studeni	1.1. facilitatorica Lada Cukar, sve žene sudionice : članice ŽI, predavače/ice, organizatore/ice	1.1. planiranje i priprema sastanka (treba promisliti o svim čimbenicima)
6.	1.2. započeti poljske radove	rujan / listopad	1.2. zemlja, radna snaga, dobrovoljci-muškarci s potrebnom polj. mehanizacijom	1.2. radna snaga, polj. mehanizacija, đubar, savjetnici/nadzornici radova; ne-znam koliko metara žice za ogradu

BILJEŠKE...









152