ЊЕНА ПРИЧА, НАША БУДУЋНОСТ.



Водич за фацилитаторе

Од прича до акције: пут од пет корака до родне равноправности и разговор са младима

HERStory,
OUR FUTURE

Co-funded by
the European Union

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA
UEX
beecom
contextos
WAZO COOP
COOPERATIVA DE INICIATIVA SOCIAL SIN ÁNIMO DE LUCRO
MLADI AMBASADORI

ЊЕНА прича, наша будућност
Еразмус+ KA220-YOU – Партнерска сарадња у области младих Број пројекта: 2025-1-ES02-KA220-YOU-000360770

Од прича до акције: пут од пет корака до родне равноправности и приповедања са младима
Водич за фасилитатора – Излаз T3.2, Израда алата WP3

Концепт, дизајн и писање
Beecom APS (Италија), координатор WP3 – Toolbox Production Сара Казини и Серена Ланди

У сарадњи са партнерима на пројекту
УЕКС – Универзитет Екстремадура (Шпанија) · Цонтектос (Португал) · Млади амбасадори (Србија) • Вазо (Шпанија)

Година: 2026.

Co-funded by the European Union

Суфинансирано од стране Европске уније. Међутим, изнета мишљења су искључиво мишљења аутора/аутора и не одражавају нужно ставове Европске уније или Шпанске националне агенције за младе (INJUVE). Ни Европска унија нити финансијер не могу бити одговорни за њих.

Увод

1. Како је настао овај водич

Овај водич је последњи корак путовања које је започело слушањем младих људи. У првој фази пројекта HERStory, Наша будућност, партнери у Италији, Шпанији, Португалу и Србији питали су 105 младих људи узраста од 18 до 30 година, и групу стручњака у свакој земљи, шта знају о родној равноправности, шта им је потребно и шта их спречава да се јавно изјасне. Њихови одговори су обликовали компетенције које овај водич помаже да се развију.

Одатле смо кренуле у потрагу за причама. Заједно смо направиле десет мини-документараца, сваки у трајању од око десет минута, у којима жене из наших земаља говоре о својим животима: свом раду, својим изборима, препрекама са којима су се сусреле и шта су учиниле поводом њих.

Они се веома разликују једни од других, и то је поента. Они су срж овог водича и материјал са којим ћете радити.

Коначно, осмислили смо пет радионица које воде групу од гледања приче до њеног сопственог причања.

Они прате приступ неформалног образовања: људи уче кроз рад, дискусију и заједничко размишљање, а фацилитатор је водич, а не учитељ.

Радионице су намењене за рад било где, у омладинском центру, школи, удружењу или летњем кампу, и можете их прилагодити својој групи, свом времену и свом контексту.

Да бисте их водили, не морате бити стручњак, али је потребно извесно познавање родних питања и рада са групама младих људи.

Следећа поглавља вам дају кључне концепте, а Речник на крају водича нуди кратке дефиниције и практичне савете који ће вам помоћи на том путу.

2. Разговор о полу

Пре него што почнемо, корисно је да се договоримо шта подразумевамо када говоримо о полу.

Реч се често користи као синоним за „секс“ или за „жене“, али значи нешто шире: улоге, понашања и очекивања која друштво придаје жени или мушкарцу.

Они су научени, нису нешто са чиме се рађамо, и мењају се током времена и од места до места.

Једноставан начин да се ово објасни групи је цртеж „Genderbread Person“ који је направио амерички едукатор Сем Килерман и који је слободно подељен на његовој веб страници: (https://vvv.itspronuncedmetroseksual.com/2018/10/the-genderbred-person-v4/).

Приказује фигуру од медењака и позива нас да погледамо четири различите ствари које често мешамо.

Родни идентитет је како се осећамо изнутра, ко знамо да јесмо. **Изражавање рода** је начин на који се показујемо другима, кроз одећу, понашање, глас и стил. **Анатомски пол** је наше тело. **Привлачност** је оно према коме осећамо привлачност, сексуално или романтично.

Ове четири ствари су повезане, али нису исте, и ниједна од њих не одлучује о осталима.

Модел није кутија у коју се људи стављају. Не каже да је све природно, нити да је све изграђено од стране друштва: у свакој од ових димензија тело, лично искуство и култура играју улогу.

Управо на овој страни, оној коју обликује друштво, поставља се питање родне равноправности. Када друштво изгради веома круте идеје о томе шта жене и мушкарци треба да буду, те идеје постају правила, а правила стварају неједнакост: у пословима које људи обављају, у новцу који зарађују, у времену које имају, у простору који им се даје да говоре.

Већину времена их чак ни не примећујемо, јер изгледају нормално.

Ледени брег родно заснованог насиља нам помаже да ово видимо. Изнад водене линије налазимо насиље које сви препознају и које доспева у вести: фемицид, сексуално злостављање, физички напад, породично насиље, претње.

Испод водене линије, много веће и много мање видљиво, лежи све што то насиље омогућава: родни стереотипи, сексистички језик и хумор, објективизација женских тела, прозивање, контрола и манипулација у везама, окривљавање жртве, минимизирање насиља, дељење интимних слика без пристанка.

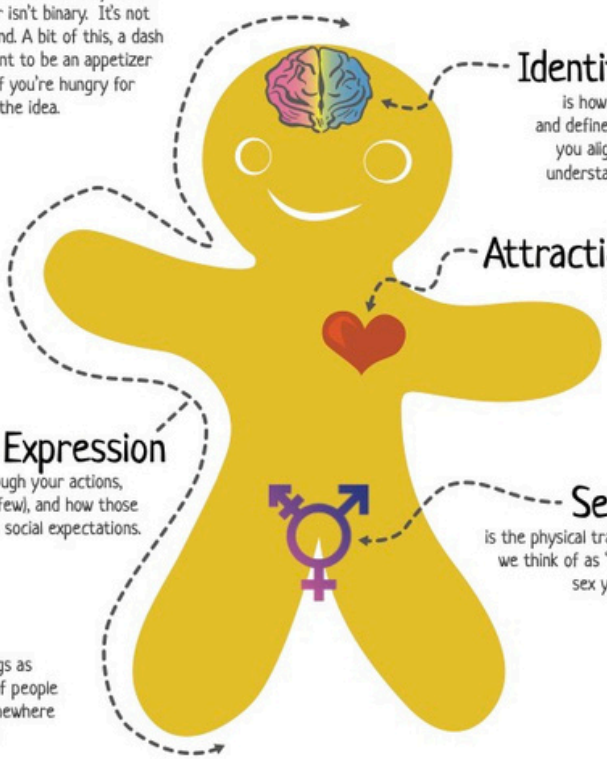
Ова понашања су толико честа да их често уопште не видимо као проблем.

Па ипак, они су база која држи врх леденог брега.

The Genderbread Person

by: it's pronounced METROsexual .com

Gender is one of those things everyone thinks they understand, but most people don't. Gender isn't binary. It's not either/or. In many cases it's both/and. A bit of this, a dash of that. This tasty little guide is meant to be an appetizer for gender understanding. It's okay if you're hungry for more after reading it. In fact, that's the idea.



Identity

is how you, in your head, experience and define your gender, based on how much you align (or don't align) with what you understand the options for gender to be.

Attraction

is how you find yourself feeling drawn (or not drawn) to some other people, in sexual, romantic, and/or other ways (often categorized within gender).

Expression

is how you present gender (through your actions, clothing, and demeanor, to name a few), and how those presentations are viewed based on social expectations.

Sex

is the physical traits you're born with or develop that we think of as "sex characteristics," as well as the sex you are assigned at birth.

We can think about all these things as existing on continuums, where a lot of people might see themselves as existing somewhere between 0 and 100 on each

⊘ means a lack of what's on the right side

Gender Identity

⊘ → Woman-ness

⊘ → Man-ness

personality traits, jobs, hobbies, likes, dislikes, roles, expectations

common GENDER IDENTITY things

Gender Expression

⊘ → Femininity

⊘ → Masculinity

style, grooming, clothing, mannerisms, affect, appearance, hair, make-up

common GENDER EXPRESSION things

Anatomical Sex

⊘ → Female-ness

⊘ → Male-ness

body hair, chest, hips, shoulders, hormones penis, vulva, chromosomes, voice pitch

common ANATOMICAL SEX things

Identity ≠ Expression ≠ Sex
Gender ≠ Sexual Orientation

Sex Assigned At Birth

☐ Female ☐ Intersex ☐ Male

Typically based solely on external genitalia present at birth (ignoring internal anatomy, biology, and change throughout life), Sex Assigned At Birth (SAAB) is key for distinguishing between the terms "cisgender" (when SAAB aligns with gender identity) and "transgender" (when it doesn't).

Sexually Attracted to... and/or (a/o)

⊘ → Women a/o Feminine a/o Female People

⊘ → Men a/o Masculine a/o Male People

Romantically Attracted to...

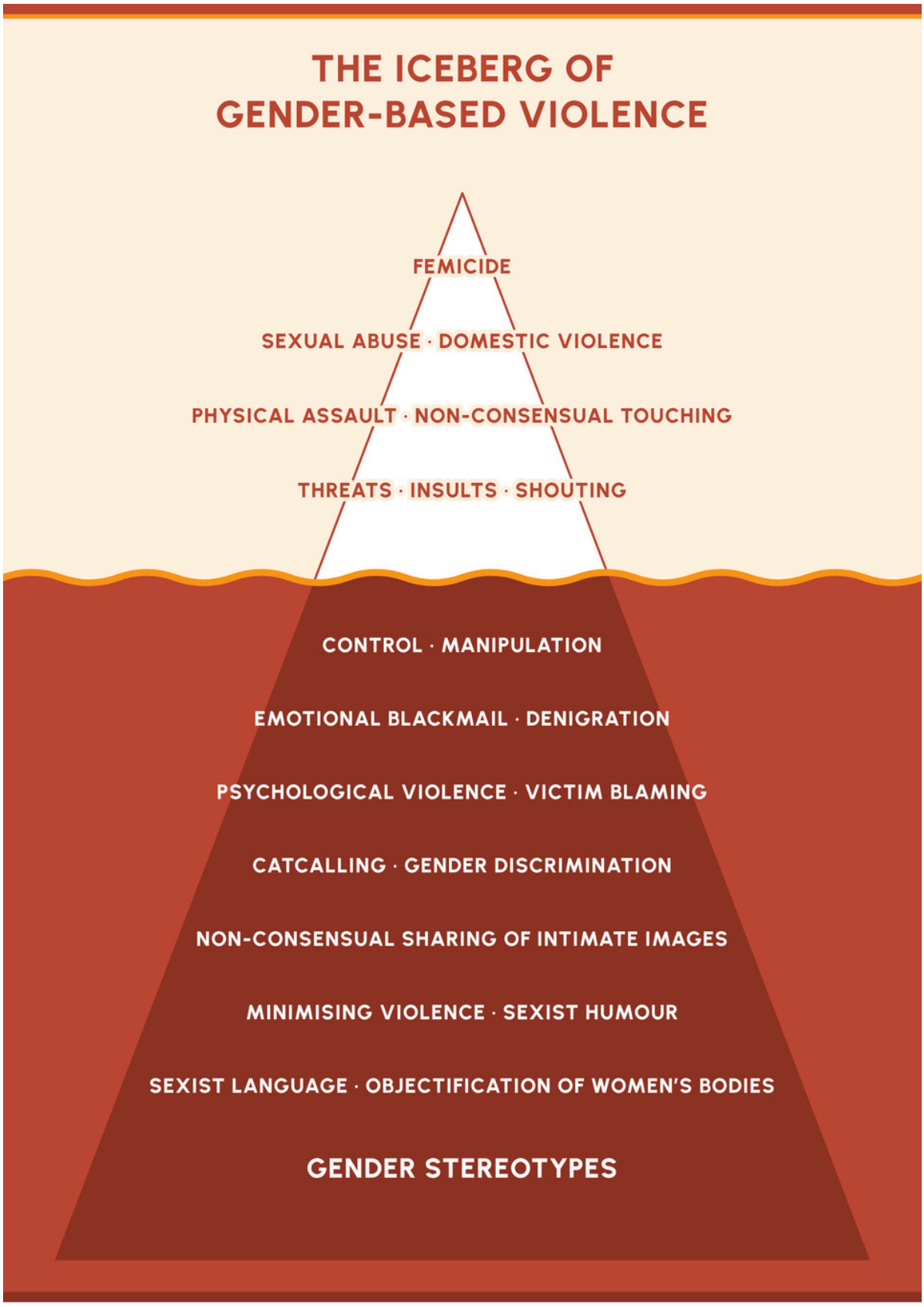
⊘ → Women a/o Feminine a/o Female People

⊘ → Men a/o Masculine a/o Male People

Genderbread Person Version 4 created and uncopyrighted 2017 by Sam Killermann

For a bigger bite, read more at www.genderbread.org

THE ICEBERG OF GENDER-BASED VIOLENCE



Зато HERStory бира да ради на култури. Радионице у овом водичу се не фокусирају на најекстремније облике насиља, који су сложени и захтевају специјализовану подршку.

Они се фокусирају на оно што лежи испод водене линије: стереотипе, речи и слике које сви срећемо сваког дана, у медијима, у школи, на интернету, у нашим породицама. Рад на дну леденог брега значи рад на условима који чине насиље прихватљивим, и то је нешто што свака група младих људи може да уради.

Још једна последња идеја провлачи се кроз цео водич: **интерсекционалност.**

Термин је сковала 1989. године америчка правна научница **Кимберли Креншо**, како би описала како се различити облици дискриминације преклапају.

Пол никада не функционише сам. Он се комбинује са другим деловима онога што јесмо, као што су одакле долазимо, боја наше коже, наш друштвени слој, наше године, инвалидитет, наша сексуална оријентација или то да ли живимо у граду или селу.

Млада мигранткиња и жена средње класе рођена у истом граду могу се суочити са сексизмом, али не на исти начин.

Неки аспекти нашег идентитета нам дају привилегије, други нас излажу искључивању, а већина нас поседује помало од оба.

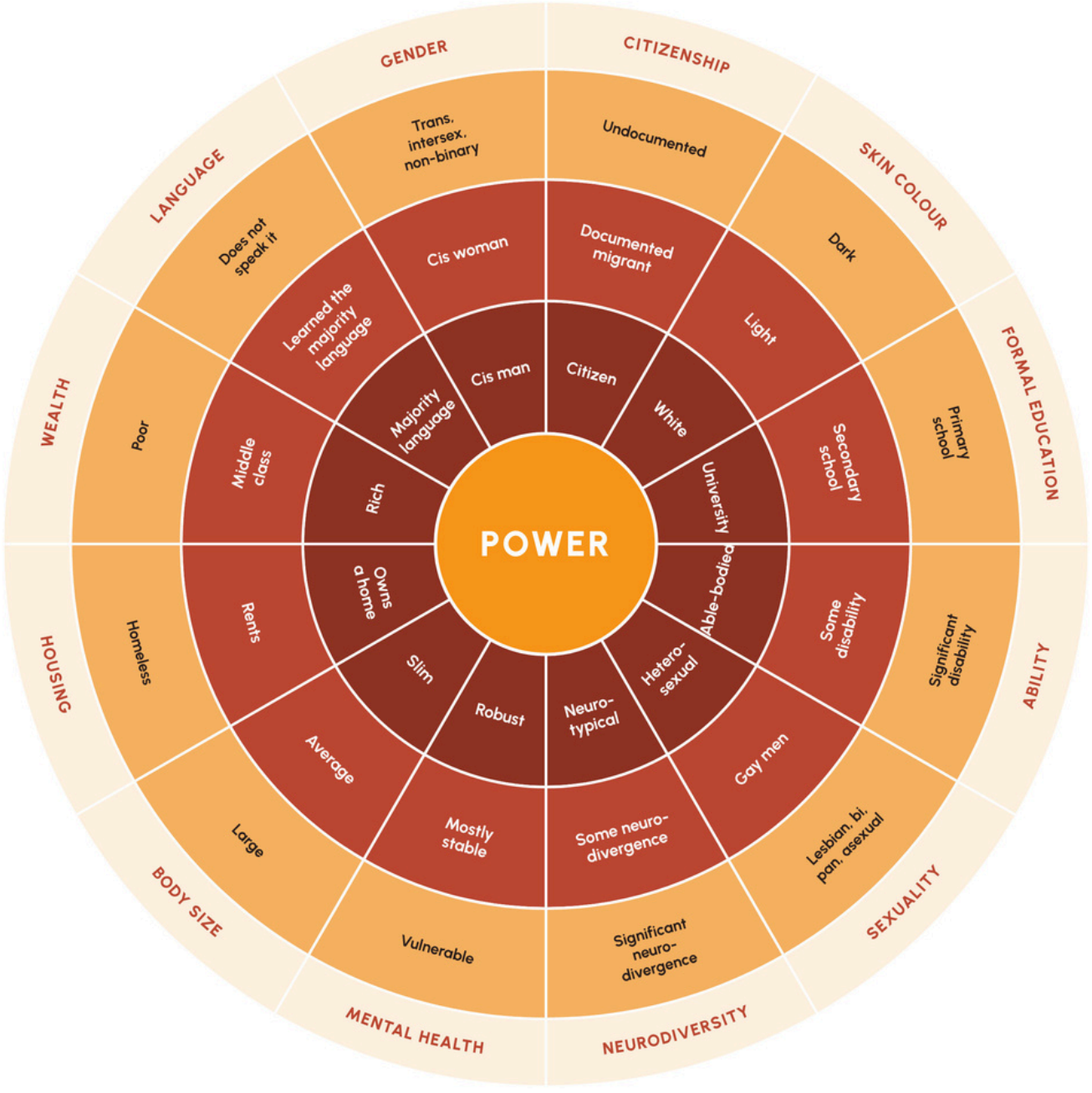
Точак моћи и привилегија може помоћи вашој групи да ово види на први поглед.

Мини-документарци су одабрани управо зато што приказују жене са веома различитим пореклом, а размишљање о **привилегијама** је једна од најкориснијих ствари које можете унети у било коју дискусију.

1. Кимберли Креншо, „Демаргинализација пресека расе и пола“, Правни форум Универзитета у Чикагу, 1989.

THE WHEEL OF POWER AND PRIVILEGE

HERStory, Our Future · Adapted from Sylvia Duckworth's Wheel of Power/Privilege



Closer to the centre: more power and privilege. Towards the edge: more exposure to exclusion.

3. Зашто приче

Приповедање значи причање прича и то је један од најстаријих начина на које људска бића имају осећај света.

Не разумемо своје животе кроз податке и дефиниције, већ кроз приче: оне које чујемо код куће, оне које читамо, оне које гледамо на екрану и, све више и више, оне које нам пролазе кроз телефоне. Приче нам говоре ко је важан, шта је нормално, шта је могуће.

Зато је питање **„ко прича причу?“** толико важно.

Дуго времена, женске приче су углавном причали други: у рекламама, у вестима, у филмовима, често кроз исте стереотипе. Када жена исприча своју причу, нешто се мења.

Видимо целу особу, са њеним сумњама и снагама, а не неки тип. **То је оно што мини-документарци HERStory покушавају даураде,** и то је оно што млади људи доживљавају као гледаоци у првом делу пута.

Тај пут их затим претвара у приповедаче. Млади људи проводе велики део свог живота на друштвеним мрежама, где не само да конзумирају приче већ их и свакодневно производе и деле. Ово је огромна прилика, али и одговорност.

Исти алати који шире стереотипе и мржњу на мрежи могу се користити да се они доведу у питање, да се да глас онима који се не чују и да се људи окупе око циља. Учење причања приче на начин који је етички, безбедан и ефикасан стога није техничка вештина: то је начин учешћа у јавном животу.

Спајање родне равноправности и приповедања је основна идеја овог водича.
Разумевање рода помаже младима да приче које их окружују виде новим очима; приповедање им даје начин да одговоре, својим гласом.

Током пет радионица, група прелази са гледања стварне приче на препознавање проблема који стоје иза ње, од анализе начина на који су жене приказане на замишљање промене, и коначно на креирање и представљање сопствене мале кампање.

Свака радионица се надовезује на претходну, али свака се може прилагодити, скратити или користити самостално, у зависности од ваше групе.

Узми оно ш**то ти одговара и учини то својим.**

https://herstoryourfuture.com/storis/

Модул 1

Родна равноправност: Препознавање проблема

Теме	Родна равноправност · Родни стереотипи · Интерсекционалност
Сложеност	Ниво 1. Није потребно претходно знање: добра прва активност о родној равноправности
Величина групе	6–20 учесника
Време	Око 2 сата (2 сата и 30 минута ако приказујете два документарца)
Компетенције	Писменост о родној равноправности · Интерсекционална анализа
На стази	Полазна тачка, изграђена на мини-документарцима

Преглед

У овом модулу група заједно гледа један од мини-документараца из серије HERStory, а затим разговара о њему.

Ништа не објашњавате унапред: прича прва говори.

Затим, корак по корак, разговор се креће од „Како сам се осећао/ла?“ до „О чему се заправо ради у овој причи?“, све док група не буде могла да наведе питања родне равноправности која стоје иза ње. Замислите анализу као сито. Почињете са свим што је прича пробудила, емоцијама, утисцима и мишљењима, и постепено је филтрирате до неколико кључних тема као што су родни стереотипи, дискриминација, стаклени плафон или интерсекци-оналност.

Тек у том тренутку дајете име тим концептима, почевши од речи самих учесника.

Све на чему се следећи модули надовезују почиње овде. Пре него што млади људи могу да планирају кампању, комуницирају онлајн или испричају своје приче, морају да препознају и именују проблеме који су у питању.

Циљеви

- **До краја сесије, учесници ће:**
- знати неке кључне концепте родне равноправности који произилазе из приче и бити у стању да их наведе, на пример стереотипе, дискриминацију, стаклени плафон или интерсекци-оналност;
- бити у стању да препознају питања родне равноправности у причи из стварног живота и да виде како се род комбинује са другим факторима као што су порекло, класа, старост или инвалидитет;
- посматрајте родну (не)равноправност са радозналошћу, критичким оком и емпатијом.

Материјали

- Пројектор или велико платно и добри звучници
- Мини-документарац, преузет ако је могуће, са титловима на језику групе, ако су доступни.
- Флипчарт и маркери
- Лепљиве белешке и оловке

Припрема

- Изаберите документарац. Библиотека HERStory има десет мини-документараца од око десет минута сваки, и веома се разликују по тону, темама и приступу. Библиотека документарних филмова „Gender Equality Lens“ на први поглед показује која питања и интерсекционалне факторе сваки од њих покрива. Размислите о својој групи: њиховим годинама и пореклу, шта им може бити блиско или далеко и које теме могу бити осетљиве, као што је родно засновано насиље.

- Погледајте га сами, барем једном, а боље двапут. Забележите тренутке који су вас погодили и теме које очекујете да ће се појавити. Међутим, немојте се превише чврсто држати своје листе: група може видети нешто другачије, и то је у реду.

- Проверите техничку опрему у просторији: звук, титлове и интернет везу ако стримујете. Технички проблем у првих пет минута може да поквари атмосферу која вам је потребна.

- Припремите простор. Поставите столице у полукруг окренути ка екрану, тако да га можете лако претворити у пун круг за дискусију.

- Припремите два листа за флипчарт. Један је за основна правила. Други је празан, са насловом „О чему се ради у овој причи?“.

Упутства

Корак 1 - Добродошлица и основна правила (15 мин)

- **Добродошли сви. Ако је група нова, направите кратак преглед имена.**
- **Представите пут у једној или две реченице, на пример: „Током пет састанака прећи ћемо са прича на акцију. Данас почињемо са причом.“**
- **Договорите се о основним правилима. Предложите неколико и питајте групу да ли желе да додају нека: слушајте без прекидања · говорите у своје име („Мислим…“) · оно што је овде речено остаје овде · нико не мора да говори ако не жели · неслагање је у реду, непоштовање није. Запишите их на флипчарту и држите га видљивим током целе путање.**

Савет!

Основна правила боље функционишу када група дода бар једно своје: људи поштују правила која су помогли да напишу.

Корак 2 - Гледање документарног филма (15 мин)

- **Наведите пројекцију само једном реченицом, на пример: „Гледаћемо кратку причу о жени. Само је погледајте, а о томе ћемо касније разговарати.“**
- **Немој рећи ко је она или о чему се прича ради.**
- **Замолите учеснике да одложе своје телефоне и да гледају без прављења белешки.**

Зашто тако мало увода?
Ако групи унапред кажете да је прича о дискриминацији, гледаће је тражећи дискриминацију. Без вођства, свака особа доноси своје штиво, а дискусија је много богатија.

Корак 3 - Прве реакције (10 мин)

- **Када се филм заврши, направите неколико секунди тишине пре него што проговорите.**
- **Направите брзи круг: свако каже једну реч или кратку реченицу о томе како се сада осећа или шта му је остало у сећању. Запишите речи на лепљиве папириће или на флипчарт.**
- **Не отварај још дискусију: за сада само сакупљаш.**

Корак 4 - Дебрифинг: сито (40 мин)

Ово је срж модула. Водите разговор кроз четири нивоа, од најширег до најпрецизнијег. Не морате их се стриктно придржавати. Идите тамо где вас група води, али задржите правац: од осећања до проблема.

а) Осећања
- Шта вас је највише погодило? Ког тренутка се најбоље сећате? Зашто?
- Да ли вас је нешто наљутило, изненадило или дирнуло?

- **б) Прича**
- Ко је протагонисткиња? Шта она ради?
- Поред својих, чије приче она прича? Које жене, групе или заједнице се појављују кроз њене речи? Са којим препрекама се суочавају? Како реагују, саме или заједно?

Напомена:
Није сваки документарац само о протагонистици. Неке жене углавном говоре о својим животима; друге говоре о женама са којима или за које раде, као што су мигранткиње, жртве насиља или групе и удружења која делују из базе. У питањима испод, „жене у причи“ означавају све њих: протагонисткињу и људе чије приче она доноси са собом.

ц) Испод приче

- Да ли неке од ових тешкоћа постоје зато што су жене? Да ли би прича била другачија да су мушкарци?
- Да ли други аспекти њихових живота, као што су одакле долазе, миграција, њихове године, њихова економска ситуација или место где живе, отежавају или олакшавају ствари? Да ли је то исто за све жене у причи?
- Да ли је било шта у причи било у супротности са оним што бисте очекивали?

г) Наш свет

- Да ли сте видели сличне ситуације око себе, у својој земљи или у медијима?
- Шта би требало да се промени да би њихове приче биле другачије?

Док група разговара, запишите на листу „О чему се ради у овој причи?“ кључне фразе које се појављују, што је могуће ближе речима самих учесника.

Савет!

Не тражите „тачан одговор“. Ако група види нешто што ви нисте приметили, пратите то: управо за то служи сито.

Корак 5 - Именовање концепата (20 мин)

- **Заједно погледајте флипчарт и питајте:** „Ако бисмо морали да дамо име овим ситуацијама, како бисмо их назвали?“
- **Помозите групи да групише фразе у теме.** Када се група приближи концепту, дајте му име: „Оно што сте овде описали назива се родни стереотип.“ Додајте кратку дефиницију једноставним речима (видети Речник), а затим затражите још један пример, из документарца или из сопственог искуства.
- Циљајте на три или четири концепта, не на све. **Неколико добро схваћених концепата вреде више од дугачке листе.**
- **Увек се дотакните интерсекционалности,** чак и укратко: документарци су одабрани управо да прикажу жене са веома различитим пореклима и искуствима. Једноставно питање може да је отвори: „Да ли би било исто за сваку жену?“

Корак 6 – Затварање (10 мин)

- Урадите последњи круг: „Једна ствар коју данас понећу кући.“
- Захвалите се свима и укратко реците шта следи: на следећем састанку група ће се осврнути на то како су жене приказане у медијима и упоредити то са оним што су видели данас.
- Задржите флипчарт! Концепти и фразе које је група данас пронашла су полазна тачка за Модул 2, а могу бити и основа за Модул 3.

Евалуација сесије

- Након сесије, одвојите пет минута да се запитате:
- Да ли су сви имали прилику да говоре? Да ли је неко све време ћутао и зашто?
- Да ли је група успела да пређе са емоција на проблеме? Који концепти су се појавили?
- Да ли је било јаких емоционалних реакција које захтевају накнадне мере?
- Које концепте ћете усвојити у Модулу 2?

Савети за фацилитаторе

- Када се неко не слаже, неко може рећи: „То није дискриминација, то је био њен избор“. Немојте их одмах исправљати. Питајте групу шта мисле и вратите се на конкретне тренутке у причи. Неслагање, ако се одржава са поштовањем, често је место где се најбоље учи.
- Водите рачуна о емоцијама. Неке приче се баве насиљем или дискриминацијом коју су учесници можда и сами доживели. Пазите на говор тела, понудите паузу ако је потребно и останите доступни након сесије. Никога никада не треба тражити да дели лична искуства. Добра је идеја имати при руци контакте локалних служби за подршку.
- Ни херој ни жртва. Помозите групи да протагонисткињу и жене о којима говори види као стварне људе са својим снагама, сумњама и контрадикцијама, а не као суперхероине или жртве.
- Будите пример инклузивног језика. Начин на који говорите је део онога што група учи.
- Пазите на време. Дебрифинг обично траје дуго. Заштитите корак 5: именовање концепата је оно што је потребно следећим модулима.

Модул 2

Родна равноправност + приповедање: Како се приче причају

Теме	Родни стереотипи у медијима · Етичко и инклузивно приповедање · Права и политике о родној равноправности
Сложеност	Ниво 2. Надовезује се на концепте пронађене у Модулу 1.
Величина групе	6–20 учесника
Време	Око 2 сата
Компетенције	ST3 Етичко и инклузивно приповедање · GEA3 Права и политичка писменост
На стази	Почиње од концепата које је група пронашла у Модулу 1 и припрема терен за Модул 3, где учесници граде своју причу.

Преглед

У Модулу 1 група је слушала жену која је причала своју причу. У овом модулу група разматра другу страну: **како се женске приче обично причају од стране других,** у рекламама, у вестима и на друштвеним мрежама.

Учесници прво анализирају неколико стварних примера које сте изабрали и наводе обрасце који се стално враћају. Затим, у малим групама, цртају **Дрво стереотипа:** одакле долазе ови стереотипи (корени), ко их носи (дебло) и шта производе у стварним животима жена (плодови и листови).

Дебло је такође тренутак за разговор о правима и политикама: закони и институције могу носити стереотипе, али могу и да им се супротставе.

Сесија се завршава тамо где је и почела, документарцем. Група упоређује начин на који су жене приказане у медијима са начином на који се појављују у мини-документарцу, где говоре саме у своје име. Шта се мења када жена исприча своју причу? Одговори постају први принципи групе за етичко и инклузивно приповедање, које ће користити од Модула 3 па надаље.

Циљеви

До краја сесије, учесници ће:

- **знати** родне стереотипе који се најчешће појављују у медијима, као и неке од главних закона и политика о родној равноправности;
- **бити у стању да анализирају** како су жене представљене у медијским садржајима и препознају стереотипе, окривљавање жртава и недостатак интерсекционалне перспективе;
- **посматрајте** медије критичким оком и цените начине приповедања који поштују људско достојанство и различитост.

Материјали

- 6–8 примера једне врсте медијског материјала, штампаног или на слајдовима (видети „припрема“)
- Пројектор или велико платно, ако користите видео записе или садржај са друштвених мрежа
- Флипчарт и маркери; велики листови папира (A3 или већи) за дрвеће
- Лепљиве белешке у три боје и оловке
- Флипчарт из Модула 1, са концептима и фразама које је група пронашла
- Неколико кадрова или кратких исечака из мини-документарца гледаног у Модулу 1
- Опционо: једна копија по групи кутије „Права и политике које можете поменути“

Припрема

- Изаберите **једну врсту медијског материјала** и добро га припремите. Можете радити на ТВ рекламама, новинским чланцима о родно заснованом насиљу, штампаним огласима или ТикТок и Инстаграм видео снимцима. **Свака врста покреће различита питања и захтева различито знање** (вести захтевају разумевање начина на који новинари формулишу причу, друштвене мреже начин на који алгоритми функционишу итд.). Наш савет је стога да изаберете 6–8 различитих примера, све исте врсте: онај који најбоље одговара вашој групи и у који се осећате најсигурније. Изаберите недавне примере из ваше земље, на језику групе, и укључите један позитиван пример, како би и група видела да је могућ другачији начин.
- **Прочитајте материјал кроз призму Модула 1.** За сваки пример, запитајте се којих се концепата из Модула 1 дотиче (стереотипи, дискриминација, родно засновано насиље, интерсекционалност...) и шта би група могла да примети.
- Пажљиво размислите о осетљивом садржају. Вести и слике о насиљу над женама могу бити део материјала, али прво размотрите да ли су учесници довољно зрели да раде на њима. Наш савет је, међутим, да се фокусирате на питања која су у основи **леденог брега родно заснованог насиља** (видети увод овог водича), као што су стереотипи, сексистички језик и свакодневни сексизам, а не на само насиље. Насиље је сложена тема, са многим импликацијама, укључујући и емоционалне, које овај модул не може у потпуности узети у обзир.
- **Припремите допринос за „права и политике“.** Изаберите политике које ћете поменути када групе дођу до стабла дрвета: међународне или европске и једну из ваше земље. Потребна вам је само једна или две реченице о свакој.
- **Вратите се на документарац.** Поново погледајте један или два тренутка мини-документарца коришћеног у Модулу 1, где протагонисткиња говори о себи или о другим женама својим речима.
- Припремите три флипчарт листа: „Како су жене приказане?“, једноставан цртеж дрвета (корење, дебло, плодови и лишће) као пример и „Шта се мења када жена исприча своју причу?“.

Савет!

Широм света, жене чине само око четвртину људи о којима се чује, чита или види у вестима. Ко је одсутан из приче говори исто колико и ко је присутан. Погледајте мини-документарац HERStory са новинарком података Донатом Коломбро: оно што се не рачуна остаје невидљиво!

Упутства

Корак 1 - Добродошли и назад на Модул 1 (10 мин)

- Поздравите групу и вратите правила из Модула 1 на зид.
- Поновите Модул 1 за неколико минута користећи концепте и фразе са старог флипчарта. Које концепте смо пронашли? Замолите две или три особе да их се сете својим речима.
- Проверите концепт стереотипа. Замолите групу да се сети концепта родног стереотипа из Модула 1, својим речима. Ако се није појавио или је и даље нејасан, укратко га представите (видети Речник): фиксирана, поједностављена идеја о томе какви су жене или мушкарци или шта би требало да раде. Немојте предвиђати које стереотипе очекујете да пронађете.
- Представите данашњи фокус у једној или две реченице. На пример: „Прошли пут смо гледали жене како причају своје приче. Данас ћемо погледати како други обично причају женама“.

Корак 2 - Анализа медијских образаца (30 мин)

- Поделите групу у мање групе од 3-4 особе и дајте свакој групи 3/4 комада материјала.
- Дајте групама 15 минута да погледају свој материјал, користећи питања која одговарају типу који сте изабрали:
- **За оглашавање и друштвене медије:** Ко је жена? Шта ради? Како изгледа? Шта продаје или шта се продаје преко ње? Ко недостаје: старије жене, жене са инвалидитетом, жене из различитих средина, различитих тела?
- **За вести о насиљу над женама:** Ко је предмет наслова, мушкарац или жена? Које речи се користе: „љубав“, „љубомора“, „тренутак лудила“? Да ли постоји фокус на ономе што је радила, шта је носила, где је била? Да ли је насиље представљено као приватна трагедија или као део ширег проблема?
- **Не објашњавајте прво стереотипе:** ако групи унапред кажете које стереотипе да траже, пронаћи ће само њих. Ако им дозволите да прво посматрају, добићете богатију листу, а обрасци долазе из саме групе.
- **Назад у пленарном састанку,** свака група показује један пример и каже шта је приметила. Запишите понављајуће обрасце на листу „Како су жене приказане?“, на пример: „увек млада и мршава“, „жена брине, мушкарац одлучује“, „наслов говори о његовим осећањима, а не о њој“.
- Завршите једним питањем: „Које од ових образаца никада раније нисте приметили?“

Корак 3 - Стереотипско дрво (40 мин)

- **Покажите свој пример дрвета** и објасните га у неколико речи.
- **Корени** – културни узроци. Питајте: „Одакле долазе ове идеје? Које традиције, веровања или навике их одржавају у животу?“
- **Стабло** – институције и медији који преносе стереотипе. Питајте: „Ко преноси ове идеје и ко би их могао променити?“ (школе, оглашавање, вести, друштвене мреже, јавне институције). Овде можете представити правне оквире и јавне политике о родној равноправности.
- **Плодови и лишће** – стварне последице у животима жена, на пример стаклени плафон, економско насиље. Питајте: „Шта се дешава са животима жена када се ови стереотипи понављају свуда?“ Замолите групе да повежу сваки плод са кореном или нечим на флипчарту.
- Свака група представља своје дрво на пленарном заседању. Питајте остале шта препознају и шта је другачије у њиховом дрвету.
- **Питајте:** „Шта је заједничко дрвећу? Који корени се враћају?“

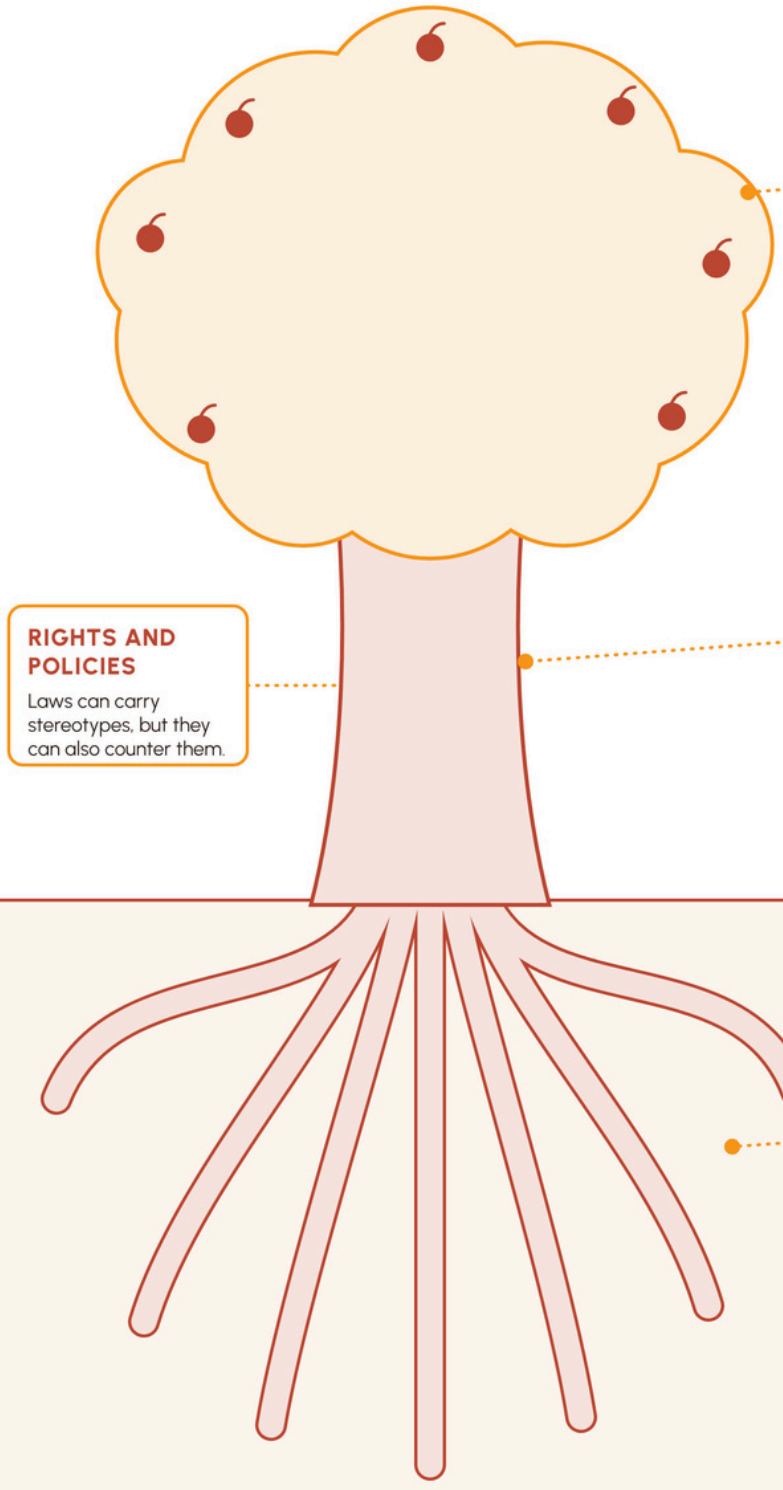
Права и политике које можете поменути:

- ***CEDAW (УН, 1979):*** *међународна конвенција о елиминацији свих облика дискриминације жена. Члан 5 захтева од држава да промене друштвене и културне обрасце засноване на стереотипним улогама мушкараца и жена.*
- ***Истанбулска конвенција (Савет Европе, 2011):*** *Европски уговор о спречавању и борби против насиља над женама и насиља у породици. Члан 17 захтева од медија и приватног сектора да учествују у превенцији.*
- ***Повеља о основним правима ЕУ, члан 23:*** *равноправност жена и мушкараца мора бити обезбеђена у свим областима.*
- ***Директива о аудиовизуелним медијским услугама (ЕУ):*** *оглашавање на ТВ и видео платформама не сме да садржи нити да промовише дискриминацију на основу пола.*
- ***Директива (ЕУ) 2024/1385 о борби против насиља над женама и насиља у породици:*** *први закон ЕУ на ову тему, који обухвата и неке облике насиља на мрежи.*
- ***Венецијански манифест (ИТАЛИЈА, 2017)*** *је италијански кодекс етике за новинаре, написан да промовише тачно извештавање и одговорно приповедање о родно заснованом насиљу и поштовању родне равноправности.*

THE STEREOTYPE TREE

HERStory, Our Future · Module 2 – Gender equality + storytelling

Our stereotype: .....



FRUITS AND LEAVES

What are the consequences in women's real lives?

TRUNK

Who carries this stereotype and keeps it alive?

RIGHTS AND POLICIES

Laws can carry stereotypes, but they can also counter them.

ROOTS

Where does it come from?

Корак 4 - Давање гласа женама (25 мин)

- Поново окупите групу и прикажите један или два тренутка из документарног филма који сте изабрали.
- **Водите поређење питањима:** Како су жене обично приказане у анализираном медијском материјалу, а како су приказане у документарцу, где оне причају своју причу? Ко говори, а о коме се говори? Које улоге, емоције и сложеност се појављују?
- **Завршите са кључним питањем:** „Шта се мења када жена исприча своју причу?“ Напишите одговоре на трећем листу, речима учесника.
- **Напомена:** Не дозволите да поређење пређе у „медији лоши, документарац добар“. Питајте шта документарац конкретно ради другачије (ко држи камеру, ко је именован, ко има времена да говори) јер су то избори које ће учесници сами направити у Модулу 3.

Корак 5 – Затварање (15 мин)

- **Урадите последњи круг:** „Једну ствар ћу од сада другачије приметити у медијима.“
- **Захвалите се свима** и реците шта следи: у Модулу 3 група почиње да гради своју причу. Реците им да већ могу почети да размишљају о проблему или ситуацији коју би желели да испричају.
- **Сачувајте флипчартове!** Листа образаца и дрвећа су полазна тачка за Модул 3: они показују шта треба избегавати и шта група жели да промени.

Евалуација сесије

Након сесије, одвојите пет минута да се запитате:

- Да ли је група успела да препозна обрасце, а не само да коментарише појединачне примере?
- Да ли је дрвеће отишло даље од медија, до корена и до стварних последица?
- Да ли су се предлози о правима и политикама чинили повезаним са дрвећем или су звучали као предавање?
- Који принципи су се појавили у кораку 4? Да ли су довољно јасни да воде рад у модулу 3?

Савети за фацилитаторе

- Водите рачуна о емоцијама. Садржај о насиљу над женама може лично да додирне учеснике. Пре него што прикажете материјал, јасно реците шта он садржи, понудите паузу ако је потребно, останите доступни након тога и имајте при руци контакте локалних служби за подршку. Никога не треба тражити да дели лична искуства.
- Не појачавајте стереотипе. Проблематични материјал презентујте неутрално, излажите му групу онолико времена колико је потребно и увек враћајте дискусију на критичко читање, а не на сам садржај.
- Када се неко не слаже, неко може рећи „То је само реклама, одражава стварност“. Немојте одмах исправљати: питајте шта група мисли и вратите се на конкретне детаље материјала, као што је ко је приказан, а ко недостаје.
- Будите пример инклузивног језика. Начин на који говорите је део онога што група учи.
- Пазите на време. Корак 3 обично траје предуго због цртања и легалних уноса. Заштитите корак 4: поређење је оно што повезује овај модул са Модулом 3.

Модул 3

Родна равноправност + заступање: Од проблема до акције

Теме	Планирање заступања · Мобилизација заједнице · Структура и оквир приче
Сложеност	Ниво 3. Тражи од групе да произведе нешто своје
Величина групе	6–20 учесника, раде у групама од три до пет
Време	Око 1 сат и 20 минута
Компетенције	GEA4 Планирање и вођење кампања заступања · GEA6 Мобилизација заједнице и изградња учешћа · ST1 Структура приче и наративни дизајн · ST2 Писање и обликовање прича за постизање утицаја.
На стази	Почиње од проблема мапираних у Стереотипском стаблу и од мини-документарца гледаног у Модулу 1

Преглед

У овом модулу група прелази са анализе на акцију. Свака мала група узима један проблем, са Стереотипског дрвета или инспирисан документарним филмом, и поставља питање: шта би се могло променити, ко има моћ да то промени и ко би могао да помогне?

Затим група пише кратку причу, која се чита наглас око један минут, са измишљеним протагонистом и јасним захтевом некоме ко може да направи промену. Како је објавити на мрежи и претворити у садржај, објашњено је у модулима 4 и 5.

Циљеви

До краја сесије, учесници ће:

- **знати** основне елементе кампање заступања (проблем, решење, циљ, савезници) и приче за друштвену промену;
- **бити у стању** да идентификује ко може донети промену и да изгради кратку причу која повезује личне и колективне димензије са позивом на акцију;
- **себе виде као агенте промена**, способне да заједничку бригу претворе у колективну акцију.

Материјали

- Флипчарт и маркери: један лист по групи за проблем, решење, циљ и савезнике, и један за основна правила
- Једна одштампана копија примера приче за сваког учесника
- Једно платно за причу по групи, одштампано на A3 формату или нацртано на флипчарту (видети корак 4)
- Лепљиве белешке и оловке
- Из претходних модула: белешке о документарном филму (Модул 1), Стереотипска стабла, лист „Како су жене приказане?“ и лист „Шта се мења када жена исприча своју причу?“ (Модул 2)
- Картица или флипчарт са четири питања за повратне информације о прочитаном материјалу.
- Тајмер и телефон или камера за фотографисање платна и прича на крају

Припрема

- **Изаберите пример приче.** Изаберите или прилагодите кратку пример приче истог облика као она коју ће групе написати: 6 до 8 реченица, око један минут читања наглас, протагониста који се суочава са конкретним проблемом, сусреће се са препреком и захтев на крају. Требало би да се јасно разликује од тема које ће групе вероватно изабрати, како је не би копирале. Можете прилагодити ону у оквиру испод свом контексту.
- **Припремите платно за причу с**а његових шест кутија.
- Припремите примере о томе ко држи моћ у вашем контексту, како бисте помогли групама које се заглаве око питања „ко би могао да направи ову промену?“. (На пример: послодавци, школски или универзитетски одбори, локална већа, регионалне или националне власти, медији, рекламна тела, тела за равноправност, синдикати).
- **Одлучите како да формирате групе.** Групе од три до пет особа. Ако су стабла из Модула 2 још увек на столовима, групе могу остати какве су биле или се мешати, у зависности од тога колико проблема желите да покријете.
- **Припремите безбедан простор.** Протагониста је измишљен, тако да нико не мора да прича своју причу, али изабрани проблеми ипак могу лично да дотакну учеснике.

Прави пример: #СлободнеМесечнице

Године 2017, **Амика Џорџ**, тада седамнаестогодишњакиња, прочитала је да **девојчице у Великој Британији изостају из школе јер њихове породице не могу да приуште производе за менструацију.** Покренула је онлајн петицију и кампању #FreePeriods, тражећи од владе Велике Британије да обезбеди бесплатне производе за менструацију у школама. Њена петиција је прикупила скоро 200.000 потписа, а она је предводила протест око 2.000 људи испред резиденције премијерке; у јануару 2020. године, Министарство просвете Велике Британије покренуло је програм обезбеђивања бесплатних производа за менструацију школама и факултетима у Енглеској.

Амика Џорџ, „Зашто сам покренула кампању за добијање бесплатних тампона у школама“, Dazed, 8. март 2019. — dazeddigital.com/life-culture/article/43633. Пошто је чланак дугачак (око 1.100 речи), фацилитатор може прочитати одломак или га сумирати. **Ова прича показује како конкретан проблем, јасан захтев и права мета могу довести до промене.**

Упутства

Корак 1 - Добродошлица и резиме (10 мин)

- Поздравите све и подсетите се основних правила и резимирајте досадашњи пут за неколико минута.
- Представите данашњи фокус у једној или две реченице. На пример: „До сада смо се бавили проблемом. Данас почињемо да замишљамо како да га променимо и пишемо кратку причу која позива некога да делује.“
- Водитељ чита кратку причу (видети оквир), унапред одабрану, и, са групом, идентификује њене делове: ко је протагонисткиња, шта јој се дешава, шта је блокира, шта би се променило, шта се тражи и од кога.

Корак 2 - Конкретан случај: прича у цртежу (30 мин)

- У овој активности **свака група бира конкретан случај**, проблем и особу која га доживљава, и корак по корак гради платно приче: ко је она, шта је блокира, шта би се променило и шта тражимо од кога. Модел платна можете пронаћи на следећој страници.
- **Изаберите конкретан случај**. Свака група бира један проблем и једну особу која га доживљава. Случај може бити из приче коју је неко у групи проживео или добро познаје. Права прича је још боља, јер ју је лакше испричати (у том случају, увек користите измишљено име/имена).
- **Попуните причу.** Свака група одговара на пет питања, по један оквир за сваку групу:
  Ко је она? Име (измишљено), године, где живи, шта ради, њене навике и хобији.
  Шта се дешава са њом? Свакодневне ситуације у којима је проблем погоди.
  Шта је блокира? Стереотипи, институције, правила: „дебло“ дрвета.
  Шта би се променило? Њен живот ако би се решење остварило.
  Шта тражимо, од кога и зашто баш сада? Позив на акцију упућен циљној особи, односно ономе ко има моћ да спроведе промену. Затим додајте још један ред: ко би нам се могао придружити (савезници)?
- **Обиђите групе и питајте:** Да ли је она особа са именом и животом, а не типом? Да ли је ситуација довољно конкретна да се види? Да ли је захтев упућен некоме ко заиста може да одлучи? Ако се група заглави на циљу, вратите се на стабло дрвета и на законе и политике о којима се говорило у Модулу 2.

Прави пример: #FreePeriods

Проблем: у Великој Британији многе девојчице су пропустиле школу јер њихове породице нису могле да приуште менструалне производе.
Р**ешење:** бесплатни производи за часове у школама.
Циљ: влада Уједињеног Краљевства.
Савезници: други студенти, локалне групе и удружења која раде на проблему сиромаштва у том периоду, адвокати, медији.

THE STORY CANVAS

HERStory, Our Future · Module 3 – Gender equality + advocacy

1 Who is she?

THE PROBLEM

2 What happens to her?

3 What blocks her?

THE SOLUTION (OUR HYPOTHESIS)

4 What would change?

TARGET

5 What do we ask, to whom, and why now?

ALLIES

6 Who could join us?

Корак 3 - Изградња приче: од платна до текста (15 мин)

- Свака група претвара пет кутија у причу од 6 до 8 реченица, са почетком, развојем и завршетком који садржи захтев.
- Замолите групе да једном међусобно прочитају своју причу наглас и да провере време: око један/два минута.

Корак 4 – Читање, повратне информације и закључак (25 мин)

- **Свака група чита своју причу наглас.** Одвојите око један минут за читање и три минута за повратне информације по групи и користите тајмер.
- **Остали одговарају на четири питања:** Да ли је јасно ко је она? Да ли је проблем јасан? Да ли је захтев јасан? Да ли прати принципе које смо пронашли у Модулу 2 и избегава стереотипе које смо видели?
  Ако време дозвољава, дозволите групама да побољшају своју причу или кључну поруку након повратних информација.
- **Направите последњи круг:** „Једну ствар носим са собом од данас.“
- П**рикупите резултате!** Завршено платно за причу, прича од 6–8 реченица и кључна порука сваке групе од једне реченице су полазна тачка Модула 4 и 5. Фотографишите их или прикупите пре него што напустите просторију.

Евалуација сесије

Након сесије, одвојите пет минута да се запитате:

- Да ли је свака група изабрала проблем, решење, циљ и конкретне савезнике?
- Да ли су приче имале протагонисту, проблем, препреку, промену и јасан захтев?
- Да ли су приче пратиле принципе из Модула 2 и да ли су протагонисти деловали, а не само патили?
- Да ли су сви имали прилику да допринесу? Да ли је неко све време ћутао и зашто?
- Шта ћете понети са Модула 4 и 5?

Савети за фацилитаторе

- Фокусирајте се на идеје и наратив. Када групе почну да планирају како (хаштагови, видео снимци, догађаји), запишите то на листу за касније (где можете да ставите све што би могло бити корисно за следеће модуле) и вратите их на проблем, циљ и причу.
- Помозите групама да буду конкретне. Конкретан циљ („директор ове школе“) је бољи од општег („институције“). Конкретан захтев („објавити критеријуме“) је бољи од општег („поштовати жене“).
- Заштитите достојанство протагонисте. Покажите особу са именом и животом, која има изборе и жеље, а не само жртву.
- Нема потребе за личним причама. Ако учесник одлучи да подели лично искуство, поштујте га и не терајте друге даураде исто.
- Водите рачуна о емоцијама. Изабрани проблеми могу дотаћи учеснике. Останите доступни током и након сесије и имајте при руци контакте локалних служби за подршку.
- Пазите на време. Модул је чврст, зато користите тајмер.

Модул 4

Родна равноправност + дигитална комуникација: Од приче до кампање

Теме	Планирање кампање · Платформе, публика и ангажовање · Безбедност на мрежи
Сложеност	Ниво 3. Модул се надовезује на причу коју је свака група написала у Модулу 3.
Величина групе	6–20 учесника, у истим групама као у Модулу 3
Време	Око 1 сат и 30 минута
Компетенције	DC1 Стратешка дигитална комуникација · DC2 Платформска писменост и свест о алгоритмима · DC4 Ангажовање публике и изградња заједнице · DC5 Безбедност на мрежи и дигитална отпорност.
На стази	Почиње од задатка за причу и приче коју је свака група написала у Модулу 3, и припрема садржај који ће бити произведен у Модулу 5.

Преглед

У овом модулу, прича сваке групе постаје план кампање. Група прво разматра једну или две стварне кампање како би видела како функционишу: шта говоре, коме се обраћају, где и шта траже од људи даураде.
Затим свака група примењује исту логику на своју причу и попуњава план кампање од једне странице, укључујући како остати безбедан на мрежи. Садржај је овде само планиран: биће произведен у Модулу 5.
.

Циљеви

До краја сесије, учесници ће:

- **знати** како кампања користи причу да промени начин на који се проблем сагледава, и основне елементе дигиталне кампање, укључујући њене ризике и правила платформе;
- **бити у стању** да планира једноставну кампању, бирајући публику, канале, позив на акцију и врсту садржаја;
- **користите дигиталне просторе стратешки,** одговорно и безбедно.

Материјали

- Пројектор или велико платно и звучници; видео снимци кампање, преузети ако је могуће
- Прича сваке групе и прича из Модула 3
- Један план кампање по групи, одштампан на А3 формату или нацртан на флипчарту (видети корак 3)
- Флипчарт и маркери: један лист за основна правила и један са четири колоне за анализу видеа (публика, канали, позив на акцију, ангажовање)
- Лепљиве белешке и оловке
- Опционо: један уређај са интернетом по групи, да би се проверило које платформе њихова публика користи

Припрема

- **Изаберите један или два видео снимка кампање.** Кратке кампање, највише два или три минута, које користе причу да би разбиле родни стереотип и које се могу разумети без много контекста. Пожељно је да примере ставите на свој језик или на језик који ваша група зна и преузмите их унапред.
- **Одштампајте план кампање** (видети корак 3).
- **Припремите два кратка излагања**, по неколико минута, једноставним речима: како платформе одлучују шта ћемо видети (Ехо комора) и зашто плаћена промоција није увек опција за садржај о друштвеним питањима у ЕУ (видети оквир у кораку 3); и како се носити са мржњом на мрежи (видети корак 4).
- **Донесите резултате Модула 3.** Свака група треба да има своје платно за причу и своју причу.
- **Припремите безбедан простор.** Мржња на интернету може бити лично искуство за неке учеснике. Подсетите групу на основна правила и имајте при руци контакте локалних служби за подршку и алате за пријављивање главних платформи.

Кампање које можете користити:

- **Увек, „#КаоДевојка“ (2014): шта значи урадити нешто „као девојка“ и када то постаје увреда?**
  https://youtu.be/olUAKw66y2k?si=5YithSMtuhZCKgPj

- **Bodyform/Libresse, „Blood Normal“ (2017): прва реклама која приказује менструалну крв као црвену уместо плаве течности.**
  https://youtu.be/QdW6IRsuXaQ?si=e5D-SGBqTYppd9Yr

- **Оранџ, „La Compil des Bleues“ (2023):** најзанимљивији делови који, захваљујући дигиталним ефектима, показују да је француска мушка фудбалска репрезентација, у ствари, женски тим. Зашто претпостављамо да мушкарци играју одличан фудбал? https://youtu.be/QVNZRHIZVL8

- **Дав, „Обрнути селфи“ (2021): измењени селфи девојке се корак по корак „поништава“, враћајући се њеном правом лицу.** Колико далеко млади људи иду да би изгледали савршено на мрежи и ко има користи од тога? https://youtu.be/z2T-Rh838GA?si=bUYhC3BTe_Poi1GK

Упутства

Корак 1 - Добродошлица, резиме и кључна порука (10 мин)

- Поздравите све и подсетите се основних правила.
- Свака група чита своју причу из Модула 3 наглас.
- Затим свака група пише своју кључну поруку: једну реченицу, идеју коју желе да људи запамте. Питајте: „Ако се неко сећа само једне реченице ваше приче, која би то требало да буде?“ Кључна порука је оно што ће кампања преносити на мрежи.
- Представите данашњи фокус једном реченицом, на пример: „Имамо причу. Данас планирамо како да је пренесемо људима до којих желимо да допремо и како да то урадимо безбедно.“
- Одмах реците да је данас реч о планирању, а не о продукцији: садржај ће бити направљен у Модулу 5. То помаже групама да остану фокусиране на публику и стратегију.

Корак 2 - Како функционишу стварне кампање (20 мин)

- **Прикажите видео или видео записе** једном без коментара, а затим други пут са два сета питања на уму.
- Прича: Који стереотип приказује и како га разбија? Какав је био стари начин гледања на проблем, а какав је нови?
- **Кампања:** Коме се обраћа? Кроз које канале? Шта тражи од људи даураде? Како их укључује? Напишите одговоре на флипчарту у четири колоне: публика, канали, позив на акцију, укључивање.
- Укратко питајте шта се мења када компанија која продаје производ промовише феминистичку поруку: већи досег и ресурси, али и мањи кредибилитет и ризик коришћења поруке за продају. Не постоји јединствен одговор.

Корак 3 - Од приче до кампање: план кампање (30 мин)

- **Свака група попуњава план кампање од једне странице** (видети следећу страницу) почевши од своје приче и кључне поруке. Пет оквира, по једно питање у сваком оквиру:
  Публика. Коме се обраћамо? Не „свима“: једној врсти особе, описаној у реченици. Ко још не размишља о овом питању? Ко има утицај на нашу циљну групу?
  Канали. Где се налази ова публика на мрежи? Највише једна или две платформе, изабране за публику, а не из личне навике.
  Позив на акцију. Шта тачно тражимо од људи да уради? Почните од захтева на крају приче и учините га конкретним и изводљивим на том каналу (потпишите, поделите, пишите некоме, придружите се, дођите на догађај).
  Садржај. Који формат најбоље преноси нашу кључну поруку: видео, видео, објава, карусел? Изаберите нешто што група заиста може да произведе у Модулу 5.
  Планирање и учешће. Шта објављујемо, када и ко то ради, током две недеље? Како укључујемо људе, одговарамо на коментаре и проналазимо савезнике који могу да деле наш садржај?

- Када групе стигну до канала, дајте кратак увод у ехо комору, алгоритме и правила платформе.
- Обиђите групе и питајте: Да ли је публика стварна особа, а не „сви млади људи“? Да ли позив на акцију одговара каналу? Ко обавља сваки задатак и када?

Плаћена промоција: META ограничења

Од октобра 2025. године, Мета више не прихвата огласе о политичким, изборним и друштвеним питањима у ЕУ, због нових правила ЕУ о политичком оглашавању (Уредба о TTPA).

Да ли оглас спада у ову категорију одлучује се појединачно на основу Мета-иног прегледа: неки садржај о родној равноправности се прихвата, други се одбија. Органски постови су увек дозвољени.

Кампање стога не би требало да рачунају на спонзорство, већ да се граде на органском досегу, заједницама и партнерствима са савезницима.

THE CAMPAIGN PLAN

HERStory, Our Future · Module 4 – Gender equality + digital communication

OUR KEY MESSAGE

The one sentence we want people to remember

AUDIENCE

1 **Whom do we speak to?**

CHANNELS

2 **Where is our audience online?**

CALL TO ACTION

3 **What exactly do we ask people to do?**

CONTENT

4 **Which format carries our key message?**

PLANNING AND PARTICIPATION

5 **How do we keep the campaign going, and how do we involve people?**

RISKS AND PROTECTION

6 **What could go wrong, and how do we protect ourselves?**

Корак 4 - Ризици и заштита (15 мин)

- Дајте кратак допринос о мржњи на мрежи (непријатељски коментари, узнемиравање, координисани напади, често усмерени против људи који говоре о родној равноправности) и о томе како да се заштитите: приватност, модерирање, документовање и пријављивање злостављања, знање када не треба одговорити, где пронаћи подршку.
- Завршите корак једном идејом: безбедност је услов за учешће, а не разлог за ћутање.
- Неки учесници су можда доживели злостављање на мрежи. Будите доступни током сесије да бисте слушали.

Корак 5 – Дељење планова и закључивање (15 мин)

- Свака група презентује свој план у року од два минута.
- Урадите завршну рунду питања и размишљања или предлога.
- Прикупите резултате! Кључна порука и план кампање сваке групе су полазна тачка Модула 5.

Евалуација сесије

- Након сесије, одвојите пет минута да се запитате:
- Да ли су групе разумеле како кампање користе причу да промене начин на који се проблем сагледава?
- Да ли је свака група завршила свој план, са конкретном публиком, једним или два канала, изводљивим позивом на акцију и реалистичним календаром?
- Да ли су групе узеле у обзир мржњу на мрежи и правила платформе? Да ли су планови реални без плаћене промоције?
- Да ли су сви имали прилику да допринесу? Да ли је неко све време ћутао и зашто?
- Шта ћете понети са Модула 5?

Савети за фацилитаторе

- Ви сте водич, а не стручњак. Не морате да познајете сваку платформу, али покушајте да будете спремни за главну тему којом ћете се бавити.
- Идите даље од оних који су већ убеђени. Питајте учеснике шта би их навело да слушају.
- Схватите безбедност озбиљно. Представите је као услов за учешће, а не као упозорење. Уверите се да свака група зна ко модерира и шта треба да ради у случају напада.
- Не идеализујте кампање бренда. Оне много уче о приповедању, али имају буџете и циљеве које групе немају.
- Пазите на време. Корак 3 обично траје дуго: групе треба да се држе једног или два канала, једног позива на акцију и кратког календара. Заштитите се. Корак 4: ризици и заштита се никада не смеју прескочити.

Модул 5

Родна равноправност + приповедање у пракси: креирање и представљање кампање

Теме	Визуелно и аудиовизуелно приповедање · Безбедно и консензуално приповедање · Јавни наступ и аргументација
Сложеност	Ниво 3. Модул се надовезује на целу путању и тражи од групе да произведе и представи нешто стварно
Величина групе	6–20 учесника, у истим групама као у модулима 3 и 4
Време	Око 2 сата
Компетенције	DC3 Креирање садржаја за заступање · ST5 Визуелно и аудиовизуелно приповедање · ST4 Безбедно лично и колективно приповедање · GEA5 Јавни наступ и аргументација
На стази	Почиње од кампање коју је направила свака група у Модулу 4

Преглед

Овај модул затвара пут преласком са планирања на праксу. Свака група претвара своју причу у формат изабран у свом плану кампање и производи један прави садржај помоћу паметних телефона и бесплатних апликација, након провере безбедности и сагласности свих укључених.

Затим свака група представља своју кампању кратком презентацијом и брани је пред осталима, који играју мету или скептичну публику. Сесија се завршава осврtом на цео пут, од документарца до кампање.

Циљеви

До краја сесије, учесници ће:

- **знати како прилагодити причу** визуелном или аудиовизуелном формату, као и основна правила формулара за сагласност и дозволу;
- **бити у стању** да напишу кратак садржај заговарачког садржаја и да представе и бране своју кампању укратко;
- **делују са самопоуздањем и одговорношћу** као глас за родну равноправност.

Материјали

- Паметни телефони, најмање један по групи, напуњени и са слободном меморијом; преносиве батерије ако је могуће
- Бесплатне апликације за уређивање или дизајн инсталиране пре сесије: изаберите оне које група већ познаје
- Један сториборд лист по групи, са шест фрејмова и простором за „шта се види“, „шта се чује“ и „који текст се појављује“
- Обрасци за отпуштање, довољно за све који се могу појавити (видети Припрема)
- План кампање и кључна порука сваке групе из Модула 4, и њихова прича из Модула 3
- Папир, оловке, маркери и лепљиве белешке
- Пројектор или велико платно са звучницима и тајмером

Припрема

- **Припремите формулар за сагласност:** ко се појављује, у ком садржају, где је објављено и колико дуго, и да се сагласност може повући. Прилагодите га својим националним правилима, укључујући и она за учеснике млађе од 18 година.
- **Договорите се о објављивању:** садржај може бити објављен на било ком профилу који група изабере (пожељно на профилима организације која води радионицу), увек са хаштагом пројекта и, где је то могуће, као сарадња са HERStory профилом. Само након безбедносне провере и уз важеће формуларе за сагласност, а никада као услов за учешће.
- **Проверите уређаје, апликације и простор** како би групе могле да снимају без међусобног ометања.
- **Донесите причу сваке групе** (Модул 3) **и план кампање (**Модул 4).

Пример нагиба кабла у лифту (за прилагођавање)

Многе девојчице у нашој земљи изостају из школе сваког месеца јер њихове породице не могу да приуште менструалне производе. То је проблем који желимо да променимо.

Наша прича прати петнаестогодишњу Јулију једног јутра када одлучује да остане код куће како не би ризиковала да се осрамоти на часу. Направили смо видео од 45 секунди са њеним гласом, њеном празном клупом и школским ходником, без приказивања лица.

Тражимо од Министарства просвете да од следеће године обезбеди бесплатне материјале за часове у свакој школи. Погледајте, поделите са #FreePeriods и потпишите нашу петицију. Ова презентација је инспирисана правом кампањом #FreePeriods представљеном у Модулу 3.

Упутства

Корак 1 - Добродошлица и резиме (10 мин)

- Поздравите све и подсетите се основних правила.
- Свака група каже своју кључну поруку и формат који је изабрала, у једној реченици.
- Представите данашњи фокус и одмах реците колико времена је остало за производњу, како би групе изабрале нешто што заиста могу да заврше.

Корак 2 - Сценарио и безбедносна провера (25 мин)

- **Од приче до формата.** Свака група прилагођава своју причу формату изабраном у Модулу 4, у оквиру јасног ограничења: на пример, видео од 60 секунди (или фото-вртешка са шест слајдова). Шта задржавамо, шта исецамо, шта приказујемо уместо да кажемо?
- **Сториборд**. Пре снимања или дизајнирања, група скицира до шест фрејмова: шта се види, шта се чује, који текст се појављује. Довољне су фигурице штапића и кратке белешке. Кључна порука мора доћи у првим секундама, позив на акцију на крају.
- **Безбедносна провера.** Пре пуцања, свака група поставља себи два питања: Да ли се појављује неко ко није потписао изјаву о одобравању? Да ли би неко могао бити препознат по лицу, гласу, имену или месту? Ако је одговор потврдан, промените га или изоставите.
- **Увек постоји безбеднији начин да се исприча прича:** гласовна нарација, руке, силуете, цртежи, предмети, текст на екрану. Ако је прича инспирисана стварном особом, задржите измишљено име и промените детаље. Нико не почиње продукцију пре него што се заврши безбедносна провера.

THE STORYBOARD

HERStory, Our Future · Module 5 – Gender equality + storytelling in practice

Draw each scene. Under it, write what we see, hear or read.
Need more scenes? Ask for another sheet.
Remember: the call to action goes in the last scene.

1

2

3

4

5

6

Корак 3 - Производња (40 мин)

- **Свака група снима, монтира или поставља свој садржај,** пратећи сториборд. Предложите поделу задатака, тако да свако има улогу: ко снима, ко монтира, ко пише текст, ко припрема презентацију.
- **Обиђите групе, помозите им** око техничких проблема и пратите време: десет минута пре краја, свака група треба да има прву верзију.
- Ако група не може да заврши, сториборд и нацрт су довољни за презентацију. Садржај се може завршити након сесије, пре било каквог објављивања.

Корак 4 - Припрема, презентација и одбрана (30 мин)

- **Свака група приказује свој садржај, затим износи своју презентацију** (два минута), а затим одговара на питања (три минута).
- Подсетите све да је то вежба: будите строги према аргументу, а не према особи. Користите тајмер. Са више од четири групе, смањите питања на два по групи.

Корак 5 - Повратне информације, рефлексија и закључак (15 мин)

- **Вршњачке повратне информације:** свака група добија једну ствар која је функционисала и једну ствар која би се могла побољшати од друге групе.
- **Поглед уназад на пут,** од документарца до кампање: Шта сте научили? Шта ћете урадити са оним што сте научили?
- **Захвалите се свима и** објасните шта се даље дешава: који садржај ће бити завршен, проверен и, уз важеће формуларе за сагласност, објављен, и где.
- **Прикупите резултате!** Садржај или нацрт сваке групе, белешке са презентације и потписане формуларе за сагласност.

Евалуација сесије

Након сесије, одвојите пет минута да се запитате:

- Да ли је свака група израдила садржај, или барем јасан нацрт, и кратку презентацију?
- Да ли је безбедносна провера обављена пре продукције? Да ли су формулари за сагласност попуњени за све који се појављују?
- Да ли садржај јасно прича причу, са кључном поруком и позивом на акцију, и избегава стереотипе виђене у Модулу 2?
- Да ли су групе браниле свој став аргументима? Да ли је свако имао улогу?
- Посматрајући целу путању, шта је најбоље функционисало, а шта бисте променили за следећу групу?

Савети за фацилитаторе

- Ви сте водич: Не морате бити видео монтажер. Дозволите учесницима који познају апликације да помогну другима и задржите фокус на причи и поруци.
- Безбедност је на првом месту. Нема објављивања без важећих формулара за сагласност за све који се појављују; у случају сумње, изаберите безбеднију верзију.
- Нико не мора да се појави. Понудите алтернативе приказивању лица и немојте никога терати да буде пред камерама или да дели своје искуство.
- Прославите пут. Ово је последњи модул: препознајте шта је свака група изградила, од првог документарца до кампање.
- Пазите на време. Производња обично траје дуго. Заштитите безбедносну проверу у кораку 2 и презентације у кораку 4: оне су срж модула.

Речник појмова.

Кратке дефиниције кључних концепата коришћених у овом водичу, написане једноставним речима.

Можете их користити током сесија или их одштампати као картице. Појмови су груписани по темама и наведени по абецедном реду унутар сваке групе.

Овај речник није исцрпан.

Многа важна подручја су овде само дотакнута, као што је шири речник ЛГБТКИ+ идентитета или студије рода примењене на области попут медицине, архитектуре и урбанистичког планирања.

Они нису посебан фокус овог водича, али вас топло позивамо да истражите аспекте који вас највише занимају.

1. Род и равноправност

Мачји дозив
Нежељени коментари, звиждуци или сексуалне опаске упућене некоме у јавности, обично женама на улици. То је облик уличног узнемиравања.

Цисродна особа
Описује особу чији се родни идентитет поклапа са полом додељеним при рођењу.

Економско насиље
Контролисање или ограничавање приступа особе новцу и ресурсима: на пример одузимање њеног прихода, спречавање њеног рада или студирања или чињење њене економске зависности од неког другог. То је један од облика родно заснованог насиља.

Свакодневни сексизам
Мали, чести чинови сексизма, попут коментара, шала или претпоставки, који делују нормално, али појачавају неједнакост.

Фемицид
Убиство жене или девојчице због њеног пола. То је најекстремнији облик насиља заснованог на полу.

Пол
Улоге, понашања и очекивања која друштво приписује томе да буде жена или мушкарац. Они су научени, нису нешто са чиме се рађамо, и мењају се током времена и од места до места.

Јаз у подацима о полу
Недостатак података о женама, или подаци који нису разврстани по полу, што чини женска искуства невидљивим у истраживањима, услугама и политикама.

Родна дискриминација
Неправедан третман или искљученост због пола.

Родна равноправност
Жене, мушкарци и људи свих полова имају иста права, одговорности и могућности, а њихове потребе и приоритети су подједнако вредновани.

Изражавање рода
Како показујемо свој пол другима, кроз одећу, понашање, стил.

Родни идентитет
Како се изнутра осећамо у вези са својим полом: ко знамо да јесмо.

Разлика у платама између полова
Разлика између просечне зараде жена и мушкараца.

Родни стереотип
Фиксна, поједностављена идеја о томе какви су жене или мушкарци или шта би требало да раде, као што је „жене су емотивније“ или „мушкарци не плачу“.

Родно засновано насиље
Кршење људских права и облик дискриминације који несразмерно погађа жене. Укључује сва насиља заснована на полу која узрокују или могу изазвати физичку, сексуалну, психолошку или економску штету, укључујући претње, принуду и лишавање слободе, у јавном или приватном животу (Истанбулска конвенција, члан 3).

Стаклени плафон
Невидљива баријера која спречава жене да досегну највише позиције, чак и када су подједнако квалификоване.

Хетеронормативност
Друштвена норма која третира стандардизовано хетеросексуално понашање као једино друштвено валидно, тако да је свако ко је не поштује стављен у неповољан положај у поређењу са остатком друштва. Ова идеја је основа дискриминаторних и предрасудама пуних аргумената против ЛГБТКИ+ особа, посебно када је у питању формирање породице и јавно изражавање.

Идентитет
Генерално, цео скуп карактеристика које чине особу оним што јесте. Није фиксиран: гради се током времена, као резултат културне конструкције.

Интерсекционалност
Пол се комбинује са другим деловима онога што јесмо, као што су порекло, класа, године, инвалидитет, сексуална оријентација или место где живимо. Ове комбинације стварају различита искуства дискриминације или привилегија. Термин је сковала америчка научница Кимберли Креншо 1989. године.

Небинарно
Описује особу чији родни идентитет није само жена или само мушкарац.

Објективизација
Приказивање жене као тела или објекта, на пример, ради продаје производа, уместо као особе са сопственим мислима и изборима.

Привилегија
Предност коју неки људи имају, често не примећујући то, због дела свог идентитета, као што су пол, боја коже, класа или способности.

Секундарна виктимизација
Даља штета коју жртва трпи због начина на који се институције, медији или други људи односе према њој након насиља, на пример када се њена прича исприча без поштовања.

Секс
Биолошке карактеристике тела, као што су анатомија, хромозоми и хормони.

Сексизам
Радње или ставови који дискриминишу људе због њиховог пола или рода. Сексизам је повезан са моћи: они који имају моћ обично добијају повољан третман, док су они без моћи обично дискриминисани. Такође је повезан са стереотипима, јер дискриминаторне радње или ставови често се заснивају на погрешним уверењима или генерализацијама о полу или роду. (Извор: EIGE)

Сексуална оријентација
Кога особа емоционално, романтично или сексуално привлачи. То се разликује од родног идентитета.

Трансродна особа
Описује особу чији се родни идентитет разликује од пола додељеног при рођењу.

Окривљавање жртве
Сугерисање да је особа која је претрпела насиље делимично одговорна за њега, на пример због онога што је носила, где се налазила или шта је радила.

2. Приче и репрезентација

Постављање дневног реда
Моћ медија да утичу на то која питања људи сматрају важним, тако што бирају о чему ће говорити, колико често и колико истакнуто. Теорију су развили Максвел Мекомбс и Доналд Шо 1972. године.

Бриф
Кратак документ који наводи шта комуникација мора да постигне: циљ, публику, кључну поруку, тон, формат и рокове. Он води онога ко креира садржај.

Понуда за лифт
Веома кратка презентација, дугачка као вожња лифтом, која објашњава проблем, причу, садржај и позив на акцију.

Етичко и инклузивно приповедање
Причање приче на начин који поштује људе у њој: давање њиховог гласа, избегавање штете и стереотипа и приказивање њихове разноликости.

Фем рекламирање
Фемвертајзинг је оглашавање које користи феминистичке поруке или слике које оснажују жене како би продавало производе. Када компанија користи родну равноправност или ЛГБТКИ+ права само да би побољшала свој имиџ, без стварне посвећености ономе што заправо ради, говоримо о „пинквешингу“.

Родно осетљив језик
Речи и слике које подједнако укључују жене и мушкарце и избегавају стереотипе, на пример коришћење и женског и мушког рода или неутралних термина.

Препознатљивост
Могућност да се особа препозна по лицу, гласу, месту или малом детаљу, чак и без имена.

Информисани пристанак
Споразум дат слободно, након што је јасно речено шта ће се урадити са нечијом сликом, гласом или причом и где ће бити објављени. Може се одбити или повући.

Неформално образовање
Планирано учење које се одвија ван формалног школског система. Добровољно је и засновано на учешћу, искуству и рефлексији.

Преформулисање
Промена начина на који се проблем види, променом онога што се представља као проблем, ко је одговоран и шта је могуће.

Образац за издање
Писана дозвола, коју је потписала особа која се појављује у садржају, у којој се наводи да се слаже са приказивањем садржаја и за коју употребу. Такође се назива „образац сагласности“.

Репрезентација
Начин на који је група људи приказана у медијима, на сликама и у причама. То обликује како други виде ту групу и како група види саму себе.

Безбедно приповедање
Причање приче на начин који поштује границе, приватност и емоционалну безбедност људи који су укључени, укључујући и оне који је причају.

Прича за друштвене промене
Кратка прича која чини проблем видљивим кроз једну особу и завршава се захтевом који позива друге да делују.

Сториборд
Низ једноставних цртежа и белешки, кадар по кадар, који планира шта ће се видети, чути и написати пре него што се направи видео или вртешка.

3. Заступање и дигиталне кампање

Заступање
Организована акција за промену правила, праксе или става, убеђивањем људи који могу да одлучују.

Алгоритам
Скуп правила која платформа користи да одлучи који садржај ће коме приказати, обично на основу тога колико људи интерагује са њом.

Али
Особа, група или организација која може да се придружи напору, јер дели бригу или може да допре до већег броја људи.

Аргументација
Навођење разлога за подршку ставу и одговарање на приговоре с поштовањем.

Позив на акцију (CTA)
Захтев на крају приче или кампање: шта тражимо, од кога и зашто баш сада.

Колективна акција
Много људи делује заједно на заједничком интересу, уместо да свако делује појединачно.

Изградња заједнице
Стварање групе људи који деле бригу, разговарају једни са другима и подржавају циљ током времена.

Дигитална отпорност
Способност да се заштитите на мрежи, да одговорите на злоупотребу и да наставите да учествујете без одустајања.

Доксирање
Објављивање нечијих приватних података на мрежи, као што су њихова адреса, број телефона или радно место, без њиховог пристанка, ради застрашивања или наношења штете.

Оснаживање
Процес кроз који људи стичу самопоуздање, вештине и моћ да доносе одлуке и делују по питањима која утичу на њихове животе.

Ангажовање
Колико људи интерагују са садржајем: лајкови, коментари, дељења. У заступању то такође значи укључивање људи у циљ.

Прикупљање средстава
Прикупљање новца или других ресурса за подршку циљу или организацији, на пример путем донација, групног финансирања, догађаја или грантова. У кампањи то често иде заједно са причањем приче која мотивише људе да дају.

Мржња на интернету
Непријатељско, увредљиво или претеће понашање на мрежи, као што су увреде, узнемиравање или координисани напади.

Органски досег
Број људи који виде објаву без плаћене промоције, зато што прате налог или зато што је други деле.

Циљ
Особа или тело које има моћ да спроведе промену. Кампања је упућена њима.

HERStory,
OUR FUTURE

Co-funded by
the European Union

HERStory, Our Future је пројекат програма Erasmus+ који оснажује младе људе да постану заговорници родне равноправности кроз женске приче, дигиталну комуникацију и приповедање. Окупља организације из Италије, Шпаније, Португалије и Србије.

Откријте пројекат и погледајте документарце на herstoryourfuture.com

Овај водич је посвећен сећању на **Микелу Мурђу** (1972–2023), италијанску списатељицу и активисткињу, чији је рад променио начин на који многи од нас размишљају и говоре о роду, моћи и језику.

Ово дело је лиценцирано под Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0).

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA
beecom
contextos
WAZO COOP
MLADI AMBASADORI