



## Zorientowane na gender Public Relations

**Grupa docelowa/  
grupy docelowe:** Wszystkie pracownice i pracownicy, w szczególności z obszaru Public Relations

**Cel:** Uczestnicy są uwrażliwiani na aspekty i zagadnienia dotyczące gender w Public Relations

**Metoda:** Grupy robocze, opracowanie pytań przewodnich

**Zadanie:** Grupy robocze mają za zadanie opracować według pytań przewodnich (patrz załącznik) informację prasową, zapowiedź (ogłoszenie) imprezy, sprawozdanie z działalności rocznej przedsiębiorstwa lub podobny raport z ich zakresu działalności lub organizacji.

**Ocena:** Wyniki grup roboczych są prezentowane i analizowane na plenum. W ramach dokonywania oceny należy zwrócić uwagę na to, w jakim stopniu wykorzystywane przykłady i obrazy umacniają stereotypy dotyczące płci lub pomagają je przewyciężyć.

**Czas trwania:** 90 min. (45 min. na grupy robocze, 45 min. na plenum)

**Materiały:** Ulotki, informacje prasowe, zapowiedzi imprez, raporty roczne, itp. z odnośnego zakresu działalności lub organizacji uczestników  
Pomoc „pytania przewodnie” (patrz załącznik)

**Uwaga:** W zależności od danego języka nie można używać wykorzystywanych w języku niemieckim neutralizacji, np. zamiast uczestniczki i uczestnicy: uczestnicy. Należy je dostosować do możliwości danego języka.

**Pomoc(e):**



## Pytania przewodnie dotyczące zorientowanego na gender Public Relations

Elementy	Pytania
Język	<ul style="list-style-type: none"><li>• Czy tekst jest sformułowany w sposób wrażliwy na kulturową tożsamość płci?</li><li>• Czy w tekście w sposób kreatywny używa się form żeńskich, męskich lub mieszanych?</li></ul>
Produkt	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jaka treść (przesłanie) jest przekazywana?</li><li>• Jak można ulepszyć przekaz treści poprzez włączenie perspektywy płci?</li><li>• Do kogo jest skierowany produkt?</li><li>• Czy jest on adresowany do kobiet i mężczyzn (w całej ich różnorodności)?</li><li>• Jak kobiety i mężczyźni (w ich różnorodności) wykorzystują produkt?</li></ul>
Prezentacja/ konstrukcja	<ul style="list-style-type: none"><li>• Czy produkt (jeśli chodzi o obrazy/layout i inne elementy) jest „wolny” od żeńskich i męskich stereotypów dotyczących płci?</li><li>• Czy wykorzystany materiał liczbowy jest zróżnicowany pod kątem płci?</li></ul>
Treści	<ul style="list-style-type: none"><li>• Jakie znaczenie ma ten temat dla kobiet i mężczyzn (w ich różnorodności)? Czy są różnice pomiędzy płciami?</li><li>• Jak różnice mogą zostać w odpowiedni sposób uwzględnione?</li><li>• Czy kobiety i mężczyźni są w równomierny sposób reprezentowani?</li><li>• Czy udało się uniknąć uogólniających wypowiedzi lub zastanowiono się nad ich działaniem?</li><li>• Czy osiągnięcia i cechy kobiet i mężczyzn zostały w równy sposób wartościowane i przedstawione?</li></ul>