Tereza Králová 144369

Strukturovaná zpráva

Regionální sdružení politické strany v Jihomoravském kraji

Zadání práce je provést genderový audit ve firmě, kde pracujeme, popřípadě ve firmě či organizaci, kde jsme prováděli praxi. Jedná se o audit rovného zacházení a rovných příležitostí. Genderovým auditem chápeme nástroj, jehož předmětem jsou praktické aspekty genderových vztahů ve firmách a organizacích. Cílem mého genderového auditu je tedy identifikovat konkrétní oblasti, kde mohou být uskutečněny změny ovlivňující generové vztahy, a v neposlední řadě i navrhnout praktická realizovatelná opatření, která mohou pomoci vyrovnat podmínky a postavení žen a mužů v organizaci. V rámci genderového auditu je tedy potřeba zjistit, v jaké fázi prosazování se firma nachází, dále identifikovat silná a slabá místa z hlediska genderového zacházení a v neposlední řadě navrhnout firmě plán změn.

Komentář [J1]: Doporučuji věnovat pozornost posudku kolegy. upozorňuji na nutnost zachovat úroveň odborného textu, který pracuje z literaturou a cituje na vhodných místech teoretické zdroje, stejně jako výsledky studií a výzkum na podobná témata publikované v časopisech.
Jinak hodnotím práci kladně.

Genderový audit jsem prováděla v organizaci, kde pracuji na částečný úvazek. Jedná se o politickou stranu, ve které pracuji jako asistentka regionálního manažera Jihomoravského kraje. Nezabývala jsem se však politickou stranou jako celkem, ale pouze regionálním sdružením. Hlavní činností je politická činnost. Sdružení je financováno z hlavní kanceláře v Praze, dále z členských příspěvků a v neposlední řadě z darů. Struktura organizace je následující: regionální sdružení Jihomoravského kraje se skládá ze sedmi místních sdružení – Brno-město, Brno-venkov, Břeclav, Blansko, Znojmo, Hodonín a Vyškov. V rámci těchto sedmi sdružení pracuje 7 oblastních manažerů (5 žen a 2 muži), dále jeden nadřízený regionální manažer a dvě asistentky – jedna podřízená regionálnímu manažerovi, druhá podřízená oblastní manažerce Brna-města. Co se týče síťování, tak v tomto případě se nejedná přímo o napojení na další organizace, ale v každém případě je regionální sdružení v kontaktu v rámci činnosti s ostatními politickými stranami, s krajským úřadem v Brně a podobnými institucemi.

Výše jsem se zmínila o poměru oblastních manažerů a manažerek. K tomuto z genderového hlediska jistě patří i zájem o platové ohodnocení oblastních manažerů. Toto téma je v tomto případě zcela jasné. Platové ohodnocení se neliší u mužů a žen. Výše jejich platu se neodvíjí od jejich pohlaví ale od jejich pozice. Platové ohodnocení všech oblastních manažerů je tedy totožné. I výše jejich odměn (nepravidelných), je totožná. Po volbách například byli všichni oblastní manažeři ohodnoceni dva měsíce po sobě peněžním bonusem na základě doporučení regionálním manažerem a to po každé ve stejné výši pro každého manažera bez ohledu na pohlaví či jakékoliv jiné okolnosti. Genderově korektní rozhodování o platech a bonusech poznáme podle toho, že postup pro vyplácení bonusů je transparentní, neznevýhodňuje ani muže ani ženy. Jednou z podmínek je také to, že nabízené odměny vnímají jako generově korektní sami zaměstnanci – ať už muži nebo ženy. To vše je zde splněno, proto považuji přidělování platů a odměn v této organizaci za zcela genderově korektní.

Organizace se zabývá politickými tématy. V rámci genderového auditu jsem se zaměřila na činnost, která souvisela s volební kampaní do krajských voleb na podzim roku 2008 v jihomoravském kraji. V rámci kampaně se regionální sdružení politické strany zabývá zejména představením kandidátů do zastupitelstva kraje a představením svého volebního programu. To probíhá formou billboardů, letáků, plakátů, různých zpravodajů a magazínů a dalších tiskovin. Dále je provozován informační stánek a každodenní výjezdy za účelem rozdávání propagačních materiálů a setkání kandidátů s potencionálními voliči. Mimo to byly pořádány různé kulturní akce. Na všechny tyto akce jsou najímány v různém počtu hostesky.

Pro realizaci šetření je třeba nejprve vymezit oblasti, kterými se budeme zaobírat:

- Propagační (reklamní) volební materiály
- Hostesky a jejich výběr na dobu voleb

- Volební letáky a programy
- Můj volič
- Výběr na pozici asistentka regionálního manažera
- Platové podmínky
- Slaďování osobního a profesního života

Technikami sběru dat během genderového auditu byla zejména analýza dokumentů (volebního programu, letáků, billboardů, zpravodajů, magazínů) a dále konverzační a částečně polostrukturované rozhovory se zaměstnanci regionálního a oblastních sdružení.

První téma, kterým jsem se začala zaobírat, byly propagační materiály. Mezi nabízené materiály patří perníčky, hračky jo-jo, pláštěnky, nafukovací balónky, propisovací tužky, omalovánky, pastelky, magnetky, lízátka, popcorn, metry, zapalovače, kelímky, stěrky na auto, klíčenky apod. Jedná se o materiály, které nebyly vybírány s ohledem na genderové hledisko, ale spíše se jedná z velké části o materiály určené dětem. Kampaň je tedy z tohoto hlediska vedena tak, aby přitáhla děti a s nimi jejich rodiče, ale nikoliv pouze matky nebo pouze otce, ale rodiče jako potenciální voliče. Ostatní propagační materiály jsou genderově neutrální.

Co se týče výběru hostesek na volební akce, tak tento výběr byl prováděn následovně. Výběr hostesek spadal pod externího pracovníka, který byl najat na výběr a starost o hostesky na dobu voleb. Jednalo se o třiadvacetiletého muže, pracujícího studenta. Hostesky byly najímány přes agenturu, až na výjimky, které byly z řad kamarádek. Jednalo se výhradně o ženy ve věku 18 až 23 let, převážně studentky. Oficiálně nebyly na agenturu vznášeny žádné konkrétní požadavky kromě pohlaví, neformálně však byl kladen požadavek na vzhled. V rámci práce byl kladen důraz na příjemné vystupování, úsměv, vstřícnost, aktivní přístup byl oceňován kladně. Opakovaně byly na akce najímány ty dívky, které byly subjektivně pozitivně hodnoceny mladým externím pracovníkem. Pokud se mu nezalíbily z jakéhokoliv důvodu, na další akci byla vzata jiná dívka. Na některé akce byl kladen požadavek krátké sukně. Celá problematika

hostesek a jejich výběru vychází ze všeobecně platných stereotypů, na základě kterých k ženě patří upravený vzhled, atraktivita, péče o tělo apod.

Dalším tématem po propagačních materiálech a výběru hostesek na akce jsou billboardy, letáky, volební programy a další propagační materiály, ve kterých je důraz mimo jiné kladen na volební témata a jazyk. Z ohlasů plyne, že celá kampaň byla touto stranou vedena velmi profesionálně. Témata nebyla zaměřena na muže či ženy, ale zaměřovala se na obecná témata, která voliče zajímají méně či více, ale z politického důvodu jsou důležitá – zdravotnictví, zemědělství, doprava apod. Jazyk je na všech materiálech zřetelně genderově neutrální. Ve všech materiálech jsem našla pouze jednu větu: „Zaměstnání ve Vídni, přítelkyni v Bratislavě?“, která ukazuje, že text je pravděpodobně směřován k mužům. Všechny ostatní slogany jsou genderově neutrální, určeny mužům i ženám. Oslovení v těchto materiálech je nejčastěji genderově neutrální „Jižní Moravo“.

Jednou z oblastí, která mě také z období voleb zaujala, bylo téma „můj volič“. Na stránkách kandidáta na hejtmana se můžeme dočíst, jak by takový volič měl vypadat. Samotné slovo volič sice není zcela genderově neutrální, nicméně to vnímám jako jediný prohřešek proti genderové neutralitě. Můj volič (náš, váš) je popsán jako někdo, kdo nemá jasně dané pohlaví, ale má některé jasně dané vlastnosti – ať už ctí individuální svobody, spravedlnost nebo soudí politika podle činů a nejen slibů, tak v každém případě je podle nich ideálním voličem ten, kdo má určité vlastnosti bez ohledu na pohlaví, rasu, věk nebo jiné vlastnosti, které bývají často předmětem diskriminace či stereotypních představ.

Co se týče slaďování osobního a profesního života, je nutné si klást některé otázky – jakým způsobem se v organizaci nahlíží na zaměstnance, kteří mají v péči děti, seniory či pečují o nemocné v rodině, dále například jaké organizace poskytuje možnosti zkrácených pracovních úvazků či jak reaguje na odchod zaměstnance na rodičovskou dovolenou. S jistotou mohu říct, že je zde velmi vstřícný přístup k zaměstnancům, kteří pečují o

děti. Je na ně bán ohled a nahlíží se na ně s pochopením. Pracovní doba není zcela flexibilní, ale také není zcela pevná. Není stanoven přesný příchod do práce a odchod z práce. Vzhledem k tomu, že manažeři fungují v různých oblastech, je důležité fungovat zejména na telefonu. Očekává se zejména, že zaměstnanec je vždy k dispozici, ale není nevyhnutelně nutné, aby byl přítomen ve své kanceláři. Z toho vyplývají lepší možnosti pro rodiče s dětmi. Velmi vstřícný je také postoj k zaměstnancům, kteří při práci studují. Při výběrovém řízení se uchazečů nikdo neptá na jejich plány do budoucnosti co se týče dětí a všechny ženy, které zde pracují, jsou do 35 let věku a s partnery – tedy je tendence nahlížet na ně jako na potencionální matky.

Organizace není zapojena do žádných projektů, které by souvisely jakýmkoliv způsobem s genderovou problematikou.

Po neformálních rozhovorech s většinou zaměstnanců organizace jsem došla k závěru, že v organizaci neexistuje žádná představa o tom, co je gender a genderová problematika. Téma rovných příležitostí zde není v zájmu dění. Neexistuje tedy ani konceptualizace genderu. Po základním objasnění toho, co to vlastně gender je, nebylo toto téma shledáno jako něco podstatného pro tuto organizaci. Nikdo ze zaměstnanců ani z řad žen ani z řad mužů neměl dojem, že by bylo nutné tuto problematiku nějak konkretizovat a definovat, jelikož nevnímají nerovné podmínky – platy se neliší, při výběrovém řízení nejsou preferováni muži ani ženy a přístup nadřízeného je stejný bez ohledu na gender.

Pracuji jako asistentka regionálního manažera. Náplní mé činnosti je především administrativa – příprava účetních dokladů, pokladna, faktury, práce s počítačem, komunikace s oblastními manažery apod. V době voleb se navíc jednalo o pomoc na volebních akcích, příprava materiálů na webové stránky apod. V rámci práce při genderovém auditu jsem využila zejména znalosti o tom, co to vlastně gender je, jaké jsou genderové stereotypy, jak je gender utvářen. Také jsem využila znalostí o dokumentech, které se zabývají genderovou roavností, a znalostí o

různých genderových konceptech jako je například generické maskulinum či genderové univerzum Sandry Harding. Nejsem si vědoma žádných znalostí, které by mi při výkonu praxe – práce chyběly. Organizace nemá žádné povědomí o tom, co je gender a rovnými příležitostmi se nijak nezaobírá, takže mi zcela postačily znalosti, které jsem nabrala na fakultě během 4 semestrů studia. Jediné, co by mohlo být přínosné, je možná předmět, který by se zabýval praktickou aplikací poznatků o genderu do pracovního života – předmět, který by nás připravil na to, jak lidem vysvětlit, v čem to celé vlastně spočívá. Viděla bych to jako volitelný předmět, jelikož znalosti, které k tomu potřebujeme, jsou náplní jiných povinných předmětů. Tento předmět by tak byl čistým uvedením poznatků do praxe, ale stále ještě na akademické půdě. Během praxe jsem se naučila jednu pro mě zásadní věc, a to, že ne všude je potřeba zavádět a používat nástroje k nastolení genderové rovnosti, jelikož jsou organizace, kde to nikdo nepociťuje jako potřebné. Jistě by se našlo mnoho lidí, kteří by se mnou nesouhlasili, ale já se domnívám, že abychom se snažili něco změnit, k tomu je potřeba, aby o tu změnu alespoň někdo stál a někdo z účastníků pociťoval potřebu této změny. Co se týče toho, zda si dovedu představit absolventa či absolventku genderových studií jako zaměstnance této organizace, tak musím odpovědět kladně. Silné stránky takového člověka by spočívaly zejména v tom, že by se staral o veškeré texty, které jsou psány – ať už by se jednalo o volební slogany a volební programy či mimo volby o články do pravidelných zpravodajů. Takový zaměstnanec by dbal na genderovou korektnost textů a v tom vidím jeho velmi silnou vlastnost.

Vzhledem k tomu, že pracuji jako asistentka, je na místě se vyjádřit mimo jiné také k tomu, jak probíhá výběr takový výběr asistentky regionálního manažera. Především neprobíhá na základě výběrového řízení jako ve většině organizací a firem. Důvodem je politická konkurence – je obava, že kdyby bylo vyhlášeno výběrové řízení na tuto pozici, zájemců/zájemkyň o tuto pozici by bylo mnoho a řada z nich by přicházela právě z řad opozice či ostatních stran. Hlavním požadavkem na tuto pozici je pak ženské pohlaví. Věkové omezení není. Požadavek

Komentář [J2]: Je na místě tento požadavek reflektova kriticky.

ženského pohlaví vychází od regionálního manažera a z jeho osobního přesvědčení, že bude s asistentkou ženou vycházet lépe než s mužem asistentem. Dalšími požadavky jsou základní znalost účetnictví, znalost práce s počítačem a internetem, příjemné vystupování a znalost českého jazyka.

V organizaci pracuji od začátku října 2008, takže jsem teprve na počátku, nicméně práce se mi jeví velmi příjemně. Její hlavní silnou stránkou je velmi přátelské prostředí, které plyne z kolektivu kolegů – jedná se o mladé lidi, kteří si mezi sebou tykají. Považuji to za jednu ze silných stránek organizace. O slabých stránkách a problémech organizace nelze příliš psát. Slabé stránky a problémy, které nesouvisí s genderovou tematikou a celkově s genderovým auditem není nutné zmiňovat a ty, které s tím souvisí, vyplývají zejména z toho, že v organizaci neexistuje žádná představa o genderu a genderové problematice. Do budoucnosti se domnívám, že se zde téma genderové tematiky nebude nijak vyvíjet, jelikož není nikdo, kdo by to zde rozvíjel.

Úkolem genderového auditu je však navrhnout, jak dosáhnout rovného zacházení s muži a ženami. Do budoucna bych tedy závěrem navrhla především jednu změnu, která se týká slaďování rodinného a profesního života. Touto změnou je větší a zejména cílená podpora rodičů s dětmi. Nemělo by se jednat pouze o podporu neformální ze strany regionálního manažera, nýbrž o podporu oficiální, která by rodičům s dětmi poskytovala nějaké oficiální podpory a zázemí. Takovou podporou mohou být například volnočasové aktivity pro rodiče s dětmi, letní pobyty, možnost změny pracovního úvazku pro rodiče s dětmi apod. Ve všech případech se jedná o podporu, která je rodičům s dětmi poskytována neoficiálně zcela „z dobré vůle“ regionálního manažera, ale nejedná se o nic, co by zaměstnanci měli dáno jako svá práva.