

MASARYKOVA UNIVERZITA V BRNĚ

Komentář [J1]: Již se nepoužívá, oficiální název pouze Masarykova univerzita – pro příště :-)

Fakulta sociálních studií
Katedra sociologie



***Genderový audit organizace
Autoškola Kalvoda***

*závěrečná práce pro kurz GEN 510
Praxe a kazuistický seminář*

podzim 2008

Martina Andršová, UČO 181755 (SOC - GS)

Obsah

1. Úvod
2. Představení organizace
 - 2.1. Typ organizace, financování, síťování
 - 2.2. Hlavní oblast činnosti, poskytované služby
 - 2.3. Struktura organizace
3. Témata
 - 3.1. Genderové aspekty činnosti organizace
 - 3.2. Genderový aspekt reklamy organizace
4. Gender a rovné příležitosti
 - 4.1. Genderová struktura organizace
 - 4.2. Popis pozic z genderového hlediska
 - 4.3. Rovné podmínky pro zaměstnankyně/ce - mzdy
 - 4.4. Rovné podmínky pro zaměstnankyně/ce - práce
 - 4.5. Rovné podmínky pro zaměstnankyně/ce -work -life-balance
 - 4.6. Rovné podmínky pro zaměstnankyně/ce-proces přijímání do zaměstnání
5. Reflexe průběhu praxe
6. Celkové zhodnocení

18073 znaků

1. Úvod

Koncepce gender mainstreamingu

Tato strategie prosazování rovných příležitostí byla přijata v roce 1995 na světové konferenci o ženách v Pekingu. Koncept gender mainstreaming chce především provádět speciální politiku podpory žen. K prosazování této politiky vytváří postup, který vyžaduje reorganizaci, zkvalitňování, rozvoj a vyhodnocení procesů tak, že při nich všichni zúčastnění budou na všech úrovních zohledňovat hledisko rovnosti žen a mužů. Strategie gender mainstreamingu podle Moser prosazuje genderovou rovnost v organizaci dvoucestnou strategií a to integrací zájmů žen a mužů do všech opatření a projektů a zároveň specifické aktivity zacílené na posílení žen. Česká republika se zavázala k realizaci gender mainstreamingu prostřednictvím mezinárodních smluv např. OSN – Úmluva o odstranění všech forem diskriminace žen CEDAW a dle práva Evropské unie. Závazky obsahující tuto problematiku jsou specifikovány v dokumentu Priority a postupy vlády při prosazování rovnosti žen a mužů, které vláda ČR vydává od roku 1998. Důležité je, aby prosazování toho, aby všichni lidé měly možnost svobodně rozvíjet své schopnosti bez ohledů na limity dané generovými rolemi bylo prováděno i fakticky nejen formálně (studijní materiál kurzu v IS).

K efektivnímu zavádění principu rovnosti je třeba vhodných metod hodnocení. K hodnocení úspěšnosti zavádění programů rovných příležitostí existuje mnoho metodologií, avšak standardizovaný postup doposud neexistuje. V Nizozemí, v Tréninkovém centru Gender a rozvoj se například používá participační gender audit, který spočívá v sebe-zhodnocení zapojených organizačních jednotek. Základem této metody jsou čtyři teoretická východiska: první východisko - upozornění, že společnosti jsou organizovány normami, které zvýhodňují muže, kdy ženy a muži jsou aktéry v procesu společenské změny, druhé východisko – koncept učící se organizace, několikanásobná smyčka učení, třetí východisko – kvalitativní sebe-zhodnocení, kombinace objektivního i subjektivního vnímání, čtvrté východisko – proces zkušenostního učení, tj. sdílení a reflexí sdílené zkušenosti (studijní materiál kurzu v IS).

Při realizaci všech programů rovných příležitostí je podpora veden organizace, jinak bude docházet k odporu zaměstnanců podílet se na programu GM. Aktivní spolupráce zaměstnanců

Komentář [J2]: Musím dát za pravdu oponentovi, že práce ještě vyžaduje určité změny a dopracování. V textu jsem psala komentáře a doporučuji pokusit se zapracovat návrhy oponenta. Také pozor na rozsah. Upozorňuji na to, že 10 normostran je 18 000 znaků vč mezer, a vy máte přes 19 tis, což je ještě těsně v toleranci. Toto je důležité vnímat, jelikož v bakalářské práci se netoleruje ani znak navíc. Můžete vynechat některé popisné pasáže – případně je zkrátit,...

je nutná, protože metodologie GM upřednostňuje sebe-zhodnocení před externím posouzením (studijní materiál v IS).

V České republice není dosud běžné mít připravenou strategii k dosažení rovných příležitostí. Provedení generového auditu v plné formě není v českých firmách účelné, význam má sestavit plán genderové rovnosti, který bude postupně do organizace zaváděn. Cílem GM je prověření implementace GM, zhodnocení a návrh vhodných opatření pro konkrétní organizaci. Dodržování rovných příležitostí je znakem etického chování a může podpořit celkové zlepšení organizace (studijní materiál kurzu v IS).

2. Představení organizace

Praxi v organizaci jsem vykonávala v Autoškole Kalvoda, v této organizaci nepracuji, ale mám možnost ji blíže poznat, protože tato organizace sídlí v domě mého bydliště. Do organizace jsem docházela 14 dní v odpoledních hodinách, v této době jsem v organizaci pomáhala administrativní pracovníci s evidencí nově přijatých žaček(ků) do výuky a řízení motorových vozidel.

Typ organizace, financování, síťování

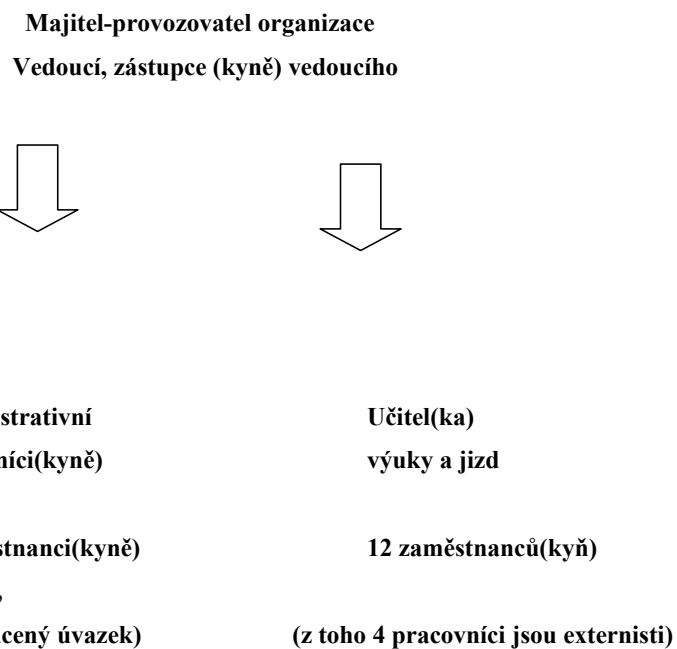
Firma Autoškola Kalvoda je soukromá, která svou činnost provozuje na základě živnostenského oprávnění. Nemá žádnou finanční podporu ze strany státu, či města. Autoškola Kalvoda je členem Asociace autoškol ČR. Tato asociace sdružuje autoškoly v ČR, v případě potřeby komunikuje se státem v případě nejasných nebo sporných nově vyšlých vyhlášek a zákonech ohledně řízení motorových vozidel. Asociace vydává zpravodaj, ve kterém informuje své členy o novinkách a školeních, které se týkají výuky a řízení motorových vozidel.

Hlavní oblast činnosti, poskytované služby

Autoškola Kalvoda nabízí a realizuje výuku a řízení motorových vozidel, technickou výuku, zkoušku řízení motorových vozidel A , B, C, D, která se skládá z testu odborných

znalostí, zkušební jízdy se zástupcem autoškoly a zkušebním komisařem, z zkoušky technické údržby vozidla dle Zákona 361/2000 Sb. Ve znění zákona 411/2005 Sb.

Struktura organizace



3. Témata

3.1. Genderové aspekty činnosti organizace

Údaje o provozu autoškoly zjištěné z výpovědí zaměstnanců a ze zápisů z tzv. třídních knih autoškoly.

Typ zkoušky řízení motorových vozidel	Specifikace klientů
Zkouška A (motorky)	Převážně 15-21 let, cca 80% chlapců z celkového počtu zájemců
Zkouška B (motorová vozidla) + referentské školení	Převážně 18-19 let, cca 60% děvčat z celkového počtu zájemců
Zkouška C (nákladňák)	Výjimečně ženy z celkového počtu zájemců
Zkouška D (traktor, autobus)	Výjimečně ženy z celkového počtu zájemců

Z výpovědí zaměstnanců a z vlastního pozorování jsem zjistila, že dívky-ženy lépe než chlapani-muži spolupracují při výuce, jsou učenlivější, lépe komunikují. Chlapani (muži) častěji nepřiznají problémy a neznalost při výuce, z čehož v praxi vyplývá, že výuka s nimi je problémovější a zdlouhavější než s dívkami-ženami. Dále z pozorování vyplývá, že dívky(ženy) mají horší počáteční znalosti o technice motorových vozidel než chlapani(muži).

Dále dle zaměstnanců i z mého pozorování se ukazuje, že dívky (především ve věkové skupině 18 - 19 let) jsou velmi emancipované a sebejisté, při řízení používají maskulinní vlastnosti. Z pozorování jsem zjistila, že zaměstnanci předpokládají technickou neznalost u dívek. Při výuce řízení motorových vozidel zaměstnanci předpokládají, že chlapani se snaží naplnit očekávání, že řídit motorové vozidlo „je jim vrozeno“, hůře si připouštějí chyby a nedostatky při řízení motorového vozidla.

Zjištěné informace potvrzují existenci genderových stereotypů ve společnosti. Ve společnosti existuje obraz ženství a mužství, a každá lidská bytost se musí do těchto kategorií zařadit. Dle teorie sociálního učení „proces vývoje od stadia bezmocného novorozence až po

osobu, která si dobře uvědomuje sebe samu a orientuje se ve své vlastní kultuře, označujeme jako socializaci“ (Giddens 1999: 39). Během tohoto procesu dítě jednak pasivně vstřebává vlivy situací, se kterými přijde do styku zároveň je aktivním účastníkem tohoto procesu. Zvláště intenzivně probíhá socializace v ranné fázi dětství, ale do jisté míry pokračuje celý život. Nikdo není imunní vůči reakcím jiných lidí, kteří ovlivňují a modifikují naše chování ve všech fázích života. (Giddens 1999). Podle Berger, Luckman (1999) důležitým předpokladem sociálního učení je emociální vazba na tzv. významné druhé. Dítě se s významnými druhými identifikuje a následně internalizuje. V procesu internalizace jedinec porozumí jednání jiných lidí a rozumí a přenáší toto porozumění na své vlastní vnímání událostí. Jedinec v sobě odráží postoje objektivní, které k němu zaujímají významní druzí a zároveň subjektivně přijatou identitu. Dítě si během primární socializace přetváří abstraktní role a postoje určitých lidí na obecné role a postoje lidí. (Berger, Luckman (1999) dělí socializaci na primární, ta, „kterou jedinec prochází v období dětství a skrze niž se stává členem společnosti“ a sekundární, jako „jakýkoliv následný proces, který uvádí již socializovaného jedince do nových oblastí objektivního světa společnosti, v nichž žije“ (Berger, Luckman 1999: 129).

V jednotlivých stádiích lidského života jedince velmi ovlivňuje kulturní klima společnosti. Dítě je od narození klasifikováno jednak podle biologického pohlaví a je mu připisán určitý gender, kulturně podmíněné maskulinní nebo feminní chování, postoje a role. Malé děti si osvojují své genderové role dle Ruth Hartlové vlivem čtyř procesů: Manipulací, (dítě přejímá matčin pohled na sebe sama –jsi hezká, jsi silný), prostřednictvím zaměřování na určité objekty (dítě dostává hračky rozdělené na dívčí, chlapecké), verbálním pojmenováním (holčičky jsou hodné, chlapečci zlobí), vystavěním činnosti (vedení k činnostem, které jsou tzv. ženské nebo mužské) (Hartlová in Oakleyová 2000). Dítě se chce identifikovat s rodičem, se svým modelem a tím se nejprve nevědomě a později vědomě zařazuje do stejné skupiny do stejného genderu. Vyhověním normám přiděleného genderu vede k kladné odezvě, tedy odměna za genderově vhodné chování, nevyhovění očekávání k negativním sankcím, trestům. Tento způsob sociálního učení nazývá A. Bandura posilování. (Bandura in Renzetti, Curran 2005). Děti získávají představu o genderových rolích také v kontaktu s druhými dětmi a vlivem genderových stereotypů, které jsou předváděny ve škole, v školních učebnicích, v knihách, v hromadných sdělovacích prostředcích. Vykreslení genderových rolí v učebnicích legitimizuje rozdělení světa na mužský a ženský (Okalyeyová 2000). Podle Connella (2002) neexistuje jediná genderová role pro chlapce a pro dívky. „ V současných společnostech se vyskytují vícečetné vzory mužskosti a ženskosti“ (Connell 2002:13). Děti ve smíšených

kolektivech a při hrách mezi s sebou často ignorují hranice sféry vymezené pro určitý gender, své role si i vyměňují (Connell 2002).

Komentář [J4R3]: Navrhuji tuto pasáž vypustit. Nezapadá do struktury textu.

3.2. Genderový aspekt reklamy organizace

Autoškola má reklamu ve stolním kalendáři. Ve slovní reklamě bez obrázků nabízí výuku a řízení motorových vozidel, v textu reklamy je několikrát použito slovo řidič bez ženského tvaru slova. V této souvislosti se vedoucí organizace odvolává na znění zákona o provozování zkoušek motorových vozidel, který používá také pouze tvar slova řidič bez ženského tvaru.

„ Slova jsou symboly nesoucí význam, označují , hodnotí, popisují nás a svět v němž žijeme“ (Renzetti, Curran 2005:173). Slova mají velkou sílu v tom, že příslušníci dané kultury významy slov sdílejí a hodnotí. Společný jazyk umožňuje komunikovat a spoluvytvářet společenský řád. Jazyk nám zprostředkovává určitá genderová poselství. Slova, která představují maskulinum mají odlišné konotace od feminin. Maskulina konotují moc, prestiž, sílu, kladné hodnocení. Naopak feminina konotují sexualitu, hanlivost (týká se především pojmenování pro staré ženy!), negativní hodnocení. Jakmile se některé slovo spojuje se ženou, dostane sémantické vlastnosti, které kopírují postavení ženy v společnosti. Ukazují diskriminace ženy na základě věku, podřízenost žen mužům, druhotné postavení žen ve společnosti. Jestliže jazyk prezentuje jedno pohlaví jako méněcenné můžeme mluvit o jazykovém sexismu. Vlivem jazykového sexismu je pozice ženy prezentována jako nerovnoprávná s muži, někdy je žena i ignorována. Identita ženy v osloveních a tvarech příjmení je odvozována od jejího manžela, ukazuje na vlastnický vztah v manželství (Renzetti, Curran 2005).

V uvedené reklamě autoškoly je vidět profesní stereotypizace podle pohlaví. Muži jsou většinou spojováni s autoritou, jsou odborníky. Ženy jsou až na druhém místě, co se týče odbornosti, jsou prezentovány v tradičních povoláních, v sexuální nebo mateřské roli. Pokud by v reklamě bylo uvedené slovo „řidičky“, určitě by bylo až na druhém místě, jako doplněk pro toho, komu je kurz motorových vozidel určen především.

4. Gender a rovné příležitosti

4.1. Genderová struktura organizace

Autoškola Kalvoda

Majitel-provozovatel organizace-manželský pár

Vedoucí-muž, zástupkyně vedoucího-žena



Administrativní

Pracovnice

2 ženy



Učitel(ka)

výuky a jízdy

11 mužů, 1 žena

(1 žena na MD, 1 žena na zkrácený úvazek) (4 plné úvazky, 4 muži, externisti)

J.H. Acker popisuje organizace jako genderované procesy. První proces je konstrukce dělení mezi hranicemi genderu, kdy muži jsou vždy na vyšších pozicích než ženy, odborná práce je mužská práce. Druhý proces je konstrukce symbolů a představ, které popisují posilují nebo narušují toto dělení, např. ideální manager je muž. Třetí proces představuje organizaci jako interakci mezi žena/žena, muž/muž, žena/muž. Zde vznikají a udržují se vzorce nadřazenosti a podřazenosti. Muž představuje herce a žena jeho emocionální podporu. Čtvrtým procesem je produkce genderové součástí individuálních identit jednotlivců, např. výběr vhodné práce, oblékání. Pátý proces ukazuje, že gender je základní proces utváření struktury organizace tvořící základ vztahů jiných struktur. Současné teorie organizace ignorují sexualitu, znemožňují tak prohlédnout genderované vztahy. Žena je v organizaci neviditelná, ignoruje se její sexualita odlišná od muže. Organizace vznikly pro neutrální pracovníky, ve skutečnosti se za neutralitou skrývá muž, který má doma zázemí zajištěné ženou. Od

pracovníka se vyžaduje, že bude pracovat neomezenou dobu, nepředpokládá se, že bude rodit a pečovat o dítě a domácnost. Od pracovníka se vyžaduje mužské chování, ve struktuře dominuje mužský princip (Acker, J.H. 1991).

4.2. Popis pozic z genderového hlediska

V provozu organizace se dodržují genderové stereotypy v dělbě práce. Majitelem firmy je manželský pár, vedoucí firmy je muž, vede organizační a technický provoz organizace, zastupuje organizaci ve veřejné sféře. Zástupce vedoucího je žena, vede personální provoz, údržbu, úklid, zajišťování obědů, vnitřní chod organizace. Administrativní práce vykonávají ženy, technické odborné práce vykonávají převážně muži a jedna žena. Všechny ženy v organizaci vykonávají navíc neplacenou práci, tj. umývání oken, úklid kanceláří, umývání talířů po obědě a drobné další služby pro vedoucího organizace.

4.3. Rovné podmínky pro zaměstnance a zaměstnankyně – mzdy

Dle Zákoníku práce mají zaměstnavatelé povinnost zajišťovat rovné zacházení se všemi jeho zaměstnanci, pokud jde o jejich pracovní podmínky, odbornou přípravu a příležitost dosáhnout v zaměstnání kariérního postupu. Dále zákon zakazuje přímou i nepřímou diskriminaci zaměstnaných z důvodů rasy, barvy pleti, pohlaví, sex, orientace, jazyka, víry a náboženství atd. Zásady uvedené v zákoně musí zaměstnavatel dodržovat i při přijímání nových zaměstnanců (Dostupné z WWW: http://management.gendernora.cz/Publikace/Gender_management-Vybrane_texty.pdf).

Všichni odborní zaměstnanci v autoškole mají za stejnou práci stejnou mzdu, t.zn. muži i žena. Administrativní práce jsou hodnoceny nižší sazbou než práce učitelů(lek) řízení motorových vozidel.

4.4. Rovné podmínky pro zaměstnance a zaměstnankyně-práce

Charakter práce v autoškole umožňuje na všech pozicích plánovat si práci dle svých možností během dne, administrativní práce lze částečně vykonávat z domova. Jedné ženě bylo z rodinných důvodů umožněno pracovat na zkrácený úvazek, v případě potřeby si práci bere domů.

4.5. Rovné podmínky pro zaměstnance a zaměstnankyně – work-life-balance

Cílem rovných podmínek vztahující se k rodičovské dovolené je vytvořit programy, které pomáhají zaměstnancům dosáhnout rovnováhy práce a osobního života. Programy by měly nabízet speciální vzdělávání pro ženy a vytváření prostředí větší spolupráce mezi ženami a muži na pracovišti. Tři projekty, které mohou rovným příležitostem napomoci jsou např. reintegrace rodičů (s cílem rychlé reintegrace po rodičovské dovolené), péče o děti (formou např. závodní školky, zařízení hlídání dětí) a motivací formou soutěže (např. ve větších firmách mohou jednotlivá oddělení soutěžit o nejlepší návrh harmonizace rodiny a práce) (Dostupné z WWW:http://management.gendernora.cz/Publikace/Gender_management-Vybrane_texty.pdf).

Jedna žena v autoškole je mateřské dovolené. Nikdo ze zaměstnanců mužů nikdy nepožádal o čerpání rodičovské dovolené. Péče o nemocné dítě, paragraf se v žádostech nevyskytuje, volná pracovní doba umožňuje všem zaměstnancům volnou pracovní dobu.

Komentář [J5]: Chybí zde reflexe tohoto stavu. Z textu plyne, že volná pracovní doba je dána povahou práce. Může být tedy flexibilní, ale neplyne to z norem a cílené rovnoprávnosti.

4.6. Rovné podmínky pro zaměstnance a zaměstnankyně-proces přijímání do zaměstnání

Při inzerování volných míst je povinností uvádět u všech nabízených profesí tvar profese pro ženský a mužský rod (výjimky jsou nabízené práce, kde je zjevná nabídka pouze pro jeden rod). Je nutno vyjmenovat oba tvary nebo použít lomítko či závorku (dostupné z WWW:http://management.gendernora.cz/Publikace/Gender_management-Vybrane_texty.pdf).

Při hledání nových zaměstnanců v autoškole je vypsán inzerát do inzertních plátek ve městě. V textu inzerátu se používá označení pozice **učitel**, bez ženského tvaru slova. Při

přijímacím pohovoru se nebere v úvahu, zda dotyčný uchazeč(čka) je muž nebo žena. V úvahu se berou odborné znalosti a dovednosti. Od uchazeče o zaměstnání se požaduje střední škola a učitelské oprávnění. Dle výpovědi zástupce vedoucího firmy, se do výběrového řízení na pozici učitel(ka) hlásí převážně muži, ženy jsou v této profesi málo zastoupeny.

Komentář [J6]: Opět pasáž na konci vyzývá k vysvětlení z hlediska teorie. A využití symbolického usměrňování mužů na tyto pozice s pomocí inzerátu. Učitelství je obecně feminizovaný obor, ale pokud jde o oblast automobilů, je vše najednou jinak. To stojí za komentář.

5. Reflexe průběhu praxe

Během praxe jsem v organizaci vykonávala administrativní práci, pomoc administrativní pracovníci při vyřizování žádostí o výuku a řízení motorových vozidel.

Komentář [J7]: Nutno doplnit metody práce. S jakými dokumenty a daty jste pracovala. Jak dlouho jste prováděla pozorování, jakého typu, apod.

Během praxe jsem využila všechny znalosti o genderových teoriích, jednak při analýze generových aspektů organizace, ale také při odpovídání na dotazy ohledně generových teoriích ze stran zaměstnanců. Během praxe jsem se naučila, že odpovědi na otázky z problematiky gender musím podávat srozumitelně, nejlépe vždy s uvedením konkrétního příkladu. Z počátku přijímali generové teorie spíše negativně, postupně se zvyšoval jejich zájem o generová témata a jejich postoj byl více pozitivní. Absolventka GS by podle mě zde neměla uplatnění jako zaměstnankyně v pracovním procesu. Stačil by generový audit, případná doporučení a kontrola plnění těchto doporučení.

6. Celkové zhodnocení

Organizace se potýká se silnými genderovými stereotypy. Manželský pár ve vedení firmy (majitel-vedoucí a jeho manželka) navozuje jakou-si rodinnou atmosféru, která ještě utvrzuje dělbu rolí dle genderu. S tím souvisí i mnoho neplacené práce žen na pracovišti. Pravděpodobně zde hraje i svou roli fakt, že ve firmě pracují další rodinní příslušníci manželského páru. Především u mladších zaměstnanců firmy vidím kladný postoj ke změnám i ochotu změny přijmout.

Použitá literatura:

Acker, J. H. 1991. „*Hierarchie, jobs, bodies, A theory of gendered organisations*“. In: *The Social Construction of Gender*. SAGE.

Berger, P., Luckmann, T. 1999. *Sociální konstrukce reality*. Brno : CDK.

Connell, R. W. 2002. *Gender*. Polity Press.

Gender audit v organizacích. Studijní materiál IS.

Giddens, A. 1999. *Sociologie*. Praha: Argo.

Oakleyová, A. 2000. *Pohlaví, gender a společnost*. Praha: Portál s.r.o.

Renzetti, C.M., Curran, D. 2005. *Ženy, muži a společnost*. Praha: Karolinum.

Internetové stránky:

Gender management http://management.gendernora.cz/Publikace/Gender_management-Vybrane_texty.pdf