GENDER
Dolnośląska Akademia

PORADNIK RÓWNOŚCIOWY

GENDER
Dolnośląska Akademia

fundacja grejpfrut
orzeźwiamy społeczeństwo

REALIZACJA: FUNDACJA GREJPFRUT

© COPYRIGHT BY FUNDACJA GREJPFRUT

OŁAWA 2011

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

REDAKCJA: WIKTOR PIETRZAK

AUTOR/AUTORKI: MARTA DYMEK, KATARZYNA HOŁOJDA, PATRYCJA KRYSIAK, AGNIESZKA MAŁOCHA-KRUPA, WIKTOR PIETRZAK, KATARZYNA SIKORA

ZESPÓŁ WSPOMAGAJĄCY: MAŁGORZATA SKIBIŃSKA, ŁUKASZ WOŁODZKO, KAROLINA NAWRAT-KAWA

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

PUBLIKACJĘ WYDANO W RAMACH „DOLNOŚLĄSKIEJ AKADEMII GENDER”

DOLNY ŚLĄSK

PROJEKT ZOSTAŁ WSPARTY FINANSOWO PRZEZ SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

GENDER
Dolnośląska Akademia

SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ I *GENDER MAINSTREAMING*

Wstęp (**7**)

1. Gender mainstreaming - jak wtajemniczyć? (**8**)
2. Mechanizm stereotypizacji i dyskryminacji osób ze względu na płeć (**17**)
3. Jak mówić o gender mainstreaming, aby być zrozumianym/zrozumianą? (**24**)
4. Popularyzacja wiedzy na temat specyfiki gender mainstreaming i sposobów jej wykorzystania w zarządzaniu kapitałem ludzkim (**33**)
5. Gender mainstreaming w Public Relations firm i instytucji rynku pracy (**44**)
6. Równość płci w świetle polskiego ustawodawstwa (**50**)
7. Prawo a praktyka. Fasadowa polityka równościowa w Polsce (**57**)
8. Różni i równi, różne i równe. Antydyskryminacja w przepisach prawnych (**63**)

ROZDZIAŁ II *W STRONĘ RÓWNOŚCI*

1. Projekt Gender Index, czyli jak przeciwdziałać nierównym szansom na rynku pracy (**70**)
2. Nierówności w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn (**78**)
3. Wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn w dostępie do rynku pracy (**85**)
4. Co to znaczy męski zawód? Skuteczne działania skierowane do bezrobotnych lub nieaktywnych zawodowo kobiet (**96**)
5. Jak informować na temat genderowych uwarunkowań na rynku pracy (**103**)
6. Płeć ma znaczenie. Równe szanse w zarządach europejskich przedsiębiorstw (**112**)
7. Zapobiegać czy leczyć? Przeciwdziałanie segregacji poziomej na rynku pracy (**118**)

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

8. Zmniejszenie barier utrudniających podejmowanie pracy ze względu na feminizacje lub maskulinizację zawodów (**125**)
9. Przynajmniej 40%. Dlaczego warto szukać skutecznych metod zwiększania reprezentacji kobiet na stanowiskach decyzyjnych w biznesie (**134**)
10. Gender mainstreaming w komunikacji firm z otoczeniem (**138**)
11. Etykieta równościowa w tekstach publicznych. Poradnik dla urzędów i instytucji (**148**)
12. Rozpoznawanie dyskryminacji językowej ze względu na płeć (**156**)
13. Dyskurs równościowy (tolerancji) (**167**)
14. Stereotypy na temat płci w komunikacji masowej (**175**)
15. Rozwój języka polskiego pod względem feminatywów (**182**)
16. Jak Polki postrzegają feminatywy i dlaczego jest tak źle? (**190**)
17. Feminizacja współczesnego języka polskiego (**198**)
18. Zachowuj się jak dziewczynka. Perspektywa lingwistyczna w edukacji antydyskryminacyjnej (**209**)

ROZDZIAŁ III *BAZA WIEDZY*

1. Projekty równościowe. Warto wiedzieć więcej (**218**)
2. Publikacje z zakresu równości płci (**228**)
3. Dobre praktyki. Skuteczne rozwiązania (**237**)

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

GENDER
Dolnośląska Akademia

Dolnośląska Akademia Gender – czas na zmiany!

W niniejszej publikacji znajdziesz artykuły dotyczące mechanizmu stereotypizacji i dyskryminacji osób ze względu na płeć, oraz informacje, jak skutecznie przeciwdziałać tym zjawiskom. Poznasz także narzędzia gender mainstreaming, które należy wykorzystać w różnych obszarach życia społecznego, zawodowego oraz politycznego. Przybliżymy Ci sposoby rozpoznawania dyskryminacji ze względu na płeć w kontekście obowiązującego prawa oraz właściwe sposoby reagowania na nią. Ponadto dowiesz się, jak uwzględnić perspektywę równości szans kobiet i mężczyzn w planowaniu działań (firm, instytucji publicznych oraz organizacji pozarządowych).

Na płycie zawarliśmy również trzy bazy wiedzy: dobre praktyki, literatury do bezpłatnego pobrania oraz opisy ciekawych rozwiązań równościowych w działaniach projektowych.

Dzięki lekturze opracowanych artykułów poznasz, na czym polega równościowe zarządzanie kapitałem ludzkim.

Z pozdrowieniami

Zespół Fundacji Grejpfrut

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Patrycja Krysiak

Gender mainstreaming – jak wtajemniczyć?

Odpowiedź na pytanie, czym w zasadzie jest gender mainstreaming, o którym tak wiele się ostatnio słyszy, może okazać się trudna. Trudna z kilku powodów. Po pierwsze najnowocześniejszy koncept polityki równości płci nie zawiera w sobie sformalizowanych definicji ani konkretnych sposobów implementacji jej założeń. Po drugie – od odpowiedzi na to pytanie zależy nie tylko dalsza skuteczność omawianej strategii, lecz także utrzymanie i pogłębianie efektów dotychczasowych strategii równościowych, które miały na celu przede wszystkim poprawę sytuacji kobiet. Na osobie pozyskującej kolejnych działaczy i działaczki oraz uświadamiającej nieobeznanych w tematyce równościowej i genderowej przedsiębiorców i przedsiębiorczynie spoczywa ogromna odpowiedzialność. Warto zastanowić się, w jaki sposób należy wtajemniczać w te kwestie, zwłaszcza że stały się one konstytutywnymi elementami polityki europejskiej, do której wdrażania we wszystkich obszarach życia społecznego zobligowana jest również Polska. Włączanie kwestii równości płci do głównego nurtu polityki i działań – jak najczęściej tłumaczony jest termin gender mainstreaming – może okazać się postulatem mglistym i niewykonalnym, zwłaszcza gdy nie będziemy dysponować odpowiednią wiedzą i ograniczymy się jedynie do przywoływanych w zapisach Rady Europy definicji. Odpowiednie wtajemniczenie, czyli zdobycie wiedzy i kompetencji, jest tym bardziej ważne, że zasada gender mainstreaming uważana jest za zasadę radykalną. Na czym ten radykalizm polega? Jak stwierdza Unmüßig,

[Gender mainstreaming – przyp. aut.] jest koncepcją strategiczną, której zadaniem jest zobowiązanie przede wszystkim rządów, ale także i innych aktorów – świat biznesu i inne organizacje - do zastosowania perspektywy uwzględniającej płeć w odniesieniu do ***wszystkich*** *decyzji politycznych i gospodarczych. Jest to koncepcja bardzo radykalna. Nie mieliśmy wcześniej do czynienia z niczym o podobnym wymiarze. Celem gender mainstreaming jest badanie i analiza oddziaływania wszystkich decyzji politycznych i gospodarczych na relacje między płciami.*

(Unmüßig, 1)

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Skoro w analizie pod kątem równości płci mają być uwzględnione wszystkie sektory gospodarki i polityki, nietrudno się domyślić, że wdrażanie strategii mainstreaming wymaga nie tylko odpowiedniej woli politycznej i zasobów budżetowych, które zagwarantowałyby jej skuteczność. Wymaga przede wszystkim wykwalifikowanego sztabu osób prowadzących szkolenia w sposób rzetelny i przystępny, nieograniczających się jedynie do przedstawienia słuchaczom i słuchaczkom postulatu równości płci.

Dlaczego w szerzeniu wiedzy o gender mainstreaming nie wystarcza jedynie przekonywanie o konieczności zapewnienia kobietom i mężczyznom równych szans? Brak podstawowej wiedzy na temat dotychczasowych osiągnięć i kolejnych faz ewolucyjnych polityki równości płci może zaowocować powiązaniem strategii gender mainstreaming z błędnym (a przynajmniej nieadekwatnym do obranego celu i niewspółczesnym) pojęciem równości. Niektóre działania oparte są na błędnym założeniu, że płcie powinny w ich wyniku znaleźć się w sytuacji porównywalnej, niemalże symetrycznej (Rutkowska 2008, 47). Takie rozumienie wciąż pozostaje w duchu pierwotnych strategii emancypacyjnych kierowanych do kobiet – strategii wyrównywania szans, gdy chodziło przede wszystkim o neutralizację skutków płciowego zróżnicowania społeczeństwa i stworzenie arytmetycznej wręcz jednakowości. Jednakowość taka sugerowałaby, że w gruncie rzeczy różnice płciowe nie istnieją. Gender mainstreaming nie zakłada ich nieobecności. Sugeruje natomiast, że skoro w wyniku autentycznych różnic oczekiwania, potrzeby i doświadczenia życiowe obu płci są odmienne, to należy je jak najlepiej wykorzystać. Przyniosłoby to korzyść zarówno kobietom i mężczyznom, jak i gospodarce. Zgodnie z paradygmatem tzw. zarządzania różnorodnością firmy i instytucje wyczulone na potrzeby obojga płci okazują się bardziej konkurencyjne na rynku (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2 – 3). Jak się okazuje, tego rodzaju nieporozumienia nie należą do rzadkości.

Od czego zatem wypada zacząć wprowadzanie w gender mainstreaming?

1. Uwrażliwienie genderowe

Niezależnie od tego, kim jest grupa wtajemniczana (pracownicy/pracownice, przedsiębiorcy/przedsiębiorczynie, osoby zajmujące się polityką itd.), dobry wstęp do tematyki gender mainstreaming powinien rozpoczynać się wyjaśnieniem tego – być może dziwnie

brzmiącego – terminu. Nie da się wykonać tego zadania rzetelnie bez przynajmniej powierzchownego zagłębienia się w dziedzinę gender studies. Oczywiście trudno wymagać od osoby prowadzącej szkolenie dla tych, którym kwestie równouprawnienia i płci kulturowej są zupełnie nieznane, by potrafiła w przystępny sposób przekazać słuchaczom i słuchaczkom wiadomości przyswajane podczas kilkumiesięcznych kursów czy nawet regularnych studiów. Do zrozumienia rangi, celów i wszystkich zawiłości teoretycznych konceptu gender mainstreaming, by polityka równości płci wdrażana była w sposób refleksyjny, a nie mechaniczny (co często wiedzie do nieporozumień i uproszczeń), potrzebne jest uwrażliwienie na kwestie nierówności społecznych i zachęcenie do przyjrzenia się ich genezie.

Zanim osobom początkującym w sferze polityki równości płci przedstawione zostaną organizacyjne sposoby jej wdrażania w firmach, instytucjach oraz w skali makro – polityce państwa, warto zadać sobie trud zaproszenia ich do refleksji, do jakiego stopnia życie społeczne organizowane jest przez stereotypy. Stereotypy, czyli poznawcze klisze, które pomagają człowiekowi egzystować w świecie – eliminują konieczność nadmiernego wysiłku poznawczego, ułatwiają klasyfikowanie zjawisk i obcowanie z innością (czyli jej ocenianie, piętnowanie lub niezauważanie). Nie są wynikiem logicznego rozumowania, lecz wynikiem doświadczenia, w którym dominującą rolę odgrywają procesy instynktowne (Bartmiński 2009, 53 – 54). Bywają opresyjne nie tylko wobec koloru skóry, wyznania, pochodzenia, ale także w stosunku do płci. Przedstawiają daną płeć i są zarazem o niej opinią, odnoszącą się do charakterystyk (cech i ról) przypisywanych jednej z płci lub oczekiwanych na podstawie bycia kobietą bądź mężczyzną (Boski, Miluska 1999).

Tu wypada zagłębić się w znaczenie słowa *gender*, tak fundamentalnego przecież dla strategii gender mainstreaming. W języku polskim posiada ono niezbyt adekwatne tłumaczenia („płeć kulturowa", „płeć społeczno-kulturowa"). Warto zapoznać z najważniejszym rozróżnieniem, oficjalnie wprowadzonym do dyskursu humanistycznego przez amerykańską feministkę Anne Oakley jeszcze na wczesnym etapie rozwoju myśli spod znaku gender – rozróżnieniem na płeć biologiczną i płeć kulturową (Burzyńska 2006, 444). O ile płeć biologiczna to pewien zespół cech anatomiczno-fizjologicznych, to płeć kulturową stanowią wzory zachowań, normy, wyobrażenia i oczekiwania wobec jednostki, konstruowane na podstawie jej płci

biologicznej. Normy te wyznaczają funkcje pełnione przez daną jednostkę w społeczeństwie i kulturze, jej status i przysługujące jej prawa. Widać zatem, jak ogromną rolę w konstruowaniu płci kulturowej odgrywają funkcjonujące w kulturze stereotypy.

Warto zadać pytanie, jakie są elementy składowe „kobiecości", a jakie „męskości" i jak wyglądają konsekwencje tradycyjnego podziału ról. Trafne będzie rzetelne przedstawienie zjawiska segregacji zawodowej – nie tylko połączenie zawodów i stanowisk ze stereotypami płciowymi, lecz także podanie do wiadomości statystyk. Jako kobiece postrzegane są zawody związane z handlem, usługami, ochroną zdrowia, edukacją. Męskie natomiast to stanowiska kierownicze oraz te, których wykonywanie wymaga siły fizycznej, stereotypowej cechy męskości. Szczególnie owocna mogą okazać się refleksja nad kosztami stereotypowego widzenia świata i płci, jakie ponosi rynek; rozpoznanie konkretnych aktów dyskryminacji kobiet i mężczyzn, mechanizmów tych aktów, wskazanie pozytywnych konsekwencji zwalczania segregacji zawodowej. Pomogą one w analizie genderowej własnego środowiska.

2. By uniknąć nieporozumień – historia polityki równości płci i jej specyfika

By wtajemniczani i wtajemniczane nie odnieśli i nie odniosły wrażenia, że wprowadzenie w tematykę gender miało na celu zaprzeczenie istnieniu różnic między płciami, warto zaznaczyć, że priorytetem gender mainstreaming jest jak najlepsze wykorzystanie potencjału tkwiącego w tych różnicach, sprawienie, by kobiety i mężczyźni czuli się spełnieni. Doskonale sprawdzi się tutaj przedstawienie chociażby w zarysie historii ruchów emancypacyjnych i polityki równości płci, która obecnie znajduje się w swojej trzeciej z kolei fazie rozwoju. Pewna idea będąca tworem od dawna znanej równościowej filozofii towarzyszy teraz narzędziu skutecznej zmiany w obszarze polityki, ekonomii, relacji społecznych i kultury – chodzi raczej o zmianę systemu społecznego i mechanizmów w jego obrębie niż o tworzenie dodatkowych aktywności dla dyskryminowanych na rynku pracy kobiet (Komisja Europejska 2005, 9). Wtajemniczani i wtajemniczane powinni dowiedzieć się, czym gender mainstreaming różni się od działań równościowych dotychczas praktykowanych. A zatem – przede wszystkim o tym, że nie chodzi – tak jak do tej pory – wyłącznie o interesy kobiet. Dopiero po przekazaniu tak poszerzonej wiedzy na temat polityki równości płci można przystąpić do omawiania jej zasadniczych celów strategicznych wynikających niejako z samej nazwy:

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

(...) rządy i inne podmioty powinny popierać aktywną i widoczną politykę włączania perspektywy kulturowej tożsamości płci (gender) do zasadniczego nurtu (mainstreaming) wszystkich strategii i programów, tak by przed podjęciem decyzji była dokonywana analiza ich skutków odpowiednio dla kobiet i mężczyzn"

(Unmüßig 2008, 10)

Punktem wyjścia strategii gender mainstreaming jest całość istniejącej polityki. Równość płci przestaje być „odrębną kwestią", staje się zagadnieniem w całej polityce i we wszystkich programach.

3. Gender mainstreaming – korzyści dla firm i instytucji

Osobom zarządzającym własnymi przedsiębiorstwami i firmami warto przedstawić podstawowe korzyści z implementacji zasad gender mainstreaming. W latach 80. XX wieku rozwinęło się nowe podejście w teorii organizacji, które nazwano „zarządzaniem różnorodnością" lub „przedsiębiorstwem wielokulturowym". Opierało się ono na koncepcji, zgodnie z którą zróżnicowana siła robocza (różnorodna pod względem pochodzenia etnicznego i płci) może być korzystna dla firmy, gdyż zwiększa jej konkurencyjność. Wszystkim pracownikom zostają zapewnione równe szanse, co sprawia, że czują się w pełni zmotywowani do rozwijania swojego potencjału (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2 – 3). Ideą nie jest próba zapewnienia kobietom dodatkowych szans rozwoju (w stosunku do tych już zastanych, niejako niewystarczających), lecz głęboka zmiana kultury całej organizacji, która ma efektywniej wykorzystywać zasoby ludzkie. Różnorodność perspektyw i punktów widzenia wśród członków i członkiń załogi sprawi, że zwiększy się również innowacyjność i kreatywność firmy, podobnie jak jej zdolność do trafnego rozpoznawania specyficznych potrzeb i interesów klientów i klientek.

4. Kwestie techniczne, czyli jak wdrażać gender mainstreaming

Wtajemniczanych w tematykę gender mainstreaming warto uczulić na to, że każda organizacja czy przedsiębiorstwo „wielokulturowe" powinno skupić się na zmianie struktury swej pracy zanim zacznie osiągać podobne efekty w komunikacji z otoczeniem. Zarządzający i zarządzające powinny zadbać o jak najlepsze wykorzystanie potencjału swego personelu. W tym celu przyda się najpewniej genderowa analiza środowiska zatrudnienia przeprowadzona tzw.

metodą PST (Vaileanu, 13 - 15) – należy zastanowić się nad liczebną reprezentacją obu płci, wzajemnymi proporcjami oraz stosowanymi metodami obsadzania stanowisk kierowniczych. Przyjrzeć należy się również wynagrodzeniom, ścieżkom awansu, gwarancjom elastycznego czasu pracy dla kobiet i mężczyzn. W analizie organizacji z perspektywy płci warto również uwzględnić zastany poziom świadomości genderowej personelu, sprawdzić, czy we wdrażanych dotychczas projektach i strategiach płeć była (a jeśli tak, to w jakim stopniu) czynnikiem wpływającym na zmiany formy działania, celów, zasięgu. Bez takiej analizy jakiekolwiek wprowadzanie w życie zasad równości płci do kolejnych działań instytucji będzie przedsięwzięciem nierozsądnym i pozbawionym bliżej określonego celu – ten bowiem może być określony tylko na podstawie refleksji nad dotychczasową sytuacją (Vaileanu, 13).

Przed wprowadzeniem w życie i dookreśleniem założeń konkretnego projektu, polityki czy programu przez instytucję należy zawsze sprawdzić, jakie znaczenie dla jego skutków, zasięgu i najogólniej funkcjonowania posiada kategoria gender. Jest ona zawsze relewantna, gdy grupa docelowa jest płciowo zróżnicowana, a cele projektu uwzględniają ingerencję w życie codzienne jej członków i członkiń. Wtajemniczani i wtajemniczane powinni zatem zostać zaznajomieni z metodą oceny wpływu społeczno-kulturowej tożsamości płci, tzw. Gender Impact Assessment (Vaileanu, 15 – 18; Komisja Europejska 2005, 19). Podczas szkoleń należy zaznaczać, że zasady gender mainstreaming nie wystarczy zastosować do wybranego elementu projektu. Aby jej wdrażanie rzeczywiście okazało się skuteczne i przyniosło wymierne efekty w postaci podniesienia jakości życia społeczności i poprawy relacji międzypłciowych, strategia musi być uwzględniania we wszystkich działaniach, na każdym kolejnym etapie realizacji projektu i we wszystkich prowadzonych projektach.

Czym różni się zatem tworzenie projektów, procedur, polityk czy programów w myśl zasady gender mainstreaming od standardowych (czy lepiej: dotychczasowych) działań tego typu? Stosowanie strategii równości płci w projektowaniu polega na wprowadzeniu dodatkowej zmiennej, czyli różnicy doświadczeń i potrzeb wynikającej z różnego podziału ról w społeczeństwie między kobiety i mężczyzn (Fundacja Przestrzeń Kobiet 2009, 2). Osoby zobligowane do wdrażania strategii gender mainstreaming do swych przedsięwzięć i projektów należy zatem zapoznać z tzw. metodą 4R, pozwalającą trafnie przewidzieć konsekwencje

wynikające z różnic płciowych i uwzględnić je w działaniach. Obejmuje ona etap analizy i diagnozy, wyznaczanie celów, dobór adekwatnych środków i ich stosowanie oraz niezbędną w gender mainstreaming ewaluację, pozwalającą stwierdzić skuteczność w kwestii równości płci (Fundacja Przestrzeń Kobiet 2009, 2 – 4, Vaileanu, 9 – 13). Publikacja finansowana ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego „Gramy fair. Równość płci w instytucjach rynku pracy" przytacza wersję tej metody opartą na pytaniach, które należy zadawać sobie na każdym etapie.

Tu warto zaznaczyć, że prezentowane pytania, choć są dostosowane do kontekstu działań projektowych, czyli tylko jednego z możliwych sektorów wykorzystujących politykę równości płci, same w sobie stanowią dużą wartość dla osób dopiero zapoznawanych ze specyfiką i celami gender mainstreaming. Oddają w swej postaci to, co świadczy o radykalności gender mainstreaming, czyli ogromnej skali działań i ich kompleksowości na każdym etapie; o swoistości tej polityki w porównaniu do innego rodzaju programów równościowych, m.in. akcji afirmatywnych kierowanych do kobiet; o potencjale gospodarczym strategii związanym z poprawą efektywności pracy i zaletami zarządzania różnorodnością.

4 kroki GM dla projektów (Solik, Lohmann, Kamiński, Kostyra 2007, 41 – 42):

Krok I – analiza

- *Jakie charakterystyczne dla płci nierówności istnieją w obszarze problemowym, na który odpowiadać ma projekt?*
- *Czy występuje zróżnicowanie problemów i potrzeb u kobiet i mężczyzn w obrębie grupy docelowej projektu? Jakie to różnice?*
- *Czy istnieją charakterystyczne dla płci bariery uczestnictwa w projekcie? Jakie są bariery dla kobiet, a jakie dla mężczyzn?*

Krok II – cele

- *Jakie elementy równości płci są zawarte w celach projektu?*
- *Czy zakładany udział procentowy kobiet i mężczyzn jest ambitny, ale realny do osiągnięcia?*
- *W jaki sposób zapewnione są równe szanse dostępu i uczestnictwa w projekcie dla*

kobiet i mężczyzn?

Krok III – realizacja

- *W jaki sposób projekt przyczynia się do eliminowania nierówności?*
- *Czy zakłada się aktywne zachęcanie kobiet do uczestnictwa w projekcie, w tym do podejmowania kształcenia i pracy w zawodach tradycyjnie uznawanych za męskie?*
- *Czy zakłada się zachęcanie mężczyzn do uczestnictwa w projekcie, w tym do podejmowania kształcenia i pracy w zawodach tradycyjnie uznawanych za kobiece?*
- *Cz zakłada się zapewnienie pomocy w opiece nad dziećmi beneficjentów/ek lub innymi osobami od nich zależnymi w trakcie ich uczestnictwa w projekcie?*
- *Czy programy kursów/szkoleń są dostosowane do potrzeb kobiet i mężczyzn?*
- *Czy szkoleniowcy prowadzący zajęcia są uwrażliwieni na kwestie równości płci?*
- *Czy są przewidziane działania eliminujące bariery charakterystyczne dla danej płci w uzyskaniu pracy?*

Krok IV – ewaluacja

- *Czy projekt faktycznie zapewniał równy dostęp do wsparcia dla kobiet i mężczyzn?*
- *Czy dane gromadzone w ramach projektu były analizowane z uwzględnieniem podziału na kobiety i mężczyzn?*

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Bartmiński J., 2009, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin.
2. Boski P., Miluska J. (red.), 1999, *Męskość – Kobiecość w perspektywie indywidualnej i kulturowej*, Warszawa.
3. Burzyńska A., *Feminizm*, [w:] Burzyńska A., Markowski M.P., 2006, *Teorie literatury XX wieku. Podręcznik*, Kraków.
4. Fundacja Przestrzeń Kobiet, 2009, *Jak wdrażać perspektywę gender w działania, czyli co to jest gender mainstreaming? Informacje dla przygotowujących projekty*, Wrocław, (online) http://www.google.pl/url?sa=t&source=web&cd=6&ved=0CEEQFjAF&url=http%3A%2F%2Fwww.silesius.org.pl%2Fdownload%2C135.php&rct=j&q=gender%20mainstreaming%20metoda%204r&ei=96tOTvbrFKXg4QSe-ZWxBw&usg=AFQjCNF-6otPia7_0tyvZR1GyM1XeFnvhw&sig2=2zIzfbp3_CPKG1E6_n5xMw&cad=rja dostęp: sierpień 2011.
5. Komisja Europejska, 2005, *EQUAL Guide on gender mainstreaming*, (online) http://ec.europa.eu/employment_social/equal/data/document/gendermain_en.pdf , dostęp: lipiec 2011.
6. Rutkowska E., *Studium przypadku: polityka równości płci w Polsce*, [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
7. Schunter-Kleemann S., Plehwe D., 2006, *Gender mainstreaming. Włączanie kobiet do neoliberalnej Europy?*, Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego, (online) www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0070schunter_plehwe.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
8. Solik A., Lohmann K., Kamiński T., Kostyra B., 2007, *Gramy fair. Równość płci w instytucjach rynku pracy*, Warszawa, (online) http://www.karat.org/karat/img/fckimages/broszura_gender_mainstreaming.pdf , dostęp: sierpień 2011.
9. Unmüßig B., *Gender mainstreaming. Co zostało z radykalizmu koncepcji dziesięć lat po Pekinie?* [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
10. Unmüßig B., *Gender mainstreaming. Potencjał i ograniczenia radykalnej koncepcji społecznej*, (online), http://www.boell.pl/downloads/speachUnmuessigonGendermainstreamingPL.pdf , dostęp: sierpień 2011
11. Vaileanu C., *Gender Mainstreaming Guidelines for UNDP Moldova*, (online) http://www.undp.md/publications/doc/gender_manual.pdf , dostęp: sierpień 2011.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Katarzyna Hołojda

Mechanizm stereotypizacji i dyskryminacji osób ze względu na płeć?

Stereotyp i/a dyskryminacja

Zazwyczaj wystarczy krótka refleksja, by w oparciu o własne codzienne doświadczenia stworzyć listę kilkunastu najróżniejszych (dotyczących nie tylko płci) stereotypów. Spośród nich wiele będzie takich, które uważamy za fałszywe, tych które wzbudzają w nas poczucie niesprawiedliwości, takich za pomocą których to my kogoś (świadomie lub nie) krzywdzimy, a w końcu i takich, które z jakichś powodów uznajemy za prawdziwe. Dlaczego jednak w ogóle myślimy stereotypami i mimo świadomości ich istnienia oraz wynikających z tego konsekwencji często się im poddajemy?

Odpowiedzi nie sposób znaleźć bez zadania kilku pytań znacznie ogólniejszych: czym właściwie stereotyp jest, jak działa i co ma wspólnego z dyskryminacją?

Najważniejsze funkcje stereotypu oraz mechanizmu dyskryminacji wynikają wprost z właściwości określanych w definicjach, dlatego najwygodniej wyjść właśnie od nich. Według *Słownika języka polskiego*, stereotyp to „funkcjonujący w świadomości społecznej uproszczony i zabarwiony wartościująco obraz rzeczywistości" (*Słownik języka polskiego PWN*: http://sjp.pwn.pl/szukaj/stereotyp). Trzeba dodać, że często ten obraz powstaje w oparciu o fałszywe, lub co najmniej niepotwierdzone, informacje. Stereotypy płciowe stanowią jedną z wielu odmian stereotypów – są to „sądy, przekonania odnoszące się do charakterystyk (cech i ról) przypisywanych jednej z płci lub oczekiwanych na podstawie bycia kobietą bądź mężczyzną, które (a) operują zależnościami bezwyjątkowymi oraz (b) mają wyraźne komponenty oceniające" (Miluska, Boski 1999).

Dyskryminacja natomiast to „prześladowanie poszczególnych osób lub grup społecznych albo ograniczanie ich praw ze względu na rasę, narodowość, wyznanie, płeć itp." (*Słownik języka polskiego PWN*: http://sjp.pwn.pl/szukaj/dyskryminacja). Jest więc ona jedną z form wykluczenia społecznego, polegającą na tym, że kogoś z dowolnego powodu uznaje się za gorszego lub gorszą i tak właśnie traktuje. Dyskryminację ze względu na płeć najczęściej nazywa się po prostu

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

seksizmem, który z kolei bywa definiowany jako pogląd o nierówności kobiet i mężczyzn, a dokładniej – niższym statusie tych pierwszych i dominującej roli drugich. Coraz częściej jednak mówi się, że seksizm w XXI wieku dotyczy już nie tylko podrzędnej roli kobiet, ale szerzej – problemów i dyskryminacji w obrębie obu płci i relacji między nimi.

Stereotyp wiąże się więc z dyskryminacją w sposób bardzo ścisły. Najogólniej mówiąc, stereotyp jest specyficzną konstrukcją myślową, częścią obrazu świata w naszych w głowach. Dyskryminacja zaś to podjęte działania, zachowania wynikające ze stereotypu i wywodzących się z niego uprzedzeń. Całość można przedstawić w formie prostego schematu: stereotyp to myśl, z której wynika uprzedzenie o podłożu emocjonalnym, na którym bazuje dyskryminacja, czyli konkretne zachowanie. Innymi słowy, dyskryminacja jest praktycznym użyciem stereotypu i to w stereotypach tkwi usprawiedliwienie dyskryminacyjnych praktyk.

Mechanizm stereotypizacji i dyskryminacji

Mechanizm dyskryminacji osób ze względu na płeć opiera się na stereotypowych cechach kobiet i mężczyzn, które z różnych powodów społecznie uznaje się za prawdziwe. Od tego wszystko się zaczyna – z cech wynikają przecież m.in. role społeczne, do których konkretne płcie „nadają się" lepiej lub gorzej. Stereotypową kobietę cechuje brak ambicji, cierpliwość, emocjonalność, gadatliwość, ale też skromność i sentymentalność. Typowy mężczyzna powinien natomiast być agresywny, głośny, odważny, pewny siebie, przedsiębiorczy, a co najważniejsze – racjonalny i zaradny (por. Williams i Best, 1990). Traktowanie kobiet i mężczyzn jako przeciwieństw widać nawet w nadużywanym i modnym wyrażaniu „płeć przeciwna". Taka dychotomiczność wynika z myślowego upraszczania świata, czynienia go czarno-białym. W konsekwencji, jako jednostki, przestajemy być „inni" i „inne", stajemy się „przeciwni" i „przeciwne".

Chociaż teoretycznie wiemy, że świat nie może być taki prosty i tak łatwo dzielić na pół, ulegamy stereotypom. Skoro więc stereotyp opiera się w jakiejś mierze na fałszu, a wiedza o tym wcale nie przeszkadza nam w ciągłym posługiwaniu się stereotypowym myśleniem w codziennej praktyce społecznej, musi istnieć jakiś powód, dla którego stereotypy po prostu lubimy. Mechanizm – wbrew pozorom – jest bardzo prosty. Stereotyp zawiera bowiem uproszczony

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

komponent poznawczy, czyli ułatwia myślową organizację świata. Dzięki stereotypom możliwa staje się kategoryzacja – potrzebna, by zrozumieć otaczającą nas rzeczywistość, która byłaby przecież nie do zniesienia, gdybyśmy ciągle spotykali/ły się z czymś nowym, niepodobnym do niczego innego (Maćkiewicz 1999, 53). Radzimy więc sobie ze światem jak umiemy, choć cena jest spora – opieramy się na zbyt daleko idących generalizacjach, sprawiających, że przestajemy zauważać różnice decydujące o naszej indywidualności. Wszystko to odbywa się często bez naszej świadomości – jak wskazują wyniki współczesnych badań, stereotypy płci są tak doskonale wyuczone, że kształtują automatycznie spostrzeżenia i sądy, a my często nie zdajemy sobie sprawy z owego oddziaływania (Nelson 2003, 265).

Prócz tego stereotypy cechują się wiarygodnością i trwałością, co nie tylko oznacza, że łatwo w nie uwierzyć, ale też że niesłychanie trudno się od nich uwolnić. Mężczyznom „wygodniej" myśleć o uległych kobietach, a kobietom – o zaradnych mężczyznach. Często jednak nie dostrzegamy, że wpadamy w ten sposób w błędne koło, gdyż stereotypy, w które wierzymy i które w codziennej praktyce społecznej aktualizujemy w postaci dyskryminacyjnych zachowań, uderzają też w nas samych. Wojciszke (zob. 2002, 420-423) wymienia szereg konsekwencji intra- i interpersonalnych, które wynikają z istnienia stereotypów płci. Najważniejsze z nich to wykształcenie odmiennych Ja osoby stereotypizowanej, internalizacja oczekiwań typowych dla płci, odmienne sposoby doświadczania świata, samouprzedmiotowienie kobiet czy choćby kształtowanie odmiennych (a przez to często krzywdzących) interpretacji zachowań osób różnych płci (np. w ten sposób, że inne intencje przypisujemy uśmiechającej się kobiecie i uśmiechającemu się mężczyźnie).

Subtelne i jawne formy seksizmu wywierają wpływ nie tylko na postawy kobiet i mężczyzn wobec siebie, lecz także na ich myślenie o sobie nawzajem, na opinie kobiet na własny temat, na wybory zawodowe kobiet oraz na niezliczone inne aspekty ich życia (Ruble i Ruble 1982, za: Nelson 2003, 264). Co więcej, mogą one powodować, że rzeczywiście zaczynamy owe stereotypy realizować – nawet, gdy świadomie zależy nam na ich obalaniu. Sami i same uruchamiamy mechanizm tzw. „samospełniającej się przepowiedni".

Istnieje bowiem zjawisko zwane „zagrożeniem stereotypem". Jak twierdzi Steele: „stereotypy dotyczące kobiet mogą […] obniżać ich poziom wykonania zadań związanych z

owymi stereotypami. Jeden z powszechnych stereotypów na temat kobiet głosi, że mają one mniejsze uzdolnienia w dziedzinie nauk ścisłych i matematyki, w związku z czym radzą sobie gorzej niż mężczyźni z zadaniami wymagającymi zdolności matematycznych" (Steele 1997, za: Nelson 2003, 264). Jednostka ma świadomość, że jeśli wykona jakieś zadanie źle, potwierdzi stereotyp. Bardzo chce go obalić, ale boi się, że sobie z tym nie poradzi. Tak bardzo się na tym skupia i tak mocno usiłuje uniknąć dyktowanego stereotypem rezultatu, którego się obawia, że… nie udaje jej się i w gruncie rzeczy potwierdza stereotyp, który chciała obalić.

Badacze, prócz analizy przejawów istnienia samego zjawiska, starają się także wyłonić jego przyczyny. Skupiają się przede wszystkim na dyskryminacji kobiet, bo to tej części społeczeństwa zwykle dotyczą krzywdzące stereotypy. Wskazują więc np. czynniki, które przyczają się do negatywnego postrzegania kobiet i do deprecjonowania ich kompetencji w dziedzinach tradycyjnie zdominowanych przez mężczyzn. Zdaniem Nelsona, „do najważniejszych z nich należy fakt, że jak się powszechnie uważa, wiele spośród «męskich» zawodów wymaga przede wszystkim umiejętności «sprawczych». Według stereotypów płci, kobiety mają znacznie więcej cech wspólnotowych (a nie sprawczych), co zniekształca sposób postrzegania kobiet przez potencjalnych pracodawców i przełożonych" (Nelson 2003, 299-300). Zatem kobiety „wdzierające się" na męskie stanowiska mają podwójnie trudno – walczą z tym stereotypem i mężczyznami, którzy z tego powodu czują zagrożenie. Oczywiście, analogiczna sytuacja dotyczy mężczyzn chcących pracować z zawodach postrzeganych jako „kobiece" (np. ci pracujących w przedszkolach uważa się za zniewieściałych).

Skąd się biorą stereotypy? Czy można się ich pozbyć?

Odpowiedzi na pytania, jakie są kobiety, a jacy mężczyźni, społeczeństwo udziela nam od samego początku naszego życia. Już jako dzieci dowiadujemy się na przykład, „że kobiety nie są agresywne i nie są niezależne, zwykle w większym stopniu kierują się emocjami, łatwiej ulegają wpływom, nie lubią matematyki i nauk ścisłych i zazwyczaj są dość bierne" (Broverman, Vogel, Broverman, Clarkson i Rosenkrantz 1972, za: Nelson 2003, 265).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Czynników, które kształtują takie myślenie o płci jest wiele, a wszystkie mają w zasadzie podłoże społeczno-kulturowe. Wśród najważniejszych czynników wymienia się m.in. religię, instytucje kulturowe, władzę, mechanizmy ewolucji i podziału ról oraz struktury języka (por. Nelson 2003, 269-283). Najważniejsze jednak jest społeczne uczenie się, dzięki któremu dzieci dowiadują się bardzo wcześnie (przez modelowanie i wzmocnienie, czyli przez przykłady, wzorce ze świata dorosłych i nagradzania lub karanie zachowań „zgodnych" lub „sprzecznych" z ich płcią), jaka „jest" typowa osoba reprezentująca ich płeć. Rodzice, z założeniem, że dzieci „z natury jakieś są", czują społeczną presję, swoistą odpowiedzialność za nauczenie dzieci, co znaczy być chłopcem lub dziewczynką. Podczas dorastania dziecięce stereotypy dotyczące płci stają się coraz odporniejsze na zmiany i coraz sztywniejsze. Choć istnieją też teorie, że rola rodziców jest w tym przypadku marginalna, a najważniejsze w przekazywaniu stereotypów są grupy rówieśnicze, media i nauczyciele, jedno pozostaje niepodważalne – stereotypy kształtujemy społecznie i nikt z nimi się nie rodzi.

Według badań psychologicznych, stereotypy słabną i przestają mieć znaczenie dopiero gdy posiadamy konkretne informacje na czyjś temat (i np. widzimy, że zachowuje się niezgodnie ze stereotypem), gdy mamy motywację do dokładnej oceny tej osoby (ze względu na ewentualne zyski lub straty płynące z interakcji), gdy wiemy, że będziemy musieli uzasadnić swój sąd albo ponieść odpowiedzialność za decyzję z nim związaną (np. zatrudniając daną osobę) i wreszcie – gdy zdajemy sobie sprawę z działania stereotypu i musimy pomyśleć niekonwencjonalnie (Cross, Markus, 2002). Krótko mówiąc, posiadając większą ilość informacji o danej osobie, mniejszą wagę przykładamy do płci i związanego z nią stereotypu.

Podsumowując

Stereotypy (wszystkie, nie tylko płciowe), działają w bardzo konkretny sposób, przede wszystkim porządkując (kategoryzując) i tym samym upraszczając świat. Ułatwiają tym samym funkcjonowanie w rzeczywistości – dają gotowe wzorce myślenia i zachowania, a więc oszczędzają energię przeznaczaną na tzw. wysiłek poznawczy. Ponadto wzmacniają tożsamość grupową, dając poczucie przynależności, a co za tym idzie – także bezpieczeństwa. W oparciu o takie myślenie rodzą się uprzedzenia, z których wynikają dyskryminacyjne zachowania –

usprawiedliwiane przez stereotyp i potwierdzające go, często powodujące tym samym zjawisko tzw. „samosprawdzającej się przepowiedni". Mechanizm jest więc prosty i samowystarczalny. Niczym nienapędzany, po prostu się kręci w rytmie błędnego koła.

Czy możemy w takim razie uwolnić się od dyskryminacji ze względu na płeć? Okazuje się, że wcale nie jest to takie łatwe. Według badań seksizm zmienia się, ale nie kończy. Mamy współcześnie wiele jego odmian: neoseksizm, seksizm współczesny, tradycyjny, łagodny, wrogi itd. itp. (Nelson 2003, 287-293). W opracowaniach na ten temat coraz częściej pojawia się też pojęcie „subtelnej dyskryminacji", która przybiera różne postaci – kobietom np. po prostu „niekobiecych" zadań się nie zleca i utrudnia na różne sposoby awansowanie w pracy (to tzw. słynne już zjawisko szklanego sufitu).

Świat pozbawiony stereotypów i uprzedzeń wydaje się więc utopią, do której dążenie wymaga sporego wysiłku i pracy (złośliwi powiedzą – syzyfowej). Zwłaszcza, że mówi się, że tworzenie stereotypów to przecież spontaniczna ludzka skłonność, że tak po prostu działa ludzki mózg, poznając i porządkując rzeczywistość. Nie oznacza to jednak przyzwolenia na bezrefleksyjne ignorowanie indywidualności, na bezkrytyczne poddawanie się stereotypizującemu myśleniu i dyskryminującym (w ich imię) praktykom. Nauczenie się nieschematycznego myślenia może bowiem przynieść wiele korzyści.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Boski P., Miluska, J. (red.) (1999). *Męskość – Kobiecość w perspektywie indywidualnej i kulturowej*. Warszawa.
2. Cross S. E., Markus H. R. (2002), *Płeć w myśleniu, przekonaniach i działaniu: podejście poznawcze* [w:] Wojciszke B.(red.), *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenie na różnice*, Gdańsk.
3. Maćkiewicz J. (1999), *Kategoryzacja a językowy obraz świata*, [w:] Bartmiński J. (red.), *Językowy obraz świata*, Lublin, s. 47-56.
4. Nelson T. D. (2003), *Psychologia uprzedzeń*, przekł. A. Nowak, Gdańsk.
5. *Słownik języka polskiego PWN*, (online) http://sjp.pwn.pl, dostęp: lipiec 2011.
6. Williams J. E., Best D. L.(1990), *Measurin sex stereotypes: A Multination Study.* Newbury Park: Sage.
7. Wojciszke B. (2003), *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*, Warszawa.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Patrycja Krysiak

Jak mówić o gender mainstreaming, aby być zrozumianym/zrozumianą?

Czym jest gender mainstreaming? To pytanie podstawowe, zadawane przez osoby, które dotychczas nie miały może styczności z kwestiami równouprawnienia płci i strategiami przeciwdziałania dyskryminacji, a które mniej lub bardziej nagle stanęły w obliczu konieczności doedukowania się, zmiany dotychczasowego sposobu postrzegania rynku pracy, rewizji poglądów na świat. Jak się okazuje, wiele zależy od słów, które padają w odpowiedzi. Wiele, czyli dalsze powodzenie wprowadzania równości szans kobiet i mężczyzn w instytucjach, organizacjach i polityce. Nieumiejętne przekazanie wiedzy niezbędnej do implementacji kluczowych założeń gender mainstreaming może skutkować nie tylko chaosem poznawczym, stagnacją polityki równości płci, ale czymś znacznie gorszym – regresem dotychczasowych osiągnięć społeczno-ekonomicznych, wypracowanych w celu zapewnienia kobietom należnych im praw i przywilejów. Warto zatem, aby przed rozpoczęciem kampanii informacyjnych na temat gender mainstreaming osoby prowadzące warsztaty, szkolenia czy konferencje zadały sobie pytanie postawione w tytule.

Gender mainstreaming – co to znaczy?

Gender mainstreaming to dosłownie włączanie kwestii równości płci do głównego nurtu polityki i działań. W zależności od kontekstu termin ten tłumaczy się także jako politykę równości płci. U jej podstaw leży przekonanie, że zagadnienia dotyczące płci powinny być traktowane jako istotne kryteria dla rozwiązywania społecznych, gospodarczych, politycznych i organizacyjnych problemów. Strategia gender mainstreaming stała się strategią Unii Europejskiej - została ujęta zgodnie z rozporządzeniem Komisji Europejskiej w Traktacie Amsterdamskim z 1997 r. i jest wiążąca dla wszystkich państw członkowskich, także dla Polski. Rada Europy sformułowała jej następującą definicję:

Gender mainstreaming polega na (re)organizacji, poprawie, rozwoju i ewaluacji procesów decyzyjnych po to, aby umożliwić osobom obojga płci biorącym udział w życiu politycznym równoważne spojrzenie na kobiety i mężczyzn we wszystkich dziedzinach i na wszystkich

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

płaszczyznach.

Jak się okazuje, gender mainstreaming to zarówno narzędzie skutecznej zmiany w obszarze polityki, ekonomii, relacji społecznych i kultury, mające zapewnić kobietom i mężczyznom faktyczne równe traktowanie we wszystkich sferach życia społecznego, jak i pewna idea będąca tworem od dawna znanej równościowej filozofii. Choć do polityki europejskiej została jednoznacznie wprowadzona dopiero na mocy ustaleń zawartych w Traktacie Amsterdamskim, jej źródeł szukać należy już w osiemnastowiecznej liberalnej filozofii praw obywatelskich (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 4). Z tej filozofii zrodziła się właśnie koncepcja równych szans obu płci. To dość ważne stwierdzenie – polityka równości płci nie jest zjawiskiem nowym, in statu nascendi, lecz posiada bogatą historię, świadczącą o istnieniu kolejnych faz ewolucyjnych tego nurtu myślowego i politycznego. Dla właściwego zrozumienia strategii gender mainstreaming wręcz niezbędne jest zapoznanie się z poszczególnymi fazami i powiązanie ich z etapami ewolucyjnymi feminizmu. Nie da się bowiem ukryć, że koncepcja równych szans przez dłuższy czas miała służyć przede wszystkim poprawie sytuacji kobiet.

Współczesna postać gender mainstreaming jest już trzecim z kolei, innowacyjnym podejściem do kwestii równości płci. W latach 70. i 80. XX wieku stawiano przede wszystkim na tzw. równe traktowanie. Odwołując się do Traktatu Rzymskiego z 1957 r., który ustanowił zasadę równego traktowania kobiet i mężczyzn w zakresie wynagrodzenia za pracę, uchwalono szereg Dyrektyw Wspólnoty Europejskiej. W tej koncepcji ludzie naznaczeni istotnymi różnicami powinni być traktowani w taki sam sposób (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 4). Widoczne jest tu pokrewieństwo z tzw. pierwszą falą feminizmu, podczas której najważniejszym zadaniem uczestniczek ruchów społecznych okazało się zwrócenie uwagi na rozmaite formy prawnego i obyczajowego dyskryminowania kobiet w historii (Burzyńska 2006, 393 – 395).

Kolejną odsłoną polityki równości płci były tzw. akcje afirmatywne, nie lekceważące różnic płciowych, lecz wręcz przeciwnie – wydobywające ich wagę. Najczęstszą strategią okazywała się dyskryminacja pozytywna – starano się niwelować nierówności społeczne wynikające z różnic, zachęcając kobiety do aktywności na polu nowych technologii i próbowania swych sił w „typowo" męskich zajęciach (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 4). Wszelkie działania miały na celu poprawę sytuacji kobiet. Akcje afirmatywne swymi podstawowymi założeniami i motywacją wykazywały się sporym podobieństwem do drugiej fali feminizmu,

która za główne zadanie wyznaczyła sobie określenie specyfiki różnic płciowych dzielących kobiety i mężczyzn (Burzyńska 2006, 393). Działania afirmujące w polityce równości płci odkrywały podstawowe przejawy różnic, ich społeczne i kulturowe interpretacje, jednocześnie określając ich niekorzystne dla kobiet skutki. Zatarciu miała podlegać nie tyle różnica, ile nierówności powstałe właśnie w wyniku dyskryminujących kobiety społecznych interpretacji tych różnic.

Nowsze rozpoznanie sytuacji obu płci (na rynku pracy oraz szerzej – w całokształcie społecznych stosunków) zaowocowało krytyczną oceną praktyk afirmatywnych i akcji wyrównujących szanse, które kierowane były wyłącznie do kobiet. Te nie przynosiły zamierzonego rezultatu. Gender mainstreaming jako nowa strategia podobnie jak akcje afirmatywne uznaje fundamentalne różnice między kobietami i mężczyznami, jednak traktuje je w sposób zgoła odmienny – nie chodzi po prostu o wyeliminowanie skutków istniejących odmienności, lecz dostrzeżenie w tych odmiennościach i wydobycie potencjalnych korzyści dla obojga płci. Zwraca się ku różnorodności (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 5). Deklarowanym celem jest więc zmiana systemów i struktur, które powodują dyskryminację – wprowadzenie polityki płci i myślenia równościowego na wszystkich szczeblach, w sektorze prywatnym i w sektorze publicznym. Podjęcie jakiejkolwiek decyzji politycznej w instytucji czy przedsiębiorstwie powinno zostać poprzedzone analizą jego możliwych skutków w materii relacji między płciami. To również należy podkreślić – gender mainstreaming ma na celu nie tyle zwalczanie wykluczenia kobiet, ile zapewnienie możliwości pełnego wykorzystania potencjału męskiego i żeńskiego. W tym podejściu tkwi zasadnicza różnica między gender mainstreaming a starszymi metodami przeciwdziałania dyskryminacji – niestety rzadko zauważana i należycie rozumiana.

Najczęstsze nieporozumienia i ich geneza

Najczęściej spotykanym powodem nieporozumień, jakie tworzą się wokół strategii gender mainstreaming, jest już sama definicja pojęcia, przytoczona powyżej. Postulat włączania kwestii równości płci do polityki nie został precyzyjnie opisany, dlatego krytycy i krytyczki sygnalizują, że gender mainstreaming dla każdego może oznaczać coś innego. Wskazuje się na realny problem braku zgody co do tego, czy gender mainstreaming jest celem samym w sobie, narzędziem lub

metodą, czy zestawem zasad i wytycznych (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 7). Neusüß wskazuje, że to przede wszystkim brak precyzyjnego ujęcia tej koncepcji „pozwala na jej połączenie z innymi koncepcjami równości płci", co oznacza, że na dobrą sprawę każdy kraj członkowski UE może sobie wybrać dogodny wariant, najlepiej pasujący do lokalnej tradycji rozumienia równości płci (Grzybek, Rochon 2008, 7). To z kolei może prowadzić do wypaczeń idei i w związku z tym do strategicznych niepowodzeń.

Źródłem nieporozumień – zwłaszcza w Polsce – okazuje się wspomniana już koncepcja równości. Działania w ramach polityki równościowej oparte są na błędnym założeniu, że płcie powinny w ich wyniku znaleźć się w sytuacji porównywalnej, niemalże symetrycznej (Rutkowska 2008, 47). Takie rozumienie wciąż pozostaje w duchu pierwotnych strategii wyrównywania szans, gdy chodziło przede wszystkim o neutralizację skutków płciowego zróżnicowania społeczeństwa i stworzenie arytmetycznej wręcz jednakowości. Jednakowość taka sugerowałaby, że w gruncie rzeczy różnice płciowe nie istnieją. Gender mainstreaming tymczasem różnice te rozpoznaje i zakłada, że w związku z tym oczekiwania, potrzeby i doświadczenia życiowe kobiet i mężczyzn są odmienne. Jak się okazuje, wciąż trudno wyeliminować ten typ nieporozumień powstających równolegle z wdrażaniem strategii gender mainstreaming, zwłaszcza tam, gdzie do władzy dochodzą środowiska neokonserwatywne. Polityka równości płci bywa przez nie zawłaszczana i modyfikowana, wykorzystywana do rozwiązywania problemu urlopów macierzyńskich w sposób wzmacniający stereotypowe role płciowe.

Trzeba jednak zaznaczyć, że opisywane właśnie nieporozumienia najczęściej nie powstają w wyniku konfliktu światopoglądu konserwatywnego z liberalnym – konfliktu skupiającego się wokół znanych obu stronom tez, różnie przez nie ocenianych. Nierzadko wynikają z prostej niewiedzy na temat założeń gender mainstreaming, a w dalszej kolejności – z nieznajomości dotychczasowych osiągnięć polityki równości płci i jej kolejnych wcieleń. Do satysfakcjonującego zrozumienia konceptu gender mainstreaming potrzebna jest również świadomość genderowa, a nie wszystkie osoby oddelegowane do implementacji europejskich wytycznych wiedzą, co słowo gender oznacza. Obserwacja dyskursu powstałego wokół strategii i samego pojęcia gender mainstreaming pozwala sądzić, że wiele dyskutantów i dyskutantek często krytycznie odnoszących się do współczesnego konceptu polityki równości płci nie dotarło do

historii jej wdrażania, nie prześledziło zmian idei, których jest wynikiem. Walka z dyskryminacją jest wciąż postrzegana jako dążenie do zrównania praw kobiet i mężczyzn bez uwzględnienia ich odmienności, do zmaskulinizowania kobiet. Gender mainstreaming jawi się jako zagrożenie nie tylko dla tradycyjnego modelu rodziny, ale dla rodziny w ogóle. Niemiecka pisarka i autorka książek o tematyce gender Gabrielle Kuby stwierdza, że gender mainstreaming jest rewolucją kulturalną i „z totalitarną próbą zniszczenia rodziny stanowi coraz większe zagrożenie dla przyszłości następnego pokolenia". Na czym według niej polega to niebezpieczeństwo? Wyrwane z kontekstu dotychczasowych osiągnięć polityki równości płci i jej zaplecza filozoficznego ustępy Traktatu Amsterdamskiego i Karty Praw Podstawowych z Nicei z 2000 r. prowadzą ją do wniosku, że „nie bierze się tu pod uwagę, że mężczyźni i kobiety nie są tacy sami – mają różne natury, więc nie zawsze mogą być traktowani tak samo". Rzuca się więc w oczy brak znajomości założeń gender mainstreaming i być może brak chęci ich zgłębiania. Niestety, taka postawa może owocować dalszym rozpowszechnianiem fałszywych wizji polityki równości płci.

Nieporozumienia wokół gender mainstreaming to także pochodna błędnej postawy wdrażających i ich niesłusznych oczekiwań co do skuteczności podejmowanych działań. Istnieją słuszne poniekąd obawy, że gender mainstreaming może zostać użyty przeciwko tym programom i rozwiązaniom dotyczącym kobiet na rynku pracy, o które ciężko walczył europejski ruch kobiecy. Wraz z włączeniem wymiaru gender do wszystkich wymiarów polityki, bardziej bezpośrednie zainteresowanie sprawami kobiet może być całkowicie wyeliminowane poprzez likwidację odpowiednich resortów i instytucji, np. urzędu pełnomocnika rządu do spraw równego statusu (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 7). W nieodpowiedni sposób wykorzystuje się jedno z rzeczywiście podstawowych założeń, jakim jest zorientowanie na współpracę i dobre relacje między płciami zamiast tworzenia nowych perspektyw wyłącznie dla kobiet. Od dawna artykułowane żądania stworzenia programów afirmatywnych dla kobiet mogą być odrzucane dzięki łatwemu argumentowi – kierowanie środków finansowych wyłącznie do kobiet to niemodna i przestarzała strategia. Gender mainstreaming może się zatem niektórym jawić jako wygodny środek do redukcji kosztów, podczas gdy efekty osiągane z takim podejściem są często przeciwieństwem założonych (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 7).

Praktyczne wskazówki

Idei gender mainstreaming z pewnością nie służy brak spójnych definicji samego terminu, wymykanie się zagadnieniom natury prawnej (sankcje za uchylanie się od stosowania nowej polityki równości płci pozostają niezdefiniowane) oraz brak przejrzystych metod implementacji. Oczywiście pewne niedookreślenie i mglistość, które gender mainstreaming uzyskało niejako „z natury", są cechami na pierwszy rzut oka korzystnymi. Nie w każdym bowiem środowisku, instytucji, przedsiębiorstwie i jednostce administracyjnej wprowadzanie nowych zasad i nowego myślenia może przebiegać jednakowo, a przecież interesuje nas funkcjonowanie tej polityki na każdym szczeblu. Są to cechy korzystne pod warunkiem, że osoby odpowiedzialne za informowanie i wdrażanie gender mainstreaming same będą dysponowały wystarczającą wiedzą popartą zdolnością do genderowej refleksji i będą wykonywały swe obowiązki w sposób rzetelny. Rzetelny, czyli dostarczający informowanym wyczerpującą ilość materiałów i danych o gender mainstreaming.

W pierwszej kolejności zadbać należy o stosowną edukację osób informowanych w zakresie gender studies. Działanie to wydaje się niezbędne dlatego, że pomoże niezorientowanym w tematyce równościowej połączyć sens stosowanego dla polityki równości płci terminu z przedsięwzięciami, do których obliguje, i podstawowymi założeniami. Oczywiście nie sposób przekazać taką wiedzę podczas jednego szkolenia, niemniej warto uwrażliwiać słuchaczów i słuchaczki w miarę możliwości (zarówno czasowych, jak i możliwości intelektualnych odbiorców i odbiorczyń) na to, co kryje się pod pojęciem gender. Trzeba również przynajmniej w mglistym zarysie przedstawiać historię polityki równości płci. Chodzi przede wszystkim o niedopuszczenie do sytuacji, której efekty zostały już opisane – kiedy to niewiedza w kwestii ruchów emancypacyjnych, antydyskryminacyjnych, ich założeń i osiągnięć oraz w kwestii współcześnie formułowanych celów sprawia, że postrzeganie gender mainstreaming opiera się w dużej mierze na stereotypach. Te mogą się kształtować, gdy adeptom i adeptkom nowej strategii przekaże się jedynie, że w gender mainstreaming chodzi o równość płci i równe szanse.

Warto na samym początku zaznaczać, że uzyskana równość nie będzie efektem neutralizacji różnic płciowych (a tak jest ta kwestia najczęściej postrzegana), ale jak najlepszego wykorzystania tkwiącego właśnie w tych różnicach potencjału. Krótko mówiąc, warto uzmysławiać, że o ile walka o równe szanse wbrew różnicom była działaniem czysto

antydyskryminacyjnym, to gender mainstreaming jest już projektem osadzonym na podwójnym fundamencie – filozofii liberalnej w zakresie równości oraz teorii organizacji i tzw. zarządzania różnorodnością. Korzyści z tego projektu odczuwają zatem nie tylko kobiety i mężczyźni, ale przede wszystkim rynek. Refleksja nad płciowym uwarunkowaniem potrzeb, możliwości i priorytetów, ciągła wrażliwość na relacje między płciami i pełne wykorzystywanie ich potencjału zwiększają konkurencyjność i kreatywność organizacji (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2 – 3).

Niezbędne jest niezwykle częste powtarzanie, że na wdrażaniu strategii gender mainstreaming zyskują nie tylko kobiety, lecz także mężczyźni. Jej ekonomiczne powodzenie zapewnia sytuacja, w której obie płcie są aktywne, ich możliwości w pełni wykorzystane, a liczba obowiązków zrównoważona. O tym potencjalnym celu, jakim jest „zadowolenie" mężczyzn, często się w dyskursie publicznym na temat równości zapomina – nic dziwnego, skoro zakładane przez gender mainstreaming zmiany społeczne obejmują przede wszystkim reorganizację zasad życia rodzinnego, kojarzonego stereotypowo z kobietami. Niejako siłą rozpędu z kobietami automatycznie kojarzy się wszystko, co zorientowane prorównościowo. Ponadto trudno od razu mówić o korzyściach, jakie przyniosła mężczyznom nowa polityka, gdy to kobiety były dotąd (i wciąż są) grupą w sposób najbardziej widoczny i dotkliwy dyskryminowaną. Z tego względu, by nie pominąć tego ważnego aspektu gender mainstreaming, warto w publikowanych ewaluacjach działań i raportach częściej mówić o sytuacji mężczyzn i o projektach zachęcających mężczyzn do „typowo kobiecych" zawodów.

Wypada również podnosić kwestię zaprzepaszczania osiągnięć akcji afirmatywnych, prowadzonych w celu poprawy sytuacji kobiet. Jak już wspomniałam, widoczna staje się bowiem tendencja do ograniczania wsparcia finansowego dla kobiecych organizacji, projektów i programów, które mają cele emancypacyjne. Departamenty ds. kobiet i równości płci są niedofinansowane, a nawet likwidowane, mimo że są podstawowym motorem realizacji polityki równości płci (Unmüßig 2008, 13). Tym praktykom towarzyszy przekonanie, że z chwilą wprowadzenia refleksji genderowej na każdy szczebel decyzyjny we wszystkich sektorach polityki i gospodarki, oddzielne instytucje zajmujące się dyskryminacją stają się niepotrzebne. Temu błędnemu mniemaniu należy zaprzeczać w myśl stwierdzenia Parlamentu Europejskiego:

Zasada gender mainstreamingu nie powinna, z drugiej strony, być wykorzystywana jako usprawiedliwienie dla znoszenia specyficznych przepisów stworzonych po to, by promować

równość płci. Gender mainstreaming nie oznacza, że żądania równości płci mogą być odrzucone na podstawie tego, że praca na rzecz tej równości została włączona do wszystkich innych obszarów i działań. Poza włączeniem równości płci do wszystkich politycznych uchwał jako ich integralnej części, wciąż potrzebujemy bardzo szczególnych przepisów, by promować równość płci, jak również biur ds. równych praw i równych szans, reprezentantek i funduszy. Tylko pod tymi warunkami będziemy mogli stosować zasady gender mainstreamingu.
(Parlament Europejski 1997, 20)

Na koniec trzeba powiedzieć, że informowani i informowane o strategii gender mainstreaming powinni się dowiedzieć, że jej skutków nie należy oczekiwać natychmiast. Jej powodzenie (podobnie jak wielu innych działań politycznych implikujących gruntowne przeobrażenia systemu społecznego) to kwestia przynajmniej kilku lat. Co więcej pozytywny skutek w skali Europy (ale też w skali mikro – pojedynczej firmy czy organizacji) nie będzie raczej wynikiem jednej równościowej decyzji. To ciągły proces, wymagający nieustannego monitorowania, oceniania i interwencji, określenia realnego celu i zapewnienia odpowiedniego budżetu.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Burzyńska A., *Feminizm*, [w:] Burzyńska A., Markowski M.P., 2006, *Teorie literatury XX wieku. Podręcznik*, Kraków.
2. Grzybek A., Rochon A., *Gender mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego potencjał?* [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf, dostęp: czerwiec 2011 r.
3. Komisja Europejska, 2005, *EQUAL Guide on gender mainstreaming*, (online) http://ec.europa.eu/employment_social/equal/data/document/gendermain_en.pdf, dostęp: lipiec 2011.
4. Rutkowska E., *Studium przypadku: polityka równości płci w Polsce*, [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf, dostęp: czerwiec 2011 r.
5. Schunter-Kleemann S., Plehwe D., 2006, *Gender mainstreaming. Włączanie kobiet do*
6. *neoliberalnej Europy?*, Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego, (online) www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0070schunter_plehwe.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
7. Unmüßig B., *Gender mainstreaming. Co zostało z radykalizmu koncepcji dziesięć lat po Pekinie?* [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf, dostęp: czerwiec 2011 r.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Patrycja Krysiak

Popularyzacja wiedzy na temat specyfiki gender mainstreaming i sposobów jej wykorzystania w zarządzaniu kapitałem ludzkim

Gender mainstreaming jest kluczową strategią ONZ i Unii Europejskiej. Jako nową koncepcję polityki równości płci przyjęto ją podczas IV Światowej Konferencji ONZ w sprawach Kobiet, która odbyła się w 1995 roku w Pekinie. Był to prawdziwy przełom w dziejach ruchu kobiecego i dotychczasowych przedsięwzięć antydyskryminacyjnych. Specyfika gender mainstreaming, czyli „włączania kwestii równości płci do głównego nurtu polityki i działań" kazała wielu analitykom i analityczkom procesów ekonomicznych i przeobrażeń społecznych uznać tę koncepcję za radykalną, a jej wdrażanie wręcz za „rewolucję kulturalną" (Kuby). Istotnie, nowa odsłona polityki równości płci przewiduje działania na skalę dotąd niespotykaną – jej celem jest zobowiązanie do antydyskryminacyjnych praktyk nie tylko rządów i specjalnie powołanych instytucji, lecz także podmiotów świata biznesu. Perspektywa uwzględniająca płeć w myśl zasady gender mainstreaming powinna być stosowana w odniesieniu do wszystkich decyzji politycznych i gospodarczych (Unmüßig, 1). Nie chodzi również – tak jak do tej pory – wyłącznie o interesy kobiet. Gender mainstreaming ma na celu nie tyle zwalczanie wykluczenia kobiet, ile zapewnienie możliwości pełnego wykorzystania potencjału męskiego i żeńskiego. Takiego wykorzystania, które byłoby ufundowane na dostrzeżeniu odmienności płci i zorientowane na wyciągnięcie z tych odmienności korzyści.

Specyfika gender mainstreaming, przedstawiona w największym skrócie powyżej, pozwala na powiązanie tej strategii (w sposób o wiele bardziej wyraźny niż poprzednich strategii równościowych – żądania równych praw dla obu płci i akcji afirmatywnych przeprowadzanych na rzecz kobiet) nie tylko z potrzebą społecznych przeobrażeń, likwidacji dyskryminacji i opresyjnych stereotypów płciowych, lecz także z troską o dynamicznie przekształcającą się gospodarkę i rynek. Nowy paradygmat w teorii organizacji, zwany zarządzaniem różnorodnością, opiera się na koncepcji, że bardziej efektywne zarządzanie zasobami ludzkimi i kapitałem ludzkim może polepszyć status firmy na rynku oraz zwiększyć jej konkurencyjność (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2). Jeśli zdefiniujemy różnorodność jako wszystkie aspekty, w których

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

ludzie się różnią, i te niewidoczne, i te widoczne, takie jak płeć, wiek, (nie)pełnosprawność, szybko zrozumiemy, że strategię gender mainstreaming możemy widzieć również jako doskonałe narzędzie w zarządzaniu różnorodnością i kapitałem ludzkim.

Pojęcie kapitału ludzkiego

Kapitał ludzki to kolejne modne i ostatnio niezwykle często wykorzystywane pojęcie z pogranicza zarządzania, human resources i ekonomii. Istotą całej koncepcji jest wartość dodana, jaką wnoszą do firmy czy instytucji pracujący w niej ludzie. Najprościej można kapitał ludzki zdefiniować jako „wiedzę, umiejętności, możliwości oraz potencjał do rozwoju i wprowadzania innowacji, wykazywane przez ludzi pracujących w danej firmie" (Baron, Armstrong 2008, 18). Bywa też określany jako „czynnik ludzki organizacji, czyli połączone ze sobą: inteligencję, umiejętności i wiedzę specjalistyczną, które nadają organizacji jej specyficzny charakter. Elementy ludzkie przedsiębiorstwa to te, które są zdolne do uczenia się, zmian, wprowadzania innowacji i do kreatywności. Przy zapewnieniu im odpowiedniej motywacji mogą zagwarantować trwałość organizacji w dłuższym okresie" (Bontis i in. 1999, za: Baron, Armstrong 2008, 18).
Jako taki kapitał ludzki jest obok kapitału społecznego i kapitału organizacyjnego[1] jedną z trzech części kapitału intelektualnego firmy, czyli jej zasobów niematerialnych, przepływów dostępnej wiedzy. W całości kapitał intelektualny firmy nie jest czymś możliwym do pominięcia w ocenie statusu organizacji. Taka powierzchowna ocena z pewnością uwzględniałaby zasoby materialne i widoczne gołym okiem – środki pieniężne, wykorzystywany sprzęt, oferowane jako efekt działania firmy produkty i usługi. Kapitał intelektualny prowadzi do powstawania wartości, do których zalicza się m.in. wizerunek firmy i marki oraz jej lepsza lub gorsza reputacja.

W teoriach kapitału ludzkiego i zarządzania nim podkreśla się, że w rzeczywistości o istnieniu i funkcjonowaniu organizacji stanowią rozwinięcia ludzkich myśli i działań. „To wiedza, umiejętności i zdolności poszczególnych osób przyczyniają się do tworzenia wartości" (Baron, Armstrong 2008, 19). Z tego wynika potrzeba dbania o ten kapitał przez właścicieli i właścicielki przedsiębiorstw i organizacji. Jest ona tym większa, że nie jest on własnością firmy, jak inne aktywa, jego właścicielami/kami są ludzie. W interesie firmy leży zatem inwestowanie w ich rozwój, rozwijanie ich potencjału przy pomocy szkoleń i zwiększania wynagrodzeń, aby mieć większą gwarancję zatrzymania kapitału przy sobie.

Taką gwarancję posiadać warto – niektóre teorie podkreślają szczególną wręcz rolę kapitału ludzkiego w ustalaniu pozycji danej firmy i marki, większą, niż rola finansów, produktów i innych aktywów. Barney stwierdza, że „trwałą przewagę konkurencyjną można osiągnąć w sytuacji, gdy kierownictwo firm konkurencyjnych nie może zapewnić sobie usług personelu o umiejętnościach podobnych do tych, które posiadają zasoby ludzkie danego przedsiębiorstwa, ani też zastąpić ich w swojej organizacji innymi pracownikami o równorzędnych kwalifikacjach" (1999, za: Baron, Armstrong 2008, 39). Przewaga konkurencyjna oparta na właściwościach kapitału ludzkiego jest tym silniejsza i bardziej wartościowa, że opiera się na cechach i wartościach unikatowych, trudnych do powielenia przez kogokolwiek. Nic dziwnego, skoro siłą w tym wypadku są ludzie, różni z definicji. Jeśli w przedsiębiorstwie stworzona zostanie odpowiednia atmosfera, w której każdy pracownik i każda pracownica będzie czuł/a się zmotywowany/a, doceniony/a i odpowiednio wynagradzany/a, firma stanie przed możliwością stworzenia zespołu jedynego w swoim rodzaju, zdolnego do wytworzenia niepowtarzalnego połączenia procesów, procedur, osobowości, stylów, zdolności i kultury organizacyjnej. Taki kapitał intelektualny przedsiębiorstwa będzie stanowił spore wyzwanie dla konkurencji, tym większe, jeśli ci docenieni i docenione pracownicy/e zostaną wyłonieni/wyłonione na drodze trafnej, bo odzwierciedlającej potrzeby firmy, selekcji.

Kapitał ludzki a zarządzanie różnorodnością

Stworzenie takiego zespołu, a w związku z tym sporego kapitału intelektualnego i przewagi konkurencyjnej, jest bardziej prawdopodobne, jeśli firma zainwestuje w to, co nazywa się zarządzaniem różnorodnością. Zwykle definiowane jest jako:

proces kierowania i komunikacji polegający na aktywnym i świadomym, skierowanym w przyszłość, rozwijaniu organizacji opartej na wartościach, wychodzącej od zaakceptowania istniejących różnic, traktującej je jako potencjał rozwojowy, procesem, który tworzy wartość dodaną dla firmy (Keil, Amershi i in. 2007, 7).

Tak rozumiana idea zarządzania różnorodnością powstała w odpowiedzi na szybko zmieniającą się rynkową rzeczywistość i silne zapotrzebowanie na ludzi utalentowanych

i kompetentnych. Takie podejście do zarządzania pozwala wydobyć potencjał dotąd nieużywany, obecny w przedstawicielach i przedstawicielkach wielu grup mniejszościowych, także tych, które dotąd z jakiegoś powodu (najczęściej wskutek uprzedzeń i stereotypów) nie były postrzegane jako źródło cennego kapitału ludzkiego albo których kapitał nie był należycie i w pełni aktywizowany.

Jak różnorodność płciowa, etniczna, wiekowa itp. może wpływać na jakość kapitału ludzkiego wnoszonego do firmy, a przez to na jej wyniki osiągane na rynku? Różnice między ludźmi mają istotny wpływ na to, jak ludzie się czują, jak działają i jak wchodzą w interakcje, a więc trudno tego wpływu odmówić także na to, jak pracują. Zarządzanie różnorodnością ma na celu nie eliminowanie bądź niedostrzeganie różnic, ale wydobywanie z nich tego, co najlepsze dla personelu, a przez to także dla firmy – poprzez odpowiednie motywowanie, stwarzanie atmosfery przepojonej wzajemnym szacunkiem. Dzięki wdrożeniu kryterium różnorodności podczas rekrutacji na stanowiska kierownicze firma zapewnia sobie bogactwo perspektyw i punktów widzenia, które mogą się przydać do lepszego rozpoznania właściwych celów firmy, potencjalnych odbiorców i odbiorczyń usług, nawiązania bardziej efektywnej komunikacji z otoczeniem.

Niedoceniony i niewykorzystany kapitał ludzki. Przyczyny i przejawy niedocenienia

Współcześnie najbardziej niedocenioną grupą na rynku pracy są wciąż kobiety. Oznacza to, że efekty pracy na rzecz równouprawnienia płci ciągle pozostają wiele do życzenia. Jest to tym bardziej przykre, że w Polsce i w Europie istnieje ustawodawstwo wyraźnie zakazujące dyskryminacji między innymi ze względu na płeć. Egzekwowanie prawa jest w tej kwestii wyjątkowo trudne. Przyczyny tego stanu rzeczy upatruje się często w niskim wskaźniku legalizmu w naszym kraju, jak również w oddolnym uelastycznianiu norm praworządności – interwencjonizm państwa jest źle postrzegany, dominuje za to dążenie do autonomizacji rynku i niezależnego egzekwowania standardów działania przedsiębiorstwa, nawet kosztem omijania przepisów prawa pracy (ASM 2006, 25). Niezależnie od hipotez dotyczących barier w egzekwowaniu prawa, przynajmniej jedna z bezpośrednich przyczyn nierównych szans w dostępie do rynku pracy kobiet i mężczyzn jawi się w swojej oczywistości – prawa rządzące

rekrutacją na stanowiska, wynagrodzeniami i awansami wciąż są odzwierciedleniem stereotypów płciowych i uprzedzeń krzywdzących zarówno kobiety, jak i mężczyzn.

Segregacja zawodowa jest najlepszym przykładem i zarazem efektem bazowania na tych uprzedzeniach. Polega na tym, że niektórym zawodom niejako „naturalnie" i bezdyskusyjnie przyznaje się męski bądź kobiecy charakter. Mężczyźni i kobiety skupieni są w różnych zawodach i na różnych stanowiskach, na podstawie założeń dotyczących tego, co odpowiada ich płci. Odmienna natura obu płci w wymiarze biologicznym jest społecznie uznawana za dowód na ich różne właściwości psychofizyczne i usprawiedliwienie nierównego traktowania także na rynku pracy. Od dawna mężczyznom przydzielona jest sfera publiczna, a zwłaszcza te jej obszary, które wiążą się z dostępem do władzy (Tomaszewska 2004, 5). To sprawia, że na większości stanowisk kierowniczych w Polsce obsadzeni są mężczyźni. Odsetek kobiet pełniących funkcje kierownicze to zaledwie 35,9% w 2009 r. (GUS 2010, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf). Utrudniony awans na stanowiska związane z władzą nie jest zależny od poziomu wykształcenia. Wg danych GUS wyższe wykształcenie ma 16,7%. kobiet, a wśród mężczyzn ten odsetek wynosi 13,6%.

Obowiązki domowe i opieka nad dziećmi to wciąż stereotypowa rola i domena kobiet, podczas gdy mężczyźni kulturowo zobligowani są do rządzenia, sukcesów i zarabiania jak największej ilości pieniędzy. Nie tylko na stanowiskach kierowniczych, także na tych wymagających użycia siły fizycznej, czyli „męskich", z których kobiety są wykluczone. Kobiety zatrudniane są w handlu, usługach, ochronie zdrowia, edukacji, zapewne z racji przekonania, że z natury posiadają więcej cech wspólnotowych niż sprawczych – są bardziej troskliwe, opiekuńcze, emocjonalne i empatyczne (Nelson 2003, 298). Przypisuje im się zależność od innych, uległość, brak inicjatywy, niechęć do współzawodnictwa, brak agresywności (Marciniak 2004, 8), które implikują małą skuteczność działań i niezdolność do kierowania podwładnymi. Co więcej, same tym stereotypom ulegają, godząc się na niższe wynagrodzenia. Często mają zablokowaną drogę awansu zawodowego, co zwykle jest uzasadniane brakiem kompetencji i mniejszą dyspozycyjnością w związku z koniecznością godzenia obowiązków rodzinnych i zawodowych.

Niechęć pracodawców i pracodawczyń (które same – co warto podkreślić – stanowią mniejszość w gronie osób zatrudniających) do wprowadzania elastycznych form zatrudnienia i

brak zaangażowania mężczyzn w opiekę nad dziećmi sprawiają, że obowiązki te rzeczywiście trudno pogodzić.

Utwierdzanie kobiet w przekonaniu o słuszności i powszechnym „obowiązywaniu" stereotypów i uprzedzeń, które przejawia się bezpośrednio w niedopuszczalnych praktykach - stawianiu innych wymagań kobietom i mężczyznom ubiegającym się o to samo stanowisko, pytaniu kobiet o sytuację rodzinną, stan cywilny i plany macierzyńskie, wymaganiu od kandydatek zobowiązania do niezachodzenia w ciążę, podejmowaniu decyzji w rekrutacji tylko i wyłącznie w oparciu o płeć (Tomaszewska 2004, 12), nieadekwatnym wynagradzaniu – powoduje, że spada efektywność ich pracy, a one same nie czują się zaangażowane w funkcjonowanie firmy. Jeśli doświadczą trudności awansu uwarunkowanych ich płcią, poczują, że w nie mają wpływu na procesy decyzyjne, a ich pomysły są traktowane jako niepełnowartościowe. Automatycznie więc nie uruchamiają całych pokładów swej kreatywności, nie ukazują swej zdolności do wprowadzania innowacji. Zdeprymowane są całym zjawiskiem segregacji zawodowej, gdyż zawody, do których trafiają, w społecznym odbiorze funkcjonują jako pozbawione prestiżu, są także gorzej opłacane. Niedocenianie pogarsza ich sytuację jeszcze bardziej – „jeśli ludzie inwestują w swój kapitał ludzki, chcą otrzymać zwrot nie tylko w postaci możliwości rozwoju i sukcesu, ale również pragną, by ich wysiłek został doceniony przez pracodawcę" (Baron, Armstrong 2008, 29 – 30).

Jak wygląda niewykorzystany „męski" kapitał ludzki? Czy takowy w ogóle istnieje (przynajmniej wtedy, gdy weźmiemy pod uwagę płeć jako jedyną zmienną w analizie)? Wbrew pozorom tak. Mężczyźni również nie są wolni od kulturowych wzorców męskości, które mogą stawać się źródłem opresji. Zwykle trudno jest to dostrzec, zwłaszcza że jesteśmy przyzwyczajeni i przyzwyczajone do tego rodzaju polityki równości płci, która zorientowana była jedynie na tworzenie nowych szans i „przecieranie szlaków" dla dyskryminowanych kobiet. Tymczasem mężczyźni niekoniecznie z własnej uświadomionej woli nie pomagają przy likwidacji segregacji zawodowej. Podjęcie pracy w zawodzie „kobiecym" godzi w stereotyp macho, któremu odpowiada władza i siła. Trwałość stereotypu to zasługa socjalizacji - dezaprobata, wyśmiewanie i piętnowanie zachowań „nieodpowiednich" dotyka zwłaszcza chłopców. Mężczyźni pracujący (choćby tymczasowo) w tych sektorach gospodarki, które są gorzej opłacane i sfeminizowane,

mogą czuć się gorsi od innych, nie na swoim miejscu, pozbawieni towarzystwa. Feminizacja niektórych zawodów może okazać się opresyjna nawet językowo (co dobitnie ukazuje, jak mocno w języku odbija się patriarchalny obraz świata i społeczne stereotypy) – jak bowiem określić mężczyznę, pracującego w zawodzie przedszkolanki?

Rola gender mainstreaming, czyli jak zarządzać

Dlaczego gender mainstreaming mianowałam już na samym początku doskonałym narzędziem w zarządzaniu różnorodnością i kapitałem ludzkim? Przyjrzyjmy się, jakie rozwiązania sytuacji na rynku pracy zawarte są w koncepcji gender mainstreaming. Jego rzecznicy i rzeczniczki pragną promować równość szans, chcą aktywnie zmieniać organizacje i procedury, by umożliwić kobietom i mężczyznom uczestnictwo na równych zasadach (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 5). W gruncie rzeczy chodzi nie o usunięcie złych skutków obecnych systemów, ale samych przyczyn, co z kolei zakłada ingerencję w kulturę organizacyjną. Na tym polega radykalizm tej koncepcji. Projekty Europejskiego Funduszu Społecznego obok promowania równości szans w zawodach tradycyjnie uznawanych za męskie lub kobiece (czyli zwalczania segregacji) przewidują promowanie idei wykorzystywania indywidualnych zdolności do wykonywania poszczególnych zawodów, upowszechnienia korzystania z usług opiekuńczo-wychowawczych nad dziećmi i osobami zależnymi, partnerskiego modelu rodziny, równego wynagrodzenia (AMS 2006). W istocie są to postulaty zarządzania różnorodnością – pozytywne w założeniu efekty tych działań bezpośrednio prowadziłyby do powstania na rynku firm i organizacji wielokulturowych, wielopłciowych, a więc różnorodnych. Firm, w których pracownicy i pracownice bez wyjątku czują się docenieni/docenione i zmobilizowani/e. Firm, w których wszyscy grają w jednym zespole nie *pomimo* różnic, ale właśnie *dzięki* różnicom.

Wdrażanie strategii gender mainstreaming w każdym środowisku pracowniczym może wyglądać inaczej, gdyż wszystko zależy od pierwotnej, zastanej sytuacji. Z tego względu nie ma gotowego przepisu na sprawną i skuteczną implementację tych zasad. Implementacja strategii gender mainstreaming do polityki i działań firmy wymaga ustalenia, że płeć jest istotnym czynnikiem współkształtującym tożsamość i potrzeby jednostki, warunkowanym przez życiowe doświadczenie, nabyte wzorce zachowań i schematy ról płciowych. Jako taka powinna stać się

więc ważną zmienną także w procesach decyzyjnych związanych z zarządzaniem kapitałem ludzkim, w planowaniu działań zmierzających do wydobycia na potrzeby firmy pełni pracowniczego potencjału. Właściwa ocena zastanej sytuacji, czyli konfrontacja wymaganych zasobów ludzkiego kapitału ze stopniem wykorzystania tego już w firmie obecnego, może zostać postawiona po przeprowadzeniu analizy genderowej środowiska, np. metodą PST (Vaileanu, 13 - 15). Pytania, na których metoda się opiera i na które powinno sobie odpowiedzieć kierownictwo, mają skłaniać do refleksji nad liczebną reprezentacją obu płci w strukturach firmy i w jej zarządzie, wzajemnymi proporcjami oraz stosowanymi w środowisku metodami obsadzania stanowisk kierowniczych. Przyjrzeć należy się również mechanizmom rekrutacji, wynagrodzeniom, ścieżkom awansu, metodom oceny dokonań załogi, gwarancjom elastycznego czasu pracy zarówno dla kobiet, jak i dla mężczyzn. Jeśli istnieje ryzyko, że analiza środowiska mimo nowej perspektywy może zostać przeprowadzona w sposób zachowawczy, bo firma jest mocno monokulturowa (np. zarządzana wyłącznie przez mężczyzn), kadra powinna stworzyć specjalny zespół, grupę projektową ds. różnorodności i gender mainstreaming (Keil, Amershi i in. 2007, 17).

Dopiero postawienie wstępnej diagnozy uprawnia do działań. Odpowiednia perspektywa, dotychczas niestosowana, może ujawnić nieprawidłowości, którym w następnej kolejności należy zapobiegać i wprowadzać nowe praktyki – wystrzegać się aktów dyskryminacji podczas rekrutacji, kierować się kompetencjami, ale widzieć też „pozytywne" elementy różnic czy stereotypowych ról płciowych. „Kobiety, postrzegane jako relatywnie niewykorzystane wcześniej źródło talentów, obecnie – ze względu na inteligencję emocjonalną i umiejętności społeczne – uważane są za ważny zasób dla firmy" (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 3).

Wyrównywaniu różnic w dostępie do zawodów stereotypowo uważanych za męskie sprzyja dziś postęp techniczny. Większość branż przemysłu przechodzi obecnie restrukturyzację i redukcję zatrudnienia – powszechna i intensywna automatyzacja i komputeryzacja może znieść bariery związane z siłą fizyczną. Mówi się także, że „w interesie samych kobiet i ich zadowolenia z pracy, jest uczynienie tego środowiska bardziej konkurencyjnym przez dopływ mężczyzn do profesji postrzeganych jako kobiece" (AMS 2006, 81). Warto więc przekonywać pracodawców i

pracodawczynie, a także potencjalnych/e pracowników/ce podczas szkoleń i konferencji, że „męskie" i „kobiece" branże powinny być dla otwarte także z ekonomicznego punktu widzenia, czyli dla osiągnięcia korzyści, jakie daje różnorodność. To samo należy powiedzieć o wszelkich stanowiskach związanych z władzą. Inwestowanie w kapitał ludzki, czyli nawiązywanie stosunków pracy z kobietami, które wykazują się zbieżnym z programem firmy postrzeganiem branżowych perspektyw, postrzeganiem odświeżającym i innowacyjnym oraz odpowiednimi kwalifikacjami, z pewnością okaże się dobrą inwestycją. Zapewnienie odpowiedniego wynagrodzenia, szacunek dla wiedzy i pomysłów, dobra atmosfera równości, nieblokowanie ścieżki awansu jedynie z racji płci to działania, które mogą zapewnić możliwość zatrzymania kapitału ludzkiego, choć stanowi on własność jednostek, i wykorzystania go dla dobra firmy.

Inwestowanie takie wiąże się też z innymi kosztami, które trzeba ponieść. Chodzi o wydobycie z osób obu płci maksymalnego potencjału i zdolności przy jednoczesnym minimalizowaniu ograniczeń związanych z rolami płciowymi – czyli o zapewnienie elastycznych form zatrudnienia. Zarządzanie różnorodnością i kapitałem ludzkim można także zaadaptować do już istniejącego personelu, gdy kierownictwo firmy przyjmie strategię typu *make*, a nie *buy*. Warto inwestować w doskonalenie kompetencji załogi niezależnie od płci, promować indywidualne zdolności i talenty (Baron, Armstrong 2008, 28).

Doskonalenie kompetencji załogi i powiększanie jej własnego kapitału to nie tylko szkolenia branżowe, lecz także uwrażliwianie na kwestie równości, uświadamianie mechanizmów i przejawów dyskryminacji, wartości, jakie niosą ze sobą szacunek dla inności i kreatywność oparta na różnorodności. Dobrą metodą – przyciągającą uwagę i wypływającą z przekonania, że świat można zmienić, zmieniając nasz język – jest konsekwentne stosowanie etykiety równościowej w tekstach i przemówieniach kierowanych do załogi. Integracja personelu także w wymiarze równościowej filozofii to kolejna inwestycja w kapitał ludzki, która przyczyni się do pomnażania kapitału intelektualnego, a zatem wartości tworzonych przez firmę. Dodatkowo trzeba pamiętać, że świadomość funkcjonowania firmy czy instytucji w pewnych etycznych ramach, przy pełnym poszanowaniu praw człowieka i praw pracowniczych, rzetelnym wypełnianiu zaleceń instytucji ustawodawczych, wpływa na stopień przywiązania

pracownika/pracownicy do swego środowiska pracy, zwiększa zaangażowanie i chęć przyczynienia się do sukcesów. Pomaga także pozyskać dla firmy otoczenie – z tego samego powodu, jeśli firma w oparciu o tę filozofię i tożsamość pragnie budować swój wizerunek.

Podsumowanie

Strategia gender mainstreaming jest wartym popularyzacji narzędziem nie tylko w ramach „tradycyjnie" rozumianej polityki równości płci, lecz także w obszarze szerszym, jakim jest troska o dynamicznie rozwijającą się gospodarkę, jej podmioty i ich współczesne potrzeby wynikające w dużej mierze ze społecznych przeobrażeń (globalizacji i emancypacji grup mniejszościowych i dyskryminowanych). Pozwala ujrzeć zatem podwójne korzyści – dla kobiet i mężczyzn, którzy wskutek jej implementacji zyskają równość szans oraz możliwość harmonijnego, adekwatnego do indywidualnych potrzeb rozwoju; oraz dla firm i instytucji. Te mogą zyskać dobrą opinię otoczenia, lepiej identyfikować jego interesy, a przede wszystkim staną się bardziej konkurencyjne dzięki lepiej wykorzystywanemu kapitałowi ludzkiemu. Niematerialne wartości tworzone za pomocą tego kapitału mogą zostać przetworzone także w wartości pieniężne – firma oswojona wewnętrznie z różnorodnością i innością łatwiej przystosuje się do zmian otoczenia, łatwiej też przeniesie swoje działania na poziom międzynarodowy (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2).

Przy wyliczaniu kolejnych korzyści gospodarczych nie można jednak zapominać o korzyściach jednostek – kobiet i mężczyzn, którzy mimo wszystko będą chyba największymi beneficjentami i beneficjentkami wprowadzanych zmian. Nie można zapomnieć o tej jednostkowej perspektywie, która zawsze przecież powinna być najważniejsza, a od której wszystko się zaczęło.

[1] Kapitał społeczny to „struktury, sieci kontaktów i procedury, które pozwalają pracownikom zdobywać i rozwijać kapitał intelektualny". Powstaje w wyniku nawiązywania się relacji między pracownikami/pracownicami danej firmy. Kapitał organizacyjny natomiast to „zinstytucjonalizowana wiedza, będąca własnością organizacji, przechowywana w bazach danych, instrukcjach obsługi" (Baron, Armstrong 2008, 18).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Baron A., Armstrong M., 2008, *Zarządzanie kapitałem ludzkim. Uzyskiwanie wartości dodanej dzięki ludziom*, Warszawa.
2. GUS, 2010, *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy*, Warszawa, (online) http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf, dostęp: lipiec 2011 r.
3. Forum Odpowiedzialnego Biznesu, 2008, *Zarządzanie różnorodnością. Materiały dla osób uczestniczących*, Warszawa, (online) http://www.witrynawiejska.org.pl/DATA/warsztaty_Zarzadzanie%20roznorodnoscia.pdf, dostęp: sierpień 2011.
4. Keil M., Amershi B., Holmes S. i in., 2007, *Poradnik szkoleniowy. Zarządzanie różnorodnością*, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/podrecznikzarzadzanieroznorodnoscia.pdf, dostęp: sierpień 2011.
5. *Kobieta pracująca. Diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce*, 2006, oprac. ASM Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o., Kutno, (online) http://www.telepracadopiewo.pl/upload/articles/Publikacja_kobieta_pracujaca.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.
6. Kowalski J., 2003, *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Warszawa.
7. Kuby G., *Gender mainstreaming – rewolucja kulturalna*, (online) http://www.europe4christ.net/fileadmin/media/pdf/polish/Newsletter_30__polish_.pdf, dostęp: lipiec 2011.
8. Marciniak A., 2004, *Niewidzialne bariery awansu kobiet – apokryf „szklanego sufitu"?*, (online) http://kim.efs.gfkm.pl/userfiles/file/KIM/literatura/A_Marciniak_szklany%20sufit.pdf, dostęp: sierpień 2011.
9. Nelson T.D., 2003, *Psychologia uprzedzeń*, przekł. A. Nowak, Gdańsk.
10. Schunter-Kleemann S., Plehwe D., 2006, *Gender mainstreaming. Włączanie kobiet do neoliberalnej Europy?*, Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego, (online) www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0070schunter_plehwe.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
11. Tomaszewska J., 2004, *Dyskryminacja ze względu na płeć*, [w:] *Dyskryminacja ze względu na płeć i jej przeciwdziałanie. Przezwyciężanie barier na drodze do równości kobiet i mężczyzn w Polsce*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Dyskryminacja_ze_wzgledu_na_plec_i_jej_przeciwdzialanie.pdf, dostęp: sierpień 2011.
12. Unmüßig B., *Gender mainstreaming. Potencjał i ograniczenia radykalnej koncepcji społecznej*, (online), http://www.boell.pl/downloads/speachUnmuessigonGendermainstreamingPL.pdf, dostęp: sierpień 2011
13. Vaileanu C., *GenderMainstreaming Guidelines for UNDP Moldova*, (online) http://www.undp.md/publications/doc/gender_manual.pdf, dostęp: sierpień 2011.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Katarzyna Hołojda

Gender mainstreaming w Public Relations firm i instytucji rynku pracy

Public Relations, jako pojęcie modne, a przez to wszystkim doskonale znane, od dłuższego już czasu robi zawrotną karierę. Właściwie każda firma i instytucja na rynku pracy potrzebuje dobrego PR-u i coraz częściej zdaje sobie z tego sprawę. Wydaje się, że współcześnie PR staje się wszechobecny, a jednocześnie – równolegle ze wzrostem popularności branży – zwiększa się jakość usług świadczonych przez agencje PR, których projekty obejmują dziś najróżniejsze elementy, w tym coraz częściej także kwestie bezpośrednio związane z problematyką prorównościową. Jednym z elementów strategii PR mogą być bowiem postulaty gender mainstreaming, które – jak pokazuje praktyka – rzeczywiście warto wdrażać. Dlaczego? Ponieważ w wielu sytuacjach dla konkretnych firm i instytucji rynku pracy uwzględnienie zagadnień dotyczących równości płci może przynieść bardzo duże korzyści zarówno materialne, jak i niematerialne (np. w postaci wzrostu zaufania do marki). Czym jednak w ogóle jest PR, czym gender mainstreaming?

Czym właściwie jest PR?

Samych definicji PR-u, głównie z powodu jego wielkiej i niesłabnącej popularności, jest bardzo dużo – podaje się, że nawet około 2000 (Rozwadowska 2002, 38). Nie sposób więc streścić choćby najważniejszych teorii ani tym bardziej wyłonić najtrafniejszej spośród nich. Z konieczności trzeba więc pozostać na poziomie ogólników. Według jednej z często cytowanych definicji, którą sformułował Wojciech Budzyński:

public relations to planowa, ciągła i prowadzona z uwzględnieniem wyników systematycznych badań działalność, polegająca na przekazywaniu przez przedsiębiorstwo specjalnie przygotowanych w różnej formie informacji, w celu stworzenia w podmiotowym otoczeniu tego przedsiębiorstwa jego pożądanego obrazu, pozwalającego na lepsze zintegrowanie się z tym otoczeniem oraz ułatwiającego realizację podstawowych celów przedsiębiorstwa. Działalność ta

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

może być prowadzona także przez inne organizacje, w tym nie nastawione na osiąganie zysku.

Ostatecznie celem PR-u jest ukształtowanie w świadomości potencjalnych i obecnych klientek i klientów pożądanego wizerunku firmy. Z przytoczonej definicji PR-u wynikają jego właściwości: to działalność, której najważniejszym celem jest komunikacja (zewnętrzna, czyli firmy z otoczeniem, np. jej klientkami i klientami, oraz wewnętrzna, czyli między osobami współpracującymi wewnątrz firmy), której formę zarządzania stanowi PR. Oczywiście działania PR-owe muszą być długotrwałe i dokładnie zaplanowane, bazować na dobrze przygotowanej strategii, spójnej z preferowanymi przez markę wartościami i filozofią. Zakładamy więc, że firma, która w swojej strategii PR ujmuje kwestie związane z gender meinstreaming, naprawdę w tych kategoriach „myśli" o rzeczywistości i według nich funkcjonuje (por. http://www.dobrepraktyki.silesia.org.pl/content/view/56/9/).

Co to jest GM?

Najogólniej mówiąc, gender mainstreaming to włączanie problematyki płci do głównego nurtu prowadzonej polityki. Strategia została wprowadzona przez Komisję Europejską w 1996 roku przy wsparciu i inspiracji ONZ oraz Rady Europy. Komisja Europejska ogłosiła komunikat pn. „Włączanie równości kobiet i mężczyzn do wszystkich strategii i działań politycznych Wspólnoty". Jak podaje Branka:

> Od 1996 roku idea równości powinna być obecna we wszystkich działaniach podejmowanych przez Unię Europejską – od etapu planowania, przez realizację aż po ocenę polityk i działań. Filozofia leżąca u podstaw tej idei jest następująca: każda polityka, każde podejmowane przez państwo działanie ma wpływ na obywateli i… obywatelki, ale żeby wiedzieć, czy ten wpływ (to znaczy korzyści i koszty) są równe dla wszystkich niezależnie od płci, to musimy przyglądać się naszym działaniom przez równościowe okulary (Branka 2005, 26).

Z czym wiąże się uwzględnianie w strategii PR postulatów GM? Przede wszystkim z jednym: skoro skuteczny PR stanowi podstawę udanej komunikacji (zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej), a z sukcesem możemy się komunikować jedynie wtedy, gdy w owej komunikacji

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

nie pomijamy i nie dyskryminujemy żadnej ze stron dialogu, to konsekwencje z przyjęcia założeń strategii GM mogą okazać się bardzo duże.

Wizerunek i tożsamość firmy realizującej postulaty GM

Coraz więcej firm i instytucji dostrzega, jak ważne jest, jaki ma wizerunek oraz dąży, by w wizerunku najpełniej odzwierciedlała się tożsamość[1], ponieważ współcześnie na rynku to nie jakość oferowanego produktu lub usługi odgrywa zasadniczą rolę (wśród konkurujących podmiotów owa jakość jest zwykle niemalże identyczna), lecz stworzony dookoła firmy klimat, świat przeżyć, sprawiający, że towar lub usługę zapragną mieć te właśnie, a nie inne, osoby. Jak przydaje się tutaj strategia uwzględniająca GM? Jaką tożsamość i jaki wizerunek ma (albo raczej: może mieć) firma lub instytucja sumiennie wdrażająca w swoich działaniach PR-owych postulaty GM?

Pierwsza oznaka, że firma respektuje zasady GM to posługiwanie się przez nią w oficjalnych komunikatach (m.in. newsletterze albo na stronie internetowej) oboma formami gramatycznymi (męską i żeńską), a więc np. kierowanie oferty do *klientek i klientów* lub – w ogłoszeniu o pracę – informacja o poszukiwaniu *fryzjera/fryzjerki*. Choć oczywiście tego typu kwestie językowe to nie wszystko, zwykle wskazują, że dana firma lub instytucja przestrzega zasad GM także w obszarze innych działań.

Ponadto kobiety częściej i chętniej odpowiadają na ogłoszenia o pracę, jeśli w ich treści zawarta jest informacja – głównie w formie zapisu z tzw. splittingiem (np. *zatrudnię kelnera/kelnerkę*) – że poszukiwana jest osoba dowolnej płci. W każdej innej sytuacji coraz więcej z nich zastanawia się, czy brak formy żeńskiej w ogłoszeniu oznacza, że ich płeć stanowi przeszkodę w pracy w danym zawodzie, czy po prostu formę męską ma potraktować jako generyczną, a więc uznać, że słowo *kelner* oznacza zarówno kobietę, jak i mężczyznę wykonujących ten zawód. Jednym słowem, choć tak być nie powinno, w kobiecych głowach pojawia się myśl, czy jej kandydatura – z powodu płci – będzie się w ogóle liczyć w procesie rekrutacji. Polskie Towarzystwo Prawa Antydyskryminacyjnego przeprowadziło badania ogłoszeń o pracę pod względem dyskryminacji nie tylko ze względu na płeć. Okazało się, że spora część pracodawców i pracodawczyń, nie stosując się do równościowych ustaleń, po prostu łamie prawo.

Sam zakaz dyskryminacji to bowiem już nie tylko element strategii PR, lecz europejska (a więc także i polska) norma sankcjonowana prawnie (http://ptpa.org.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=48&Itemid=57). Na szczęście można znaleźć coraz więcej przykładów dobrych praktyk, które pozwalają wierzyć, że sytuacja systematycznie się poprawia.

Świadomość dotyczącą zagadnień GM często widać także w przygotowanej przez daną firmę kampanii reklamowej – w spotach promocyjnych przekazuje się i utrwala albo wyśmiewa i obala różnego typu stereotypy. Treści zawarte w reklamie bardzo trafnie pokazują stosunek marki (osób ją tworzących) do kobiet, mężczyzn oraz w ogóle zagadnień związanych ze stereotypowymi rolami płciowymi. Wiemy np. czego oczekiwać po firmie, która po raz kolejny przedstawia kobietę w roli sprzątaczki albo mężczyznę w roli czytającej gazetę głowy rodziny. Wiemy także, co sądzić o marce, która w swoich reklamach oferuje nam zupełnie inny świat przeżyć i działa na przekór schematom.

PR wiąże się z tym, jaki jest wizerunek firmy, co marka komunikuje, „jaka jest". Zatem, jeśli głosi (ale jednocześnie także realizuje) zasady GM, zyskuje bardzo dużo w oczach swoich potencjalnych klientów i klientek oraz pracowników i pracowniczek. Po pierwsze – pozytywnie się wyróżnia. Wzrasta więc jej rozpoznawalność, gdyż zyskuje jakąś nietypową cechę. Po drugie – wzrasta zaufanie do takiej marki, ponieważ postrzegana jest ona nie tylko jako respektująca zasady równości, ale jednocześnie komunikująca, że w ogóle sprawiedliwość i funkcjonowanie zgodnie z ustaleniami prawnymi jest dla niej priorytetem. Skoro przestrzega założeń GM z wielką skrupulatnością, zapewne obojętnie nie przechodzi wobec wszelkich innych unijnych ustaleń prawnych, dotyczących najróżniejszych kwestii. To pierwszy sygnał, że w takiej firmie uczciwie traktuje się pracowników i pracownice, dbając o ich prawa i poczucie własnej wartości. Firma lub instytucja wcielająca w życie postulaty GM to firma działająca zgodnie z prawem, nie uchylająca się nawet od nie zawsze wygodnych przepisów i ustaleń. Dla osób w niej pracujących oraz z nią współpracujących – to gwarancja bezpieczeństwa. Stosowanie zasad gender mainstreaming jest też w jakimś sensie „modne" w pewnych środowiskach i branżach, zgodne z tzw. poprawnością polityczną; może do firmy przyciągnąć wiele młodych i nowoczesnych osób – jako klientów/tki i pracowników/czki.

Krótko mówiąc, na włączaniu elementów GM do strategii PR można tylko zyskać. Taka marka jest bowiem postrzegana jako europejska, nowoczesna, legalna, uczciwa, światowa, sprawiedliwa, życzliwa, wyrozumiała, profesjonalna, ambitna i aktywna.

Dlaczego GM jest ważny dla każdej firmy i instytucji?

Firma uwzględniająca w swojej strategii PR zasady GM jest po prostu skuteczniejsza – choćby na tym poziomie, że lepiej układa się współpraca w ramach zespołu. W oparciu o zasady, które nie pozwalają na dyskryminowanie nikogo i z żadnego powodu, łatwiej zbudować zespół i skuteczniej się w nim komunikować, a więc pracować efektywnie w grupie i indywidualnie, niwelować uprzedzenia, a także wykorzystywać wszystkie dostępne kompetencje i możliwości osób uczestniczących w pracy.

W takich firmach nie liczy się więc płeć, bo ważniejszy jest profesjonalizm – konkretne kwalifikacje i umiejętności – o czym doskonale wiedzą nie tylko pracownice i pracownicy oraz klienci i klientki, ale także potencjalne firmy współpracujące z danym podmiotem. Taka marka przyciągnie swoją pozytywną strategią profesjonalistki – fachowczynie, które nie skorzystają z oferty innej firmy, mając do wyboru taką, o której wiedzą, że będzie respektować ich prawa.

Trzeba jednak pamiętać, że PR (a przynajmniej dobry i skuteczny PR) nie polega na kłamaniu. Nie można założeń GM tylko głosić, trzeba je przede wszystkim faktycznie realizować. Praktyki PR służą wyeksponowaniu wartości, którymi kieruje się firma, cech, które posiadają osoby korzystające z ich usług. Strategia PR powinna więc towarzyszyć praktycznym działaniom obecnym w codziennym funkcjonowaniu danej firmy.

[1]Według Małgorzaty Cenker „**tożsamość** przedsiębiorstwa to suma elementów, które pozwalają zidentyfikować przedsiębiorstwo, wyróżnić spośród innych firm konkurencyjnych. **Wizerunek** przedsiębiorstwa jest swego rodzaju obrazem firmy w świadomości innych osób, które z nią się stykają w sposób bezpośredni (np. jako klienci) lub pośredni (ogólnie jako uczestnicy rynku)" (Cenker 2000, 42.). Tożsamość jest więc tworzona świadomie, firma może o nim decydować, kształtować go w oparciu o przygotowane i spójne strategie. Przekłada się to w jakimś, choć niezupełnym, stopniu na wizerunek, który wobec samej firmy jest czymś zewnętrznym.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Branka M. (2005), *Polityka równości płci w Unii Europejskiej i w Polsce*, [w:] *Polityka równości płci na poziomie lokalnym*, oprac. w ramach projektu Akademia Równości Kobiet ARKa, Warszawa.
2. Cenker E. M. (2000), *Public Relations*, Poznań.
3. *Polskie Towarzystwo Prawa Antydyskryminacyjnego*, (online) http://ptpa.org.pl/, dostęp: sierpień 2011.
4. Rozwadowska B. (2002), *Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy,* Warszawa.
5. Walczyński M., *Czym jest public relations*, [w:] *Dobre praktyki,* (online) http://www.dobrepraktyki.silesia.org.pl, dostęp: sierpień 2011.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Katarzyna Hołojda

Równość płci w świetle polskiego ustawodawstwa

Czytając polskie akty prawne, można odnaleźć w nich wiele zapisów zakazujących wszelkiej dyskryminacji i gwarantujących prawną ochronę równości (nie tylko ze względu na płeć). Sytuacja w Polsce jest pod tym względem regulowana przez różne dokumenty. Przestrzeganie wszelkich zaleceń i nakazów dotyczących równości powinno więc w świetle prawa stanowić normę, a ich łamanie – wiązać się z sankcjami karnymi. Prawo zawiera zapis praw i obowiązków, które w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji mają instytucje państwowe, podmioty rynku pracy oraz poszczególne osoby fizyczne. Choć teoretycznych rozwiązań jest sporo, bywa że niestety niewiele mają one wspólnego z praktyką i pozostają na dość dużym poziomie ogólności. Być może nierespektowanie tych przepisów i ustaleń wynika z ich nieznajomości. Aby działać zgodnie z polskim prawem, należy dowiedzieć się, czym w polskim ustawodawstwie jest równość płci i co się wiąże z przestrzeganiem lub nie tych ustaleń.

Dyrektywy UE

Wiele przepisów dotyczących równości wynika z wstąpienia Polski do Unii Europejskiej. Dlatego nie należy lekceważyć wszelkich dyrektyw Komisji Europejskiej i innych europejskich organów. Jak można przeczytać na stronie internetowej Komisji Europejskiej, przepisy z obszaru równego traktowania kobiet i mężczyzn to głównie:

> postanowienia traktatów i przepisy dyrektyw dotyczące dostępu do zatrudnienia, równości wynagrodzenia, ochrony macierzyństwa, urlopu rodzicielskiego, zabezpieczenia społecznego i systemów zabezpieczenia społecznego pracowników, ciężaru dowodu w sprawach dyskryminacji i w przypadku pracy na własny rachunek. Ważne miejsce wśród tych przepisów zajmuje również orzecznictwo Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości (http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=418&langId=pl).

Komisja Europejska opracowała także *Strategię w zakresie równego traktowania kobiet i mężczyzn* (na lata 2010-2015), będącą roboczym programem dotyczącym równouprawnienia ze

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

względu na płeć. Według informacji na stronie Komisji Europejskiej program jest „zgodny z „podwójnym podejściem" do określonych inicjatyw i uwzględniania równego traktowania kobiet i mężczyzn we wszystkich przepisach i działaniach UE („gender mainstreaming"), co stało się cechą charakterystyczną prac UE w zakresie promowania równouprawnienia ze względu na płeć" (http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=418&langId=pl). Z przepisami idą więc w parze także konkretne działania.

Równość w Konstytucji RP

Od czasu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej obowiązują nas wszelkie jej dyrektywy dotyczące równości, które oczywiście są uwzględniane w polskim ustawodawstwie. Jednak podstawowym – w wewnętrznym, krajowym porządku – aktem prawnym w Polsce jest *Konstytucja RP*. Dokument ten, z definicji ustalający i porządkujący najważniejsze prawa i obowiązki, zapewnia także równość i zakazuje jakichkolwiek praktyk dyskryminacyjnych. Mówi nie tylko o równości płciowej, lecz o równości wszystkich pod każdym względem. Cały drugi rozdział tego aktu prawnego – zatytułowany „Wolności, prawa i obowiązki człowieka i obywatela" – zawiera ustalenia dotyczące podstawowych kwestii. W tym kontekście najważniejsze są dwa artykuły:

Art. 32.

1. Wszyscy są wobec prawa równi. Wszyscy mają prawo do równego traktowania przez władze publiczne.
2. Nikt nie może być dyskryminowany w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiejkolwiek przyczyny.

Art. 33.

1. Kobieta i mężczyzna w Rzeczypospolitej Polskiej mają równe prawa w życiu rodzinnym, politycznym, społecznym i gospodarczym.
2. Kobieta i mężczyzna mają w szczególności równe prawo do kształcenia, zatrudnienia i awansów, do jednakowego wynagradzania za pracę jednakowej wartości, do zabezpieczenia społecznego oraz do zajmowania stanowisk, pełnienia funkcji oraz uzyskiwania godności publicznych i odznaczeń

(Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., (Dz.U. nr 78, poz. 483).

Jak słusznie podkreśla Małgorzata Borowska w poradniku dotyczącym tworzenia równych szans kobiet i mężczyzn w instytucjach rynku pracy: „jest to o tyle istotne, że *Konstytucję* stosuje się bezpośrednio, tj. możemy powołać się na nią broniąc swych praw, bez konieczności odwoływania się do aktów prawnych niższego rzędu" (Borowska 2010, 54). Warto więc te (i nie tylko te) przepisy prawa konstytucyjnego znać, respektować i wymagać ich przestrzegania od innych. Każda forma dyskryminacji jest więc złamaniem prawa konstytucyjnego.

Kodeks pracy

Najszerzej i najszczegółowiej kwestie nierównego traktowania kobiet i mężczyzn reguluje obowiązujący aktualnie w Polsce *Kodeks pracy*, w którym tym zagadnieniom poświęcono cały rozdział IIa „Równe traktowanie w zatrudnieniu". Część przepisów w nim zawartych znajduje oparcie w unijnych dyrektywach, które mają obowiązek przyjąć wszystkie kraje członkowskie UE. Najważniejsze i najogólniejsze zasady zawierają się w dwóch pierwszych paragrafach artykułu 183a:

> **Art. 183a. § 1.** Pracownicy powinni być równo traktowani w zakresie nawiązania i rozwiązania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania oraz dostępu do szkolenia w celu podnoszenia kwalifikacji zawodowych, w szczególności bez względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także bez względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy.
> **§ 2.** Równe traktowanie w zatrudnieniu oznacza niedyskryminowanie w jakikolwiek sposób, bezpośrednio lub pośrednio, z przyczyn określonych w § 1.
> (Art. 183a § 1 i 2, Kodeks pracy, ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. (Dz. U. z 1998 r. Nr 21, poz. 94).

Kodeks pracy jednoznacznie więc zobowiązuje pracodawców i pracodawczynie do równego traktowania kobiet i mężczyzn w każdej sytuacji. Wszystkie wymienione elementy, które mogą – lecz zdecydowanie nie powinny – stać się podstawą dyskryminacyjnych zachowań stanowią tzw. cechy prawnie chronione. Oczywiście dyskryminacja może wynikać także z innych przyczyn, niekoniecznie wymienionych w ustawie (np. sytuacji materialnej), które również są chronione przez ten przepis (taką bowiem możliwość otwiera pojawiające się w nim sformułowanie „w szczególności"). *Kodeks pracy* działa w konkretnym obszarze: prowadzania rekrutacji, nawiązywania i rozwiązywania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania, dostępu do szkoleń w celu podnoszenia kwalifikacji zawodowych (Art. 18 § 1, Kodeks pracy; por. Borowska 2010). *Kodeks pracy* zawiera także konkretny opis dyskryminacji pośredniej oraz bezpośredniej – wskazuje różnice i podobieństwa między nimi, zapewniając ochronę przed oboma. O ile z rozpoznaniem dyskryminacji pośredniej nie ma większych problemów, trudniej poradzić sobie z dyskryminacją pośrednią, która „istnieje wtedy, gdy na skutek pozornie neutralnego postanowienia, zastosowanego kryterium lub podjętego działania występują lub mogłyby wystąpić niekorzystne dysproporcje" (Art. 18 § 4, Kodeks pracy).

Jak odróżnić dyskryminację bezpośrednią od pośredniej, a przede wszystkim – w ogóle dostrzec tę drugą? Najwygodniej ukazać jej specyfikę za pomocą konkretnych przykładów. Dyskryminacją bezpośrednią będzie np. zatrudnianie wyłącznie mężczyzn na kierowniczych stanowiskach albo nierówne wynagrodzenie dla osób o takich samych kompetencjach wykonujących tę samą pracę, lecz będących różnych płci. Przykład dyskryminacji pośredniej to sytuacja, w której wyznacza się warunki awansowania, które są trudniejsze do spełnienia dla kobiety (i jednocześnie nie wiążą się z typem pracy).

Należy pamiętać, że jedną z form dyskryminacji ze względu na płeć jest także molestowanie – zwłaszcza seksualne. Również jemu można przeciwdziałać, powołując się na odpowiednie przepisy dotyczące zakazu dyskryminacji, ponieważ zgodnie z definicją, molestowanie to takie zachowanie, którego celem lub skutkiem jest naruszenie godności lub upokorzenie i poniżenie pracownika lub pracownicy.

Prócz *Kodeksu pracy* istnieje także wiele innych dokumentów, m.in. *Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy* (Dz. U. 2004 nr 99 poz. 1001), która zawiera przepis

nakazujący równego traktowania, także zawierająca zakaz dyskryminacji i nakazująca równe traktowanie wszystkich osób bezrobotnych (np. rzetelne informowanie wszystkich zainteresowanych – bez względu na płeć i inne czynniki – o dostępnych ofertach pracy).

Dobre praktyki

W Polsce istnieją także instytucje wspierające dobre praktyki – nakłaniające do wcielania ich w życie, wzywające do przestrzegania prawa np. za pomocą tworzonych na swój wewnętrzny użytek regulaminów zakazujących dyskryminacji. Sytuacji prawnej w tym obszarze przygląda się działające od 2006 roku Polskie Towarzystwo Prawa Antydyskryminacyjnego, zajmujące się nie tylko przeciwdziałaniem dyskryminacji, lecz szerzej – zagadnieniami ochrony praw człowieka i promowaniem zasad równego traktowania (pod każdym względem, zwłaszcza jednak bez względu na płeć, wiek, rasę i pochodzenie etniczne, orientację seksualną, religię i przekonania oraz niepełnosprawność). Celem stowarzyszenia jest więc wspieranie rozwoju nauki w zakresie prawa antydyskryminacyjnego, upowszechnianie wiedzy oraz aktywne działanie na rzecz zwalczania wszelkich przejawów dyskryminacji (http://ptpa.org.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=53).

Zgodnie z informacjami zawartymi w raporcie sporządzonym przez PTPA, mimo że większość ustaleń prawnych w Polsce została dostosowana do wymogów unijnych, wciąż istnieje wiele osób, firm i instytucji, które tych przepisów nie znają i/lub nagminnie je łamią. Na stronie internetowej Towarzystwa odnaleźć można odnośniki do najważniejszych aktów prawnych regulujących kwestię dyskryminacji w krajach UE, w tym także w Polsce, oraz raportów z własnych badań PTPA. Towarzystwo przeprowadziło np. monitoring ogłoszeń o pracę, z którego wyniknęło wiele negatywnych wniosków – większość pracodawców ciągle nie stosuje się do zaleceń zawartych przecież w polskim prawie już od kilku lat.

Wśród instytucji publicznych zdarzają się takie, które wobec wszelkich przejawów dyskryminacji nie przechodzą obojętnie i dostosowują swoje wewnętrzne reguły funkcjonowania do zasad równościowego traktowania. Jako wzór często przytaczany jest – jako jeden z pierwszych tego typu – wypracowany przez Powiatowy Urząd Pracy w Wałbrzychu *Kodeks Dobrych Praktyk w Dziedzinie Równości i Przeciwdziałania Dyskryminacji*.

Interwencja w sprawach o dyskryminację

Przepisy prawne mówią także o tym, jak działać, gdy nasze prawa są łamane. Środkiem interwencji jest droga sądowa. Co najważniejsze – w przypadku takich spraw działa mechanizm tzw. przeniesienia ciężaru dowodu winy. Osoba oskarżająca nie musi udowadniać, że doszło do dyskryminacji, ma ją jedynie uprawdopodobnić; to osoba, którą oskarża, by się oczyścić z zarzutów, powinna umieć dowieść, że takiej dyskryminacji nie było – że w swoim postępowaniu kierowała się ona innymi motywami niż cecha prawnie chroniona (czyli np. płeć).

Znajomość wszystkich tych przepisów jest ważna, by wiedzieć, jakie mamy prawa, jakie obowiązki, co wynika z nierespektowania ich oraz kiedy i jak możemy (lub wręcz musimy) dochodzić swoich praw. Najważniejsze to mieć świadomość, że kwestie dotyczące dyskryminacji są uregulowane prawnie w stopniu bardzo dobrym, a tylko od nas zależy czy przepisy będą przestrzegane. Lepsza wiedza pomoże nie tylko w dochodzeniu swoich praw, lecz także pozwoli skuteczniej przeciwdziałać dyskryminacji również w tym sensie, że otworzy na nią oczy – nauczy, jak ją dostrzegać i oceniać.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Borowska M., Branka M. (red.), (2010), *Równość szans kobiet i mężczyzn a rynek pracy. Poradnik dla Instytucji i Rynku Pracy*, (online), dostęp: sierpień 2011.
2. Portal Komisji Europejskiej, (online) http://ec.europa.eu, dostęp: sierpień 2011.
3. Portal Polskiego Towarzystwa Prawa Antydyskryminacyjnego, (online) http://ptpa.org.pl, dostęp: sierpień 2011.

Akty prawne:

4. Kodeks Dobrych Praktyk w Dziedzinie Równości i Przeciwdziałania Dyskryminacji Powiatowego Urzędu Pracy w Wałbrzychu, (online) http://www.urzadpracy.pl/portal/pl/181/4450/Kodeks_Dobrych_Praktyk_w_Dziedzinie_Rownosci_i_Przeciwdzialania_Dyskryminacji__P.html, dostęp: sierpień 2011.
5. Kodeks pracy, ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. (Dz. U. z 1998 r. Nr 21, poz. 94).
6. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., (Dz.U. nr 78, poz. 483).
7. Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (Dz.U. 2004 nr 99 poz. 1001).

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Marta Dymek

Prawo a praktyka. Fasadowa polityka równościowa w Polsce

Działalność Rady Europy na rzecz równości i przeciwdziałania dyskryminacji należy do priorytetowych celów unijnej polityki, uregulowanej szczegółowo na poziomie traktatowym oraz na poziomie dyrektyw. Szczególnie istotnymi obszarami dyskryminacji, jakim stara się przeciwdziałać Unia jest nierówne traktowanie kobiet i mężczyzn.

Od czasu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej w maju 2004 roku, Polska zobowiązała się do przestrzegania i wdrażania unijnej polityki równości płci, czyli strategii *gender mainstreaming*. Kamieniem milowym dla włączania kwestii równości płci do głównego nurtu, był Traktat Amsterdamski z 1997 roku, który w życie wszedł w maju 1999 roku. Traktat stawiał sobie za cel, włączenie kwestii równości płci do wszystkich obszarów polityki unijnej a strategia *gender mainstreaming* została określona jako wiążące zadanie dla wszystkich krajów członkowskich.[1]

Również w wyniku wdrażania narzędzi przeciwdziałania dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, pochodzenie, wyznanie i orientację seksualną, Polska jeszcze przed wstąpieniem do Unii Europejskiej była zobowiązana do powołania urzędu realizującego politykę w zakresie równego traktowania. Urząd taki powstał 17 grudnia 2001 roku, powołany przez ówczesnego premiera Leszka Millera (wtedy zwany Pełnomocnik Rządu do Spraw Równego Traktowania Kobiet i Mężczyzn). Dwa lata później, pod wpływem nacisków Güntera Verheugena, Komisarza Unii Europejskiej kompetencje urzędu zostały poszerzone o przeciwdziałanie dyskryminacji innej niż tylko tej związanej z płcią .

Pierwszą osobą, jaka objęła ten urząd była Izabela Jaruga-Nowacka z Unii Pracy. Następnie po objęciu przez Jarugę-Nowacką urzędu wicepremierki w rządzie Marka Belki, Pełnomocniczką do Spraw Równego Traktowania została prof. Magdalena Środa, filozofka i wykładowczyni na Uniwersytecie Warszawskim. Działalność Biura Pełnomocniczki do Spraw Równego Traktowania Kobiet i Mężczyzn w latach 2001-2005, zarówno za czasów sprawowania tego urzędu przez Izabelę Jarugę-Nowacką jak i przez Magdalenę Środę, była pozytywnie

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

oceniana przez organizacje pozarządowe oraz przez liczne stowarzyszenia działające na rzecz ochrony praw grup dyskryminowanych. Pełnomocniczki wsławiły się aktywnym uczestnictwem w dorocznych akcjach na rzecz przeciwdziałania dyskryminacji, takich jak Manify z okazji Międzynarodowego Dnia Kobiet, dniach Kultury dla Tolerancji oraz w poparciu akcji *Niech Nas Zobaczą,* walczącej o prawa osób homoseksualnych w Polsce. Ponadto głównym zadaniem Biura pełnomocniczek było stworzenia opracowania dotyczącego polityki antydyskryminacyjnej oraz stworzenie projektu ustawy o równym traktowaniu, zakazującej wszelkiej dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, pochodzenie etniczne, religię, przekonania, wiek a także orientację seksualną. Projekt ustawy powstał, znajdowały się tam przepisy o równych prawach kobiet i mężczyzn w życiu prywatnym i publicznym, dostępie do edukacji, prowadzenia działalności gospodarczej, pracy i zabezpieczenia społecznego. Ponadto proponowana ustawa stwierdzała, że zasada równych praw kobiet i mężczyzn podlega ochronie prawnej.

17 czerwca 2005 Sejm odrzucił senacki projekt ustawy o równym statusie kobiet i mężczyzn zakazujący wszelkiej dyskryminacji ze względu na płeć, rasę, pochodzenie etniczne, religię, przekonania, wiek, a także orientację seksualną. Niecałe pół roku później, 3 listopada 2005 roku, rząd Kazimierza Marcinkiewicza zniósł także całkowicie urząd Pełnomocnika. Mimo wystosowania protestu do premiera Marcinkiewicza oraz do Komisarza Unii Europejskiej ds. zatrudnienia, spraw społecznych i równych szans Vladimir Špidla, podpisanego przez ponad 80 polskich organizacji pozarządowych, Biuro Pełnomocnika przestało istnieć.

Fasadowa polityka równościowa

Na początku marca 2008 premier Donald Tusk zdecydował o przywróceniu stanowiska Pełnomocnika Rządu do Spraw Równego Traktowania, które objęła Elżbieta Radziszewska. Rolą Pełnomocniczki Rządu do spraw Równego Traktowania, jest koordynacja działań wszystkich resortów i instytucji publicznych w celu zapewnienia właściwej realizacji zasady równego traktowania, prowadzenia polityki przeciwdziałania dyskryminacji z jakiegokolwiek powodu oraz zapewnienie równości szans dla grup marginalizowanych, w myśl konstytucyjnej zasady, że wszyscy wobec prawa są równi i nikt nie może być dyskryminowany z jakiegokolwiek powodu. [2] Jednak działania obecnej Pełnomocniczki, do tej pory były i są powodem wielu kontrowersji i

protestów, ze strony organizacji pozarządowych.

Najgłośniejszym i najbardziej spektakularnym protestem, było wystosowanie przez organizacje pozarządowe i stowarzyszenia działające na rzecz ochrony praw osób dyskryminowanych, listu do premiera o odwołanie obecnej Pełnomocniczki. W liście wytknięto pani Mister nie tylko niepoprawne polityczne wypowiedzi ale też przede wszystkim brak podejmowania rzetelnych rozwiązań na rzecz równości płci oraz działań, które miałyby w realny sposób na przeciwdziałać dyskryminacji.

Polska jest jedynym krajem Unii Europejskiej, w którym wciąż nie funkcjonuje niezależny urząd ds. równego traktowania. Nie tylko wiele nam brakuje do krajów Unii – przyjęta przez rząd tzw. ustawa antydyskryminacyjna, która miała uregulować niektóre dyrektywy unijne z zakresu równouprawnienia jest w opiniach ekspertów jedną z najmniej ambitnych i wiele jej brakuje do ustaw wprowadzonych chociażby w Albanii, Serbii czy Chorwacji, gdzie rozwiązania prawne gwarantują skuteczne ścieżki dochodzenia praw naruszonych dyskryminacją.[3] Chociaż przyjęcie ustawy w obecnym kształcie oznacza, że Polska wywiązała się ze swoich unijnych zobowiązań, to jednak trudno powiedzieć, aby ustawa była wyrazem priorytetowego traktowania równościowej polityki. Ustawa krytykowana jest zwłaszcza przez tych, których praw miała chronić. Krytycznie wypowiadają się o niej środowiska broniące praw osób homoseksualnych, osób starszych lub niepełnosprawnych, zwracając uwagę na wprowadzania ochrony przez dyskryminacją na różnych poziomach dla różnych grup, nie gwarantując takiego samego wsparcia każdej osobie.

Od 2005 roku nie została też przeprowadzona rządowa kampania antyprzemocowa, zwracająca uwagę na zjawisko przemocy domowej wobec kobiet, chociaż już trzy lata temu taką potrzebę podkreślały polskie organizacje pozarządowe a także Rada Europy i ONZ. Problem przemocy domowej jest w polskim dyskursie politycznym wciąż spychany do kwestii prorodzinnych, co fałszuje obraz problemu przemocy domowej. Przemoc domowa ma płeć, jak wskazują badania ponad 95% ofiar to właśnie kobiety. Mimo to, w Polsce wciąż ani w ustawie antyprzemocowej z 2005 roku, ani w jej nowelizacji nie wyodrębniono i nie podkreślono charakteru tego zjawiska. Brak takiego wyodrębnienia „przemoc w rodzinie wobec kobiet" lub „przemoc w relacjach rodzinnych, zwłaszcza wobec kobiet i dzieci", nie tylko byłaby

symbolicznym podkreśleniem podmiotu przemocy, lecz także ułatwiłaby prowadzenie rzetelnego rządowego monitoringu. [4] Brakuje też rzetelnej edukacji w tym obszarze, dzięki której dziewczęta i chłopcy poznaliby swoje prawa w sytuacji doświadczenia lub zaobserwowania zjawiska występowania przemocy seksualnej. Aż 15 na 100 Polaków zaprzecza możliwości istnienia zajwiska gwałtu małżeńskiego, niemal połowa uważa że, ofiary gwałtu akceptują swoją sytuację a czasem też, że być może same są winne gwałtu.

Potrzeba wprowadzenia edukacji równościowej, nie ogranicza się jedynie do rzetelnej edukacji seksualnej. Współczesne programy szkolne, nie poruszają wcale kwestii równości i tolerancji lub też traktują je niezwykle marginalnie. Jak jednoznacznie stwierdzają autorki raportu *Ślepa na płeć, edukacja równościowa po polsku* wydanego przez Fundację Feminoteka przy wsparciu Heinrich Böll Stiftung: *Ani w dokumentach przedstawiających założenia reformy, ani w prezentacji zamieszczonej na stronach MEN, podsumowującej proces konsultacji, ani w preambułach do poszczególnych części podstawy programowej – nigdzie nie mówi się o potrzebie włączenia tematyki i zasad równości płci do systemu kształcenia i wychowania.*[5] We wstępie do *Raportu* prof. Magdalena Środa formułuje kilka podstawowych zasad, które respektowane i wprowadzane do szkół mogłyby przeciwdziałać stereotypom i w przyszłości ograniczać występowanie zjawiska dyskryminacji ze względu na płeć:

(1) konieczność używania dwóch rodzajów gramatycznych (męskiego i żeńskiego) zarówno w treści podręczników, jak i w zawartych w nich poleceniach, ćwiczeniach, przykładach („chciałbyś/ chciałabyś"; „zapytaj koleżankę/ kolegę")

(2) korzystanie tam, gdzie to możliwe, z żeńskich odpowiedników gramatycznych nazw zawodów („socjolog/ socjolożka"); stanowisk („dyrektor/ dyrektorka"); ról społecznych(„działacz /działaczka");

(3) unikanie powielania stereotypów płciowych związanych z posiadanymi przez kobiety i mężczyzn (chłopców i dziewczynki) „naturalnymi" cechami psychicznymi oraz determinowanymi przez nie „tradycyjnymi" aktywnościami w sferze publicznej i prywatnej;

(4) promowanie modeli życia nieograniczonych stereotypowym widzeniem społecznych ról i prywatnych powołań (w szczególności unikanie sugestii, że

określone dziedziny nauki bądź aktywności w „naturalny sposób" kojarzone są z płcią);

(5) troska o akcentowanie w treściach i strukturze podręczników udziału i roli kobiet w historii, w gospodarce, w polityce tak, aby przywrócić należne kobietom miejsce w kulturze i dziejach;

(6) należy również upowszechniać problematykę równości i tolerancji wśród uczniów/ uczennic i nauczycielek/ nauczycieli. Powinno się organizować szkolenia dla rzeczoznawców i autorów podstaw programowych i podręczników szkolnych. Ponadto warto korzystać z doświadczeń innych krajów w dziedzinie upowszechniania zasady równości i tolerancji, np. namówić wydawców do podjęcia działań w tym zakresie;

(7) należy wprowadzić do programu studiów KSAP oraz programów szkoleniowych KSAP szkolenia z zakresu równego traktowania kobiet i mężczyzn.[6]

Przerzucanie odpowiedzialności

W żadnym obszarze polskiej polityki, nie są prowadzone kompleksowe i efektywne działania mające na celu wdrożenie perspektywy równościowej. Sporadyczne i fasadowe interwencje Rzeczniczki do Spraw Równego Traktowania, ciągłe marginalizowanie problemu dyskryminacji, brak rządowego monitoringu oraz rządowych programów propagujących równość i tolerancję, są przejawem braku zainteresowania rządu kwestiami równości.

Rząd nie zabiegając o ochronę praw osób dyskryminowanych odpowiedzialność przerzuca na organizacje pozarządowe oraz fundacje reprezentujące interesy tych grup. Przytłaczająca większość działań inicjowana jest oddolnie, co samo w sobie nie jest zjawiskiem negatywnym, pokazuje bowiem, że w Polsce coraz silniejsza jest idea budowania społeczeństwa obywatelskiego. Jednak jak podkreślają eksperci w dziedzinie prawa antydyskryminacyjnego,[7] przerzucanie obowiązku rzeczywistej implementacji zasad równościowych wyłącznie na społeczeństwo i funkcjonujące w jego ramach pozarządowe organizacje, nie pomoże skutecznie interweniować w przypadkach dyskryminacji polskich obywateli i obywatelek, bez względu na ich pochodzenie, wyznanie czy orientację seksualną.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

[1] Więcej o unijnych regulacjach dotyczących równości płci w M. Dymek, *Różni i równi,różne i równe. Antydyskryminacja w przepisach prawnych* dostępne w: http://www.gender.orgs.pl/

[2] por. http://www.rownetraktowanie.gov.pl/pl/home

[3] K. Śmiszek, *Bez ambicji w kwestii równości,* dostępne w: http://zielonewiadomosci.pl/tematy/rownosc/bez-ambicji-w-kwestii-rownosci/

[4] J. Piotrowska, *Przemoc ma płeć! Wymazywanie kobiet z programów antyprzemocowych,* dostępne w: http://www.feminoteka.pl/readarticle.php?article_id=840

[5] A. Dierzgowska, E.Rutkowska, *Ślepa na płeć, edukacja równościowa po polsku. Raport krytyczny,* dostępny w: http://www.feminoteka.pl/downloads/raport_www.pdf

[6] M. Środa, *Oświata, reforma, gender,* w: J. Piotrowska, *Przemoc ma płeć! Wymazywanie kobiet z programów antyprzemocowych,* dostępne w: http://www.feminoteka.pl/readarticle.php?article_id=840

[7] K. Śmiszek, *Bez ambicji w kwestii równości,* dostępne w: http://zielonewiadomosci.pl/tematy/rownosc/bez-ambicji-w-kwestii-rownosci/

Bibliografia:

1. K. Śmiszek, *Bez ambicji w kwestii równości,* dostępne w: http://zielonewiadomosci.pl/tematy/rownosc/bez-ambicji-w-kwestii-rownosci/
2. A. Dierzgowska, E.Rutkowska, *Ślepa na płeć, edukacja równościowa po polsku. Raport krytyczny,* dostępny w: http://www.feminoteka.pl/downloads/raport_www.pdf
3. J. Piotrowska, *Przemoc ma płeć! Wymazywanie kobiet z programów antyprzemocowych,* dostępne w: http://www.feminoteka.pl/readarticle.php?article_id=840
4. Informacje wykorzystane w artykule pochodzą także ze strony Rzecznika do Spraw Równego Traktowania http://www.rownetraktowanie.gov.pl/pl/home

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Marta Dymek

Różni i równi, różne i równe.

Antydyskryminacja w przepisach prawnych.

Pierwszy artykuł Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka w jasny i bezpośredni sposób uczy nas, że wszyscy ludzie są równi, pod względem swej godności i swoich praw. Chociaż ludzie są różni, to pod względem swej godności i swoich praw wszyscy są równi. Przez prawo i instytucje publiczne powinni być traktowani jednakowo, niezależnie od płci, koloru skóry, kraju pochodzenia czy orientacji seksualnej.[1] Zasada równości jest fundamentem porządku prawnego i kultury europejskiej, stanowi podstawę europejskiej demokracji. Dlatego też, zasada ta ujęta jest w większości konstytucji współczesnych demokratycznych państw. Podkreślając równość wszystkich obywateli i obywatelek, zakazuje nierównego traktowania ze względu na różnice między ludźmi. Takie nierówne traktowanie, niepodparte żadnym uzasadnieniem ani obiektywnym wytłumaczeniem jest określane mianem dyskryminacji.

Pod pojęciem **dyskryminacji** rozumiane jest jako traktowanie pewnych osób lub całych grup społecznych w inny sposób, niż innych osób i grup, tylko ze względu na różne pochodzenie, poglądy polityczne, wyznanie, orientację seksualną lub stopień sprawności fizycznej. Mechanizm dyskryminacji oparty jest uprzedzeniach i stereotypach.[2]

Wszystko zaczyna się od stereotypu. **Stereotypy**, to nadmierne generalizacje, często błędne i uproszczone, które opierają się nie na wiedzy a na założeniach i przypuszczeniach.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Nawet, jeżeli nie znamy żadnego Szkota, to i tak wiemy, że na pewno jest skąpcem, a każdy napotkany Niemiec to uosobienie porządku i ładu. Stereotypy nie biorą pod uwagę różnorodności ludzi należących do danej grupy, są skrótowcami myślowymi pomagającymi nam stworzyć mapę naszego świata. Są głęboko zakorzenione, nie wymagają potwierdzenia ani dowodów a bardzo trudno je zmienić. Często prowadzą też do powstawania **uprzedzeń**, czyli przedsądów i przesądów jednocześnie. Uprzedzenia to tendencyjna, najczęściej negatywna ocena jakiejś grupy oparta na wyobrażeniach i stereotypach.[3]

Jak rozpoznawać dyskryminację?

Aby móc w pełni korzystać z równości, zagwarantowanej przez konstytucję i prawa człowieka, należy się jednak najpierw nauczyć rozpoznawać kiedy mamy doczynienia z nierównym traktowaniem czyli dyskryminacją.

Dyskryminacją jest każde nieuzasadnione zróżnicowanie w korzystaniu z przysługujących wszystkim ludziom, wrodzonym prawom oraz w egzekwowaniu tych praw. Współczesna, polska rzeczywistość obfituje w różne przykłady dyskryminujących praktyk. Dyskryminacja panoszy się na rynku pracy, w dostępie do reprezentacji w polityce, w mediach oraz reklamach a nawet w poszczególnym wypowiedziach polityków i polityczek, które często odznaczają się wybitnie seksistowskim lub homofobicznym nastawieniem.

Dyskryminacja może mieć różne formy. Może to być komentarz szefa lub kolegów z pracy na temat ciemniejszego koloru skóry jednego z pracowników; może to być pobicie przez grupkę chuliganów geja mieszkającego na ich osiedlu a może to być odmówienie przyjęcia do pracy osoby Romki, tylko ze względu na jej pochodzenie. We wszystkich tych przypadkach, chociaż zupełnie różnych, mamy do czynienia z **dyskryminacją bezpośrednią**. Za każdym razem, ktoś tylko ze względu na swoje pochodzenie, kolor skóry lub orientację seksualną jest traktowany gorzej niż inna osoba znajdująca się w tej sytuacji. Nieważne, czy chodzi o złośliwe komentarze czy o przemoc fizyczną, w każdej z tych sytuacji można mówić o dyskryminacji.

Możemy wyróżnić też **dyskryminację pośrednią**, którą znacznie trudniej jest rozpoznać i udowodnić. Oznacza ona, że chociaż pewne praktyki mają pozornie dla wszystkich takie same

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

skutki, to jednak dla niektórych grup osób mają trudniejsze i gorsze niż dla innych. Przykładem dyskryminacji pośredniej jest ciągła odmowa wprowadzenia w Polsce rejestrowanych związków partnerskich. Chociaż sytuacja ta dotyczy wszystkich obywateli i obywatelek polskich, to jednak najbardziej dotkliwa jest dla par homoseksualnych, które nie mogą zawrzeć małżeństwa ani w żaden inny sposób zarejestrować związku, przez co nie mają przywilejów dostępnych dla par heteroseksualnych jak choćby dziedziczenie wspólnego majątku.

Dyskryminacja a prawo

Dyskryminacja jest prawnie zakazana, zarówno przez regulacje w prawie polskim jak i w prawie Unii Europejskiej. Działania na rzecz równości i antydyskryminacji, są jednym z priorytetów polityki Wspólnoty. Traktat Amsterdamski podpisany 2 października 1997 roku w Amsterdamie, wszedł w życie 1 maja 1999 roku.

Artykuł 3 (ust. 2) Traktatu Amsterdamskiego (1997) głosi: *Zadaniem wspólnoty jest, poprzez ustanowienie wspólnego rynku i unii gospodarczo-walutowej i prowadzenie wspólnych polityk lub działań, (...) przyczynianie się w całej wspólnocie do (...) równości pomiędzy mężczyznami i kobietami.* [4]Artykuł 13 Traktatu dotyczy właśnie zwalczania dyskryminacji. Zgodnie z tym artykułem, Wspólnota może podjąć środki niezbędne do zwalczania wszelkich przejawów dyskryminacji (tu: dyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub przekonania, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną). Wprowadzenie w życie artykułu 13 Traktatu Amsterdamskiego możliwe było dzięki wprowadzeniu dwóch dyrektyw. Dyrektywa Rady 000/43/EC z 29 czerwca 2000 r., wprowadziła w życie zasadę równego traktowania osób bez względu na ich pochodzenie rasowe lub etniczne, natomiast Dyrektywa Rady 2000/78/EC z 27 listopada 2000 r., wprowadziła ogólne warunki ramowe równego traktowania w zakresie zatrudnienia i pracy.[5]

Praktyki dyskryminacyjne reguluje też krajowy porządek prawny. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej kwestię równości i dyskryminacji porusza w art. 32 i 33. Zgodnie z art. 32 Konstytucji *wszyscy obywatele i obywatelki są równi wobec prawa oraz mają prawo do równego traktowania przez władze* (ust. 1.); *nikt nie może być dyskryminowany w życiu*

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiejkolwiek przyczyny (ust. 2.). Kwestię równości kobiet reguluję w sposób szczegółowy art. 33, zgodnie z którym, *kobieta i mężczyzna w Rzeczypospolitej Polskiej mają równe prawa w życiu rodzinnym, politycznym, społecznym i gospodarczym* (ust. 1.). *Kobieta i mężczyzna mają w szczególności równe prawo do kształcenia, zatrudnienia i awansów, do jednakowego wynagradzania za pracę jednakowej wartości, do zabezpieczenia społecznego oraz do zajmowania stanowisk, pełnienia funkcji oraz uzyskiwania godności publicznych i odznaczeń* (ust. 2.)

Równe traktowanie na poziomie ustawowym reguluje też Kodeks pracy. Wśród podstawowych zasad prawa pracy, wymienione jest równe traktowanie kobiet i mężczyzn o czym mówi art. 11.2 k.p. *Pracownicy mają równe prawa z tytułu jednakowego wypełniania takich samych obowiązków; dotyczy to w szczególności równego traktowania mężczyzn i kobiet w zatrudnieniu* oraz, że *Jakakolwiek dyskryminacja w zatrudnieniu, bezpośrednia lub pośrednia, w szczególności ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy - jest niedopuszczalna* (art. 11.3 k.p.).

Szczegółowo o zakazie dyskryminacji traktuje rozdział IIa *Równe traktowanie w zatrudnieniu.* Przepisy znajdujące się w tym rozdziale są implementacją dyrektyw Parlamentu Europejskiego i Rady, dotyczących równych szans w zatrudnieniu. Podkreślone jest, że zabroniona jest zarówno dyskryminacja bezpośrednia jak i pośrednia (art. 18a § 2.) oraz szczegółowo zdefiniowana jest dyskryminacja pośrednia i bezpośrednia (art. 18a § 3. oraz art. 18a § 4.). Zgodnie z art. 18a § 5. dyskryminacją jest również molestowanie oraz molestowanie seksualne.

W raporcie *Przepisy a rzeczywistość* wydanym przez Polskie Towarzystwo Prawa Antydyskryminacyjnego, Katarzyna Gonera wskazuje, że Kodeks pracy i Konstytucja nie są jedynymi dokumentami prawnymi regulującymi zagadnienie równego traktowania i dyskryminacji. Ustawa z 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia w instytucjach rynku pracy (tekst jednolity: Dz. U. z 2008 r. Nr 69, poz. 415 ze zm.) przewidziano (w art. 36 ust. 4 pkt 3), że

pośrednictwo pracy dla bezrobotnych i poszukujących pracy oraz pracodawców, realizowane przez powiatowe i wojewódzkie urzędy pracy, jest prowadzone nieodpłatnie, zgodnie z zasadą równości, oznaczającą obowiązek udzielania wszystkim bezrobotnym takiej samej pomocy, bez względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość,przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne czy wyznanie.[6] Gonera przywołuje też art. 121 ust. 3 i 123 ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, zgodnie z którymi ten, kto - prowadząc agencję zatrudnienia - nie przestrzega zasady zakazu dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, pochodzenie etniczne, narodowość, orientację seksualną, przekonania polityczne i wyznanie lub ze względu na przynależność związkową albo ten, kto - ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, pochodzenie etniczne, wyznanie lub orientację seksualną - odmówi zatrudnienia kandydata na wolnym miejscu zatrudnienia lub miejscu przygotowania zawodowego, podlega karze grzywny nie niższej niż 3000 złotych.[7]

Jak reagować?

Chociaż przepisy prawne gwarantują równe traktowanie, to jednak na co dzień w Polsce ma miejsce wiele przypadków dyskryminacji różnych grup społecznych. Wiedząc już, że jakakolwiek dyskryminacja jest zabroniona przez polskie i europejskie prawo, na każde zaobserwowane lub doświadczone nierówne traktowanie, możemy reagować tak samo, jak na wszelkie inne przypadki łamania prawa.

W Polsce, podobnie jak w innych krajach Unii Europejskiej, istnieją różne instytucje monitorujące dyskryminację oraz świadczące pomoc poszczególnym obywatelom i obywatelkom. Najważniejszą instytucją rządową odpowiedzialną za przeciwdziałania dyskryminacji jest biuro Pełnomocniczki Rządu do Spraw Równego Traktowania, którego funkcję od 30 kwietnia 2008 roku sprawuje Elżbieta Radziszewska.[8] Rolą Pełnomocniczki Rządu do Spraw Równego Traktowania, jest *koordynacja działań wszystkich resortów i instytucji publicznych w celu zapewnienia właściwej realizacji zasady równego traktowania, prowadzenie polityki przeciwdziałania dyskryminacji z jakiegokolwiek powodu oraz zapewnienie równych szans dla*

grup marginalizowanych.[9] Niestety, w chwili obecnej realne działania Pełnomocniczki odbiegają znacznie od tak zwanego *zapewniania równych szans dla grup marginalizowanych.* Wystarczy przypomnieć, że obecna Pełnomocniczka często nie tylko nie popierała roszczeń organizacji walczących o prawa dyskryminowanych grup, lecz często także występowała przeciwko. W odpowiedzi na dotychczasowy brak efektywnych działań obecnej Pełnomocniczki do Sprawy Równego Traktowania powstał list do premiera Donalda Tuska, który apelował o odwołanie Minister Radziszewskiej z urzędu.[10]

Dlatego, w obliczu braku realnych i efektywnych działań rządu zmierzających do polepszenia sytuacji grup dyskryminowanych, duża odpowiedzialność spoczywa na organizacjach pozarządowych, które w ramach swoich działań mogą podejmować wiele oddolnych inicjatyw na rzecz monitoringu i przeciwdziałania dyskryminacji. Jedynie poprzez rzetelny monitoring przy równoczesnym podejmowaniu akcji edukacyjnych oraz konsekwentnym nagłaśnianiu procesów o ochronę praw osób dyskryminowanych, możliwa jest trwała zmiana świadomościowa, która nie tylko pomoże skuteczniej reagować w przypadkach dyskryminacji lecz również, ograniczy jej występowanie.

---

[1] *Antyskryminacja. Pakiet edukacyjny,* pod red. Izabela Podsiadło-Dacewicz, Warszawa 2005.

[2] por. z http://www.bezuprzedzen.org/dyskryminacja/

[3] por. z http://www.bezuprzedzen.org/dyskryminacja/

[4] Agnieszka Graff, *Unijna polityka równości płci – założenia i kontrowersje* dostępne w: http://ec.europa.eu/polska/news/opinie/090806_unijna_polityka_rownosci_plci_pl.htm

[5] *Antyskryminacja. Pakiet edukacyjny,* pod red. Izabela Podsiadło-Dacewicz, Warszawa 2005.

[6] K. Gonera, *Analiza przepisów antydyskryminacyjnych i orzecznictwa sądów polskich w zakresie równego traktowania w zatrudnieniu* w: K.Kędziora, K. Śmiszek, K.Gonera *Równe traktowanie w zatrudnieniu. Przepisy a rzeczywistość,* Warszawa 2009.

[7] *ibidem*

[9] por. http://www.rownetraktowanie.gov.pl/pl/home

[10] por. http://femka.net/apel-o-dowolanie-min-radziszewskiej/

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia:

1. K.Kędziora, K. Śmiszek, K.Gonera *Równe traktowanie w zatrudnieniu. Przepisy a rzeczywistość,* Warszawa 2009.
2. *Antyskryminacja. Pakiet edukacyjny,* pod red. Izabela Podsiadło-Dacewicz, Warszawa 2005.
3. Agnieszka Graff, *Unijna polityka równości płci – założenia i kontrowersje* dostępne w: http://ec.europa.eu/polska/news/opinie/090806_unijna_polityka_rownosci_plci_pl.htm
4. Dominika Bychawska, *Unia nierychliwa, ale sprawiedliwa. O konsekwencjach niewprowadzenia przez Polskę dyrektyw równościowych.*(http://www.feminoteka.pl/readarticle.php?article_id=522)
5. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej http://www.pip.gov.pl/html/pl/doc/k0000001.pdf
6. Kodeks Pracy http://www.pip.gov.pl/html/pl/html/k0000000.htm

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Marta Dymek

Projekt Gender Index,

CZYLI JAK PRZECIWDZIAŁAĆ NIERÓWNYM SZANSOM NA RYNKU PRACY

Przeszkody w rozwoju zawodowym kobiet, czyli kilka słów o *szklanym suficie*

Zjawisko dyskryminacji kobiet na rynku pracy, wbrew obiegowym opiniom, nie jest jedynie zjawiskiem o wymiarze ekonomicznym. Dyskryminacja ekonomiczna na rynku pracy, którą możemy zawęzić do dyskryminacji płacowej czyli nierównego wynagrodzenia zatrudnionych osób przy ich równoważnych lub równoważących się kompetencjach (jak na przykład: wykształcenie, doświadczenie, ilość odbytych kursów podnoszących kwalifikacje zawodowe) jest tylko jednym z wielu wymiarów fenomenu zawodowej dyskryminacji kobiet.[1] Bo oprócz nierówności płac na rynku pracy występują także inne liczne przejawy różnego traktowania kobiet i mężczyzn zaczynające się jeszcze przed wejściem na rynek pracy, które mają równie duży wpływ na zawodową sytuację kobiet.

Nierówne szanse kobiet na rynku pracy i w polskich firmach to zjawisko wielowymiarowe Średnie wynagrodzenie kobiet jest o około 20% niższe niż w przypadku mężczyzn[2], co często może być wynikiem nie tylko różnicy płci ale także wykształcenia, doświadczenia zawodowego lub specyficznych dla danej pracy umiejętności. Nierówność ta jest stosunkowo najłatwiejsza do wykazania i dlatego często stanowi argument w dyskusji nad sytuacją kobiet na rynku pracy, nie jest jednak jedyną przeszkodą, na jaką natrafiają kobiety na ścieżce zawodowego samorozwoju. Równie istotnym elementem tego zjawiska jest fenomen *szklanego sufitu.* Trudniejszy dostęp do wyższych stanowisk decyzyjnych, spychanie kobiet do działów o niższej randze, ich nieobecność w obszarach związanych z władzą i przywództwem najwyższego szczebla – wszystkie te zjawiska, będące przeszkodami w rozwoju zawodowym kobiet, noszą nazwę efektu *szklanego sufitu (*ang. *glass ceiling).*[3]

To pojęcie, jako kategoria analizy i opisu funkcjonowania kobiet w szeroko rozumianej sferze publicznej, ma dość krótką historię. Po raz pierwszy zostało użyte 24 marca 1986 roku w artykule opublikowanym w *The Wall Street Journal,* autorstwa Carola Hymowitza i Timothyego Schellhardta. Kategoria *szklanego sufitu* odnosi się do przeszkód, jakie kobiety napotykają na

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

rynku pracy. Wyrażenie to symbolizuje możliwości awansu przy jednoczesnej jego nieosiągalności. Słowo *sufit* wskazuje na obecność limitów ograniczających rozwój zawodowy kobiet, natomiast przymiotnik *szklane* oznacza, że chociaż napotykane przeszkody są często niewidoczne, to jednak równocześnie pozostają one bardzo realne.[4]

Pomimo że pojęcie *szklanego sufitu* ma metaforyczny charakter, to wiele kobiet próbujących odnieść sukces w karierze zawodowej potrafi z łatwością odnieść go do rzeczywistości. Już na etapie rekrutacji na stanowisko pracy kobiety często oceniane są przy pomocy **innych standardów** niż mężczyźni ubiegający się o tę samą posadę. Podczas rozmów kwalifikacyjnych kandydatki zmuszone są udzielać informacji **ze sfery życia prywatnego takich jak: sytuacja rodzinna lub plany prokreacyjne**, co jest przykładem stosowania odmiennych standardów w ocenie kobiet i mężczyzn w miejscu pracy. Nierówne traktowanie nie kończy się wraz z przyjęciem do pracy. Kobiety, stereotypowo kojarzone przede wszystkim z rolą matki i żony, muszą w miejscu pracy **wciąż udowadniać, że potrafią pogodzić karierę z życiem prywatnym**. Również przy awansach zawodowych kobiety napotykają na problemy związane z ich podwójną rolą społeczną, wymuszającą jednoczesne wypełnianie obowiązków zawodowych oraz opiekę nad osobami zależnymi, dziećmi oraz starszymi członkami rodziny. Poza tym kobiety częściej niż mężczyźni **narażone są na molestowanie seksualne** oraz znacznie częściej doświadczają **mobbingu**, czyli psychicznego znęcania się w miejscu pracy. [5]

Dopiero biorąc pod uwagę wszystkie te zjawiska, składające się na wielowymiarowy problem dyskryminacji kobiet, możemy właściwie rozważyć realne problemy i trudności kobiet na rynku pracy.

To się opłaca, czyli dlaczego warto zburzyć szklany sufit

Mechanizm dyskryminacji kobiet w miejscu pracy, przejawiający się poprzez stwarzanie nierównych szans rozwoju zawodowego kobiet i mężczyzn, wpływa nie tylko na gorsze położenie ekonomiczne kobiet w społeczeństwie, lecz także na niższy stopień wykorzystania potencjału ludzkiego przez firmy i przedsiębiorstwa. Przeciwdziałanie dyskryminacji jest zatem zadaniem niosącym korzyści nie tylko dla pracowniczek, ale także dla pracodawców i pracodawczyń.

Zapobieganie molestowaniu seksualnego i mobbingowi, uświadamianie pracowniczek o ich prawach w miejscu pracy oraz unikanie podwójnych standardów w ocenie kobiet i mężczyzn – wszystkie te działania pomagają optymalnie wykorzystywać zasoby personalne przedsiębiorstwa stworzyć środowisko, w którym k*ażda zatrudniona osoba czuje się doceniana, wszystkie jej talenty są w pełni wykorzystywane a organizacja osiąga swoje cele*.[6] Spośród licznych płynących dla firm korzyści z wdrażania polityki równościowej pracodawcy najczęściej wymieniają s**zerszy dostęp do nowych zasobów ludzkich**, gdyż podczas procesu rekrutacji mogą **rekrutować pracowników i pracowniczki z większej grupy talentów**. W efekcie firma może korzystać z **różnych doświadczeń i umiejętności zatrudnionych osób**, co p**odnosi poziom kreatywności i innowacji w przedsiębiorstwie** a tym samym **poziom zadowolenia klientów**, otrzymujących gotowy produkt stworzony w oparciu o **różnorodne doświadczenia zespołu**. Co więcej, firma dbająca o politykę równościową zyskuje **prestiżowy wizerunek przedsiębiorstwa odpowiedzialnego społecznie**, co nie tylko może **przyciągać lepszych kandydatów i kandydatki**, ale także buduje **pozytywny wizerunek firmy na rynku**.[7]

Rys. 1. Koło korzyści płynących z równościowej polityki dla przedsiębiorców i przedsiębiorczyń.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Liderzy i liderki równościowgo biznesu czyli Gender Index

Aby wypracować politykę zarządzania uwrażliwioną na problematykę płci, należy wprowadzić zmiany zarówno na poziomie organizacyjnym, jak i indywidualnym. Rzeczywiste i efektywne wykorzystywanie całego potencjału personalnego firm wymaga permanentnego włączenia kwestii równości płci do codziennych praktyk organizacyjnych. W jaki sposób tego dokonać?

W odpowiedzi na problem dyskryminacji kobiet eksperci i ekspertki Programu Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju w Polsce stworzyli projekt Gender Index, finansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Inicjatywy Wspólnotowej EQUAL. Projekt Gender Index proponuje konkretne instrumenty wielopoziomowego zapobiegania dyskryminacji kobiet na rynku pracy oraz dąży do wypracowania modelu równościowego przedsiębiorstwa. [8] Tak wypracowany model ma na celu nie tylko poprawienie sytuacji kobiet w miejscu pracy, lecz także promocję zarządzania różnorodnością jako narzędzia efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi w firmie. W ramach projektu pracodawcy mają okazję do dokładniejszego **zapoznania się z prawem pracy związanym z równouprawnieniem kobiet i mężczyzn w miejscu zatrudnienia**, dzięki czemu mogą swobodnie korzystać z omówionych wcześniej korzyści płynących z równościowej polityki firmy. Podczas trwania projektu pracodawcy mogą dowiedzieć się też, **w jaki sposób wprowadzić nowe, równościowe standardy zarządzania przedsiębiorstwem** oraz, jakie **działania wspierające kobiety w miejscu pracy** mogą zastosować. [9]

Jednym z głównych rezultatów projektu Gender Index jest konkurs *Firma Równych Szans,* który miał za zadanie promować przedsiębiorstwa kierujące się równościową polityką oraz wyróżnić te firmy, które wprowadzają najefektywniejsze rozwiązania w obszarze równościowego zarządzania. W drugiej edycji konkursu *Firma Równych Szans* w 2007 roku wzięło udział 100 firm, następnie wyróżniono po trzech laureatów w dwóch kategoriach. W kategorii małych i średnich przedsiębiorstw na pierwszym miejscu znalazła się firma Skrivanek Sp. z o.o., która będąc prowadzona przez kobietę i zatrudniając w większości kobiety wyróżniła się równościowym podejściem do awansów i szkoleń. Natomiast w kategorii dużych przedsiębiorstw pierwszym miejscem uhonorowano Wyższą Szkołę Humanistyczno-Ekonomiczną w Łodzi, w

której większość stanowisk kierowniczych zajmują kobiety, stanowiące większość w całej placówce. Ponadto WSHE wyróżniła się dobrą polityką w zakresie rekrutacji, ułatwień w łączeniu obowiązków rodzinnych z zawodowymi oraz w równościowym dostępie do awansów. [10]

Ponadto w ramach projektu w oparciu o doświadczenia polskich firm wypracowano **model szkoleniowy** ***Zarządzanie firmą równych szans***, oparty na koncepcji zarządzania różnorodnością (diversity managment). W szkoleniach od początku 2007 roku wzięło udział ponad 120 małych, średnich i dużych firm oraz instytucji publicznych. Oprócz samego modelu szkoleniowego, wydano również ***Przewodnik dobrych praktyk „Firma Równych Szans"***, który jest pierwszą publikacją tego typu w Polsce. *Przewodnik* jest zbiorem dobrych praktyk i innowacyjnych rozwiązań w obszarze polityki równościowej w miejscu pracy i powstał dzięki doświadczeniom 34 organizacji, z których ostatecznie do publikacji wybrano aż 58 dobrych praktyk z 27 organizacji. Jednak bezsprzecznie najważniejszym rezultatem projektu jest stworzenie **wskaźnika gender index**.

Wskaźnik gender index to pierwsze w Polsce narzędzie służące do badania obszarów nierównego traktowania i monitoringu miejsc pracy w zakresie równych szans, od procesu rekrutacji aż po wprowadzanie rozwiązań ułatwiających osobom zatrudnionym godzenie życia rodzinnego i zawodowego. Wskaźnik gender index, opracowany przez zespół ekspertów i ekspertek z najprężniejszych jednostek badawczych i akademickich w Polsce, obejmuje siedem obszarów przedmiotowych:

1. Rekrutacja,
2. Dostęp do awansów,
3. Ochrona przed zwolnieniami,
4. Dostęp do szkoleń,
5. Wynagrodzenia,
6. Ochrona przed molestowaniem seksualnym i mobbingiem,
7. Możliwość łączenia obowiązków zawodowych i rodzinnych.

Badanie wskaźnikiem gender index polega na opisaniu organizacji przez wektor zawierający składowe podzielone na powyższe siedem obszarów. Podczas badania brane są pod uwagę zarówno cechy ilościowe i jakościowe, jak i te o charakterze porządkującym. Podczas badania wskaźnikiem gender index informacje są gromadzone metodą badań ankietowych.[11]

Gender Index i co dalej?

Projekt Gender Index wyróżnia się działaniami skierowanymi przeciw dyskryminacji na wszystkich poziomach jej występowania. Dyskryminujące reguły rekrutacji, nierówne szanse rozwoju zawodowego, dostęp do awansów, mobbing i molestowanie seksualne – wszystkie te zjawiska, brane są pod uwagę przy badaniu zakładów pracy i promowane są dobre praktyki mające wyeliminować każdy z tych problemów.

Ponadto, dzięki koegzystencji wszystkich trzech głównych działań projektu, czyli badania wskaźnikiem gender index, organizacji konkursu *Firma Równych Szans* oraz stworzenia *Przewodnika dobrych praktyk* możliwe jest jednoczesne monitorowanie i promowanie równościowej polityki zatrudnienia. Spośród firm i przedsiębiorstw przebadanych wskaźnikiem wybierane są bowiem te, które najefektywniej realizują politykę równouprawnienia, wdrażając nowatorskie rozwiązania i stosując innowacyjne praktyki antydyskryminacyjne. Przy regularnym badaniu rynku pracy, możliwe jest stworzenie nie tylko przewodnika najlepszych praktyk ale także odnotowanie problematycznych obszarów, co pozwoli skuteczniej przeciwdziałać dyskryminacji, wdrażając projekty nakierowane szczególnie na dyskryminujące skamieliny na rynku pracy. W Polsce do takich sfer zaliczyć można na przykład notoryczne pytania o plany prokreacyjne lub sytuację rodzinną, które zadawane są kandydatkom na rozmowie kwalifikacyjnej[12].

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

[1] por.: J. E. Stiglitz, *Approaches to the Economics of Discrimination,The American Economic Review*ew, 1973, vol. 63, s. 287.

[2] M. Rawluszko., A. Mikulska.,P. Kaczmarek, *Gender Index. Wskaźnik równouprawnienia kobiet i mężczyzn w miejscu pracy*, Warszawa 2006 dostępne w:http://wup.gdansk.pl/g2/2010_11/271681ddbca96d37de7bf8cd9fb9310f.pdf

[3] B. Budrowska., D. Duch, A. Titkow Szkalny sufit: bariery i ograniczenia kobiet polskich, Warszawa 200

[4] A.H.Eagly, L. Carli., *Through the Labyrinth. The true about how woman become leaders*, Harvard Business School Corporation 2007.

[5] M. Rawluszko., A. Mikulska.,P. Kaczmarek, *Gender Index. Wskaźnik równouprawnienia kobiet i mężczyzn w miejscu pracy*, Warszawa 2006 dostępne w:http://wup.gdansk.pl/g2/2010_11/271681ddbca96d37de7bf8cd9fb9310f.pdf

[6] Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Kraków 2000.

[7] *Podręcznik Trenerski Zarządzania Firmą Równych Szans*, pod red. Agnieszki Grzybek, Warszawa 2008.

[8] M. Gryszko, *Projekt Gender Index*, w: *Podręcznik Trenerski Zarządzania Firmą Równych Szans*, pod red. Agnieszki Grzybek, Warszawa 2008.

[9] M. Dymowska, *Model rozwoju wrażliwości międzykulturowej jako narzędzie analizy organizacji*, w: *Podręcznik Trenerski Zarządzania Firmą Równych Szans*, pod red. Agnieszki Grzybek, Warszawa 2008.

[10] *Gender Index. Firma Równych Szans 2007, II edycja. Raport z konkursu*, pod red. Ewy Lisowskiej, Warszawa 2008, dostępny w:http://www.wup.gdansk.pl/g2/2010_11/9b246e5a15f884b119ebf5c5f9e5e5e9.pdf

[11] *Gender Index. Firma Równych Szans 2007, II edycja. Raport z konkursu*, pod red. Ewy Lisowskiej, Warszawa 2008, dostępny w:http://www.wup.gdansk.pl/g2/2010_11/9b246e5a15f884b119ebf5c5f9e5e5e9.pdf

[12] Pracownicy lub pracowniczki nie są zobowiązane udzielać informacji na temat liczby planowanych lub posiadanych dzieci, co wynika z art. 22 par. 1 k.p.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia:

1. M. Armstrong, *Zarządzanie zasobami ludzkimi,* Kraków 2000.
2. B. Budrowska., D. Duch, A. Titkow Szkalny sufit: bariery i ograniczenia kobiet polskich, Warszawa 2003.
3. A.H. Eagly, L. Carli., *Through the Labyrinth. The true about how woman become leaders,* Harvard Business School Corporation 2007.
4. *Podręcznik Trenerski Zarządzania Firmą Równych Szans,* pod red. Agnieszki Grzybek, Warszawa 2008.
5. *Gender Index. Firma Równych Szans 2007, II edycja. Raport z konkursu,* pod red. Ewy Lisowskiej, Warszawa 2008, dostępny w:

   http://www.wup.gdansk.pl/g2/2010_11/9b246e5a15f884b119ebf5c5f9e5e5e9.pdf
6. M. Rawluszko., A. Mikulska.,P. Kaczmarek, *Gender Index. Wskaźnik równouprawnienia kobiet i mężczyzn w miejscu pracy,* Warszawa 2006 dostępne w:

   http://wup.gdansk.pl/g2/2010_11/271681ddbca96d37de7bf8cd9fb9310f.pdf
7. J. E. Stiglitz, *Approaches to the Economics of Discrimination,The American Economic Review*ew, 1973, vol. 63, s. 287.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Katarzyna Hołojda

Nierówności w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn

Różnice w wysokościach wynagrodzeń kobiet i mężczyzn to jeden z przejawów dyskryminacji i braku równości płci w miejscu pracy. Choć o różnorodnych problemach związanych z niesprawiedliwą sytuacją na rynku pracy mówi się sporo, do zniwelowania różnic wciąż jeszcze daleka droga. W XXI wieku sytuacja, w której kobieta o takich samych kwalifikacjach jak mężczyzna otrzymuje za pracę o takiej samej wartości i na takim samym stanowisku mniejsze wynagrodzenie jest niestety nadal bardzo częsta.

Na początek – garść danych statystycznych przytaczanych w raportach Komisji Europejskiej (http://ec.europa.eu/news/employment/index_pl.htm). Według nich, kobiety, de facto zarabiające mniej, często są lepiej wykształcone niż ich koledzy z pracy – w Europie 60 proc. kobiet kończy studia wyższe. Mimo takiego staniu rzeczy, aż 2/3 spośród wszystkich kierowniczych stanowisk należy do mężczyzn. Jednocześnie średnia różnica w zarobkach kobiet i mężczyzn w Polsce wynosi 17,5 proc. i – mimo że w skali Europy jest to jeden z niższych poziomów tego wskaźnika (są kraje, np. Niemcy i Wielka Brytania, gdzie osiąga on poziom 20, a nawet – np. w Estonii – 25%) – do zlikwidowania problemu wciąż potrzeba znacznego nakładu sił – wielu dobrze opracowanych strategii oraz skutecznie wdrażanych na ich podstawie działań. Gdy w marcu 2011 roku portal Wynagrodzenia.pl spytał swoich użytkowników i swoje użytkowniczki o to, czy w jej/jego firmie kobiety są gorzej opłacane niż mężczyźni, aż 45 procent powiedziało, że tak (http://wyborcza.pl/1,75478,9417386,Rowni__a_pensje_mamy_rozne.html). Teoretycznie więc połowa z nas ma świadomość istnienia bardzo ważnego problemu, którego rozwiązanie powinno stanowić jeden z priorytetów i to nie tylko z gospodarczo-ekonomicznego punktu widzenia.

Niższa zapłata za tę samą pracę i różny udział w rynku pracy

Z porównania sytuacji kobiet i mężczyzn zajmujących te same stanowiska i wykonujących pracę tej samej jakości wyłaniają się spore dysproporcje, zwłaszcza płacowe. Jeszcze większe

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

nierówności pojawiają się jednak, gdy do tego doda się wiele innych czynników wpływających na ogólnie gorsze traktowanie kobiet na rynku pracy. Według broszury informacyjnej opracowanej przez Komisję Europejską, przyczyny różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn to m.in.:

> bezpośrednia dyskryminacja, segregacja zawodów i sektorów, tradycje i stereotypy w edukacji, szkoleniach i pracy, brak równowagi między życiem prywatnym a zawodowym (sprawiający, że kobiety częściej podejmują pracę w niepełnym wymiarze godzin lub przerywają karierę), ograniczone możliwości awansu, sposób klasyfikacji i oceny zawodów (prowadzący do niedocenienia pracy kobiet), a także stosowana polityka płacowa.

Różnice w zarobkach inaczej kształtują się w zależności od wysokości stanowiska. Pracownicy i pracownice szeregowi/e mają najbardziej wyrównane pensje (i jednocześnie w ich grupie więcej jest kobiet). Im wyższe stanowisko, tym więcej mężczyzn je zajmuje i tym mniej w stosunku do nich zarabiają kobiety. Jak twierdzi, spytany przez „Gazetę Wyborczą" prof. Tomasz Szlendak: „Panie zasiadające w zarządzie zarabiały w 2010 roku ledwie 75 proc. tego co panowie. – To bierze się też stąd, że im wyżej się jest w hierarchii, tym częściej trzeba negocjować pensję […]. A kobiety albo nie umieją, albo nie chcą tego robić". Wyłania się stąd jednak daleko idący wniosek, że nierówności płac (zwłaszcza w przypadku wyższych stanowisk) wynikają z nieumiejętności negocjacyjnych kobiet i ich uległości wobec (najczęściej męskich) propozycji i ustaleń. Takie tłumaczenie istniejących różnic to proste odwołanie się do stereotypu. Tymczasem, nawet jeśli jest to rzeczywiście jakaś forma uległości ze strony kobiet, na pewno nie wynika ona z „naturalnych" cech kobiet, ale sytuacji wytworzonej na rynku pracy i w ogóle istniejącej w rzeczywistości społeczno-kulturowej.

Innymi słowy, wiele problemów związanych z dyskryminacją kobiet na rynku pracy wiąże się z wieloma (po części już wymienionymi) czynnikami, m.in. ścisłym związku z kwestią godzenia pracy z życiem prywatnym. W tradycyjnej rodzinie obowiązki domowe zwykle nie rozkładają się równomiernie, co wielokrotnie zmusza kobiety do tymczasowego przerwania swojej zawodowej kariery, rezygnacji z pracy w pełnym wymiarze godzin lub z pracy w ogóle. Na nierówny udział kobiet i mężczyzn w rynku pracy wpływają także: brak odpowiedniej polityki pracodawców, obejmującej kwestię opieki nad dziećmi oraz problemy systemu edukacji, gdzie

ciągle utrzymujące się stereotypy determinują wybory kobiecych i męskich ścieżek edukacji, przez co ogólnie zwiększa się i wzmacnia segregacja płciowa na rynku pracy. Rozległość tego problemu polega również na konsekwencjach z niego wypływających. Jak podaje Komisja Europejska: „niższe wynagrodzenie oznacza jednocześnie niższą emeryturę. Dlatego właśnie 22 proc. kobiet w wieku od 65 lat zagrożonych jest ubóstwem. W przypadku mężczyzn wskaźnik ten wynosi 16 proc." (http://ec.europa.eu/news/employment/110304_pl.htm). Rozwiązywanie problemu nierówności płac kobiet i mężczyzn może – i wręcz powinno – wiązać się z ogólną naprawą stanu współczesnego rynku pracy w Polsce. Taka złożoność problemu i tak wielkie wynikające z niego konsekwencje zmuszają wręcz do podjęcia działań zapobiegawczych i naprawczych.

Działania Unii Europejskiej

W ramach swojej szeroko zakrojonej polityki, UE wspiera działania, które mają prowadzić do zniwelowania różnic, aktualnie obserwowanych w zarobkach kobiet i mężczyzn. Równość stanowi przecież jedną z pięciu wartości, na których opiera się Unia (http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0491:FIN:PL:PDF). Zgodnie z polityką UE, po pierwsze, dla obu płci niezbędnym warunkiem dla sprawowania kontroli nad własnym życiem i podejmowania rzeczywistych wyborów jest niezależność ekonomiczna. Działania podjęte w celu wdrażania tak podstawowego założenia przynoszą pozytywne skutki – coraz więcej kobiet znajduje zatrudnienie, co powoduje zmniejszanie istniejących dysproporcji. Jak podaje Komisja Europejska: „w ciągu ostatniej dekady kobiety znacznie zwiększyły swoją obecność na ryku pracy – wskaźnik zatrudnienia kobiet osiąga 62,5 %. W Unii Europejskiej na 12, 5 miliona nowych miejsc pracy stworzonych w latach 2000 – 2009 - 9,8 miliona miejsc przypada na kobiety. Ich silniejsza obecność na rynku pracy przyczynia się do wzrostu gospodarczego w UE"

(http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0491:FIN:PL:PDF).

Wszystkie działania praktyczne mają swoje źródła w licznych dyrektywach (wspomnieć można choćby o dyrektywie w sprawie równości wynagrodzeń dla mężczyzn i kobiet z 1975 roku albo dyrektywie w sprawie równego traktowania kobiet i mężczyzn z 2002 roku). Prócz

kolejnych założeń natury prawnej, a więc w znacznej mierze czysto teoretycznych, UE zajmuje się promowaniem konkretnych działań. Funkcjonowanie Komisji Europejskiej w tym zakresie powinno być kontynuowane, by wzmacniała się (na szczęście coraz większa) świadomość oraz aktywność społeczna.

Działania Komisji Europejskiej zmierzają z jednej strony do zdobycia jak najdokładniejszych danych na temat aktualnego stanu rzeczy. Komisja bada możliwe sposoby poprawy przejrzystości wynagrodzeń, wpływu, jaki na płacę mają różnorodne czynniki, np. niepełny wymiar godzin pracy. Z drugiej strony – podejmowane są i wspierane konkretne inicjatywy, np. pomoc pracodawcom w usuwaniu nieuzasadnionych różnic wysokości płac pracowników i pracownic. Komisja Europejska przygotowuje kampanie skierowane do pracodawców, których celem jest wspieranie i nagradzanie firm działających na rzecz równości płci. Ponadto do ważnych i potrzebnych inicjatyw należy aktywne zachęcanie kobiet i mężczyzn do podejmowania pracy w zawodach „nietradycyjnych", czyli takich, w których dana płeć nie jest wystarczająco reprezentowana. Ważne są również jasne zasady otrzymywania wynagrodzenia za daną pracę – chodzi o umożliwienie (za pomocą takich narzędzi, jak np. kalkulatory różnic w wynagrodzeniu) rozpoznawania i zwalczania przypadków dyskryminacji w tym obszarze oraz zwiększania przejrzystości warunków wypłacania wynagrodzeń. Następna sfera działań dotyczy ułatwiania zarówno kobietom, jak i mężczyznom rozsądnego i udanego godzenia życia zawodowego z prywatnym (zob. http://ec.europa.eu/news/employment/110304_pl.htm).

Jedna z bardziej znanych inicjatyw UE to ogłoszenie 5 marca Europejskim Dniem Równości Wynagrodzeń. Data została wyznaczona w sposób bardzo przemyślany – to do tego dnia kobiety musiałyby pracować, aby ich zarobki zrównały się z tym, co mężczyźni zarobili w poprzednim roku.

Zdaniem wielu wypowiadających się na ten temat ekspertów i ekspertek, wprowadzanie zmian jest dość trudne i w znacznej mierze zależy od świadomości pracodawców i pracodawczyń, na którą z kolei wpływają przecież różnorodne okoliczności, choćby takie jak istniejące stereotypy dotyczące płci. W celu zwiększenia skuteczności wdrażania postulatów, zwłaszcza tych proponowanych przez instytucje unijne, niezbędne są bardzo szeroko rozumiane zmiany społeczne oraz działania edukacyjne. Ważne są także dobrze dobierane i przeprowadzane

procedury kontrolne. Dr Sedlak (udzielający na ten temat wypowiedzi dla „Gazety Wyborczej", http://wyborcza.pl/1,75478,9417386,Rowni__a_pensje_mamy_rozne.html) przytacza przykład skutecznego rozwiązania działającego w Wielkiej Brytanii, gdzie kobieta może poprosić o ujawnienie zarobków innych pracowników i pracownic, jeśli czuje się dyskryminowana. Wtedy pracodawca jest – pod groźbą konsekwencji karnych – zobowiązany do zniwelowania istniejących różnic. Takiego rozwiązania jednak nie przewiduje prawo polskie.

Do równości jeszcze długa droga

W wielu przypadkach hasła dotyczące wyrównania wynagrodzeń pozostają wyłącznie w sferze teoretycznej – nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistości. Działania w różnych państwach i w różnych obszarach przebiegają mniej lub bardziej sprawnie. Choć przed Polakami i Polkami jeszcze długa droga do osiągnięcia idealnej równości, należy doceniać, że coraz więcej osób zdaje sobie sprawę z powagi problemu, co z reguły stanowi najważniejszy impuls prowokujący do działania. Niestety, jak ostrzegają eksperci i ekspertki, zmiany te wciąż przebiegają zbyt wolno.

Podsumowując, warto zaznaczyć, że wprowadzanie pozytywnych zmian w zakresie traktowania płci na rynku pracy nie jest więc jedynie politycznym i ideologicznym działaniem, lecz wiąże się z konkretnymi korzyściami ekonomicznymi. Jak podkreśla Viviane Reding (obecnie Komisarz ds. sprawiedliwości, wymiaru sprawiedliwości i obywatelstwa w Komisji Europejskiej), wszelkie różnice przekładają się na straty w gospodarce krajów członkowskich UE, które usuwając istniejące nierówności w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn, mogą zwiększyć swoje PKB o co najmniej 15 proc. Zdaniem Reding, niewykorzystywanie potencjału kobiet jest sporym błędem w sensie gospodarczo-ekonomicznym (http://wyborcza.pl/1,76842,7633714,Kobiety_w_Unii__lepiej_wyksztalcone__gorzej_oplacane.html).

Innymi słowy, wszelkie zmiany wprowadzane w celu zmniejszania różnic w szeroko rozumianej sytuacji kobiet i mężczyzn na rynku pracy powinny się wiązać z działalnością możliwie najskuteczniejszą i najszerzej zakrojoną. Z jednej strony – powinna ona polegać na uświadamianiu istnienia problemu, nagłaśnianiu go w opinii publicznej (by zwiększać społeczne

poparcie działań UE i innych organizacji podejmujących inicjatywy w tej sprawie). Z drugiej strony – powinno się to wiązać z wdrażaniem konkretnych postulatów, ich praktyczną realizacją. Dobrym rozwiązaniem jest nagradzanie i promowanie najlepszych pod tym względem firm, nagłaśnianie ich „pozytywnych" działań oraz eksponowanie korzyści, które z takiej polityki firmy wynikają. Aby były skuteczne, działania te muszą obejmować zarówno bezpośrednią pomoc pracodawcom w uporaniu się z tym wyzwaniem, jak i pracownikom i pracownicom w skutecznym dochodzeniu swoich racji i uzasadnionych roszczeń.

Krótko mówiąc, w systemie społecznym każda sfera nieuchronnie wpływa na drugą, powodując tym samym konieczność działania na wielu obszarach i w odniesieniu do wielu kwestii. Niewykluczone jednak, że korzyści płynące z działań podjętych w celu wyrównania poziomu wynagrodzenia kobiet i mężczyzn, będą – z punktu widzenia nie tylko ekonomiczno-gospodarczego – znacznie większe, niż można teraz przewidywać.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. *Komisja Europejska*, (online) http://ec.europa.eu/news/employment/index_pl.htm, dostęp: lipiec 2011.
2. Katarzyna Pawłowska-Salińska, Równi a pensje mamy różne, [w:] „Gazeta Wyborcza" 12.04.2011, (online) http://wyborcza.pl/1,75478,9417386,Rowni__a_pensje_mamy_rozne.html, dostęp: lipiec 2011.
3. PAP, mc, *Kobiety w Unii lepiej wykształcone, gorzej opłacane*, [w:] „Gazeta Wyborcza" 7.03.2010, (online) http://wyborcza.pl/1,76842,7633714,Kobiety_w_Unii__lepiej_wyksztalcone__gorzej_oplacane.html, dostęp: lipiec 2011.
4. *Komunikat komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. Strategia na rzecz równości kobiet i mężczyzn 2010-2015*, (online) http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0491:FIN:PL:PDF, dostęp: lipiec 2011.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Patrycja Krysiak

Wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn w dostępie do rynku pracy

Zjawisko nierównych szans kobiet i mężczyzn w dostępie do rynku pracy jest jednym z podstawowych przejawów dyskryminacji pod względem płci – podstawowym, ponieważ najłatwiej sprawdzalnym metodami statystycznymi, a zarazem niekwestionowanym przez większą część społeczeństwa. Wbrew pozorom, którymi niewątpliwie mogą się wydawać nagłaśniane w mediach efekty pracy na rzecz praw kobiet i równego statusu płci, ograniczenia w dostępie do rynku pracy dla kobiet i zjawisko nierównego wynagrodzenia za tę samą pracę wciąż istnieją i dają się we znaki. Problem istnieje, choć kwestia zatrudnienia była jednym z pierwszych obszarów wdrażania europejskiej polityki równości płci[1]. Jak wynika z badań monsterpolska.pl, ponad 70% polskich kobiet uważa, że ma mniejsze szanse na rynku pracy niż mężczyźni[2]. Rzut oka na statystyki pozwala sądzić, że ich przekonanie nie mija się z prawdą.

Jak jest?

Wiarygodnych, a zarazem ciągle niepokojących informacji dostarcza oficjalny raport Głównego Urzędu Statystycznego *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy* opublikowany w 2010 r.[3] Analiza dowodzi, że poziom aktywności zawodowej (za aktywność GUS uznaje zarówno stosunek pracy, jak i status bezrobotnego/bezrobotnej) kobiet jest niższy niż poziom aktywności mężczyzn. Jako taki odbiega również od średnich unijnych. Na przestrzeni pierwszej dekady XXI w. współczynnik aktywności zawodowej kobiet nieznacznie się obniżył - z 47,9% w 2003 r. do 47,5% w 2009 r., natomiast w przypadku mężczyzn należy mówić o wzroście z 62,4% do 63,5%. Przytaczany w prasie prawnej i gospodarczej raport firmy Sedlak&Sedlak, dysponującej danymi z 2010 r., podaje wskaźniki aktywności obu płci – odpowiednio 49% i 65%[4]. Współczynnik aktywności zawodowej w przypadku mężczyzn pozostaje wyższy niezależnie od poziomu uwzględnionego w badaniu statystycznym wykształcenia – można jedynie dostrzec mniej wyraźną różnicę w przypadku wykształcenia wyższego (kobiety z tym wykształceniem charakteryzują się najwyższym poziomem aktywności), natomiast w przypadku wykształcenia

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

policealnego, średniego, zasadniczego zawodowego, gimnazjalnego i podstawowego przewaga mężczyzn daje się łatwo zauważyć. Co znamienne, ludność bierna zawodowo jest silnie sfeminizowana i blisko 2/3 tej populacji stanowią kobiety. Wg raportu Sedlak&Sedlak udział pracujących kobiet w ogólnej liczbie mieszkanek Polski wyniósł 44%. Ten wskaźnik zatrudnienia wśród mężczyzn okazał się również znacząco wyższy (59%).

Jak podaje GUS, kobiety przeważają zarówno wśród bezrobotnych zarejestrowanych w urzędach pracy, jak również wśród bezrobotnych wyodrębnianych w Badaniu Aktywności Ekonomicznej Ludności. W 2009 roku udział kobiet w ogólnej liczbie zarejestrowanych bezrobotnych wyniósł 51,1%. Wskazuje się także, że:

Kobiety częściej niż mężczyźni są zagrożone bezrobociem długotrwałym. Zgodnie z danymi urzędów pracy w 2009 r. 30,3% zarejestrowanych bezrobotnych kobiet i 21,1% zarejestrowanych bezrobotnych mężczyzn pozostawało bez pracy dłużej niż rok.

Sedlak&Sedlak wskazuje na stopę bezrobocia wśród kobiet wynoszącą w 2010 r. 10%. Nie chroni przed nim wykształcenie – bezrobotne kobiety są lepiej wykształcone niż mężczyźni o podobnym statusie. Trudno jest znaleźć pracę zwłaszcza tym, które powracają na rynek po dłuższej przerwie i tym, które dopiero rozpoczynają poszukiwania.

Ujawniające się w statystykach nierówności dotyczą nie tylko aktywności zawodowej, lecz także poziomu wynagrodzenia oraz natury podejmowanych przez kobiety zawodów. Wg GUS w październiku 2008 r. przeciętne wynagrodzenie kobiet było o 23,0% niższe od przeciętnego wynagrodzenia mężczyzn tj. 664,36 zł.

Kobiety zarabiają więc mniej, choć większą wagę przywiązują do wykształcenia. Wg danych GUS wyższe wykształcenie ma 16,7%. kobiet, a wśród mężczyzn ten odsetek wynosi 13,6%. Mimo to znaczna większość stanowisk kierowniczych w Polsce obsadzona jest przez mężczyzn. Odsetek kobiet pełniących funkcje kierownicze to zaledwie 35,9% w 2009 r. Gdzie kobiety pracują najczęściej? Jak się okazuje, najbardziej sfeminizowane w Polsce grupy zawodowe to (zgodnie z danymi prezentowanymi przez GUS) „Pracownicy usług osobistych i sprzedawcy" oraz „Pracownicy biurowi". Inne sekcje gospodarki narodowej, w których przeważnie kobiety znajdują zatrudnienie, to opieka zdrowotna i pomoc społeczna, edukacja,

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

działalność finansowa i ubezpieczeniowa, zakwaterowanie i gastronomia. W 2009 r. najmniej przedstawicielek płci żeńskiej pracowało w grupie zawodów: robotnicy przemysłowi, rzemieślnicy, operatorzy i monterzy maszyn i urządzeń. Brak kobiet zwłaszcza w tej ostatniej grupie zawodowej szczególnie nie dziwi, zważywszy na regulacje prawne w kwestii zatrudnienia obecne w polskim i europejskim ustawodawstwie.

Regulacje prawne

Zasada niedyskryminacji uznawana jest za zasadę prawną mniej więcej od połowy XX wieku. Krótki przegląd dziejów europejskiego ustawodawstwa równościowego warto rozpocząć od Europejskiej Karty Społecznej – podstawowego dokumentu Rady Europy, dotyczącego praw społeczno-ekonomicznych obywateli i obywatelek, obowiązującego od 1965 r. W jej Artykule 4. uznano „prawo pracowników, mężczyzn i kobiet, do jednakowego wynagrodzenia za pracę jednakowej wartości”[5]. Kwestie zatrudnienia oraz wyrównywania warunków życia i pracy znalazły się w centrum dyskusji ministrów pracy i polityki społecznej już podczas uchwalania programu polityki społecznej Wspólnot Europejskich w 1974 r[6] . Zdefiniowano i doprecyzowano zasadę równego wynagrodzenia. Poprawa zawodowych szans kobiet była jednym z pierwszych zasadniczych celów powoli kształtującej się europejskiej polityki równości płci. W 1982 r. zainicjowano pierwszy program działań na rzecz zrównania szans, następny wdrożono niebawem, bo już cztery lata później. Trzeba wspomnieć także o dokumencie, który państwa Wspólnoty podpisywały równolegle z Traktatem z Maastricht – zobowiązującym Wspólnotę do zaangażowania się na rzecz równości kobiet i mężczyzn na rynku pracy. Kolejne prawne zapisy próbujące zwalczać asymetrię zawodowych szans obu płci pojawiły się w Traktacie z Amsterdamu z 1997 r.

Polska jako kraj członkowski UE zobowiązana została do przyjęcia unijnych dyrektyw. Równouprawnienie płci gwarantuje Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, Kodeks Pracy oraz Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy. Z dniem 1 stycznia 2011 r. w życie weszła ustawa antydyskryminacyjna, wprowadzająca do polskiego prawa te dyrektywy unijne, których niepełne wdrożenie zarzucała Polsce Komisja Europejska. Chroni ona przed dyskryminacją w pracy nie tylko etatowych pracowników i pracownice, ale także osoby uczestniczące w rekrutacji i szkoleniach oraz wykonujące zadania w ramach umów-zleceń i

umów o dzieło. W świetle prawa wyjątkiem od zasady równouprawnienia kobiet i mężczyzn w kwestii zatrudnienia jest zakaz wykonywania przez kobiety prac „szczególnie uciążliwych dla zdrowia". Wykaz takich prac odnaleźć można w rozporządzeniu Rady Ministrów z dnia 10 września 1996 r. Są nimi m. in. prace związane z wysiłkiem fizycznym i transportem ciężarów, prace w hałasie i drganiach oraz pod ziemią i na dużej wysokości[7].

Trudno rozstrzygnąć, na ile prawne regulacje są przestrzegane, gdyż wskaźniki legalizmu w Polsce nie są zbyt wysokie[8]. Przedstawione powyżej statystyki nasuwają przypuszczenie, że prawo istnieje jedynie na papierze. Raport powstały w ramach projektu Europejskiego Funduszu Społecznego systemu aktywizacji zawodowej kobiet „Kobieta pracująca" stwierdza, że w naszym kraju możemy mieć do czynienia z oddolnym uelastycznianiem norm praworządności[9] - interwencjonizm państwa jest źle postrzegany, dominuje za to dążenie do autonomizacji rynku i niezależnego egzekwowania standardów działania przedsiębiorstwa, nawet kosztem omijania przepisów prawa pracy. W Polsce w dalszym ciągu brak procedur pozwalających jednoznacznie stwierdzić, czy w danej sytuacji doszło do dyskryminacji. Ponadto wspomniane powyżej zalegalizowane prawnie odstępstwo od zasady równouprawnienia, jakkolwiek w pewnej mierze wynikające ze słusznej dbałości o zdrowie kobiet, nie przyczynia się do likwidacji zjawiska segregacji płciowej pod względem wykonywanego zawodu.

Przyczyny niekorzystnej sytuacji – segregacja zawodowa

Zastane na rynku pracy mechanizmy i prawidłowości w dużej mierze są odzwierciedleniem zakorzenionego w społeczeństwie patriarchalizmu. Sporym paradoksem może się wydać niektórym fakt, że liberalne podejście do gospodarki rzadko idzie w parze z liberalizmem społecznym i działaniami antydyskryminacyjnymi. Jak obrazują statystyki, zarówno poszukujący i poszukujące pracy, jak i pracodawcy i pracodawczynie (które – co warto także podkreślić – w naszym kraju wciąż znajdują się w mniejszości) w procesach rekrutacji na stanowiska kierują się funkcjonującymi od lat stereotypami płciowymi (nb. utrwalanymi przez środki masowego przekazu). Kierowanie się nimi na krótszą metę może się wydawać korzystne, jednak z zasady implikuje zagrożenie dyskryminacją. Czym są bowiem stereotypy? Współczesna nauka definiuje je jako obrazy powstające w głowie ludzkiej, jednostronne, cząstkowe i schematyczne, przedstawiające jakieś zjawisko i będące zarazem o tymże zjawisku opinią. Nie są

wynikiem logicznego rozumowania, lecz wynikiem doświadczenia, w którym dominującą rolę odgrywają procesy instynktowne. Nie są czysto intelektualne – wyrażają treści uczuciowe, nie sposób oddzielić w nich fikcji od rzeczywistości[10].

Jakie są oferty pracy dostępne dla kobiet, a jakie te, których same zainteresowane najczęściej poszukują? Okazuje się, że najczęściej między pożądanym a dostępnym brak sprzeczności. Żeby było jasne, o karierach zawodowych mężczyzn można powiedzieć to samo. Widocznym dla badań statystycznych efektem oddziaływania stereotypów płciowych na rynek pracy jest zjawisko segregacji zawodowej. Polega ona na tym, że niektórym zawodom niejako „naturalnie" i bezdyskusyjnie przyznaje się męski bądź kobiecy charakter. Jako kobiece postrzegane są te zawody, o których sfeminizowaniu zdążyłam już tu wspomnieć – związane z handlem, usługami, ochroną zdrowia, edukacją. Męskie natomiast to te, których wykonywanie wymaga siły fizycznej, stereotypowej cechy męskości właśnie. Segregacja na rynku pracy przebiega w dwóch kierunkach – wertykalnie i horyzontalnie. Kierunek poziomy wyznaczany jest feminizacją pewnych grup zawodowych, ograniczeniem puli dostępnych dziedzin zatrudnienia. W niektórych ujęciach zjawiska mówi się, że im bardziej dana praca wymaga konkretnych umiejętności, tym bardziej postrzegana jest jako męska. Pojęcie segregacji wertykalnej dotyczy najczęściej trudności w awansie. Jako kobiece postrzegane są zawody związane z potencjalnie mniejszą władzą[11].

Silne nacechowanie płciowe, w jakie poszczególne stanowiska zostały z biegiem lat wyposażone, sprawia, że ze stereotypami trudno na tym polu walczyć. Z raportu Komisji Europejskiej wynika bowiem, że mężczyźni zatrudnieni w zawodach stereotypowo przypisanych kobietom doświadczają efektu *szklanych ruchomych schodów*, co oznacza, że bardzo łatwo awansują. Z kolei kobiet pracujących w zawodach, które z reguły przypisane są mężczyznom dotyka efekt *szklanego sufitu*, czyli bariery w awansie[12].

To jednak tylko zewnętrzna strona jednostkowych przypadków przełamywania stereotypów, widoczna od strony społeczeństwa. Podejmowanie zawodów kulturowo przypisywanych płci przeciwnej, a więc zachowanie sprzeczne z trwale oddziałującą normą, ma również konsekwencje psychologiczne. Tu właśnie najmocniej należy zaznaczyć, że działania podejmowane na rzecz wyrównywania szans na rynku pracy muszą dotyczyć zarówno kobiet, jak i mężczyzn. W przypadku i jednych, i drugich „nietypowe" stanowisko pracy niejednokrotnie

sprowadza konieczność zmierzenia się ze złym samopoczuciem - wywoływanym powszechnym zdziwieniem i brakiem akceptacji z racji złego wypełniania męskich/kobiecych ról.

Oczywiście brak równości płci na rynku pracy jest także konsekwencją zjawisk bardziej prozaicznych i przyziemnych od mechanizmów stereotypizacji. Nie można jednak wykluczyć, że niechęć do zatrudniania młodych matek czy w ogóle młodych kobiet (jako potencjalnych matek) nie jest również wynikiem kierowania się w decyzjach ekonomicznych stereotypami. Głównym powodem lęku przed zatrudnieniem kobiety jest zwykle uznawanie jej za mniej dyspozycyjną, podwójnie obciążoną obowiązkami rodzinnymi i zawodowymi, czyli posiadającą mniejszą wartość dla firmy / przedsiębiorstwa. Kluczowym czynnikiem wpływającym na pogłębianie się segregacji jest niewiedza (i jednej, i drugiej strony – osób zatrudniających i zatrudnianych) na temat rozwiązań prawnych i instrumentów pozwalających na godzenie ról. Same kobiety utwierdzają swoich ewentualnych pracodawców i pracodawczynie w przekonaniu, że stanowią „wybrakowaną" i mniej atrakcyjną siłę roboczą – już na etapie rekrutacji są mniej odważne i deklarują gotowość pracy za mniejsze stawki niż mężczyźni. Ich mniejsze oczekiwania płacowe zwiększają asymetrię, gdyż zarobki często kształtowane są na bazie oczekiwań. To z kolei niejako nakręca spiralę – ogół zawodów uznawanych za kobiece słynie z niewysokich stawek, tym samym obniża się ich społeczny prestiż. Mężczyźni, mimo efektu szklanych ruchomych schodów, czyli perspektywy szybkiego awansu, nie czują się wystarczająco zachęceni, by wkraczać na taką właśnie ścieżkę kariery. Pomimo awansów czekają ich zarobki wysokości niezadowalającej.

Jak skutecznie wyrównać szanse?

Trudno stworzyć genialną receptę, która raz na zawsze uleczyłaby polski (i europejski) rynek pracy od istniejących wciąż asymetrii. Udzielając odpowiedzi na tak postawione pytanie trzeba pamiętać, że działania w tym zakresie z lepszym bądź gorszym skutkiem podejmowane są już od bez mała półwiecza. Jak można wnosić z analizy badań statystycznych, wobec siły oddziaływania stereotypów i trwałych patriarchalnych społecznych praktyk same regulacje prawne nie są i nie mogą stanowić narzędzi wystarczających do wyeliminowania problemu. Pierwsze, nad czym należy pracować, to stworzenie precyzyjnego i efektywnego systemu wykrywania mechanizmów i przypadków dyskryminacji oraz egzekwowania już obowiązującego prawa. Zaleca się m.in. uwrażliwianie organów kontrolujących rynek pracy na kwestie

dyskryminacji płci (PIP, sędziów orzekających w sprawach pracy) oraz wprowadzenie widełek płac na określonych stanowiskach[13].

Dużą – być może nawet większą – wagę warto przywiązywać do działań prewencyjnych, zapobiegających pojawianiu się aktów dyskryminacji na rynku pracy. Te powinny być szeroko zakrojone i dotyczyć wielu aspektów życia społecznego i zawodowego kobiet i mężczyzn. Szczególnie warto dbać o dalsze wdrażanie idei zawartych w projektach Europejskiego Funduszu Społecznego. Należą do nich m. in.:

1. *Promowanie równości szans w zawodach tradycyjnie uznawanych za kobiece lub męskie;*
2. *Promowanie idei wykorzystywania indywidualnych zdolności do wykonywania poszczególnych zawodów;*
3. *Promowanie równości szans w zakresie wynagradzania, promowanie kobiecej przedsiębiorczości;*
4. *Promowanie partnerskiego modelu rodziny, włączającego mężczyzn na równi z kobietami w realizację obowiązków rodzicielskich;*
5. *Upowszechnienie korzystania z usług opiekuńczo-wychowawczych nad dziećmi i osobami zależnymi[14].*

Jak te postulaty wdrażać? Realizacja każdego z nich wymaga lat intensywnej pracy, rozpoczynającej się już na etapie edukacji wczesnoszkolnej, czyli w momencie, w którym równościowe, antystereotypowe wzorce mogą oddziaływać najskuteczniej. Co jednak można zrobić, by móc systematycznie obserwować konsekwentne zmiany na rynku pracy? Przełamywanie bariery w postaci segregacji horyzontalnej nie musi być skazane na porażkę – brak równości wbrew pozorom może destrukcyjnie oddziaływać na sam rynek. Feminizacja niektórych zawodów, zwłaszcza tych finansowanych z budżetu państwa, często owocuje brakiem zainteresowania tym sektorem gospodarki i jego stagnacją, tymczasem dopływ mężczyzn mógłby podnieść konkurencyjność w tych środowiskach[15].

Także ograniczenia potwierdzane przez samo prawo w postaci zakazu zatrudniania kobiet na stanowiskach wymagających siły fizycznej nie są na tyle poważne, by nie można było obalić

stereotypu „męskiej pracy". Wyrównywaniu różnic w dostępie do tych zawodów sprzyja dziś postęp techniczny. Większość branż przemysłu przechodzi obecnie restrukturyzację i redukcję zatrudnienia – podkreśla się, że powszechna i intensywna automatyzacja i komputeryzacja znosi bariery związane z siłą fizyczną. W tym celu warto promować i wspierać wszelkie działania i projekty rozwijające aktywność ekonomiczną kobiet i mężczyzn, a także podnoszące kwalifikacje zawodowe kobiet (zwłaszcza tych powracających na rynek pracy po przerwie). Raport *Polityka równości płci. Polska 2007* zaleca przy obsadzaniu stanowisk uważanych za męskie stosowanie dyskryminacji pozytywnej, jednak etyka i efektywność tego typu praktyk wciąż kwalifikują się do kwestii spornych.

Warto również uświadamiać. Po pierwsze kobiety – do kogo mogą się zwrócić i od kogo mogą uzyskać pomoc, jeśli ich prawa są łamane w miejscu pracy lub podczas rekrutacji na stanowisko. Po drugie pracodawców i pracodawczynie – że promowanie równego statusu i praw obu płci leży w ich własnym interesie i sprzyja dobremu wizerunkowi firmy. Promowanie elastycznych form zatrudnienia to sposób na przyjęcie na rynek pracy tych kobiet, które w gospodarstwie domowym wykonują większą część obowiązków, z zastrzeżeniem jednak, że takie formy pracy oraz instytucjonalnej opieki nad dziećmi dostępne są w równym stopniu dla obu płci. Stronie zatrudniającej i zatrudnianej przydadzą się szkolenia i konferencje, na których pogłębiana będzie wiedza dotycząca możliwości dzielenia opieki nad dziećmi, jakie daje prawo pracy i ubezpieczeń społecznych.

Wszystkie działania podejmowane w celu likwidacji bądź przynajmniej zapobieżenia pogłębianiu się asymetrii na rynku pracy powinny być konsekwentnie i nieustannie monitorowane. W równych odstępach czasu oraz w momentach strategicznych dla wdrażanych projektów warto przeprowadzać zarówno badania ilościowe, jak i jakościowe, by móc w pełni zrozumieć mechanizmy powstawania niekorzystnego dla obojga płci podziału pracy. Przede wszystkim jednak trzeba uzbroić się w cierpliwość – na widoczne zmiany będziemy musieli i musiały jeszcze długo poczekać. Gra jest jednak warta świeczki – i dla samego rynku, zwłaszcza polskiego, który niekorzystnie wypada na tle UE; dla kobiet i mężczyzn, mogących zyskać nowe perspektywy rozwoju; i dla osób zatrudniających, zyskujących bardziej zmotywowanych do rozwoju kariery, świadomych swych kompetencji i praw pracowników i pracownice.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

[1] C. Neusüß, *Strategia polityki równości płci w UE i w Niemczech: dwa kroki do przodu, jeden w tył?* [w:] *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, red. A. Grzybek, Warszawa 2008, s. 19, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf, dostęp: czerwiec 2011 r.

[2] Wyniki sondażu przytacza portal studentpolski.pl: *Kobiety na rynku pracy*, (online) http://www.studentpolski.pl/tematy.php?id=44, dostęp: lipiec 2011 r.

[3] GUS, *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy*, Warszawa 2010, (online) http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf, dostęp: lipiec 2011 r.

[4] T.B., *Kobiety na rynku pracy: mniejsze zarobki, częstsze bezrobocie*, „Gazeta Prawna" 8.03.2011, (online) http://praca.gazetaprawna.pl/artykuly/493460,kobiety_na_rynku_pracy_mniejsze_zarobki_czestsze_bezrobocie.html, dostęp: lipiec 2011

[5] Europejska Karta Społeczna sporządzona w Turynie dnia 18 października 1961 r., Dz. U. z dnia 29 stycznia 1999 r., (online) http://www.mop.pl/html/index1.html, dostęp: lipiec 2011 r.

[6] C. Neusüß, op. cit.

[7] *Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 10 września 1996 r. w sprawie wykazu prac szczególnie uciążliwych lub szkodliwych dla zdrowia kobiet*, Dz. U. z dnia 27 września 1996, (online)

http://www.pip.gov.pl/html/pl/kampanie/07_kreg/doc/09000204.pdf , dostęp: lipiec 2011 r.

[8] *Kobieta pracująca. Diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce*, oprac. ASM Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o., Kutno 2006, s. 25, (online)

http://www.telepracadopiewo.pl/upload/articles/Publikacja_kobieta_pracujaca.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.

[9] Ibidem

[10] J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin 2009, s. 53 – 54.

[11] Szerzej: *Kobieta pracująca. Diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce*, op. cit., s. 27

[12] Zob. P. Bogacz, *Równość szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy*, (online) http://www.twojaeuropa.pl/2303/rownosc-szans-kobiet-i-mezczyzn-na-rynku-pracy , dostęp: sierpień 2011 r.; raport Komisji Europejskiej *Man and Gender Equality*, (online) http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5532&langId=en, dostęp: lipiec 2011 r.; nota o Raporcie *Men and gender equality – analiza opublikowana przez Komisję Europejską*, (online) http://www.up.gov.pl/efs/download/gender.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.

[13] B. Balińska, B. Chołuj i in., *Polityka równości płci – Polska 2007. Raport*, Warszawa 2007, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/polityka_rownosci_plci_raport.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.

[14] Zob. *Kobieta pracująca. Diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce*, op. cit.

[15] Ibidem, s. 81.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Balińska B., Chołuj B. i in., 2007, *Polityka równości płci – Polska 2007. Raport*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/polityka_rownosci_plci_raport.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.
2. Bartmiński J., 2009, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin.
3. Bogacz P., *Równość szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy*, (online) http://www.twojaeuropa.pl/2303/rownosc-szans-kobiet-i-mezczyzn-na-rynku-pracy , dostęp: sierpień 2011 r.
4. Europejska Karta Społeczna, (online) http://www.mop.pl/html/index1.html, dostęp: lipiec 2011 r.
5. GUS, 2010, *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy*, Warszawa, (online) http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf, dostęp: lipiec 2011 r.
6. *Kobieta pracująca. Diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce*, 2006, oprac. ASM Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o., Kutno, (online) http://www.telepracadopiewo.pl/upload/articles/Publikacja_kobieta_pracujaca.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.
7. *Kodeks Pracy (stan prawny na 28 lipca 2011 r.)*, (online) http://www.pip.gov.pl/html/pl/html/k0000000.htm, dostęp: sierpień 2011 r.
8. Komisja Europejska, *Man and Gender Equality*, (online) http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5532&langId=en, dostęp: lipiec 2011 r.
9. *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej*, (online) http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm, dostęp: sierpień 2011 r.
10. *Men and gender equality – analiza opublikowana przez Komisję Europejską*, (online) http://www.up.gov.pl/efs/download/gender.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.
11. Neusüß C., *Strategia polityki równości płci w UE i w Niemczech: dwa kroki do przodu, jeden w tył?* [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf, dostęp: czerwiec 2011 r.
12. *Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 10 września 1996 r. w sprawie wykazu prac szczególnie uciążliwych lub szkodliwych dla zdrowia kobiet*, Dz. U. z dnia 27 września 1996, (online) http://www.pip.gov.pl/html/pl/kampanie/07_kreg/doc/09000204.pdf , dostęp: lipiec 2011 r.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

13. T.B., *Kobiety na rynku pracy: mniejsze zarobki, częstsze bezrobocie*, „Gazeta Prawna" 8.03.2011, (online) http://praca.gazetaprawna.pl/artykuly/493460,kobiety_na_rynku_pracy_mniejsze_zarobki_czestsze_bezrobocie.html, dostęp: lipiec 2011
14. *Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy*, (online) http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20040991001, dostęp: sierpień 2011 r.
15. *Ustawa o wdrożeniu niektórych przepisów Unii Europejskiej w zakresie równego traktowania*, (online) http://www.rownetraktowanie.gov.pl/files/dokumenty/ustawa%20nasza%20Dz%20U.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.
16. *Kobiety na rynku pracy*, (online) http://www.studentpolski.pl/tematy.php?id=44, dostęp: lipiec 2011 r.

Marta Dymek

Co to znaczy męski zawód? Skuteczne działania skierowane do bezrobotnych lub nieaktywnych zawodowo kobiet

Kobiety i ubóstwo

Termin *feminizacja ubóstwa* został wprowadzony w roku 1970 przez Dianę Pearce i odnosił się do skoncentrowania biedy wokół kobiet. Według definicji Pearce zjawisko to polegało nie tylko na tym, iż więcej kobiet niż mężczyzn żyje w ubóstwie, lecz także na silniejszym odczuwaniu ubóstwa przez kobiety oraz na postępowaniu zjawiska występowania skrajnej biedy właśnie wśród kobiet. W badaniach płci i ubóstwa, Pearce zwróciła szczególną uwagę na sytuację samotnych matek i dzieci w ich rodzinach.

W obecnych badaniach poświęconych związku płci z ubóstwem, zjawisko większego udziału kobiet w biedzie rozważane jest na wielu płaszczyznach. Pod lupę brany jest m. i. dostęp do rynku pracy, różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn a także wpływ tradycyjnego definiowania społecznej roli kobiet. Dlatego, w raportach poświęconych sytuacji ubogich kobiet, tych bezrobotnych lub pracujących w najgorzej opłacanych zawodach, konieczne jest wzięcie pod uwagę także stereotypów i schematów definiujących kobietę przede wszystkim poprzez jej rolę w rodzinie.

Praca na dwóch etatach

Polskie badania potwierdzają, obciążenie kobiet nieodpłatną pracą domową[1], w której skład wchodzi opieka nad dziećmi, wykonywanie obowiązków domowych oraz przygotowywanie posiłków dla dzieci i partnera lub męża. Sprawowanie opieki nad rodziną wymagają od kobiet, nakładu czasu oraz środków finansowych. O ile zamożne kobiety mogą część obowiązków zlecić komuś innemu, opłacając pomoc domową lub opiekunkę do dziecka, w wypadku kobiet o niższych zarobkach nie jest to możliwe i muszą one zainwestować własny czas aby prowadzić gospodarstwo domowe. Ostatnie badania przeprowadzone w Polsce na zlecenie Fundacji MaMa, miały za zadanie zmierzyć jak dużo czasu w ciągu miesiąca wymaga sprawowanie opieki nad

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

domem. W listopadzie 2009 roku Fundacja zakończyła kompletowanie Listy Czynności Domowych, czyli opisu sporządzonego przez grupę 26 kobiet, które wyczerpująco opisały co należy do ich domowych obowiązków. Na podstawie Listy zespół ekspertów i ekspertek pracował nad rekomendacjami do prac nad projektem konkretnych ustaw.

Do zespołu eksperckiego ds. nieodpłatnej pracy domowej Fundacji MaMa należą między innymi: Sylwia Chutnik, Julia Kubisa, prof. dr hab. Małgorzata Fuszara z Instytutu Stosowanych Nauk Społecznych Uniwersytetu Warszawskiego, dr Danuta Duch–Krzysztoszek z Instytutu Filozofii i Socjologii Polskiej Akademii Nauk, Irena Wóycicka z Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, Joanna Piotrowska z Fundacji Feminoteka.

Według Podsumowania Listy Czynności Domowych, **przeciętna kobieta spędza łącznie 232 godziny w miesiącu na sprawowaniu opieki nad domem** i osobami zależnymi. Dla porównania tabela uwzględniała również ilość godzin, jaką spędzali partnerzy kobiet na obowiązkach domowych i było to 57 godzin w skali miesiąca, czyli w przybliżeniu czterokrotnie mniej.

Krąg biedy w małych miejscowościach

Kobiety z niskodochodowych gospodarstw domowych obciążone taką ilością obowiązków z trudnością mogą znaleźć jakąkolwiek pracę. Codziennie, przez siedem dni w tygodniu poświęcają ponad 7 godzin na prowadzenie domu i opiekę nad dziećmi. Nic dziwnego, że trudno jest znaleźć pracę, którą udało by się pogodzić z pełnym wymiarem godzin obowiązków domowych.

Dlatego często nie mając innego wyboru, podejmują pracę w niepełnym wymiarze godzin lub tą w najgorzej opłacanych sektorach, czasem decydują się też na nielegalne zatrudnienie. Zjawisko to jest najbardziej widoczne jest w małych miastach, gdzie ofert pracy jest znacznie mniej niż w miastach wojewódzkich, dodatkowo kobiety nie mają dostępu do rozwiązań ułatwiających godzenie obowiązków macierzyńskich z pracą zawodową, takich jak przyzakładowe żłobki lub łatwo dostępne miejsce w państwowych żłobku. Często też ich wykształcenie zawodowe nie jest adekwatne do potrzeb rynku i nie mogą znaleźć pracy w

wyuczonych zawodach, takich jak kucharka, kasjerka- sprzedawczyni, kelnerka-bufetowa, krawcowa czy piekarka.[2] Dlatego, aby móc wrócić na rynek pracy, kobiety coraz częściej podejmują próbę przekwalifikowania na łatwiej dostępne zawody, które w większości przypadków są zawodami stereotypowo kojarzonymi wyłącznie z mężczyznami (operator wózka widłowego, monter – elektryk, kierowca ciężarówki)

Już na etapie rekrutacji na szkolenia, kobiety napotykają wiele trudności, wynikających ze stereotypowego postrzegania roli kobiet w społeczeństwie. Często rodziny lub partnerzy podważają ich wybór, próbują zniechęcić a w najtrudniejszych wypadkach nawet zabronić uczęszczania na szkolenia, nie chcąc pozwolić aby bliska osoba pracowała „w męskim zawodzie". Część kobiet, która mimo presji najbliższych członków rodziny decyduje się na ukończenie kursów, napotyka kolejne problemy podczas poszukiwania pracy. Ankietowane kobiety często przyznawały, że kiedy próbowały podjąć pracę w nowym zawodzie, stereotypowo kojarzonym z męskim zajęciem, bardzo często doświadczały dyskryminujących zachowań. Nawet jeżeli posiadały wymagane przez pracodawcę umiejętności często stawały się obiektem kpin i żartów, podważano ich kompetencje a w efekcie nie udawało im się dostać pracy.

Zawód: ochroniarka

Problem postępującego ubożenia kobiet z niskodochodowych gospodarstw z małych miejscowości zauważyła dolnośląska Agencja Rozwoju Innowacji. Kobiety pochodzące ze wsi i małych miast na Dolnym Śląsku, często nie mogą podjąć pracy w lepiej płatnych, tak zwanych „męskich zawodach" przez co jedynym źródłem dochodu rodziny jest praca zarobkowa męża lub partnera, czasem też dorywcza praca na czarno kobiet.

Dlatego wiosną 2010 roku ruszył projekt *Pracownicy na obcasach,* umożliwiający bezrobotnym (zarejestrowanym w PUP) lub nieaktywnym zawodowo (nie podejmującym pracy i nie uczącym się w szkole dziennej) kobietom z Dolnego Śląska zdobycie kwalifikacji w zawodach zdominowanych dotąd przez mężczyzn. Uczestniczki projektu zorganizowanego przez Agencję Rozwoju Innowacji, miały możliwość zdobycia kwalifikacji umożliwiającej pracę jako kierowczyni autobusu, pracowniczka remonotowo-budowlana oraz ochroniarka. Dzięki unijnemu

dofinansowaniu szkolenia były bezpłatne, można było także ubiegać się o zwrot części kosztów podróży a podczas szkoleń zorganizowana była opieka nad dziećmi. Ponadto każda uczestniczka mogła liczyć na pomoc doradczyni zawodowej, która pomagała wybrać najodpowiedniejsze szkolenie z oferowanej w projekcie puli.[3]

Najczęściej wybieranym szkoleniem zawodowym było to przygotowujące do pracy jako kierowczyni autobusu. Prawo jazdy kategorii D obejmuje aż 360 godzin a cena rynkowa tego szkolenia to około 14 tys. zł., ponadto ukończenie kursu daje możliwości pracy w we wszystkich miastach Polski i za granicą.

Łącznie w kursie *kierowczyni autobusu* wzięło udział 20 kobiet, w kursie *ochroniarka* 48 kobiet a aż 60 w kursie *ekipa remontowa.* Zakwalifikowane do projektu 128 kobiet pochodziło z czterech miejscowości: Wrocławia, Jeleniej Góry, Wałbrzycha i Legnicy.

Przezwyciężyć stereotypy

Intencją Agencji Rozwoju Innowacji było nie tylko umożliwienie grupie uczestniczek znalezienia stabilnego zatrudnienia. Dla projektodawców istotne było przełamanie stereotypów, wynikających z tradycyjnego postrzegania roli kobiet w społeczeństwie i skierowanie bezrobotnych kobiet w niedostępne do tej pory obszary rynku, czy to ze względu na brak kwalifikacji, czy też bariery społeczne lub psychologiczne. Prezes Fundacji ARI, Szymon Gawryszczak o wdrażanym projekcie powiedział *W sytuacji gospodarczej w której tworzyliśmy ten projekt okazało się, że większość męskich kierowców wyjechała do Anglii, zapotrzebowanie na ekipy remontowo – budowlane było tak ogromne, że brakowało rąk do pracy. A z drugiej strony były kobiety, gdzie bezrobocie wśród kobiet jest większe niż wśród mężczyzn. W związku z tym wydawało nam się, że należy znaleźć rozwiązanie obu tych problemów i walczyć ze stereotypami które funkcjonują wśród Polaków.*[4]

To jak słusznej diagnozy dokonali eksperci z Agencji Rozwoju Innowacji tworząc projekt, słychać najlepiej w głosach samych kobiet, które przystąpiły do szkoleń. W filmie dokumentalnym kręconym podczas trwania całego projektu i emitowanego w TVP Wrocław, uczestniczki kursów opowiedziały o sytuacji na rynku pracy w ich miejscowościach. Pierwsza z

nich powiedziała, że *w*

małych miejscowościach kobieta praktycznie jest bez szans, chyba, że akurat jest wolne miejsce jako sprzedawcy z czym zgodziły się inne kobiety. Uczestniczka ze Strzegomia dodała, że w jej mieście *praca to praktycznie tylko dla mężczyzn, kursy na wózki widłowe to tylko dla mężczyzn.* Niektóre z uczestniczek opowiedziały także swoje doświadczenia w poszukiwaniu pracy j*a dzwoniłam do firmy sprzątającej i mnie się pan pyta, jakie ja mam doświadczenie w sprzątaniu. Więc się go pytam, czy 21 letnie doświadczenie w prowadzeniu domu i sprzątaniu jest wystarczające i okazało się, że nie. Z tego się można śmiać, tylko w momencie kiedy się prowadzi kolejną taką rozmowę, kiedy człowiek jest już zdesperowany, to naprawdę nie jest fajne. Ręce opadają w dół i człowiek dostaje takiego kopa, że potem się ciężko podnieść.*[5]

Podobny pesymizm słychać w głosie uczestniczki, która również od ponad roku nie możne znaleźć żadnej pracy w swoim mieście a przy próbie zatrudnienia się w hurtowni elektrycznej na stanowisku sprzedawczyni, pracodawca nie sprawdzając nawet jej wykształcenia oraz wiedzy odmówił jej przyjęcia do pracy: *Ja ostatnio miałam taką sytuację, dzwoniłam do hurtowni elektrycznej bo było ogłoszenie i się mnie krótko mówiąc pan bezczelnie zapytał czy będę wiedziała co to jest bezpiecznik.* Wszystkie kobiety miały podobne doświadczenia. Podczas rekrutacji, jedynie ze względu na płeć, były wyśmiewane, podważano ich umiejętności a większość pracodawców nawet nie zadawała sobie trudu aby sprawdzić ich kompetencje i przeprowadzić rozmowę kwalifikacyjną.

Większość uczestniczek projektu nie zgadzała się z tradycyjnym podziałem ról, podważały sztywny podział na typowo męskie i typowo męskie zajęcia: *Niektóre kobiety mają takie ciągotki do męskich zawodów. Ja myślę, że też mam, bo ja w domu też męskie zawody wykonuję. Naprawienie szafki, zlewu, rąbanie drzewa czy praca w lesie to bez problemu! Panowie trochę zwracają uwagę jak jadą ale już chyba się przyzwyczaili, także dla mnie piła elektryczna nie stanowi problemu.* Niektóre uczestniczki polemizowały też z przypisaniem kobiety jedynie do roli matki i żony, nie zgadzały ze sprowadzaniem obowiązków kobiety jedynie do sfery domowej, ironicznie komentowały: *chyba kobieta musi siedzieć w domu i opiekować się dziećmi, taki jest stereotyp.*

Pęknięte schematy

Dzięki projektowi *Pracownicy na obcasach*, uczestniczkom projektu udało się znaleźć stabilniejsze zatrudnienie gwarantujące wyższe wynagrodzenie. Przełamały własne lęki a dzięki wsparciu specjalistów i specjalistek wspierających je podczas trwania szkoleń, udowodniły sobie na jak wiele je stać. Wiele z nich, zyskało nie tylko nowe szanse na rynku pracy ale także pewność siebie.

Sukces jaki odniósł projekt, jest efektem dostosowania szkoleń do realnych potrzeb i ograniczeń kobiet w trudnej sytuacji materialnej. Uczestniczki mogły uzyskać dofinansowanie kosztów podróży na szkolenia, zagwarantowano opiekę nad dziećmi podczas zajęć a przede wszystkim zadbano o rzetelną analizę sytuacji na rynku pracy. Co więcej, jeżeli dla rodzin kobiet ich decyzja o przekwalifikowaniu się była kontrowersyjna, uczestniczki mogły znaleźć wsparcie u koleżanek lub u ekspertów czuwających nad przebiegiem projektu.

Trudno się dziwić, że tak dobrze zaplanowany i precyzyjnie przeprowadzony projekt zajął pierwsze miejsce w ramach konkursu 6.1.1 PO KL. Pozostaje mieć nadzieję, że kolejne edycje projektu już wkrótce.

---

[1]Ewa Charkiewicz, *Kobiety i ubóstwo - widzialna ręka neoliberalnego państwa,* dostępne w: http://www.zieloni2004.pl/art-4046.htm

[2] Małgorzata Maciejewska, *Wstępny raport z badań Odzyskać obywatelstwo. Kobiety i warunki życia w Wałbrzychu 2010,* dostępny w:http://ekologiasztuka.pl/pdf/walbrzych_gosia_maciejewska_wstepny%20raport.pdf

[3] Informacje pochodzą ze strony projektu http://www.pracownicynaobcasach.pl/dokumenty-dla-mediow/

[4] Informacje pochodzą ze strony projektu http://www.pracownicynaobcasach.pl/dokumenty-dla-mediow/

[5] Wszystkie wypowiedzi kobiet pochodzą z filmu dokumentalnego, dostępnego na stronie projektu http://www.pracownicynaobcasach.pl/dokumenty-dla-mediow/

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Bibliografia

1. E. Charkiewicz, *Kobiety i ubóstwo - widzialna ręka neoliberalnego państwa,* dostępne w: http://www.zieloni2004.pl/art-4046.htm
2. I. Kotowska, U. Sztanderska, I. Wóycicka , *Diagnoza kulturowych i strukturalnych uwarunkowań łączenia pracy zawodowej i aktywności rodzinnej przez kobiety w Polsce,* [W:]I.E. Kotowska (red.), *Strukturalne i kulturowe uwarunkowania aktywności zawodowej kobiet w Polsc*e, Warszawa 2009.
3. M. Maciejewska, *Wstępny raport z badań Odzyskać obywatelstwo. Kobiety i warunki życia w Wałbrzychu 2010,* dostępny w:http://ekologiasztuka.pl/pdf/walbrzych_gosia_maciejewska_wstepny%20raport.pdf
4. Monika Probosz, *Podsumowanie Listy Czynności Domowych,* Fundacja MaMa 2010 dostępne w: http://fundacjamama.pl/index.php?mnu=25
5. Strona projektu *Pracowniczy na obcasach* http://www.pracownicynaobcasach.pl/dokumenty-dla-mediow/
6. M. Thibos, D. Lavin-Loucks, M. Martini, *The Feminization of Poverty* dostępne w: http://dallasindicators.org/Portals/8/Reports/Reports_Internal/Feminization%20of%20Poverty.pdf
7. United Nations, The World's Women 2000: Trends and Statistics, New York: United Nation 2000.
8. A. Zachorska-Mazurkiewicz, *Odzyskać obywatelstwo. Makroekonomiczna analiza sytuacji kobiet w Polsce,* dostępne w: http://www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0100zachorowska.pdf

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Patrycja Krysiak

Jak informować na temat genderowych uwarunkowań na rynku pracy

Niedużo czasu trzeba poświęcić na analizę współczesnego polskiego (i europejskiego) rynku pracy, żeby dostrzec istniejące na nim nierówności płciowe. Wystarczy rzucić okiem na strukturę zatrudnienia prywatnych i publicznych instytucji oraz brak płciowej równowagi na większości kierunków studiów, poczytać w prasie dotyczące pracy ogłoszenia. To, co zauważy nawet niewprawny obserwator czy obserwatorka, potwierdzi lektura danych statystycznych. Niektóre zawody wykonywane są prawie wyłącznie przez mężczyzn, inne natomiast pozostają domeną kobiet. Co więcej, te drugie z kolei są zazwyczaj gorzej opłacane. Czasem obserwacja może okazać się bardziej bolesna – gdy stanie się naszym osobistym doświadczeniem. Ponad 70% polskich kobiet uważa, że ma mniejsze szanse na rynku pracy niż mężczyźni (sondaż przeprowadzony przez monster polska.pl: http://www.studentpolski.pl/tematy.php?id=44). Napotykają trudności podczas rekrutacji i awansów, za tę samą pracę otrzymują niższe wynagrodzenie. Mężczyźni natomiast rzadko próbują swych sił w zawodach uznawanych tradycyjnie za kobiece, co często jest uwarunkowane presją otoczenia i narzuconą przez to otoczenie rolą społeczną. Oznacza to, że efekty pracy na rzecz równouprawnienia płci ciągle pozostawiają wiele do życzenia, a prawa rządzące rynkiem pracy w dużej mierze opierają się na mechanizmach stereotypizacji i dyskryminacji ze względu na płeć. Warto się zastanowić, jakie kroki należy podjąć, by systematycznie zmniejszać wpływ społecznych stereotypów, opresyjnych wobec obu płci, na szanse i warunki zatrudnienia.

Gender a stereotypy i dyskryminacja

Przed opisaniem genderowych uwarunkowań rynku pracy należy wpierw zdefiniować samo pojęcie *gender* i wyjaśnić, co ma wspólnego ze stereotypami. W języku polskim posiada ono niezbyt adekwatne tłumaczenia („rodzaj", „płeć kulturowa", „płeć społeczno-kulturowa"). Wprowadzenie tej kategorii do dyskursu humanistycznego w latach 70. XX w. przez amerykańskiego psychoanalityka Roberta Stollera, psycholożkę Rhodę Unger (Dybel 2006, 8) oraz feministkę Anne Oakley (Burzyńska 2006, 444) stało się prawdziwym przełomem

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

w badaniach nad płcią. Do tej pory bowiem kategoria płci (*sex*) ujmowała wyłącznie biologiczne aspekty życia człowieka i jego cechy anatomiczne. Tymczasem w ruchach feministycznych coraz wyraźniej dochodziło do głosu przekonanie, że płeć biologiczna jest tylko jednym z wymiarów – bardzo wąskim – funkcjonowania fenomenu płci. Tożsamość seksualną jednostki współtworzy bowiem nie tylko biologia, lecz również kultura i historia, instytucje społeczne i polityczne, normy prawne.

O ile więc płeć biologiczna to pewien zespół cech anatomiczno-fizjologicznych dany z góry, płeć kulturową stanowią wzory zachowań, normy, wyobrażenia i oczekiwania wobec jednostki, konstruowane na podstawie jej płci biologicznej. Normy te wyznaczają funkcje pełnione przez daną jednostkę w społeczeństwie i kulturze, jej status i przysługujące jej prawa (Burzyńska 2006, 444). Społeczny kontrakt płci to „zespół jawnych i ukrytych zasad, które w danym społeczeństwie określają relacje między płciami, przypisują kobietom i mężczyznom inny zakres pracy, obowiązków i powinności, określając jednocześnie ich wartość i prestiż z nimi związany" (Tomaszewska 2004, 4). Jaka jest zatem zależność między płcią biologiczną a płcią kulturową człowieka? Zwykle to płeć biologiczna ma tendencję do wyznaczania tożsamości, jednak na charakterystyczne cechy anatomiczne nakładają się oczekiwania społeczne, które noszą przeważnie znamiona stereotypu. Relacja ta jest zatem problematyczna, zwłaszcza że nie każda jednostka pozbawiona wpływu otoczenia identyfikuje się ze swą płcią biologiczną. Badanie przestrzeni społeczno-kulturowej poprzez kategorię gender pozwala uchwycić utrwalone w społeczeństwie stereotypy płciowe i mechanizmy dyskryminacyjne powstające w wyniku stereotypowego postrzegania ról płciowych.

Czym są z kolei stereotypy, które na podstawie anatomicznych różnic między kobietami i mężczyznami wyznaczają im odmienne role i pozycje w społecznej hierarchii? Najczęściej są to powstające w głowie ludzkiej obrazy, przedstawiające jakieś zjawisko (w tym wypadku płeć) w sposób jednostronny, schematyczny i – co najważniejsze – wartościujący. Nie są wynikiem logicznego rozumowania, lecz wynikiem doświadczenia, w którym dominującą rolę odgrywają procesy instynktowne. Wyrażają treści uczuciowe (Bartmiński 2009, 53 – 54). Pomagają zbiorowości, a przede wszystkim identyfikującej się z tą zbiorowością jednostce, poruszanie się w świecie - eliminują konieczność nadmiernego wysiłku poznawczego, ułatwiają klasyfikowanie zjawisk i obcowanie z innością (czyli jej ocenianie, piętnowanie lub niezauważanie).

Posługiwanie się nimi prowadzi często do dyskryminacji.

Popularność stereotypów płciowych to fakt zawdzięczany religiom ukazującym kobietę jako istotę gorszą od mężczyzny, socjalizacji i instytucjom kulturowym, m.in. edukacyjnym. Intensywna internalizacja oczekiwań w stosunku do płci rozpoczyna się już w momencie narodzin dziecka. Rodzice czują obowiązek nauczenia swego potomstwa „właściwych" dla płci zachowań. „Dzieci uczą się – przez wzmocnienia i modelowanie – jakie oczekiwania, cele, zainteresowania, umiejętności oraz inne aspekty są przypisywane ich płci" (Nelson 2003, 271), za postępy są często nagradzane lub karane. Dezaprobata, wyśmiewanie i piętnowanie zachowań „nieodpowiednich" dotyka zwłaszcza chłopców. W miarę dorastania i podlegania naciskowi otoczenia, mediów i instytucji edukacyjnych stereotypy płci stają się coraz bardziej odporne na zmiany i negatywnie wpływają na wzajemne relacje kobiet i mężczyzn.

Stereotypy płciowe a rynek pracy

Choć równość szans w dostępie do rynku pracy jest w Polsce i Europie zagwarantowana prawnie (Traktat z Amsterdamu z 1997 r. nakazał państwom członkowskim UE wprowadzić w życie dyrektywy unijne w zakresie polityki równości płci; w Polsce dyskryminacji m.in. ze względu na płeć zakazuje Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej, Kodeks Pracy, Ustawa o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy oraz najnowsza ustawa antydyskryminacyjna, która weszła w życie w styczniu 2011 r.), w dalszym ciągu brak procedur pozwalających jednoznacznie stwierdzić, czy w danej sytuacji doszło do dyskryminacji. Ciągle zatem sytuacja na rynku pracy odzwierciedla niezwykle silnie zakorzenione w mentalnie patriarchalnym społeczeństwie stereotypy i schematy ról płciowych. Segregacja zawodowa jest widocznym w statystykach efektem ich oddziaływania.

Segregacja zawodowa ze względu na płeć polega na tym, że niektórym zawodom niejako „naturalnie" i bezdyskusyjnie przyznaje się męski bądź kobiecy charakter. Mężczyźni i kobiety skupieni są w różnych zawodach i na różnych stanowiskach, na podstawie założeń dotyczących tego, co odpowiada ich płci. Odmienna natura obu płci w wymiarze biologicznym jest społecznie uznawana za dowód na ich różne właściwości psychofizyczne i usprawiedliwienie nierównego traktowania także na rynku pracy. Od dawna mężczyznom przydzielona jest sfera publiczna, a

zwłaszcza te jej obszary, które wiążą się z dostępem do władzy (Tomaszewska 2004, 5). Znaczna większość stanowisk kierowniczych w Polsce obsadzona jest przez mężczyzn. Odsetek kobiet pełniących funkcje kierownicze to zaledwie 35,9% w 2009 r. (GUS 2010, http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf).

Co ciekawe, utrudniony awans na stanowiska związane z władzą nie jest zależny od poziomu wykształcenia. Wg danych GUS wyższe wykształcenie ma 16,7%. kobiet, a wśród mężczyzn ten odsetek wynosi 13,6%.

Tradycyjnie sfera życia rodzinnego pozostaje domeną kobiet, w dodatku nie stanowi źródła prestiżu i uznania. Odpowiedzialność za funkcjonowanie domu i rodziny wciąż spoczywa na kobiecie, prowadząc niejednokrotnie do dylematów związanych z posiadaniem (bądź nie) prawa do samorealizacji i kariery zawodowej. Te z kolei dzięki podwójnym obowiązkom są poważniej zagrożone, niż prawa mężczyzn. Choć może się to okazać trudniejsze do zauważenia, mężczyźni również nie są wolni od kulturowych wzorców męskości, które mogą stawać się źródłem opresji. Obciążeni są rolą głównego żywiciela rodziny, która nakłada na nich obowiązek zrobienia kariery zawodowej i pobierania wysokiego wynagrodzenia. Sprostanie społecznym oczekiwaniom może sprawiać kłopot i być źródłem frustracji, niekiedy także wtedy, gdy mężczyźni pragną spróbować swych sił w typowo kobiecych zawodach. Takie zachowanie godzi przecież w stereotyp silnego macho i przywódcy stada, dla którego odpowiednia jest władza, a nie działalność np. edukacyjna.

Segregacja na rynku pracy przebiega w dwóch kierunkach – wertykalnie i horyzontalnie. Kierunek poziomy wyznaczany jest feminizacją pewnych grup zawodowych, ograniczeniem puli dostępnych dziedzin zatrudnienia. W niektórych ujęciach zjawiska mówi się, że im bardziej dana praca wymaga konkretnych umiejętności, tym bardziej postrzegana jest jako męska. Pojęcie segregacji wertykalnej dotyczy najczęściej trudności w awansie. Jako kobiece postrzegane są zawody związane z potencjalnie mniejszą władzą, a kobiety pracujące na stanowiskach „męskich" dotyka efekt *szklanego sufitu*, czyli bariery w awansie (Marciniak 2004, Bogacz 2011). Zjawisko to podbudowane jest stereotypem kobiety nienadającej się do zarządzania w tym samym stopniu co mężczyzna. Kompetencje miałaby ograniczać mniejsza dyspozycyjność w związku z obowiązkami rodzinnymi i domowymi. Następstwem tych uprzedzeń jest brak wiary kobiet we własne siły i lęk przed odpowiedzialnością. Utwierdzają swoich ewentualnych

pracodawców i pracodawczynie w przekonaniu, że stanowią „wybrakowaną" i mniej atrakcyjną siłę roboczą – już na etapie rekrutacji są mniej odważne i deklarują gotowość pracy za mniejsze stawki niż mężczyźni. Ich mniejsze oczekiwania płacowe zwiększają asymetrię, gdyż zarobki często kształtowane są na bazie oczekiwań. To z kolei niejako nakręca spiralę – ogół zawodów uznawanych za kobiece słynie z niewysokich stawek, tym samym obniża się ich społeczny prestiż.

Większość kobiet zatrudniona jest w handlu, usługach, ochronie zdrowia, edukacji. Jest to zapewne konsekwencja przekonania, że kobiety z natury posiadają więcej cech wspólnotowych niż sprawczych (które są zdecydowanie bardziej przydatne w wykonywaniu zawodów męskich), czyli są bardziej troskliwe, opiekuńcze, emocjonalne i empatyczne (Nelson 2003, 298). Przypisuje im się zależność od innych, uległość, brak inicjatywy, niechęć do współzawodnictwa, brak agresywności (Marciniak 2004, 8), które implikują małą skuteczność działań i niezdolność do kierowania podwładnymi. Prace administracyjne i pomocnicze na rzecz wyżej stojącego w hierarchii mężczyzny, takie jak praca sekretarki, asystentki, pielęgniarki wg Bem są ucieleśnieniem androcentrycznej definicji kobiety, której zadaniem jest wypełnianie funkcji reprodukcyjnych i związanych z prowadzeniem domu (2000, 138). Stereotypowa niezaradność i gorszość kobiet oraz ich własne o tej niezaradności przekonanie powoduje sytuację, w której mimo lepszego poziomu wykształcenia są mniej aktywne zawodowo od mężczyzn i częściej są zagrożone bezrobociem długotrwałym.

Zwalczanie dyskryminacji a uświadamianie

Działania w zakresie wyrównania szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy podejmowane są już od dawna, a ich jedynie częściowe powodzenie jest zjawiskiem wskazującym na dwa zasadnicze wnioski. Po pierwsze wobec patriarchalnych społecznych praktyk same regulacje prawne nie są i nie mogą stanowić narzędzi wystarczających do wyeliminowania problemu. W związku z tym być może większą wagę należy przywiązywać do działań prewencyjnych, zapobiegającym pojawianiu się aktów dyskryminacji pod względem płci. Po drugie stereotypy płciowe powodujące i zarazem usprawiedliwiające dyskryminację są tak silnie zakorzenione w świadomości zbiorowej, że niemożliwa jest ich zmiana lub całkowite wyeliminowanie w stosunkowo krótkim okresie – na wyraźne zmiany trzeba będzie czekać nawet kilka pokoleń.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Jak spowodować powolną, ale zarazem skuteczną zmianę stereotypowych wizji ról płciowych, która przyniosłaby widoczną poprawę szans obu płci na rynku pracy? Wytyczne, których warto się trzymać, to idee zawarte w projektach Europejskiego Funduszu Społecznego. Należą do nich m.in. zwalczanie segregacji zawodowej, promowanie idei równego wynagrodzenia i wykorzystywania indywidualnych zdolności, promowanie partnerskiego modelu rodziny (ASM 2006). Za ich wdrożeniem kryje się ciężka i wieloletnia praca u podstaw. Podstawowym narzędziem jest oczywiście edukacja. Edukację równościową warto rozpoczynać już na etapie wczesnoszkolnym, kiedy schematy płciowe nie są jeszcze sztywne i antystereotypowe wzorce mogą oddziaływać najskuteczniej. Jest tutaj całkiem spore pole do popisu – nauczyciele często inaczej traktują dzieci w zależności od płci, ładunek stereotypów przekazywanych wprost i w sposób zakamuflowany może przerazić. Jeśli dziecko we wczesnym dzieciństwie zostanie uświadomione, że tato może zajmować się domem z takim samym powodzeniem, jak robi to mama, która ma aspiracje zawodowe i dobrą pensję, łatwiej zrozumie sens zwalczania segregacji zawodowej. Ba, równość szans na rynku pracy może stać się dla dziecka tak oczywista, jak dziś dla niektórych brak tej równości.

Uświadamiać i informować należy także pracodawców i pracodawczynie oraz personel firm i instytucji. Przydatne w tej materii są zwłaszcza treningi genderowe. Warto uwrażliwiać na kwestie nierówności społecznych i zachęcać do przyjrzenia się ich genezie. Wzbudzać refleksje nad pytaniami, czym jest dziś kobiecość, a czym męskość, czy płeć do czegoś nas obliguje, a może czegoś zabrania (a jeśli tak, to z jakiego powodu), do jakiego stopnia życie społeczne organizowane jest przez stereotypy i jakie są społeczne i ekonomiczne koszty postrzegania świata przez ich pryzmat. Treningi przeprowadzane zarówno z udziałem zatrudniających, jak i zatrudnianych, powinny uwzględniać mniej lub bardziej szczegółowe wprowadzenie do polityki równości płci, objaśnienie jej zasadniczych celów, przedstawienie argumentów świadczących na korzyść jej wdrażania.

Treningom genderowym powinny towarzyszyć szkolenia i warsztaty przedstawiające konkretne metody radzenia sobie z zastaną sytuacją na rynku pracy. Kobiety pracujące powinny być uświadamiane, jakie są ich elementarne prawa wynikające z polskiego i europejskiego ustawodawstwa, do kogo mogą się zwrócić i od kogo mogą uzyskać pomoc, jeśli ich prawa są

łamane w miejscu pracy lub podczas rekrutacji na stanowisko. Osoby zatrudniające i zatrudniane powinny zostać uwrażliwione na możliwe akty dyskryminacji obu płci, a w szczególności kobiet, których gorszą pozycję ukazują statystyki. Chodzi tu przede wszystkim o poinformowanie, które praktyki stosowane podczas rekrutacji lub trwania umowy o pracę są niedopuszczalne – m.in. stawianie innych wymagań kobietom i mężczyznom ubiegającym się o to samo stanowisko, pytanie kobiet o ich sytuację rodzinną, stan cywilny i plany macierzyńskie, wymaganie od kandydatek zobowiązania do niezachodzenia w ciążę, podejmowanie decyzji w rekrutacji tylko i wyłącznie w oparciu o płeć (Tomaszewska 2004, 12). Przydatne są także szkolenia i konferencje, na których pogłębiana będzie wiedza dotycząca możliwości dzielenia opieki nad dziećmi, jakie daje prawo pracy i ubezpieczeń społecznych.

Warto również informować kobiety i mężczyzn o możliwych ścieżkach rozwoju zawodowego na stanowiskach stereotypowo uznawanych za kobiece lub męskie, zachęcać do podnoszenia kwalifikacji. Wyrównywaniu różnic w dostępie do zawodów „męskich", czyli wymagających siły fizycznej, sprzyja dziś postęp techniczny. Większość branż przemysłu przechodzi obecnie restrukturyzację i redukcję zatrudnienia – podkreśla się, że powszechna i intensywna automatyzacja i komputeryzacja znosi bariery związane z siłą fizyczną. W toku seminariów i konferencji należy wskazywać na ten potencjalny atut przekształcających się rynków pracy.

Pozwoli to również wytworzyć skojarzenie: praca kobiet – praca nowoczesna (ASM 2006). Mężczyzn również warto zachęcać do przyjrzenia się nowym sektorom zatrudnienia, argumentując, że ich dopływ do „kobiecych" profesji jest w stanie uczynić te sektory bardziej konkurencyjnymi, a przez to bardziej dochodowymi i lepiej opłacanymi gałęziami gospodarki.

Mówiąc właśnie o niekorzystnych dla samego rynku i gospodarki efektach posiłkowania się stereotypami można zachęcić przedsiębiorców i przedsiębiorczynie do wspierania równości szans obu płci. Promowanie równego statusu i praw obu płci leży w ich własnym interesie i sprzyja dobremu wizerunkowi firmy. Zróżnicowana płciowo siła robocza może okazać się korzystna dla firmy, gdyż zwiększa jej konkurencyjność, a personel czuje się w pełni zmotywowany do rozwijania swego potencjału (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2 – 3). Można nawet stwierdzić, że korzystne jest posługiwanie się płciowymi stereotypami wbrew im samym – „właściwe" kobietom poczucie wspólnoty i umiejętności miękkie mogą pozwolić na bardziej

trafną ocenę oczekiwań otoczenia firmy i lepszą pracę zespołową.

Aby walka z opresyjnymi szczególnie wobec kobiet stereotypami płciowymi i będącą ich pochodną dyskryminacją na rynku pracy okazała się skuteczna, informowanie o destrukcyjnej roli stereotypów musi być zakrojone na szeroką skalę. Jak już wspomniałam, edukację równościową dzieci należy rozpoczynać od najwcześniejszych lat szkolnych. Ponadto nie można jednak ograniczać się do szkoleń, konferencji i seminariów organizowanych wyłącznie dla przedsiębiorców/przedsiębiorczyń oraz osób zatrudnianych. Uświadomienie społeczeństwu genderowych uwarunkowań rynku pracy powinno być celem sporej kampanii społecznej. Nic tak nie uczula na przejawy dyskryminacji i niesprawiedliwości, jak przykłady złych doświadczeń i nagannych praktyk. Zmiana zachowań obecnych aktorów rynku pracy nie przyniesie dalekosiężnych skutków, bo wkrótce pojawią się nowi, niekoniecznie wyedukowani w kwestii równości. Dlatego warto przemieniać sposób myślenia całego społeczeństwa – wydawać broszury informacyjne o możliwościach kobiet i mężczyzn na rynku pracy, inwestować w przełamujące stereotypy płciowe związane z zatrudnieniem spoty telewizyjne i banery reklamowe, billboardy. Dobrym narzędziem będą również reportaże z przykładami złych i dobrych praktyk. Im głębiej sięgnie edukacja równościowa, tym lepsze i szybciej widoczne będą jej efekty.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Bartmiński J., 2009, *Stereotypy mieszkają w języku. Studia etnolingwistyczne*, Lublin.
2. Bem S.L., 2000, *Męskość, kobiecość. O różnicach wynikających z płci*, przekł. S. Pikiel, Gdańsk.
3. Bogacz P., 2011, *Równość szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy*, (online)

   http://www.twojaeuropa.pl/2303/rownosc-szans-kobiet-i-mezczyzn-na-rynku-pracy , dostęp: sierpień 2011r.
4. Burzyńska A., *Feminizm*, [w:] Burzyńska A., Markowski M.P., 2006, *Teorie literatury XX wieku. Podręcznik*, Kraków.
5. Dybel P., 2006, *Zagadka „drugiej płci". Spory wokół różnicy seksualnej w psychoanalizie i w feminizmie*, Kraków.
6. GUS, 2010, *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy*, Warszawa, (online)

   http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf, dostęp: lipiec 2011 r.
7. *Kobieta pracująca. Diagnoza sytuacji kobiet na rynku pracy w Polsce*, 2006, oprac. ASM Centrum Badań i Analiz Rynku Sp. z o.o., Kutno, (online)

   http://www.telepracadopiewo.pl/upload/articles/Publikacja_kobieta_pracujaca.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.
8. *Kobiety na rynku pracy*, (online) http://www.studentpolski.pl/tematy.php?id=44, dostęp: lipiec 2011 r.
9. Marciniak A., 2004, *Niewidzialne bariery awansu kobiet – apokryf „szklanego sufitu"?*, (online) http://kim.efs.gfkm.pl/userfiles/file/KIM/literatura/A_Marciniak_szklany%20sufit.pdf, dostęp: sierpień 2011.
10. Nelson T.D., 2003, *Psychologia uprzedzeń*, przekł. A. Nowak, Gdańsk.
11. Schunter-Kleemann S., Plehwe D., 2006, *Gender mainstreaming. Włączanie kobiet do*
12. *neoliberalnej Europy?*, Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego, (online) www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0070schunter_plehwe.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
13. Tomaszewska J., 2004, *Dyskryminacja ze względu na płeć*, [w:] *Dyskryminacja ze względu na płeć i jej przeciwdziałanie. Przezwyciężanie barier na drodze do równości kobiet i mężczyzn w Polsce*, Warszawa, (online)
    http://www.bezuprzedzen.org/doc/Dyskryminacja_ze_wzgledu_na_plec_i_jej_przeciwdzialanie.pdf, dostęp: sierpień 2011.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Marta Dymek

Płeć ma znaczenie.
Równe szanse w zarządach europejskich przedsiębiorstw

Liderzy równości płci na świecie

W czołówce organizowanego co roku raportu *Gender Gap Index*[1] od lat znajdują się państwa skandynawskie. Od roku 2006 kiedy miała miejsce pierwsza edycja projektu, nieprzerwanie liderami rankingu są Islandia, Norwegia, Nowa Zelandia i Szwecja. Krajem, który nigdy nie wypadł poza podium, a w tym roku zajął drugie miejsce z wynikiem 0.80 (gdzie 0=nierówności płci a 1= równości płci) jest Norwegia.[2] W minionych latach Norwegia zdążyła znaleźć się na każdym miejscu na podium: w roku 2006 i 2007 była na miejscu drugim, w 2008 na miejscu pierwszym a w 2009 na miejscu trzecim. Tegoroczne drugie miejsce Norwegia zapewniła sobie wysokimi wskaźnikami w dziedzinie edukacji (dokładnie 1.0), ochrony zdrowia (0.970) oraz wyższym niż w latach ubiegłych wskaźnikiem uczestnictwa kobiet na rynku pracy (0.831). Chociaż powyższe wskaźniki dla wielu krajów, w tym także Polski, są ciągle jeszcze niedoścignionym wzorem, to dla Norwegów i Norweżek nie są one na tyle zadowalające aby kwestię wyrównywania szans odłożyć do lamusa.

Współcześnie kwestia równości płci jest tematem obecnym w naturalny sposób w norweskiej debacie politycznej. Wiele polityków i polityczek na co dzień podejmuje decyzje spoglądając poprzez równościowe okulary, na co z przyjemnością można poszukać dowodów w aktualnej debacie politycznej. Minister Spraw Zagranicznych, Jonas Gahr Støre podczas dyskusji *Nowe Paradygmaty dla Rozwoju,* która odbyła się 26 maja 2011 roku z okazji 50 Rocznicy Spotkania Rady Ministrów podkreślił, że polityka społeczna wrażliwa na kwestie płci jest jednym z kluczowym obszarów rozwoju.[3] Podobnie wypowiedział się Minister Rolnictwa i Żywności, Peder Brekk na konferencji zorganizowanej przez Organizację Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa w Rzymie, gdzie stanowczo stwierdził, że *nierówność ze względu na płeć wstrzymuje rozwój w sektorze rolnictwa i żywności.*[4] Jednak najodważniejsze i najbardziej przełomowe wypowiedzi dotyczące konieczność walki z nierównymi szansami kobiet na rynku

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

pracy nie padły wcale w tym roku ani w poprzednim. Wypowiedział je 10 lat temu z ówczesny Minister Handlu i Przemysłu, Ansgar Gabrielsen.

Terapia szokowa

To właśnie Ansgar Gabrielsen, norweski polityk z ramienia Partii Konserwatywnej i Minister Handlu i Przemysłu w latach 2001-2004 ma niemały wpływ na sukces Norwegii w walce z dyskryminacją kobiet na rynku pracy. To dzięki terapii szokowej, jaką zafundował norweskiemu rządowi kwestia równouprawnienia jest dzisiaj tak naturalną i istotną perspektywą.

Kiedy w 2002 roku Gabrielsen zaproponował wprowadzenie prawa, które miałoby zobowiązać firmy i przedsiębiorstwa do przestrzegania 40% parytetu przy formowaniu zarządów w firmach i korporacjach, w środowiskach biznesowych zadrżało. Chociaż aż 80% kobiet było w tych latach aktywnych zawodowo a połowa rządu składała się z kobiet, to pomysł wprowadzenia parytetów także w sektorze biznesowym, wydawał się radykalnym, feministycznym szaleństwem. Jednak sam Gabrielsen odżegnywał się od jakiejkolwiek ideologii, wielokrotnie powtarzając, że nie jest feministą i wskazywał na ekonomiczne korzyści płynące z wyrównywania szans kobiet na rynku pracy. *Jaki jest powód topienia fortuny w edukacji dziewcząt, a potem obserwowanie ich wyprzedzających chłopców niemal w każdej dziedzinie, jeżeli, kiedy w końcu chodzi o mianowanie nowych biznesowych liderów w najlepszych przedsiębiorstwach, ci są wybierani jedynie spośród połowy populacji – przyjaciele, którzy zostali zrekrutowani na wyprawach na ryby i polowania albo dzięki innym, małym znajomościom? W tym wszystkim, chodzi przede wszystkim o wykorzystanie wartościowych niespożytkowanych dotąd zasobów ludzkich.*[5]

Po miesiącach gorących debat, w trakcie których rodzima partia Gabrielsena surowo go potępiła a z kolei poparły go opozycyjne, lewicowe środowiska, Parlament przyjął propozycję kwot znaczącą większością głosów, dając przedsiębiorstwom państwowym czas do 2006 roku, a spółkom akcyjnym do 2008 roku na sprostanie wymogom kwot. I wbrew opiniom przeciwników, parytety zadziałały i odniosły sukces, podczas gdy w zarządach przedsiębiorstw w 1993 zasiadło jedynie 3% kobiet, w 2003 roku 7% to dzisiaj odsetek kobiet wynosi 42%. Nawet w przedsiębiorstwach nie objętych prawnie obowiązkiem utrzymywania kwot w zarządach, często

wprowadzano tą zasadę dobrowolnie korzystając z dobrych doświadczeń przedsiębiorstw państwowych i spółek akcyjnych – tak stało się na przykład w norweskich spółdzielniach rolniczych. Co więcej, Norwegia stała się przykładem dla innych państw w Europie i już kilka lat później podobne rozwiązania kwotowe wprowadziła Holandia oraz Hiszpania, a teraz nad parytetami w biznesie dyskutuje także Wielka Brytania.

Aktywizacja kobiet w Unii Europejskiej

Z okazji obchodów 100-lecia Międzynarodowego Dnia Kobiet Jerzy Buzek, Przewodniczący Europarlamentu, wraz z Viviane Reding, Wiceprzewodnicząca Komisji Europejskiej także zaproponowali wprowadzenie kwot w zarządach firm. Obecnie na terenie Unii jedynie 10% osób zasiadających w zarządach to kobiety, a tylko 3% z nich piastuje stanowisko prezeski. Najgorzej sytuacja wygląda w sektorze bankowym, gdzie w 2010 roku nie było żadnej prezeski. Ponadto Banki Centralne Niemiec, Austrii, Luksemburgu i Cypru wciąż nie mają ani jednej kobiety w zarządach. Również w trzech największych europejskich instytucjach finansowych, czyli w Europejskim Banku Centralnym, Europejskim Banku Inwestycyjnym oraz Europejskim Funduszu Inwestycyjnym, na najwyższych stanowiskach zasiadają sami mężczyźni. Niewiele lepiej jest w ogólnym udziale kobiet w zarządach, w Europejskim Banku Centralnym wynosi on 5%, w Europejskim Banku Inwestycyjnym 15% a wśród osób na stanowisku dyrektorskim w Europejskim Funduszu Inwestycyjnym jedynie 14% to kobiety.

Chociaż Przewodniczący i Wiceprzewodnicząca przyznają, że dyskryminacja kobiet jest naruszaniem praw człowieka a kwestia rzeczywistego wyrównania szans jest priotyetem dla europejskiej polityki społecznej, to jednak podkreślają, że istnieje jeszcze jeden, szczególnie ważny powód dla którego przybliżenie kobiet do władzy w przedsiębiorstwach jest niezbędne. Tym powodem jest ekonomia. Obecnie, kiedy budżety krajowe są napięte a wiele krajów Unii przeżywa kryzys i potrzebuje dodatkowego wsparcia unijnej gospodarki, to właśnie kapitał ludzki stanowi nadzieję na przywrócenie konkurencyjności unijnych firm na rynku światowym. Gospodarki Uni Europejskiej nie stać na niewykorzystywanie wiedzy i umiejętności kobiet, które wciąż stanowią niezagospodarowany kapitał talentów. W interesie Wspólnoty Europejskiej, jest jak najszybsze efektywne wykorzystanie potencjału kobiet w świecie biznesu. Zwłaszcza, że

populacja kobiet w krajach Unii jest liczniejsza i lepiej wykształcona.

Korzyści płynące z wprowadzenia kwot są wymierne nie tylko do gospodarki całej Wspólnoty Europejskiej, ale także dla poszczególnych przedsiębiorstw. W badaniach prowadzonych przez Agnes Bolsø, która starała się zbadać wpływ większej ilości kobiet zasiadających w zarządach na życie korporacji, respondowani członkowie i członkinie zarządów wymienili wiele zalet. Ankietowane osoby odpowiadały na pytanie, co zmieniło się od czasu wprowadzenie systemu kwotowego w życiu ich korporacji. Często ankietowane osoby podkreślały pozytywną zmianę procesie decyzyjnym; w atmosferze podczas spotkań, które stały się często przyjemniejsze a przygotowane materiały bardziej dokładne i lepiej zorganizowane. Respondenci i respondentki zgodnie nazwali to profesjonalizmem.[6]

Mimo norweskich doświadczeń z wprowadzeniem kwot w zarządach firm, dla wielu europejskich przedsiębiorstw wprowadzenie regulacji prawnej dotyczącej parytetu w zarządach wciąż jest kontrowersyjnym pomysłem. Odnieśli się do tego również Reding i Buzek, proponując aby w pierwszej kolejności przedsiębiorcy i przedsiębiorczynie sami mogli zasugerować rozwiązania wyrównujące dostęp kobiet na rynku pracy. Dlatego 1 marca 2011 roku Komisja Europejska spotkała się z prezesami i prezeskami największych europejskich spółek akcyjnych, aby omówić propozycje samoregulujące wewnątrz firm, które miałby ułatwić kobietom dostęp do najwyższych stanowisk. Jednak aby dobre praktyki wewnątrz spółek były efektywne, niezbędny jest rzetelny monitoring, który odnotowywałby zmiany w strukturach personalnych w zarządach spółek oraz ich postępowanie w czasie. Zwłaszcza, że Komisja Europejska wyznaczyła sobie ambitne cele – do 2015 roku przynajmniej 30% osób zasiadających w zarządach powinny stanowić kobiety, a do 2020 roku odsetek ten powinien dorównać norweskim wynikom, czyli wynosić przynajmniej 40%. Dlatego, jeżeli Komisja zauważy, że podjęte wewnątrz spółek decyzje nie przynoszą pożądanych skutków w odpowiednim czasie, europejscy komisarze zapowiedzieli gotowość do wprowadzenia niezbędnych regulacji prawnych.

Zmiany w rękach przedsiębiorców i przedsiębiorczyń

Na razie jednak to w jaki sposób zostanie wyraźnie zwiększony udział kobiet na

stanowiskach decyzyjnych zależy od zarządów spółek. 1 marca 2011 roku Vivienne Reding zaprosiła wszystkie spółki publiczne z krajów Unii Europejskiej do uczestnictwa w akcji *Kobiety w Zarządach dla Europy*, poprzez wypełnienie formularza dobrowolnego zobowiązania, który można pobrać ze strony Komisji Europejskiej http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/reding/womenpledge/index_en.htm. W formularzu zarząd spółki zobowiązuję się do zwiększenia reprezentacji kobiet w zarządzie do 30% do 2015 roku oraz przynajmniej do 40% do 2020 roku. Ponadto, we wniosku jest również miejsce na opisanie konkretnych kroków, jakie przedsiębiorstwo ma zamiar podjąć aby osiągnąć powyższe kwoty oraz na wymienie środków, jakie zostaną wdrożone w najbliższym czasie. Do akcji przystąpiły już największe europejskie spółki, takie jak: LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton, Guerlain oraz FES Consulting Empresarial.

Spółki mają czas do marca 2012 roku na przystępowanie do programu *Kobiety w Zarządach dla Europy.* Jak przekonuje komisarka Viviene Reding, do akcji warto się przyłączyć bo równość płci na rynku pracy nie jest sprawą kobiet, a sprawą całego biznesu. Dzięki podejmowaniu środków mających zwiększyć reprezentację kobiet na najwyższych stanowiskach, pracodawcy mogą wiele zyskać co potwierdzają badania przeprowadzone przez międzynarodową firmę McKinsey. Rapor z badań wykazał, że firmy o genderowo zbilansowanej strukturze osiągają aż o 56% wyższe zyski operacyjne niż firmy złożone jedynie z mężczyzn, oraz, że najbardziej innowacyjne firmy, to właśnie te, utrzymujące wysoki odsetek kobiet zatrudnianych w zarządach.[7]

Nawet jeżeli Unia Europejska nie zdecyduje się na wprowadzenie minimalnych kwot kobiet w zarządach spółek akcyjnych i przedsiębiorstw państwowych, nie oznacza to, że o kwestię równości płci w biznesie możemy pomyśleć kiedy indziej. To w interesie pracodawców i dyrektorów przedsiębiorstw leży zabieganie o zwiększenie udziału kobiet w procesach decyzyjnych firm, wypracowanie twórczych i wiarygodnych sposobów budowania zbilansowanego pod względem płci zatrudnienia. Niestety, do tej pory obecnej żadna polska spółka nie przystąpiła do programu *Kobiety w Zarządach dla Europy* i nie podpisała dobrowolnego oświadczenia.

[1] Raport Gender Gap Index to raport organizowany od roku 2006 przez Światowe Forum Ekonomiczne. Raport co roku bada nierówne szanse pomiędzy płciami w dostępie do rynku pracy, edukacji, reprezentacji politycznej oraz ochronie zdrowia. W 2010 roku Polska zajęła 43 miejsce wśród 134 krajów.

[2] wszystkie dane statystyczne pochodzą z tegorocznych wyników raportu Gender Gap Index.

R. Hausman, L. D. Tyson, S. Zaahidi, *The Global Gender Gap Report,* Genewa 2010 dostępne w: https://members.weforum.org/pdf/gendergap/report2010.pdf

[3] relacja z debaty dostępna w:

http://www.regjeringen.no/en/dep/ud/aktuelt/taler_artikler/utenriksministeren/2011/innlegg_oecd.html?id=645077

[4] relacja z debaty dostępna w:http://www.regjeringen.no/en/dep/lmd/whats-new/Speeches-and-articles/speeches-and-articles-by-the-minister/speeches-and-articles-/2011/eneral-statement-by-the-minister-of-agri.html?id=650235

[5] Nicki Gilmour, *Why Accountability is What Matters: Achieving Critical Mass with Targets or Quotas* dostępne w: http://www.theglasshammer.com/news/2010/01/21/why-accountability-is-what-matters-achieving-critical-mass-with-targets-or-quotas/

[6] Agnes Bolsø, *Ignore the doubters. Norway's quota on women in the boardroom is working,* dostępne w: http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/jul/18/diversity-boardroom-corporate-decisions

[7] Raport z badań *Woman Matter. Gender diversity, a corporate performance driver* dostępny w: http://www.mckinsey.com/locations/swiss/news_publications/pdf/women_matter_english.pdf

Bibliografia

1. Agnes Bolsø, *Ignore the doubters. Norway's quota on women in the boardroom is working,* dostępne w: http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/jul/18/diversity-boardroom-corporate-decisions
2. Nicki Gilmour, *Why Accountability is What Matters: Achieving Critical Mass with Targets or Quotas* dostępne w: http://www.theglasshammer.com/news/2010/01/21/why-accountability-is-what-matters-achieving-critical-mass-with-targets-or-quotas/
3. R. Hausman, L. D. Tyson, S. Zaahidi, *The Global Gender Gap Report,* Genewa 2010 dostępne w: https://members.weforum.org/pdf/gendergap/report2010.pdf
4. Raport z badań *Woman Matter. Gender diversity, a corporate performance driver* dostępny w:http://www.mckinsey.com/locations/swiss/news_publications/pdf/women_matter_english.pdf
5. Relacja z debaty ONZ w Rzymie dostępna w:http://www.regjeringen.no/en/dep/lmd/whats-new/Speeches-and-articles/speeches-and-articles-by-the-minister/speeches-and-articles-/2011/eneral-statement-by-the-minister-of-agri.html?id=650235

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Marta Dymek

Zapobiegać czy leczyć?

Przeciwdziałanie segregacji poziomej na rynku pracy

Chociaż aktywne formy dyskryminacji na rynku pracy są spektakularne i widoczne, nie są one wcale jedynymi przejawami nierównych szans w realizowaniu kariery zawodowej. Często to bierne i nieświadome akty dyskryminacji są tymi, które budują najtrwalszy szklany sufit.[1] Taka pośrednia dyskryminacja, trudna do zauważenia przy pierwszym spojrzeniu jest często rozpowszechniona do tego stopnia, że staje się wręcz przezroczysta. Jednak niezależnie od tego jak powszechne mogą być niezliczone akty dyskryminacji, nie może to być powodem do przechodzenia obok nich obojętnie. Na dyskryminację, czy to pośrednią czy bezpośrednią, trzeba zawsze stanowczo reagować. Ale co więcej, można jej też efektywnie przeciwdziałać.[2]

Właśnie takie zadanie, przeciwdziałania dyskryminacji dziewcząt i kobiet na rynku pracy, wyznaczyło w roku 2001 Ministerstwo Edukacji i Badań w Niemczech. Co szczególnie istotne, Ministerstwo zwróciło uwagę na pozornie transparentne i naturalne zjawisko, jakim jest pozioma segregacja zawodowa. Segregacja zawodowa polega na skoncentrowaniu kobiet i mężczyzn w różnych dziedzinach aktywności zawodowej i zatrudnianie ich na różnych stanowiskach, gdzie kobiety mają znacznie mniejszy zakres możliwości zawodowych oraz zajmują niższe stanowiska. Zjawisko koncentrowania kobiet i mężczyzn na określonych szczeblach służbowych i stanowiskach w strukturze zatrudnienia określa termin *segregacja pionowa,* natomiast zjawisko skoncentrowania aktywności zawodowej kobiet i mężczyzn w określonych sektorach zatrudnienia i w określonych zawodach nosi nazwę *segregacji poziomej.*[3] Jest jej znacznie trudniej przeciwdziałać, niż segregacji pionowej. Nie wystarczą bowiem zmiany wewnątrz struktury firm, monitoring awansów ani równościowo przeprowadzona rekrutacja – najpierw trzeba sprawić, żeby kobiety w ogóle chciały się o stanowisko w danej branży ubiegać!

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Babska robota

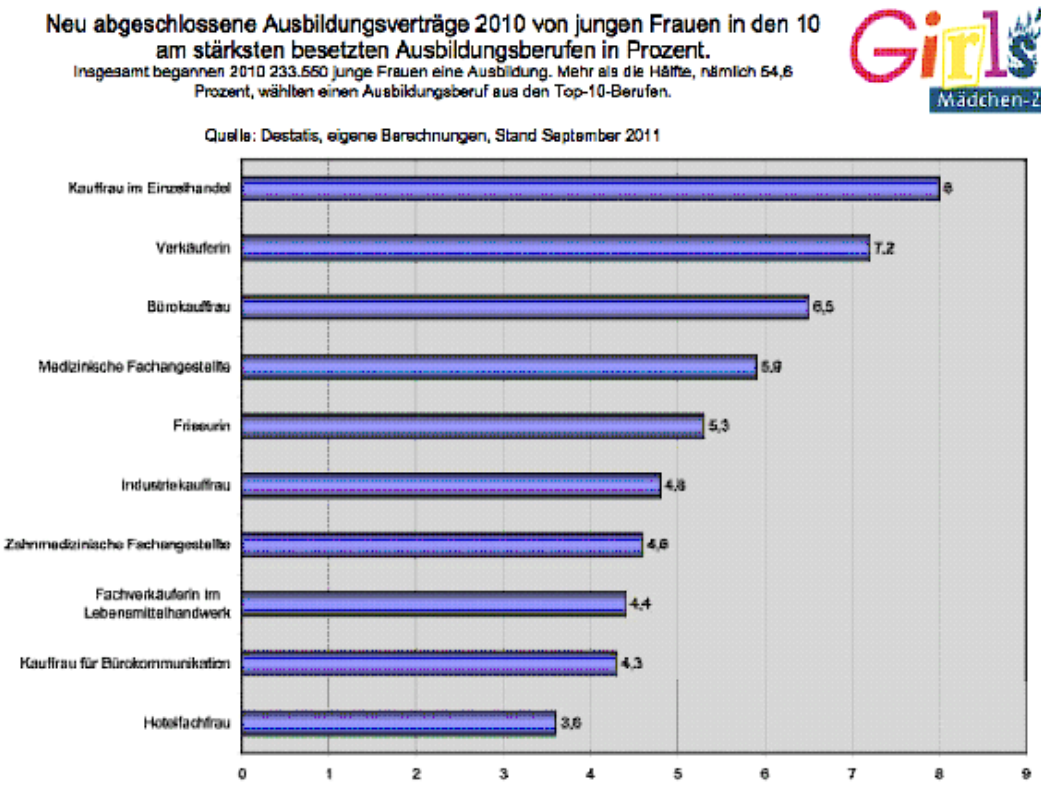
Dlaczego akumulację kobiet w jednym sektorze a ich nieobecność w innym jest zjawiskiem dyskryminującym? Aby odpowiedzieć sobie na to pytanie wystarczy spojrzeć, jakie branże są najbardziej sfeminizowane a w jakich wciąż trudno znaleźć kobiety. Raport *Polityka Równości płci* podaje, że wciąż najbardziej sfeminizowanymi sektorami są ochrona zdrowia oraz opieka społeczna i edukacja, co jest wynikiem cech społecznie przypisywanych kobietom. Natomiast najbardziej zdominowane przez mężczyzn jest budownictwo oraz sektor informatyczny. Nie trudno zatem zauważyć, że to kobiece sektory są znacznie gorzej opłacane w porównaniu z sektorami zdominowanymi przez mężczyzn.

Zjawisko feminizacji nisko opłacanych zawodów prowadzi do zjawiska feminizacji ubóstwa, czyli sytuacji, gdzie większość osób ubogich to kobiety. Połączenie utknięcia w słabo opłacanej branży z obowiązkami opiekuńczymi wobec dzieci lub starszych członków rodziny, jest wystarczające aby wiele kobiet zamknąć w hermetycznym kręgu biedy, z którego tak trudno się wydostać. Aby ten krąg przerwać, należy przeciwstawić się stereotypowi, który przypisuje dziewczęta do gorzej opłacanych profesji, na podstawie przesądu o łagodnym usposobieniu kobiet lub ich przemożnej chęci niesienia pomocy innym. Ten podział zawodów na dwa odrębne światy, męski i żeński, prowadzi do zniechęcania dziewcząt do podejmowania męskich zawodów a w konsekwencji do zamknięcie ich w kręgu gorzej opłacanych zawodów.[4]

Dziewczyny do przedmiotów ścisłych!

Problem akumulacji kobiet w nisko opłacanych sektorach oraz narzekania przedsiębiorców na niedobory wykwalifikowanej kadry zauważyło w 2001 roku niemieckie Ministerstwo Edukacji i Badań.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

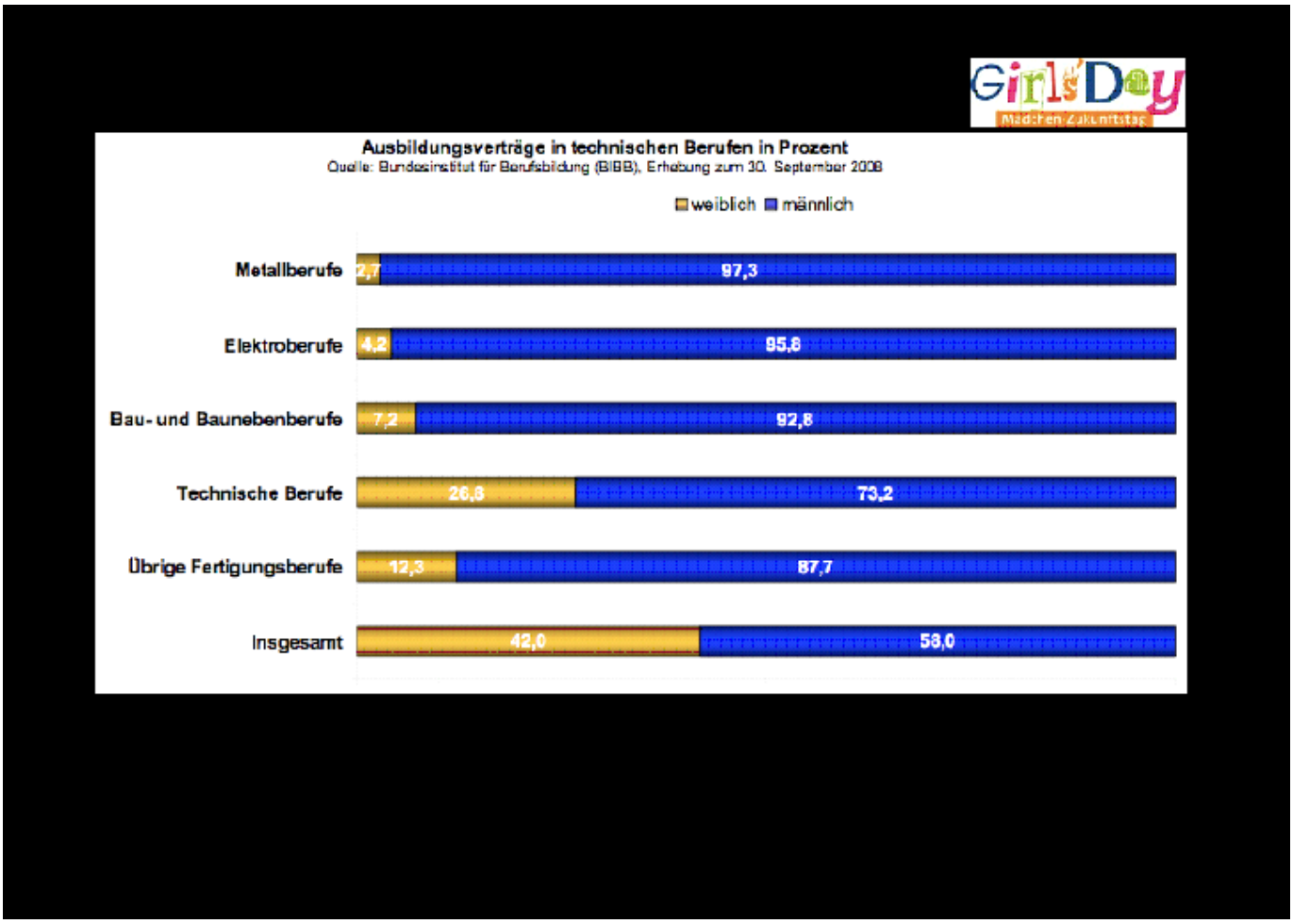


źródło: http://www.girls-day.de/Girls_Day_Info/Daten_und_Fakten

Dziewczęta w Niemczech, podobnie jak w całej Europie najczęściej wybierają zawody związane z handlem – jako sprzedawczynie lub jako handlowczynie w małych, często własnych przedsiębiorstwach. Na trzecim miejscu pod względem popularności są zawody związane z pracą biurową, a następnie z niewielką przewagą nad branżą fryzjerską plasuje się wybór kariery jako personel medyczny. Niestety, na liście dziesięciu najpopularniejszych zawodów nie znajdują się profesje powiązane z branżą informatyczną, technologiczną lub budowlaną.

Jak wciąż niewielki jest udział kobiet w tych sektorach gospodarki pokazuje kolejna statystyka.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG



źródło: http://www.girls-day.de/var/girls_day/storage/images/media/girls_day_info/argumente/2008/technikberufe/66518-2-ger-DE/Technikberufe.jpg

Udział kobiet w zawodach technicznych jest wciąż daleki od parytetu. W przemyśle metalurgicznym odnajdziemy jedynie 2,7% kobiet, w elektronicznym 4,2% a w budowlanym rekordowo wysoki odsetek 7,2%. Trudno się jednak dziwić, że kobiet w tych branżach jest tak niewiele, jeżeli na kierunki techniczne decydują się wciąż tylko nieliczne dziewczęta.

Aby zmienić tą sytuację i umożliwić dziewczętom wybieranie ścieżki kariery nie tylko spośród stereotypowych, kobiecych zawodów a spośród całego bogactwa różnorodnych profesji Ministerstwo Badań i Edukacji zainicjowało projekt *Girl's Day* (*Dzień Dziewczyn),* który co roku od ponad dziesięciu lat jest realizowany na terenie całej Republiki Federalnej Niemiec.

Kwietniowe Święto Dziewczyn

Każdego roku w czwarty czwartek kwietnia wszystkie fabryki, laboratoria, korporacje informatyczne, firmy budowlane zapełniają się dziewczętami ze szkół średnich. Dziewczęta są oprowadzane po firmach, gdzie obserwują tajniki produkcji oraz pracę wewnątrz przedsiębiorstw. Jak o projekcie mówi Dorota Janiszewska, studentka Uniwersytetu Gdańskiego: *Chodzi o danie dziewczętom wyboru. Mogą przyjść do zakładu i poznać daną dziedzinę od strony praktycznej. Mogą dzięki temu podjąć świadomie decyzję, co chcą robić w życiu, a nie dlatego, że ktoś im powie: „to zawód nie dla baby"* [5]

Zanim jednak zakłady pracy zapełnią się uczennicami, dużo wcześniej do szkół wysyłane są informacje na temat wydarzeń organizowanych w ramach tegorocznej edycji projektu, z którymi mogą zapoznać się wszystkie uczennice w wieku od 9 do 15 lat. Dziewczęta zainteresowane konkretnym wydarzeniem mogą się na nie zgłosić i dobrowolnie wziąć w nim udział. Podczas wycieczek do zakładów pracy, uczennice są nie tylko oprowadzane ale często mają także okazję aby wykonać praktyczne zadanie, zaprojektować wizytówkę lub wykonać własnoręcznie ramkę do zdjęć. A wszystko to dzieje się pod okiem zatrudnionych w firmach kobiet – dzięki ich obecności dziewczęta mają okazję przekonać się, że sukces w wymarzonej branży jest możliwy niezależnie od płci. Jak o celach projektu piszą jego organizatorzy i organizatorki *generacja młodych niemieckich dziewcząt dysponuje szczególnie dobrym wykształceniem. Jednakże dziewczęta wciąż nieproporcjonalnie często decydują się na „typowo kobiece" obszary pracy lub studiów. Dlatego właśnie nie wykorzystują w pełni swoich możliwości zawodowych; przecież przedsiębiorstwa potrzebują młodej kadry wykształconej w zagadnieniach technicznych.* Żeby pokazać dziewczętom całą gamę zawodów, jakie mogą wykonywać w przyszłości organizatorzy i organizatorki aranżują wydarzenia mające przybliżyć uczennicom takie obszary jak technologia, nauki przyrodnicze, technologie informatyczne, rzemiosło oraz polityka. Wszystkie wydarzenia są zebrane w materiałach wysyłanych do szkół oraz na stronie internetowej przedsięwzięcia, gdzie rodzice oraz zainteresowane dziewczęta mogą łatwo odnaleźć wydarzenia planowane w ich regionie.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Dziewczyny na Politechniki

Podobne inicjatywy organizowane w Polsce, mające ułatwić dziewczętom wybór technicznych zawodów, są niestety zakrojone na dużo mniejszą skalę. Trudno się jednak dziwić - za projektem *Girl's Day* stoi bowiem Ministerstwo Edukacji i Badań, Ministerstwo do Spraw Rodziny, Osób Starszych, Kobiet i Młodzieży oraz ponad czterdzieści podmiotów naukowych i urzędów.

Polskim projektem o skromniejszym zapleczu ale równie spektakularnych ambicjach jest akcja *Dziewczyny na Politechniki* zorganizowana przez Fundację Edukacja Perspektywy oraz Konferencję Rektorów Polskich Uczelni Technicznych. W tym roku akcja *Dziewczyny na Politechniki,* w której uczestniczy 16 uczelni technicznych, odbyła się już po raz czwarty i na Drzwiach Otwartych Tylko Dla Dziewczyn zgromadziła rekordową liczbę uczestniczek. Organizatorki nie tylko organizują akcje takie jak Drzwi Otwarte albo Bieg w Kasku, ale też skrupulatnie monitorują efekty swoich działań oraz dbają o lingwistykę równościową, promując takie określenia jak „inżynierka", „informatyczka" czy „konstruktorka".[6] Nie pozostaje zatem nic innego, jak tylko przyłączać się do akcji *Dziewczyny na Politechnikę* i trzymać kciuki, że niedługo terminy takie jak *segregacja pozioma* lub *segregacja pionowa* przejdą do rubryki archaizmów.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

[1] pojęcie *szklanego sufitu* do dyskursu równościowego wprowadzili Carol Hymowitz i Tymothy Schellhardt. Termin *szklany sufit* odnosi się do wszystkich zjawisk, jakie napotykają kobiety na ścieżce zawodowego samorozwoju. Wyrażenie to symbolizuje możliwość awansu przy jednoczesnej jego nieosiągalności. Słowo *sufit* wskazuje na obecność limitów ograniczających kobiety, natomiast przymiotnik *szklane* podkreśla pozorną niewidoczność tych przeszkód.

[2] *Przeciwdziałaj Dyskryminacji,* pod red. Dajany Denes, Lambda Warszawa 2009

[3] źródło: http://www.gender.umk.pl/artykulers/GenderM3.pdf

[4] Kaim Agnieszka, *Eryka będzie programistką* dostępne w: http://www.multikulti.org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=31&limit=1&limitstart=0

[5] Kaim Agnieszka, *Eryka będzie programistką* dostępne w: http://www.multikulti.org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=31&limit=1&limitstart=0

[6] porównaj http://www.dziewczynynapolitechniki.pl/informacja_prasowa/raport_dnp_2011.pdf

Bigliografia

1. Kaim Agnieszka, *Eryka będzie programistką* dostępne w: http://www.multikulti.org.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=97&Itemid=31&limit=1&limitstart=0
2. *Przeciwdziałaj Dyskryminacji,* pod red. Dajany Denes, Lambda Warszawa 2009
3. *Raport „Dziewczyny na Politechniki" 2011* dostępny w:

   http://www.dziewczynynapolitechniki.pl/informacja_prasowa/raport_dnp_2011.pdf

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Katarzyna Hołojda

ZMNIEJSZENIE BARIER UTRUDNIAJĄCYCH PODEJMOWANIE PRACY ZE WZGLĘDU NA FEMINIZACJĘ LUB MASKULINIZACJĘ ZAWODÓW

Stereotypy, które w znacznym stopniu organizują ludzki sposób postrzegania świata są niemalże wszechobecne. Również w oparciu o nie często określamy zawody i funkcje jako typowe dla mężczyzn lub kobiet. Istniejące schematy ograniczają w ten sposób możliwości osób obojga płci, narzucają stereotypowe ścieżki edukacji, a w konsekwencji – zawodowej kariery. Bywa, że wybrane w ten sposób zawody są niezgodne z jednostkowymi możliwościami, kompetencjami i – zwłaszcza – marzeniami. Wszystkie te ograniczenia, istniejące najczęściej na poziomie wyłącznie społeczno-kulturowych przekonań, są więc bardzo krzywdzące – i to zarówno dla mężczyzn, jak i dla kobiet.

Choć przedstawicielki płci żeńskiej mają więcej problemów na rynku pracy, np. otrzymują niższe wynagrodzenie niż mężczyźni za pracę na tym samym stanowisku oraz częściej dosięga je problem bezrobocia (jak podaje GUS, wśród osób pracujących jedynie 45% to kobiety (GUS 2010, 7), to stereotypy dotyczące wykonywanych zawodów i pełnionych funkcji wiążą się z daleko idącymi negatywnymi konsekwencjami dla wszystkich, bez względu na płeć.

Stereotypy i bariery

Według danych GUS z 2009 roku najbardziej sfeminizowane obszary zawodowe w Polsce to: opieka zdrowotna i pomoc społeczna oraz edukacja. Około 80% miejsc pracy w tych branżach zajmują kobiety. Więcej niż połowa stanowisk należy do przedstawicielek płci żeńskiej również w takich obszarach, jak: zakwaterowanie i gastronomia, działalność finansowa i ubezpieczeniowa, działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją, handel, obsługa rynku nieruchomości oraz innego typu działalność usługowa. Mężczyźni dominują w zawodach związanych z: budownictwem (ponad 90%), górnictwem i wydobywaniem (90%), transportem i gospodarką maszynową przetwórstwem przemysłowym oraz transportem i komunikacją (GUS 2010, 7).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Kobiety rzadziej także pełnią funkcje kierownicze – przedstawicielek płci żeńskiej na tego typu stanowiskach jest zaledwie 35,9%. Znajduje to odbicie w opisanym przez Nelsona stereotypie. Badacz twierdzi, że:

> Ponieważ uważa się, że kobiety mają z natury więcej cech „wspólnotowych" (takich jak współczucie, troska o innych, emocjonalność czy opiekuńczość), wielu ludzi sądzi, iż kobiety są szczególnie predysponowane na do wykonywania zawodów, które wymagają owych cech (np. nauczycielka, przedszkolanka czy pielęgniarka) (Eagly i Mladnic 1994). Niestety, te profesje cieszą się mniejszym prestiżem i są gorzej płatne niż „typowo męskie zawody" (Cejka i Eagly 1999). Większość stanowisk, które przynoszą wyższe dochody (na przykład chirurg, dyrektor generalny firmy czy inne wysokie stanowiska kierownicze), uważano tradycyjnie za domenę mężczyzn (Glick 1991; Glick, Wilk o Perreault 1995) (Nelson 2010, 298).

Dane statystyczne dostarczają niezbitego dowodu, że tego typu stereotypy rzeczywiście funkcjonują. Konsekwencje takiego postrzegania zawodowych ról kobiet i mężczyzn są bardzo poważne. Wydaje się, że w przypadku mężczyzn nawet poważniejsze, gdyż mężczyzna pełniący zawód typowo kobiecy naraża się na docinki i drwiny, a nawet oskarżenia o skłonności do popełnienia przestępstwa. Wybór „niemęskiego" zawodu może wręcz zakwestionować jego męskość. Najlepszym przykładem pokazującym działający w takiej sytuacji mechanizm jest mężczyzna w zawodzie wychowawcy przedszkolnego. O wyjątkowo „kobiecym" charakterze tego zawodu świadczy choćby fakt, że nie istnieje w języku polskim męski odpowiednik „przedszkolanki", podczas gdy zazwyczaj jest odwrotnie – to żeńskich odpowiedników męskich nazw zawodów i funkcji brakuje.

Badania nad działającym tu stereotypem przeprowadziła Murray, która obserwowała mężczyzn pracujących w przedszkolu na stanowisku wychowawcy. Badaczka przeprowadziła z nimi szereg wywiadów. Ponadto rejestrowała zachowania rodziców, dzieci i pracodawców wobec nich. Wyniki badania okazały się bardzo interesujące, lecz jednocześnie potwierdziły istnienie niezwykle silnego uprzedzenia do mężczyzn-wychowawców opartego wyłącznie na stereotypie

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

(nie potwierdziły go bowiem zachowania uczestniczących w badaniu wychowanków odnoszących się do panów raczej przychylnie):

> [Murray] odkryła, że rodzice często odnoszą się do nich [tj. wychowawców przedszkolnych] podejrzliwie i wrogo, dyrektorzy przedszkoli – bardziej przychylnie, a dzieci – dość pozytywnie. Mężczyźni pracujący jako wychowawcy przedszkolni bywają spostrzegani jako zniewieściali, perwersyjni albo po prostu niekompetentni. Prowadzi to często do ujawniania uprzedzeń do nich i dyskryminowania ich przez rodziców. Jak wynika z niepokojąco licznych wypowiedzi badanych mężczyzn, zdarza się, że rodzice rezygnują z zapisania dziecka do danego przedszkola, gdy dowiadują się, iż pracuje w nim wychowawca-mężczyzna (Nelson 2010, 300-301).

Przedszkolanów często podejrzewa się bezpodstawnie o pedofilię, bo przecież taki wybór zawodu przez mężczyznę nie może być „naturalny" i „normalny", lecz podyktowany złymi intencjami. Zdaniem autorów raportu *Man and gender equality,* mamy do czynienia z czterema barierami, które utrudniają mężczyznom pracę w tego typu „zawodach kobiecych". Są to: istniejące stereotypy, normy kulturowe, procedery w trakcie procesu rekrutacji, gdzie np. kobiety są faworyzowane ze względu na swoją płeć, oraz warunki ekonomiczne (gdyż stereotypowy mężczyzna powinien utrzymać rodzinę, zaś zawody sfeminizowane są nisko płatne, dlatego też rzadko wybierane przez mężczyzn). Jednocześnie więc dopuszczanie mężczyzn do zawodów sfeminizowanych mogłoby również spowodować wzrost wysokości płac w tych obszarach.

Wszystko prowadzi do, obecnego w społecznym przekonaniu, twierdzenia, że „kobieca praca nie jest dla *prawdziwych* mężczyzn" (Komisja Europejska 2010, 31-33). Wybór zawodu bezpośrednio wiąże się z seksualnością mężczyzn – prawdziwie „męska" praca świadczy bowiem o męskości jej wykonawcy. Mężczyzna w zawodzie nie dość męskim jest „podejrzany" – zwłaszcza o homoseksualizm. Wciąż w społecznym myśleniu uosobienie „prawdziwej" męskości to biały heteroseksualny mężczyzna klasy średniej. Na tym przykładzie widać wyraźnie, jak stereotypy dotyczące zawodów kobiecych i męskich nakładają się stereotypy dotyczące homo- i heteroseksualistów (zob. Komisja Europejska 2010, 31).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Nietypowe wybory ścieżek zawodowych kobiet nie są aż tak napiętnowane. Owszem, kobietę np. górniczkę będzie się postrzegać jako mniej kobiecą niż jej koleżankę nauczycielkę, lecz konsekwencje takiego wizerunku nie będą aż tak duże jak to się ma w przypadku mężczyzn. Problem maskulinizacji niektórych zawodów często dotyka kobiet, które – mimo iż lepiej wykształcone – rzadziej niż mężczyźni pełnią funkcje kierownicze i zakładają własne firmy. Ich drogi do kariery są zazwyczaj trudniejsze i wymagające wielu poświęceń, włącznie z nieustannym udowadnianiem swoich możliwości i kompetencji. Zdaniem Nelsona, odpowiedzialne są znów głównie stereotypy:

> Do najważniejszych z nich należy fakt, że jak się powszechnie uważa, wiele spośród „męskich" zawodów wymaga przede wszystkim umiejętności „sprawczych". Według stereotypów płci kobiety mają znacznie więcej cech wspólnotowych (a nie sprawczych), co zniekształca sposób spostrzegania kobiet przez potencjalnych pracodawców i przełożonych. Innymi słowy, kobietom jest niezwykle trudno (chociaż łatwiej niż przeszłości) wedrzeć się na „męskie" stanowisko, a kiedy nawet uda im się zdobyć taką pracę, ich wyniki (dotychczasowe osiągnięcia i przyszły potencjał) są spostrzegane przez pryzmat stereotypów płci, wskutek czego kobiety ocenia się jako mniej kompetentne, mniej pracowite i mniej oddane firmie (Eagly i Mladinic 1994) (Nelson 2010, 299-300).

Ponadto sukcesy kobiet często przypisuje się szczęściu lub jakimkolwiek innym zewnętrznym czynnikom, nie zaś kompetencjom i ciężkiej pracy. Z tego powodu przedstawicielki płci żeńskiej pracują dłużej i efektywniej, a jednocześnie stają się mniej pewne siebie i mniej zmotywowane. Potwierdza to także Nelson, wskazując, że jednym z czynników, który może stać na przeszkodzie zawodowym karierom kobiet są ich własne aspiracje. Wielu badaczy udowadnia, że oczekiwania kobiet co do awansu, możliwości zawodowego rozwoju i oceny swojej pracy są mniejsze niż mężczyzn (Nelson 2010).

W efekcie mamy do czynienia z bardzo popularnymi dziś zjawiskami: szklanym sufitem (w przypadku kobiet) oraz szklanymi ruchomymi schodami (w przypadku mężczyzn). Obie te metafory sprowadzają się do jednego: kobiety doświadczają istnienia wielu barier w drodze do

awansu, nieustannie obijają się o nieprzekraczalną granicę w postaci szklanego sufitu; mężczyźni zaś na kolejne piętra sukcesu zawodowego wjeżdżają z łatwością. Jak pokazują badania zaprezentowane przez Komisję Europejską, ruchome schody dotyczą także mężczyzn w zawodach kobiecych (Bogacz 2011).

Stereotypowe scenariusze kariery rozpoczynają się już na etapie wyboru ścieżki edukacji. Choć sytuacja nieustannie się zmienia i aktualnie jest pod tym względem znacznie lepiej niż w przeszłości, do dziś proporcja dziewcząt i chłopców w klasach humanistycznych jest zupełnie inna niż w klasach matematyczno-fizycznych. Z jakiegoś powodu zakłada się, że dziewczęta mają predyspozycje do nauk humanistycznych i większe kompetencje społeczne, komunikacyjne oraz wspólnotowe, a chłopcy to tzw. typowe umysły ścisłe. Wiele w tym krzywdzących stereotypów, zwłaszcza, że za takim myśleniem często kryje się kolejny sąd – osoby z klas humanistycznych są mniej inteligentne od tych z klas o profilach ścisłych. Przekłada się to na liczbę kobiet i mężczyzn na danych kierunkach studiów. Jeszcze bardziej ewidentne są wybory szkół zawodowych i liceów profilowanych, gdzie podział na zawody męskie i kobiece od początku jest jednoznaczny. Ścieżki kariery wyznaczają nam często stereotypy.

Jak skutecznie działać?

Według dyrektyw UE, równość stanowi jeden z najważniejszych postulatów, obowiązujących zawsze i wszędzie, do którego respektowania zobowiązuje się każdą i każdego. W imię tego postulatu przeciwdziała się dyskryminacji, również w zakresie likwidowania barier utrudniających (a czasem wręcz uniemożliwiających) pracę w zawodach uznawanych za sfeminizowane lub zmaskulinizowane. Prowadzonych jest wiele akcji, mających za cel zniwelowanie istniejących różnic. Jako przykłady skutecznych działań można przytoczyć takie, jak: *Inicjatywa jest kobietą, Innowacyjne mamy, Nowe miejsca pracy dla kobiet, Nowe ścieżki dla chłopców* (zob. Borowska i Sarata 2010). Istotą wszystkich tych akcji, prowadzonych nie tylko w Polsce, ale też np. w Meksyku czy Niemczech, jest fakt, że nie tylko przekonywano i nakłaniano – kobiety do otwierania własnych działalności gospodarczych, a mężczyzn do pracy w zawodzie wychowawcy przedszkolnego – ale przede wszystkim pokazywano konkretne praktyczne rozwiązania. W oparciu o doświadczenia zdobyte przez osoby prowadzące te akcje, a także opinie

osób w nich uczestniczących, można wyróżnić szereg działań, które okazują się bardzo skuteczne i z których można brać przykład.

Podstawą działań zawsze powinny być odpowiednie szkolenia – nie tylko przygotowujące kobiety i mężczyzn do pełnienia nowych ról, ale także pokazujące istnienie takiej możliwości i uświadamiające o tkwiącym w każdej kobiecie i każdym mężczyźnie ogromnym potencjale. Odpowiednio przygotowane i przeprowadzone szkolenie powinno więc zmuszać do wyzwolenia własnych pokładów kreatywności, pozwolić osobom w nim uczestniczącym uwierzyć w siebie, swoje kompetencje i możliwości. Każde szkolenie musi także bazować na myśleniu wolnym od stereotypów. Jeśli kobiety mają w efekcie nauczyć się zakładać i prowadzić firmę, należy np. odejść od schematu, że jako przedstawicielki płci żeńskiej mogą i będą rozpoczynać działalność jedynie w sektorze sfeminizowanym i niskopłatnym. Zadaniem osoby prowadzącej takie szkolenie jest wspieranie wszystkich pomysłów. W czasie takich szkoleń dobrze przytaczać pozytywne przykłady, stanowiące realne potwierdzenie, że takie rozwiązania się sprawdzają, a osoby, które poszły taką ścieżką, osiągnęły faktyczny sukces. Wszystkie te działania mają uruchomić biznesową kreatywność osób uczestniczących w projektach.

Owa kreatywność ma się przejawiać nie tylko w nowoczesnych rozwiązaniach, ale także w podejmowaniu prób wejścia w nietypowe branże, np. e-biznes. Nowe, jeszcze niezagospodarowane obszary działalności mogą bowiem stanowić bardzo dobrą niszę do wprowadzania i rozwoju innowacyjnych rozwiązań. Dają pole do popisu każdemu i każdej – bez względu na płeć.

Dobrym rozwiązaniem okazuje się podejście holistyczne, czyli branie pod uwagę wszystkich aspektów związanych z zawodową aktywnością, a więc np. uwzględnienie faktu, że kobiety, często będąc matkami, potrzebują wsparcia w postaci dobrej polityki prorodzinnej, która – konsekwentnie wdrażana – pozwoli obalić stereotyp, że matka nie może być skuteczną pracownicą. Jednak nie tylko zatrudnianiu kobiet powinny towarzyszyć tego typu działania, ponieważ współcześnie staje się to coraz ważniejsza także dla mężczyzn-ojców. Wspieraniu zatrudniania kobiet w zawodach typowo męskich towarzyszy również prowadzenie innych akcji, np. przeciwko molestowaniu seksualnemu kobiet, stanowiącemu często poważny problem, z

którym muszą się zmierzyć przedstawicielki płci żeńskiej realizujące się w zawodach zmaskulinizowanych (np. w wojsku lub straży pożarnej).

Mężczyznom i kobietom można także oferować staże i kursy w niestereotypowych dla ich płci miejscach pracy. Bezpośredni udział w tego typu zajęciach, naoczne przekonanie się, na czym one polegają, może spowodować, że osoby uczestniczące w projekcie zrewidują własne poglądy i odnajdą swoją drogę kariery. Niezastąpione są także spotkania z osobami, które wybrały takie rozwiązania. Im więcej przykładów niestereotypowych wyborów, ról modelowych, historii sukcesu, studiów przypadku, tym lepiej. Na ich podstawie widać nie tylko, że zawody nie wiążą się bezpośrednio z płcią osoby je wykonującej, lecz także, że osoba danej płci na niestereotypowym dla siebie stanowisku wcale nie pracuje gorzej ani mniej efektywnie niż ta o stereotypowej płci. Ponadto, by nieco osłabić siłę stereotypowego nauczania, warto organizować w szkołach – w momencie, gdy młodzi ludzie podejmują decyzje co do przyszłego zawodu – różnego typu warsztaty. W ramach takich akcji dla chłopców np. prowadzi zajęcia dotyczące umiejętności komunikacyjnych, współpracy w zespole, rozwiązywania konfliktów oraz innych umiejętności prospołecznych i psychologicznych, a nawet ćwiczenia z zakresu prac domowych.

Odpowiedź na sytuację gospodarczą

Jak wynika z opinii osób uczestniczących w takich akcjach, tego typu działania przynoszą bardzo pozytywne skutki. Jeden ważny zarzut, który się pojawia to motyw w ogóle podejmowania takich działań. Często nie wynikają one z potrzeby niwelowania różnic tylko dlatego, że one istnieją i często są krzywdzące dla strony, którą dyskryminują, ale głównie wiążą się z potrzebami gospodarczymi danego kraju. W Meksyku wśród kobiet panowało wielkie bezrobocie, a jedyną możliwością zwalczenia go i jedynym wyjściem dla kobiet było zatrudnienie w służbach mundurowych lub sektorze przemysłowym, gdzie pracy nie brakowało. Podobnie w Niemczech, gdzie różnorodne zmiany na rynku pracy spowodowały rozrost sektora usług społecznych, czyli wzrost popytu na te zawody kosztem zawodów typowo męskich, a więc branży budowlanej czy produkcyjnej (Borowska i Sarata 2010). Tymczasem motorem wszelkich zmian powinna być chęć przeciwdziałania dyskryminacji i prowadzenie polityki prorównościowej. Oczywiście, jeśli wsparcie mechanizmów gospodarczych towarzyszy

praktykom antydyskryminacyjnym, nie sposób je potępiać.

W myśleniu o stereotypowych dla danych płci zawodach i funkcjach ciągle ważnym problemem pozostaje fakt, że kobiety z ich powodu często tkwią w przekonaniu, że ich podrzędna, niższa rola wynika z „naturalnego" stanu rzeczy – stąd brak świadomości własnych możliwości, brak pewności siebie, kompleksy i ciągłe niezadowolenie z osiąganych sukcesów. Podobnie wygląda sytuacja mężczyzn – im zawody „kobiece" odbierają męskość, narażają – w najlepszym razie – na docinki, w najgorszym – oskarżenia o popełnienie przestępstwa. Trzeba to zmieniać. Ze świadomości istnienia takich stereotypów może i powinna wyniknąć próba skutecznego im przeciwdziałania. Zwłaszcza, że za wyrównywaniem szans i wzrostem dostępności zawodów zmaskulinizowanych i sfeminizowanych najpewniej pójdzie także postulat zrównywania płac kobit i mężczyzn. Najważniejsze to zrozumieć, że predyspozycje do pełnienia konkretnego zawodu i nabyte umiejętności mamy jako jednostki – są one dla każdego i każdej inne. I często nie mają nic wspólnego z płcią biologiczną.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Bogacz P. (2011), *Równość szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy*, (online) http://www.twojaeuropa.pl/2303/rownosc-szans-kobiet-i-mezczyzn-na-rynku-pracy, dostęp: sierpień 2011 r.

2. Borowska M., Sarata N. (2010), *Wyrównywanie szans – dobre praktyki*, [w:] Borowska M., Branka M. (red.) (2010), *Równość szans kobiet i mężczyzn a rynek pracy. Poradnik dla Instytucji Rynku Pracy*, Warszawa, s. 145-153.

3. GUS (2010), *Kobiety i mężczyźni na rynku pracy*, Warszawa, (online) http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PUBL_f_kob_mez_na_ryn_prac_2010.pdf, dostęp: sierpień 2011 r.

4. Komisja Europejska (2010), *Analysis note: Men and Gender Equality. Tackling gender segregated family roles and social care jobs*, Manchester, (online) http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5532&langId=en, dostęp: sierpień 2011.

5. Nelson T. D. (2010), *Psychologia uprzedzeń*, przekł. A. Nowak, Gdańsk.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Marta Dymek

Przynajmniej 40%

Dlaczego warto szukać skutecznych metod zwiększania reprezentacji kobiet na stanowiskach decyzyjnych w biznesie

Liderzy równości płci na świecie

W czołówce organizowanego co roku raportu *Gender Gap Index*[1] od lat znajdują się państwa skandynawskie. Od roku 2006 kiedy miała miejsce pierwsza edycja projektu, nieprzerwanie liderami rankingu są Islandia, Norwegia, Nowa Zelandia i Szwecja. Krajem, który nigdy nie wypadł poza podium, a w tym roku zajął drugie miejsce z wynikiem 0.80 (gdzie 0=nierówności płci a 1= równości płci) jest Norwegia.[2] W minionych latach Norwegia zdążyła znaleźć się na każdym miejscu na podium: w roku 2006 i 2007 była na miejscu drugim, w 2008 na miejscu pierwszym a w 2009 na miejscu trzecim. Tegoroczne drugie miejsce Norwegia zapewniła sobie wysokimi wskaźnikami w dziedzinie edukacji (dokładnie 1.0), ochrony zdrowia (0.970) oraz wyższym niż w latach ubiegłych wskaźnikiem uczestnictwa kobiet na rynku pracy (0.831). Chociaż powyższe wskaźniki dla wielu krajów, w tym także Polski, są ciągle jeszcze niedoścignionym wzorem, to dla Norwegów i Norweżek nie są one na tyle zadowalające aby kwestię wyrównywania szans odłożyć do lamusa.

Współcześnie kwestia równości płci jest tematem obecnym w naturalny sposób w norweskiej debacie politycznej. Wiele polityków i polityczek na co dzień podejmuje decyzje spoglądając poprzez równościowe okulary, na co z przyjemnością można poszukać dowodów w aktualnej debacie politycznej. Minister Spraw Zagranicznych, Jonas Gahr Støre podczas dyskusji *Nowe Paradygmaty dla Rozwoju,* która odbyła się 26 maja 2011 roku z okazji 50 Rocznicy Spotkania Rady Ministrów podkreślił, że polityka społeczna wrażliwa na kwestie płci jest jednym z kluczowym obszarów rozwoju.[3] Podobnie wypowiedział się Minister Rolnictwa i Żywności, Peder Brekk na konferencji zorganizowanej przez Organizację Narodów Zjednoczonych do spraw Wyżywienia i Rolnictwa w Rzymie, gdzie stanowczo stwierdził, że *nierówność ze względu na*

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

płeć wstrzymuje rozwój w sektorze rolnictwa i żywności.[4] Jednak najodważniejsze i najbardziej przełomowe wypowiedzi dotyczące konieczność walki z nierównymi szansami kobiet na rynku pracy nie padły wcale w tym roku ani w poprzednim. Wypowiedział je 10 lat temu z ówczesny Minister Handlu i Przemysłu, Ansgar Gabrielsen.

Terapia szokowa

To właśnie Ansgar Gabrielsen, norweski polityk z ramienia Partii Konserwatywnej i Minister Handlu i Przemysłu w latach 2001-2004 ma niemały wpływ na sukces Norwegii w walce z dyskryminacją kobiet na rynku pracy. To dzięki terapii szokowej, jaką zafundował norweskiemu rządowi kwestia równouprawnienia jest dzisiaj tak naturalną i istotną perpsektywą.

Kiedy w 2002 roku Gabrielsen zaproponował wprowadzenie prawa, które miałoby zobowiązać firmy i przedsiębiorstwa do przestrzegania 40% parytetu przy formowaniu zarządów w firmach i korporacjach, w środowiskach biznesowych zadrżało. Chociaż aż 80% kobiet było w tych latach aktywnych zawodowo a połowa rządu składała się z kobiet, to pomysł wprowadzenia parytetów także w sektorze biznesowym, wydawał się radykalnym, feministycznym szaleństwem. Jednak sam Gabrielsen odżegnywał się od jakiejkolwiek ideologii, wielokrotnie powtarzając, że nie jest feministą i wskazywał na ekonomiczne korzyści płynące z wyrównywania szans kobiet na rynku pracy. *Jaki jest powód topienia fortuny w edukacji dziewcząt, a potem obserwowanie ich wyprzedzających chłopców niemal w każdej dziedzinie, jeżeli, kiedy w końcu chodzi o mianowanie nowych biznesowych liderów w najlepszych przedsiębiorstwach, ci są wybierani jedynie spośród połowy populacji – przyjaciele, którzy zostali zrekrutowani na wyprawach na ryby i polowania albo dzięki innym, małym znajomościom? W tym wszystkim, chodzi przede wszystkim o wykorzystanie wartościowych niespożytkowanych dotąd zasobów ludzkich.*[5]

Po miesiącach gorących debat, w trakcie których rodzima partia Gabrielsena surowo go potępiła a z kolei poparły go opozycyjne, lewicowe środowiska, Parlament przyjął propozycję kwot znaczącą większością głosów, dając przedsiębiorstwom państwowym czas do 2006 roku, a spółkom akcyjnym do 2008 roku na sprostanie wymogom kwot. I wbrew opiniom przeciwników, parytety zadziałały i odniosły sukces, podczas gdy w zarządach przedsiębiorstw w 1993 zasiadło

jedynie 3% kobiet, w 2003 roku 7% to dzisiaj odsetek kobiet wynosi 42%. Nawet w przedsiębiorstwach nie objętych prawnie obowiązkiem utrzymywania kwot w zarządach, często wprowadzano tą zasadę dobrowolnie korzystając z dobrych doświadczeń przedsiębiorstw państwowych i spółek akcyjnych – tak stało się na przykład w norweskich spółdzielniach rolniczych. Co więcej, Norwegia stała się przykładem dla innych państw w Europie i już kilka lat później podobne rozwiązania kwotowe wprowadziła Holandia oraz Hiszpania, a teraz nad parytetami w biznesie dyskutuje także Wielka Brytania.

Aktywizacja kobiet w Unii Europejskiej

Z okazji obchodów 100-lecia Międzynarodowego Dnia Kobiet Jerzy Buzek, Przewodniczący Europarlamentu, wraz z Viviane Reding, Wiceprzewodnicząca Komisji Europejskiej także zaproponowali wprowadzenie kwot w zarządach firm. Obecnie na terenie Unii jedynie 10% osób zasiadających w zarządach to kobiety, a tylko 3% z nich piastuje stanowisko prezeski. Najgorzej sytuacja wygląda w sektorze bankowym, gdzie w 2010 roku nie było żadnej prezeski. Ponadto Banki Centralne Niemiec, Austrii, Luksemburgu i Cypru wciąż nie mają ani jednej kobiety w zarządach. Również w trzech największych europejskich instytucjach finansowych, czyli w Europejskim Banku Centralnym, Europejskim Banku Inwestycyjnym oraz Europejskim Funduszu Inwestycyjnym, na najwyższych stanowiskach zasiadają sami mężczyźni. Niewiele lepiej jest w ogólnym udziale kobiet w zarządach, w Europejskim Banku Centralnym wynosi on 5%, w Europejskim Banku Inwestycyjnym 15% a wśród osób na stanowisku dyrektorskim w Europejskim Funduszu Inwestycyjnym jedynie 14% to kobiety.

Chociaż Przewodniczący i Wiceprzewodnicząca przyznają, że dyskryminacja kobiet jest naruszaniem praw człowieka a kwestia rzeczywistego wyrównania szans jest priorytetem dla europejskiej polityki społecznej, to jednak podkreślają, że istnieje jeszcze jeden, szczególnie ważny powód dla którego przybliżenie kobiet do władzy w przedsiębiorstwach jest niezbędne. Tym powodem jest ekonomia. Obecnie, kiedy budżety krajowe są napięte a wiele krajów Unii przeżywa kryzys i potrzebuje dodatkowego wsparcia unijnej gospodarki, to właśnie kapitał ludzki stanowi nadzieję na przywrócenie konkurencyjności unijnych firm na rynku światowym. Gospodarki Unii Europejskiej nie stać na niewykorzystywanie wiedzy i umiejętności kobiet, które

wciąż stanowią niezagospodarowany kapitał talentów. W interesie Wspólnoty Europejskiej, jest jak najszybsze efektywne wykorzystanie potencjału kobiet w świecie biznesu. Zwłaszcza, że populacja kobiet w krajach Unii jest liczniejsza i lepiej wykształcona.

Korzyści płynące z wprowadzenia kwot są wymierne nie tylko do gospodarki całej Wspólnoty Europejskiej, ale także dla poszczególnych przedsiębiorstw. W badaniach prowadzonych przez Agnes Bolsø, która starała się zbadać wpływ większej ilości kobiet zasiadających w zarządach na życie korporacji, respondowani członkowie i członkinie zarządów wymienili wiele zalet. Ankietowane osoby odpowiadały na pytanie, co zmieniło się od czasu wprowadzenie systemu kwotowego w życiu ich korporacji. Często ankietowane osoby podkreślały pozytywną zmianę procesie decyzyjnym; w atmosferze podczas spotkań, które stały się często przyjemniejsze a przygotowane materiały bardziej dokładne i lepiej zorganizowane. Respondenci i respondentki zgodnie nazwali te zjawiska profesjonalizmem.[6]

---

[1] Raport Gender Gap Index to raport organizowany od roku 2006 przez Światowe Forum Ekonomiczne. Raport co roku bada nierówne szanse pomiędzy płciami w dostępie do rynku pracy, edukacji, reprezentacji politycznej oraz ochronie zdrowia. W 2010 roku Polska zajęła 43 miejsce wśród 134 krajów.

[2] wszystkie dane statystyczne pochodzą z tegorocznych wyników raportu Gender Gap Index.

R. Hausman, L. D. Tyson, S. Zaahidi, *The Global Gender Gap Report,* Genewa 2010 dostępne w: https://members.weforum.org/pdf/gendergap/report2010.pdf

[3] relacja z debaty dostępna w:

http://www.regjeringen.no/en/dep/ud/aktuelt/taler_artikler/utenriksministeren/2011/innlegg_oecd.html?id=645077

[4] relacja z debaty dostępna w:http://www.regjeringen.no/en/dep/lmd/whats-new/Speeches-and-articles/speeches-and-articles-by-the-minister/speeches-and-articles-/2011/eneral-statement-by-the-minister-of-agri.html?id=650235

[5] Nicki Gilmour, *Why Accountability is What Matters: Achieving Critical Mass with Targets or Quotas* dostępne w: http://www.theglasshammer.com/news/2010/01/21/why-accountability-is-what-matters-achieving-critical-mass-with-targets-or-quotas/

[6] Agnes Bolsø, *Ignore the doubters. Norway's quota on women in the boardroom is working,* dostępne w: http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2011/jul/18/diversity-boardroom-corporate-decisions

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Patrycja Krysiak

GENDER MAINSTREAMING W KOMUNIKACJI FIRM Z OTOCZENIEM

Strategia gender mainstreaming, czyli dosłownie „włączanie kwestii równości płci do głównego nurtu polityki i działań" została pomyślana jako narzędzie skutecznej zmiany w obszarze polityki, ekonomii, relacji społecznych i kultury, zapewniające kobietom i mężczyznom faktyczne równe traktowanie i pełne uczestnictwo na równych zasadach we wszystkich sferach życia (Grzybek, Rochon, 5 – 6). U podstaw tej koncepcji leży przekonanie, że zagadnienia dotyczące płci powinny być traktowane jako istotne kryteria dla rozwiązywania społecznych, gospodarczych, politycznych i organizacyjnych problemów. Płeć ma zatem stać się kolejną (dotychczas nieuwzględnianą) zmienną wpływającą na wdrażane prawa, projekty i programy. Strategia gender mainstreaming stała się oficjalną strategią Unii Europejskiej - została ujęta zgodnie z rozporządzeniem Komisji Europejskiej w Traktacie Amsterdamskim z 1997 r. i jest wiążąca dla wszystkich państw członkowskich, także dla Polski. Często mówi się o niej jako o koncepcji radykalnej, zasięgiem obejmuje bowiem nie tylko politykę państwową i funkcjonowanie specjalnych instytucji zajmujących się kwestią dyskryminacji i promowania równości. Jej celem jest „*zobowiązanie przede wszystkim rządów, ale także i innych aktorów – świat biznesu i inne organizacje - do zastosowania perspektywy uwzględniającej płeć w odniesieniu do* ***wszystkich*** *decyzji politycznych i gospodarczych"* (Unmüßig, 1).

Jak łatwo się domyślić, ustosunkowanie się firm i instytucji do unijnych wymogów oraz rzetelne wypełnianie przez nie strategii gender mainstreaming wiąże się niejednokrotnie z całkowitym przemodelowaniem dotychczasowej kultury pracy, mechanizmów zarządzania i sposobów podejmowania wszelkich decyzji. Uwzględnianie perspektywy równości płci we wszelkich projektach nie jest przecież zjawiskiem jednorazowym, ale procesem ciągłym i trwałym, podlegającym nieustannie obserwacji i ewaluacji. W wyniku wprowadzenia nowej zmiennej do procesu decyzyjnego z pewnością inaczej przebiegać będzie komunikacja firmy z otoczeniem. W pewnym sensie zmiany w komunikacji wynikają już z samych założeń gender mainstreaming – chodzi przecież o to, żeby kobiety i mężczyźni odnosili korzyści w równym

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

stopniu, by dostrzegać i zaspokajać ich potrzeby w sposób satysfakcjonujący dla obu płci, przezwyciężać opresyjne i prowadzące do dyskryminacji stereotypy płciowe i uprzedzenia. Zastanówmy się więc, jak włączenie kategorii płci do refleksji nad funkcjonowaniem firmy, przedsiębiorstwa czy instytucji i do ich konkretnych działań rynkowych wpływa na relacje z otoczeniem. Po pierwsze – jakie zmiany w tym zakresie bezpośrednio zakłada gender mainstreaming i jakie metody należy stosować, by osiągnąć założone cele? Po drugie – czy w „nowym" sposobie komunikacji z otoczeniem firmy będą mogły zauważyć jakieś dodatkowe korzyści?

Public relations a komunikacja z otoczeniem

Na początku warto zdefiniować pewne pojęcia i narzędzia, które mogą się okazać przydatne do lepszego naświetlenia sprawy. Okazuje się bowiem, że komunikacja firm i instytucji z otoczeniem pozostaje w ścisłym związku z public relations.

Właściwe zdefiniowanie PR jest dość trudne – dotychczas sformułowano ok. 2000 jego definicji (Budzyński 2005, 9). Najogólniej można przyjąć, że „jest to funkcja zarządzania i świadoma organizacja wszystkich dziedzin komunikacji firmy w taki sposób, aby osiągnąć wzajemne zrozumienie między organizacją a jej otoczeniem" (Ociepka 2003, 12). Public relations jako jeden z obszarów działalności ma na celu pozyskiwanie i podtrzymywanie zrozumienia, sympatii i poparcia tych, którymi firma jest zainteresowana obecnie lub może być zainteresowana w przyszłości (Budzyński 2005, 9). Działania public relations opierają się przede wszystkim na badaniu opinii o firmie w celu maksymalnego dostosowania zachowań do oczekiwań otoczenia. Efektem jest lepsza współpraca z odbiorcami usług i społeczeństwem, a przez to bardziej skuteczne realizowanie interesów. Z jednej strony dąży się do przystosowania się do opinii społecznej i potrzeb otoczenia, aby pozyskać i utrzymać klientów, z drugiej natomiast celem jest wykreowanie pożądanego przez samą firmę wizerunku, czyli swego rodzaju obrazu firmy w świadomości osób, które stykają się z nią w sposób bezpośredni lub pośredni (Cenker 2000, 42). Takie kreowanie wizerunku polega najczęściej na dostarczaniu do otoczenia informacji na temat firmy, profilu jej działalności i usług w sposób bezpośredni lub za pomocą mediów i tzw. liderów opinii.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Warto pamiętać, że zakresu public relations nie można zawężać jedynie do firm wypracowujących zysk – działalność tę prowadzi się na rzecz organizacji społecznych, politycznych, charytatywnych, władz lokalnych i ich przedstawicieli. Oznacza to, że działania PR nie zawsze związane są w ścisły i bezpośredni sposób z gospodarką (Ociepka 2003, 8).

Można więc pośrednio uznać public relations i komunikację firmy z otoczeniem za synonimy, zwłaszcza biorąc pod uwagę etymologię angielskiego terminu (choć jego tłumaczenia na język polski – podobnie jak wiele przypadków tłumaczenia terminów anglojęzycznych – w sposób nie do końca trafny oddają specyfikę i zakres działań PR). Pamiętać jednak trzeba, że public relations jest pojęciem niejako nadrzędnym – działania public relations nie ograniczają się tylko do komunikacji, ale są efektywnym zarządzaniem tą komunikacją.

Jak najlepiej zdefiniować otoczenie, z którym firma chce lub powinna się komunikować? Jest ono o tyle ważne, że stanowi układ odniesienia dla zamierzonych celów, warunkuje działalność firmy, lecz jest także przez nią w dużym stopniu współtworzone (Budzyński 2005, 48). Cenker stwierdza, że „otoczenie organizacji w rozumieniu public relations to ta część społeczeństwa, która pozostaje w bliższej lub dalszej współzależności z organizacją, inaczej mówiąc, to zespół zbiorowości stanowiących różną publiczność dla organizacji" (2000, 12). Otoczeniem są nie tylko konsumenci i klienci, lecz także wszystkie osoby związane z firmą stosunkami pracy, stosunkiem prawnym, miejscem zamieszkania, pokrewnymi zainteresowaniami, celami i działaniami (Ociepka 2003, 8). W otoczeniu, czyli publiczności, zwykle można wydzielić wiele podgrup w zależności od firmy i jej preferencji oraz przyjętej perspektywy, natomiast zawsze dają się spostrzec dwa jego zasadnicze typy – otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne. Otoczenie wewnętrzne – którego wyróżnienie może z pozoru budzić zdziwienie – to pracownicy firmy i ich rodziny, kierownictwo średniego szczebla, zarząd, akcjonariusze, rada nadzorcza itd. Otoczenie zewnętrzne można z kolei dzielić na bliższe i dalsze – do bliższego przynależą zazwyczaj te osoby i instytucje, które z daną firmą związane są bezpośrednimi stosunkami, a zatem klienci, dostawcy, lokalna społeczność, konkurencja. Otoczenie dalsze to zwykle media, instytucje naukowe i kulturalne, organizacje polityczne itd. (Cenker 2000, 13).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Gender mainstreaming a zarządzanie

Adaptacja gender mainstreaming do działań public relations w zakresie poprawy komunikacji firm z otoczeniem nie jest czymś szczególnie niezwykłym. Sama strategia gender mainstreaming od momentu swego powstania ściśle związana jest z koncepcjami zarządzania firmami i przedsiębiorstwami. Tym też różni się od poprzednich form zabiegania o równouprawnienie płci – przypomnijmy, że implementowana dziś w Unii Europejskiej polityka równości płci występuje właśnie w swej trzeciej odsłonie. Od poprzednich różni się przede wszystkim tym, że na celu ma nie tyle zwalczanie aktów dyskryminujących i wykluczających kobiety, ile zapewnienie możliwości pełnego wykorzystania potencjału męskiego i żeńskiego. Praktyki afirmatywne i akcje kierowane wyłącznie do kobiet nie odnosiły zamierzonego rezultatu w wymiarze satysfakcjonującym, ponadto dostrzeżono wynikające ze stereotypów płci i uprzedzeń rozmaite formy dyskryminacji mężczyzn, również na rynku pracy. Nie chodzi po prostu o wyeliminowanie skutków istniejących odmienności, lecz dostrzeżenie w tych odmiennościach i wydobycie potencjalnych korzyści dla obojga płci. Gender mainstreaming zwraca się więc ku różnorodności (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 5). W tym właśnie słowie tkwi klucz do powiązania najnowszej koncepcji polityki równości płci z teoriami zarządzania.

W latach 80. XX wieku rozwinęło się nowe podejście w teorii organizacji, które nazwano „zarządzaniem różnorodnością" lub „przedsiębiorstwem wielokulturowym". Opierało się ono na koncepcji, zgodnie z którą zróżnicowana siła robocza (różnorodna pod względem pochodzenia etnicznego i płci) może być korzystna dla firmy, gdyż zwiększa jej konkurencyjność. Wszystkim pracownikom zostają zapewnione równe szanse, co sprawia, że czują się w pełni zmotywowani do rozwijania swojego potencjału (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 2 – 3). Ideą nie jest próba zapewnienia kobietom dodatkowych szans rozwoju (w stosunku do tych już zastanych, niejako niewystarczających), lecz głęboka zmiana kultury całej organizacji, która ma efektywniej wykorzystywać zasoby ludzkie. Różnorodność perspektyw i punktów widzenia wśród członków i członkiń załogi sprawi, że zwiększy się również innowacyjność i kreatywność firmy, podobnie jak jej zdolność do trafnego rozpoznawania specyficznych potrzeb i interesów klientów i klientek.

Gender mainstreaming w komunikacji z otoczeniem wewnętrznym

Każda organizacja czy przedsiębiorstwo „wielokulturowe" powinno skupić się na zmianie

kultury swej pracy zanim zacznie osiągać widoczne efekty strategii gender mainstreaming w komunikacji z otoczeniem zewnętrznym. Warto zatem – najprościej rzecz ujmując – zacząć „od siebie". Cenker szczególnie akcentuje rolę internal public relations, czyli odpowiedniego zarządzania komunikacją z załogą: „Zadowolony z pracy i doceniony pracownik przekazuje pozytywne informacje o przedsiębiorstwie na zewnątrz, dlatego tak ważna jest rola działań nakierowanych na pracowników - publiczność wewnętrzną organizacji" (Cenker 2000, 14). Niezadowolona z pracy załoga informująca o swym niekorzystnym położeniu otoczenie zewnętrzne to przecież zjawisko rujnujące wizerunek. Właściwe postępowanie z załogą jest warunkiem, aby pracownicy i pracownice uruchomili swoje maksymalne możliwości, wykazali się kreatywnością i poczuli wewnętrzne, indywidualne zaangażowanie w powierzone im zadania. Zarządzający i zarządzające powinni więc zadbać o jak najlepsze wykorzystanie potencjału swego personelu. Potencjału osobistego, wynikającego z kompetencji i możliwości intelektualnych, ale również tego wynikającego z płci.

Zadania public relations skierowane do wewnątrz firmy sprowadzają się przede wszystkim do tworzenia jak najlepszej atmosfery w pracy. Techniki oddziaływania na personel uzależnione są od wielu czynników, w szczególności od liczebności załogi, charakteru stanowiska, siły fachowej, dostępnych środków pieniężnych i kultury organizacji. Jak najlepsze oddziaływanie (mające na celu zmotywowanie) na pracowników i pracownice powinno zdaniem Budzyńskiego uwzględniać ich potrzeby socjalne, takie jak przynależność do określonej grupy społecznej, osiąganie wartościowych celów, zaspokajanie własnych ambicji, twórczą samorealizację, bycie akceptowanym/akceptowaną przez innych, bezpieczeństwo (2005, 83). Implementacja strategii gender mainstreaming do polityki i działań firmy wymaga przede wszystkim refleksji nad kategorią przynależności do określonej grupy społecznej i ustalenia, że płeć (obok np. narodowości, wyznania, grupy zawodowej, pozycji finansowej) jest istotnym czynnikiem współkształtującym tożsamość i potrzeby jednostki, warunkowanym przez życiowe doświadczenie, nabyte wzorce zachowań i schematy ról płciowych. Ponieważ rozmaitych opresyjnych dla obu płci stereotypów nie można zmienić w trybie natychmiastowym, warto zastanawiać się za każdym razem, jak wykorzystać istniejące różnice nie w sposób prowadzący do dyskryminacji, ale wydobywający całość osobistego i zawodowego potencjału.

Dla właściwej oceny organizacyjnej i strukturalnej wrażliwości firmy na kwestie związane

z gender warto posłużyć się analizą genderową środowiska zatrudnienia, czyli tzw. metodą PST (Vaileanu, 13 - 15). Jak większość metod przydatnych w zakresie gender mainstreaming opiera się ona na pytaniach, na które odpowiedzi muszą być uwzględnione w planowaniu dalszych działań firmy. Pytania powinny skłaniać do refleksji nad liczebną reprezentacją obu płci w strukturach firmy i w jej zarządzie, wzajemnymi proporcjami oraz stosowanymi w środowisku metodami obsadzania stanowisk kierowniczych. Przyjrzeć należy się również mechanizmom rekrutacji, wynagrodzeniom, ścieżkom awansu, gwarancjom elastycznego czasu pracy zarówno dla kobiet, jak i dla mężczyzn. W analizie organizacji z perspektywy płci warto również uwzględnić zastany poziom świadomości genderowej personelu, sprawdzić, czy we wdrażanych dotychczas projektach i strategiach płeć była (a jeśli tak, to w jakim stopniu) czynnikiem wpływającym na zmiany formy działania, celów, zasięgu. Bez takiej analizy jakiekolwiek wprowadzanie w życie zasad równości płci do kolejnych działań instytucji będzie przedsięwzięciem nierozsądnym i pozbawionym bliżej określonego celu – ten bowiem może być określony tylko na podstawie refleksji nad dotychczasową sytuacją (Vaileanu, 13).

Warto inwestować w szkolenia personelu dotyczące tematyki gender i dyskryminacji ze względu na płeć, uwrażliwiać się na własną odmienność. Przydatne są także szkolenia i konferencje, podczas których obie strony – osoby zatrudniające i zatrudniane – zostaną wyposażone w wiedzę na temat możliwości dzielenia opieki nad dziećmi, jakie daje prawo pracy i ubezpieczeń społecznych, a następnie przedyskutują, jak zreformować organizację pracy w firmie i wprowadzić etatystyczne formy zatrudnienia. Kluczowe jest też pielęgnowanie dobrej atmosfery w firmie i dbanie o integrację zespołu – realizacją postulatów gender mainstreaming w tym obszarze jest chociażby konsekwentne stosowanie etykiety równościowej w tekstach firmowych kierowanych także do personelu, podczas przemówień na imprezach i bankietach itp. Zasady takie muszą obowiązywać nie tylko w przypadku komunikacji z zatrudnioną załogą firmy, ale także podczas rekrutacji. Absolutnie niedopuszczalne są praktyki stawiania innych wymagań kobietom i mężczyznom ubiegającym się o to samo stanowisko, pytania kobiet o ich sytuację rodzinną, stan cywilny i plany macierzyńskie, wymagania od kandydatek zobowiązania do niezachodzenia w ciążę, podejmowania decyzji o zatrudnieniu danej osoby tylko i wyłącznie w oparciu o jej płeć (Tomaszewska 2004, 12).

Gender mainstreaming w komunikacji z otoczeniem zewnętrznym

Pozostaje pytanie, jak dobrze skomunikowana wewnętrznie firma ma stosować zasadę gender mainstreaming w relacjach ze swymi klientami i klientkami, mediami i innymi instytucjami stanowiącymi otoczenie zewnętrzne.

Przed wprowadzeniem w życie i dookreśleniem założeń konkretnego projektu, programu lub strategii działalności firmy (gdy chodzi na przykład o wprowadzenie na rynek nowego produktu i kampanię reklamową) należy zawsze sprawdzić, jakie znaczenie dla jego skutków, zasięgu i najogólniej funkcjonowania posiada kategoria gender. Powinna ona stać się kolejną istotną zmienną obok wieku, miejsca zamieszkania, wykształcenia itp. Jest ona zawsze relewantna, gdy grupa docelowa jest płciowo zróżnicowana (nawet w niewielkim stopniu), a cele projektu lub programu uwzględniają ingerencję w życie codzienne jej członków i członkiń. Ważność kategorii płci jako zmiennej mogącej przyczynić się do zmiany lub modyfikacji założonych celów i strategii można sprawdzić za pomocą metody Gender Impact Assessment, czyli oceny wpływu społeczno-kulturowej tożsamości płci. Polega ona na szacowaniu, jak w wyniku wdrożenia „nowości" zmianie ulec mogą relacje międzypłciowe w grupie docelowej, jak wprowadzany produkt czy usługa wpłynie na kobiety i mężczyzn, na czyje potrzeby jest odpowiedzią i czy uzyskany efekt jest satysfakcjonujący (Vaileanu, 15 – 18).

Każdorazowo przeprowadzana analiza genderowa jest świetnym narzędziem do zrozumienia specyfiki lokalnego rynku, jego uwarunkowań socjalnych, a przez to potrzeb. Szczególnie przydaje się podczas planowania – pozwala przewidzieć lepszy kierunek rozwoju projektu i jego ograniczenia. Firmom wdrażającym nowe projekty, programy czy usługi przyda się zatem częściowo już scharakteryzowana metoda 4 R obejmująca etap diagnozy, wyznaczanie celów, dobór adekwatnych środków i ich stosowanie oraz niezbędną w gender mainstreaming ewaluację, pozwalającą stwierdzić skuteczność w kwestii równości płci (Vaileanu, 9 – 13). Zbierane informacje powinny zawierać dane o specyficznych perspektywach, rolach, potrzebach kobiet i mężczyzn znajdujących się w docelowym środowisku projektu, czyli w branży, regionie itd. Analiza i wynikające z niej konkretne działania powinny też uwzględniać relacje między kobietami i mężczyznami dotyczące ich dostępu do uczestnictwa w programie, odnoszonych korzyści z projektu/usługi. Na kolejnym etapie zarządzający i zarządzające powinni odpowiedzieć sobie na pytania, jakie elementy polityki równości płci wprowadzane są wraz z nową usługą, w

jaki sposób projekt przyczynia się do eliminowania zastanych nierówności, jak utrzymać uzyskany efekt i konsekwentnie monitorować działania.

Dbająca o wiarygodność swego dobrego wizerunku firma stosuje podobne ukłony zarówno wobec swego otoczenia zewnętrznego, jak i wobec personelu. Polepszeniu relacji i komunikacji z potencjalnymi i rzeczywistymi klientami z pewnością sprzyja poparcie liderów opinii i zadowolenie załogi polecającej firmę kolejnym osobom. Podczas różnego rodzaju imprez zewnętrznych warto zapoznawać otoczenie z wynikami implementacji gender mainstreaming wewnątrz firmy, strategiami równościowymi przyjmowanymi we wdrażaniu nowych usług i ich efektami. Szczególnie widocznym, przyciągającym uwagę, a przez to popularyzującym wiedzę o firmie zabiegiem (także wśród osób i instytucji początkowo bezpośrednio niezwiązanych z firmą) mogą okazać się operacje językowe. Etykieta równościowa (uwzględnianie form feminatywnych, uobecniana w tekstach zasada obecności obojga płci) w kampanii reklamowej, ulotkach, broszurach informacyjnych i przemówieniach to zjawisko zmuszające zwykle do refleksji nad ogólną filozofią wyznawaną przez firmę.

Widoczne efekty - podsumowanie

Jakie „rynkowe" korzyści można uzyskać dzięki wdrażaniu polityki równości płci? Nadrzędną, najważniejszą korzyścią jest wiele razy już wspominana konkurencyjność. Wyczulone na specyfikę swych grup docelowych przedsiębiorstwo łatwiej pozyskuje nowych klientów i klientki, znając ich indywidualne potrzeby, lepiej dba o ich zaspokajanie. Wprowadzenie kategorii płci jako kolejnej zmiennej do badania struktury i potrzeb otoczenia pozwala uczynić tę analizę bardziej kompleksową, a przez to również bardziej trafną. Ciągle przeprowadzane oceny uzyskanych wyników i ewaluacja pozwalają monitorować sytuację i w razie potrzeby modyfikować działania. To także ważne, zwłaszcza wtedy, gdy firma nastawiona jest nie tylko na zysk, ale odczuwa potrzebę przeprowadzenia w swym środowisku pewnej misji społecznej. „Wielokulturowość", przełamywanie stereotypowych schematów i likwidacja uprzedzeń w obrębie samej firmy zapewniają większą różnorodność punktów widzenia wśród załogi. To z kolei przyczynia się do wzrostu jej kreatywności. Konkurencyjność widoczna będzie także podczas rekrutacji – dobra opinia otoczenia z pewnością zachęci do ubiegania się o posadę osoby najlepiej wykwalifikowane, niezależnie od ich płci.

„To w interesie kierownictwa powinno leżeć przekroczenie przestarzałych podziałów ze względu na płeć i rasę w ramach firmy po to, by uruchomić pełny potencjał wszystkich jej członków na rzecz realizowania celów organizacji w warunkach zintensyfikowanej globalnej konkurencji" (Schunter-Kleemann, Plehwe 2006, 3). Niewątpliwie szacunek do inności, wzajemne zrozumienie potrzeb, celów i odmiennych doświadczeń gwarantują nie tylko lepsze relacje między płciami. Personel dobrze zmotywowany i otwarty na siebie łatwiej zaadaptuje się do nowych potrzeb w nowych środowiskach – dzięki temu firma „wielokulturowa" i „wielopłciowa" będzie miała przewagę przy przenoszeniu swych działań na poziom międzynarodowy.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Budzyński W., 2005, *Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy*, Warszawa.
2. Cenker E.M., 2000, *Public Relations*, Poznań.
3. Grzybek A., Rochon A., *Gender mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego potencjał?* [w:] Grzybek A. (red.), 2008, *Gender Mainstreaming. Jak skutecznie wykorzystać jego polityczny potencjał?*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Gender_mainstreaming_polit_potencjal.pdf, dostęp: czerwiec 2011 r.
4. Ociepka B. (red.), 2003, *Public relations w teorii i praktyce*, Wrocław.
5. Schunter-Kleemann S., Plehwe D., 2006, *Gender mainstreaming. Włączanie kobiet do*
6. *neoliberalnej Europy?*, Biblioteka Online Think Tanku Feministycznego, (online) www.ekologiasztuka.pl/pdf/f0070schunter_plehwe.pdf , dostęp: czerwiec 2011 r.
7. Tomaszewska J., 2004, *Dyskryminacja ze względu na płeć*, [w:] *Dyskryminacja ze względu na płeć i jej przeciwdziałanie. Przezwyciężanie barier na drodze do równości kobiet i mężczyzn w Polsce*, Warszawa, (online) http://www.bezuprzedzen.org/doc/Dyskryminacja_ze_wzgledu_na_plec_i_jej_przeciwdzialanie.pdf, dostęp: sierpień 2011.
8. Unmüßig B., *Gender mainstreaming. Potencjał i ograniczenia radykalnej*
9. *koncepcji społecznej*, (online),

   http://www.boell.pl/downloads/speachUnmuessigonGendermainstreamingPL.pdf, dostęp: sierpień 2011
10. Vaileanu C., *GenderMainstreaming Guidelines for UNDP Moldova*, (online)

    http://www.undp.md/publications/doc/gender_manual.pdf, dostęp: sierpień 2011

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Agnieszka Małocha-Krupa

Etykieta równościowa w tekstach publicznych. Poradnik dla urzędów i instytucji (streszczenie całości oczekującej na wydanie)

Etykieta językowa stanowi ważną część etykiety ogólnej, określanej z francuska jako *bon ton* czy *savoir-vivre.*[1] Mówiąc o etykiecie językowej, mamy na myśli grzecznościowe zachowania językowe, które wypada znać i aktualizować w odpowiedniej sytuacji komunikacyjnej. Przykładami zachowań etykietalnych mogą być: prośba, przeprosiny, powitanie, składanie życzeń, kondolencji, gratulacji, zainteresowanie sprawami naszego rozmówcy czy rozmówczyni, okazywanie sobie nawzajem szacunku itd. Zatem istotną rolę pełni język, jakim komunikujemy o swoim nastawieniu wobec drugiego człowieka, jakim wyrażamy rozmaite postawy wobec innych osób. Jest język bowiem jednym z podstawowych i najważniejszych elementów tworzących wszelkie relacje międzyludzkie i międzyinstytucjonalne. A jakość owych relacji stanowi wartość nadrzędną, niepodlegającą żadnym relatywizmom ani ideologiom.

O języku mówi się, że nie jest tworem statycznym, raz na zawsze ukształtowanym, lecz jest „ciągłym procesem, ciągłym stawaniem się, dokonującym się wraz ze zmianami w ujmowanej przezeń rzeczywistości oraz ze zmianami w jej wartościowaniu przez daną społeczność"[2]. Od roku 1989 nastąpiło tak duże i gwałtowne przeobrażenie polskiej rzeczywistości, że nieustannie zapoznawać się musimy z coraz to nowymi pojęciami, zjawiskami, wszelakiego rodzaju nowościami i język jako czuły sejsmograf zmian kulturowych [Anusiewicz 1994: 24] owe innowacje rejestruje, co więcej - zmusza nas do sprostania wymogom nowego czasu: czasu równouprawnienia i - co za tym idzie - demokratyzacji również w zakresie wyboru językowych środków wyrazu. I o tym traktuje niniejszy tekst, będący fragmentem *Wstępu* do powstałej w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego publikacji zatytułowanej

1 Niekwestionowanym autorytetem w studiach nad polską etykietą językową jest Małgorzata Marcjanik. Zob. np. M. Marcjanik, *Polska grzeczność językowa*, Kielce1997.

2 Na temat poglądów W. Humboldta: J.Anusiewicz, *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki,* Wrocław 1994, s. 24 i następne.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Etykieta równościowa w tekstach publicznych. Poradnik dla urzędów i instytucji.[3] Autorki traktują o projekcie nowej etykiety językowej, obowiązującej na poziomie normy starannej w komunikacji oficjalnej biur, urzędów, firm, instytucji oraz wszystkich podmiotów komunikujących, które zechcą się włączyć w nurt etykiety równościowej, funkcjonującej w ramach publicznego dyskursu równościowego.

Co to jest dyskurs równościowy płci? Jest to takie działanie językowe w przestrzeni publicznej, w którym równoważność obu płci pozostaje ważnym parametrem komunikacyjnym, co oznacza, że mówiąc (wtórnie pisząc) nieustannie towarzyszy nam refleksja nad istnieniem zróżnicowanego pod względem kategorii płci grona odbiorców i odbiorczyń, toteż w dyskursie równościowym albo

1) stale uobecniamy w tekście zasadę obecności obojga płci (np. *pan/pani*; *podpisujący/podpisująca*) albo też

2) wykorzystujemy zasadę neutralizacji kategorii płci, używając form, które jej nie ujawniają (np. *państwo; osoba podpisująca; personel*).

W dotychczasowej praktyce językowej dominował i jest widoczny nadal zwyczaj aktualizacji form wspólnogatunkowych (czyli najczęściej spotkać można nazwy: *klient, pracownik, współmałżonek, pełnomocnik, użytkownik, czytelnik, pacjent, kupujący, rejestrujący, składający, ubiegający się* itd.), co oznacza, że struktury męskosobowe pełnią podwójną funkcję: odnoszą się do mężczyzn i do kobiet (np. *podpis klienta* w dotychczasowym nierównościowym, androcentrycznym rozumieniu to 'podpis klienta' albo 'podpis klientki'; rubrykę *ubezpieczony* trzeba odczytać jako 'miejsce na dane personalne kobiety lub mężczyzny'). W językoznawczej literaturze przedmiotu zjawisko redagowania tekstów właśnie w taki sposób, jakby sprawiały one wrażenie adresowanych wyłącznie do mężczyzn nazwano *invisibility of women,* czyli *niewidzialnością kobiet* w tekstach [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005: 102] i w dobie deklarowanego i prawnego równouprawnienia staje się ono przedmiotem krytycznego oglądu.

Również na forum dyskusji międzynarodowych Rada Europy, instytucja mająca ogromne

3 M. Dymek, K. Hołojda, P. Krysiak, A.Małocha-Krupa, *Etykieta równościowa w tekstach publicznych. Poradnik dla urzędów i instytucji* (w druku).

zasługi w promowaniu powszechnych praw człowieka i równości płci, już w 1990 roku wydała *Zalecenie nr R (90) 4 Komitetu Ministrów dla państw członkowskich w sprawie eliminacji seksizmu z języka*, w którym zwraca się uwagę na doniosłą rolę:

„języka w formowaniu się społecznej tożsamości jednostki oraz do wzajemnego oddziaływania języka i postaw społecznych […]. Zaleca się rządom państw członkowskich, by promowały używanie języka, który odzwierciedla zasadę równości kobiet i mężczyzn oraz podjęły wszelkie kroki, jakie uznają za stosowne, w celu:
1) motywowania do używania, w możliwie najszerszym zakresie, nieseksistowskiego języka, który uwzględnia obecność, status i rolę kobiet w społeczeństwie - podobnie jak obecna praktyka językowa czyni w odniesieniu do mężczyzn,
2) dostosowania terminologii używanej w projektach ustaw, administracji państwowej oraz w oświacie do zasady równości płci,
3) motywowania do używania nieseksistowskiego języka w środkach masowego przekazu" [red. Branka, Tański 2004: 45]

Język nieseksistowski to taki sposób komunikowania, w którym rezygnuje się z nawyków językowych uwydatniających stereotypowy, często negatywny, sposób wartościowania płci zakodowany w języku i kulturze. Wiele związków frazeologicznych, porzekadeł, powiedzeń i przysłów przechowuje takie nieeleganckie znaczenia, np: *babska logika; babskie gadanie; bądź mężczyzną, nie bądź babą; kobieta zmienną jest; miele językiem jak baba; baba z wozu, koniom lżej; kobieto, puchu marny* i wiele innych. Teksty nieseksistowskie cechuje ponadto zachowana równorzędność płci w zakresie aktualizowania żeńskich i męskich nazw zawodów, funkcji, godności - słowem - kategoria perspektywy kobiecej jest wprowadzana do dyskursu symetrycznie względem kategorii perspektywy męskiej. Co istotne, **osobie będącej odbiorcą czy odbiorczynią danego tekstu pozostawiona jest decyzja wyboru właściwej formy nazwotwórczej** (wyboru między uwidaczniającym płeć feminativum typu *upoważniona*, a wspólnoodmianowym męskocentrycznym *upoważniony*). Jeżeli więc kobieta opowiada się za dotychczasową praktyką językową i nie zamierza wykorzystywać w dyskursie form żeńskich, może wybrać nazwy wspólnodmianowe (czyli identyfikuje się jako *nauczyciel, dziennikarz, pracodawca, pedagog,*

architekt).

Wykluczenie kategorii żeńskości z dyskursu publicznego staje się przedmiotem analiz naukowych, a działania sprzeciwiające się dyskryminacji kobiet (także poprzez język) są również promowane w Unii Europejskiej. Należą do podstawowych wyznaczników jej funkcjonowania. Definiuje je wiele przepisów tzw. wspólnotowego prawa pierwotnego, a zwłaszcza Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską (m.in. art. 2, art. 3, art. 137 i 141) i wiele innych.

Uruchomiono wiele inicjatyw promujących politykę równościową. Komisja Europejska wdrożyła w ostatnich latach dwa plany działań na rzecz równouprawnienia: Strategię Ramową na rzecz równości płci na lata 2001-2005 oraz obecnie realizowany Plan Działań na rzecz Równości Kobiet i Mężczyzn 2006-2010. W polskim życiu akademickim również zrodziła się potrzeba rozwoju badań naukowych i studiów w tym zakresie. Niejeden z ośrodków akademickich podejmuje to wezwanie, m.in. Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet Jagielloński, Uniwersytet Szczeciński, Uniwersytet Wrocławski. Problematykę tę podejmują również uczelnie niepaństwowe oraz koła naukowe, skupiające osoby szczególnie zainteresowane powyższymi zagadnieniami. Rozpoczyna się proces zdobywania wiedzy i pogłębiania świadomości społecznej na temat dotychczas uznawany za tylko feministyczno-niszowy, a dziś - jak się okazuje - ogólnohumanistyczny. Nie może dziwić zatem, że język jako czuły rejestrator zmian kulturowo-świadomościowych nie pozostaje obojętny na nowe zjawiska, nowe myślenie. Zaczęto zatem dostrzegać potrzebę odmasculinizowania tekstów, czyli wprowadzenia do dyskursu publicznego kategorii płci jako istotnego parametru komunikacyjnego (przykładowo, zamiast dotychczasowego zapisu: *ubezpieczony* wprowadzenie form równoległych typu *ubezpieczony/ubezpieczona*).

Język neutralny płciowo

Wśród dokumentów unijnych odnoszących się do działania prorównościowego poprzez język trzeba wskazać pierwszy dokument Parlamentu Europejskiego, zawierający wytyczne dla poszczególnych języków, a dotyczący, wspomnianego wcześniej, języka neutralnego płciowo. Jest to szczególna odmiana wypowiedzi nieseksistowskiej, nieujawniająca w ogóle kategorii płci

(wówczas zamiast form *upoważniony/upoważniona* piszemy: *osoba upoważniona*).

„Co to jest język neutralny płciowo? Celem języka neutralnego płciowo jest unikanie wyboru słów, które można zinterpretować jako tendencyjne, dyskryminacyjne lub poniżające, ponieważ sugerują wyższość jednej płci nad drugą, gdyż w większości kontekstów [języka parlamentarnych publikacji, tekstów legislacyjnych] płeć osoby jest – lub powinna być nieistotna”[4].

Dokonując upraszczającego skrótu wcale niejednoznacznych unijnych wytycznych, można stwierdzić, że w tekstach legislacyjnych zaleca się stosowanie języka neutralnego płciowo, czyli zamiast dotychczasowego wykluczającego płeć żeńską zapisu *uczestnik,* lepiej napisać neutralnie *osoba uczestnicząca* (np. w spotkaniu); zamiast różnicującego płeć *nauczyciel/nauczycielka* lepiej *kadra nauczająca* (*dydaktyczna*).

Zasady komunikacji

Idea stworzenia ładu komunikacyjnego, w omawianym tu równościowym zakresie, na płaszczyźnie subiektywnego jej wartościowania ma swoich zwolenników i zwolenniczki, ale również nie brakuje jej przeciwników i przeciwniczek, wielu osobom pozostaje też obojętna. Jednakże jej włączenie w obieg komunikacji oficjalnej staje się w dzisiejszych czasach koniecznością. A znajomość zasad dyskursu równościowego i umiejętność ich praktycznego zastosowania - wyznacznikiem poziomu i jakości wykształcenia, stanu świadomości społecznej, przynależności do wspólnoty pragnącej komunikować zgodnie z nowoczesnymi wymogami językowego savoir-vivre'u, wedle którego ogólna zasada komunikatywności brzmi:

Kiedy zwracasz się do większej grupy osób, wyraź w swojej wypowiedzi, że zdajesz sobie sprawę, iż wśród słuchaczy są zarówno kobiety, jak i mężczyźni.

Natomiast jej wariant dla tekstów prawnych, rozporządzeń i dyskursu oficjalno-urzędowego ma postać następującą:

Kiedy pewien tekst odnosi się do większej grupy osób, powinno w nim być jasno określone, że

4 Broszura informacyjna UE na temat języka neutralnego płciowo wydana 19 maja 2008 roku zawierająca wytyczne dla poszczególnych języków.

wśród adresatów są zarówno kobiety, jak i mężczyźni.

Reguły te sformułowano na gruncie badań niemieckich na początku lat 90. [cyt za: Gallmann 1991: 150-160], wówczas bowiem kwestie płci zyskały status wyjątkowo ważnych i nie mogły w związku z tym pozostać niewyrażone w komunikacji ani być uznane za drugorzędne. Od tego czasu stabilizowała się nowa norma komunikacyjno-genderowa, której ignorowanie na gruncie zwyczajów niemieckojęzycznych jest już coraz rzadsze.[Małocha-Krupa 2010]

Wśród wielu praktycznych wskazówek wypracowanych przez językoznawców niemieckojęzycznych dla potrzeb administracji i urzędów warta przybliżenia jest reguła zastępowania, która zaleca rezygnację z form wspólnogatunkowych na rzecz konstrukcji neutralnych płciowo bądź eksplicytnie wskazujących osoby obojga płci. [Gallmann 1991: 5]

Zalecenia praktyczne

Jeżeli włączamy dyskurs równościowy do obiegu komunikacji oficjalno-urzędowej, warto pamiętać, że:

1) można wykorzystać strategię neutralizacji, czyli daną nazwę męską, dotychczas używaną jako nazwa gatunkowa (czyli wobec obojga płci), zastąpić sformułowaniem neutralnym, takim, które nie uwidacznia żadnej z płci, np:

-wykorzystajmy formy analityczne:

ubezpieczony lepiej: *osoba ubezpieczona*

podpisujący lepiej: *osoba podpisująca*

wymieniony lepiej: *osoba wymieniona*

bezrobotny lepiej: *osoba bezrobotna*

-wprowadźmy rzeczowniki oznaczające zbiór (tzw. kolektywa):

pracownicy lepiej: *personel, kadra*

klienci lepiej: *klientela*

nauczyciele lepiej: *kadra nauczająca* (*nauczycielska, dydaktyczna*)

urzędnicy lepiej: *personel urzędniczy* (*kadra urzędnicza*)

-zastosujmy zaimki bezrodzajowe

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

każdy płatnik lepiej: *wszyscy płatnicy*

2) warto od funkcjonujących masculinów tworzyć formy feminatywne (**ale w pismach oficjalnych tylko takie, które należą do normy publicznej, są ogólnie akceptowane**), czyli:

odbiorca - odbiorczyni

zleceniodawca - zleceniodawczyni

pracodawca - pracodawczyni

pracownik - pracownica

klient - klientka

Wybór formy należy pozostawić osobie, do której skierowany jest dany tekst: czy chce być określana poprzez feminativum (*urzędniczka, konsultantka*) czy masculinum (*urzędnik, konsultant*).

3) zapis metodą splittingu, polegający na skróceniu dwóch wyrazów z wykorzystaniem ukośnika lub nawiasu, może przysparzać problemów natury ortograficznej, estetycznej i związanych ze zrozumieniem tekstu. Warto zatem stosować go w ograniczonym zakresie, czyli wówczas kiedy zmiana formy rodzajowej wyrazu uwidoczniona jest jedynie zmianą samej końcówki fleksyjnej, np. zapis z ukośnikiem *wybrany/-a, pan/-i, zatrudniony/-a* albo zapis z użyciem nawiasu *wybrany(-a), pan(-i), zatrudniony(-a).* Natomiast w sytuacji**,** kiedy zmianę rodzaju gramatycznego oznacza się dodatkowo wymianami głosek wewnątrz wyrazu, ze splittingu lepiej zrezygnować. Pozwala to uniknąć wielu wątpliwości, jak w poniższych kłopotliwych interpretacyjnie i ortograficznie, przykładach: *odbiorca(czyni)?; uczniowie(ice)?, uczniowie(nnice)?; klient/k/om?; zatrudnię kucharza/rKę* itp.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Bibliografia

1. Anusiewicz J., 1994, *Lingwistyka kulturowa. Zarys problematyki*, Wrocław.
2. Branka M., Tański M. (red.), 2004, *Równość płci. Temat dla dziennikarzy, temat dla dziennikarek,* Warszawa.
3. Broszura informacyjna UE na temat języka neutralnego płciowo wydana 19 maja 2008.
4. Dymek M., Hołojda K., Krysiak P., Małocha-Krupa A., *Etykieta równościowa w tekstach publicznych. Poradnik dla urzędów i instytucji* (w druku).
5. Gallmann P., 1991, *Bezeichnungen für männliche und weibliche Personen* [w:] „Sprachspiegel" 47, s. 150-160.
6. *Gendermeria. Równościowy monitoring. Brak misji na wizji i wizji w edukacji. Media publiczne i polityka edukacyjna na rzecz równości płci. Raport.,*2009, Warszawa.
7. Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., 2005, *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim,* Lublin.
8. Małocha-Krupa A., 2010, *Polityka równości płci a normy tworzenia pism oficjalnych,*[w:] *Język w prawie, administracji i gospodarce,* Michalewski K. (red.), Łódź, s. 111-118.
9. Marcjanik M., 1997, *Polska grzeczność językowa,* Kielce.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Agnieszka Małocha-Krupa

Rozpoznawanie dyskryminacji językowej ze względu na płeć

Słowo *dyskryminacja* pochodzi od łacińskiego *discriminatio* 'rozróżnianie'. We współczesnej polszczyźnie ogólnej *dyskryminację* definiuje się jako 'odmawianie należnych komuś praw; szykanowanie, prześladowanie jednostki lub grupy społecznej z powodu odmiennej rasy, narodowości, religii, płci itp' i wśród typowych słownikowych kontekstów wymienia się następujące przykłady: *dyskryminacja religijna, rasowa, etniczna. Dyskryminacja emigrantów. Dyskryminacja chrześcijan w państwach komunistycznych* (Dunaj, 1999). W psychologii społecznej mówi się o dyskryminacji w odniesieniu do występujących form wykluczenia społecznego polegających na krzywdzącym traktowaniu danej osoby ze względu na jakąś cechę (płeć, wiek, religię, pochodzenie etniczne/rasowe, wygląd, sprawność intelektualną/fizyczną, tożsamość seksualną i in.).

Mówiąc o dyskryminacji językowej ze względu na płeć, zazwyczaj ma się na myśli:

(1) cechy systemu języka ujawniające asymetrie rodzajowo-płciowe,

(2) działania językowe podmiotów komunikujących, które są krzywdzące dla kobiet/mężczyzn, dziewcząt/chłopców.

(1) Teorie strukturalistyczne traktują język jako uporządkowany wewnętrznie i posiadający określoną strukturę układ elementów, w którym nie wolno niczego istotnego dodać ani ująć bez naruszenia całości; układ elementów wzajemnie się warunkujących, a więc zhierarchizowanych; układ abstrakcyjny. (Heinz 1983, 233-4) Na systemowość języka już ponad sto lat temu zwrócił uwagę szwajcarski językoznawca Ferdynand de Saussure. Na cechy systemu języka polskiego, zwłaszcza słowotwórstwa, które podlegają wirylizacji (czyli maskulinizacji) formalnej również na początku minionego stulecia zwracał uwagę polski językoznawca Baudouin de Courtenay, a Zenon Klemensiewicz, znakomity znawca historii języka polskiego, źródeł tego zjawiska upatrywał "w historyczno-społecznym fakcie odwiecznej i długotrwałej przewagi mężczyzny, zwłaszcza w życiu gromadnym, publicznym" (Klemensiewicz 1982, 734). W dorobku dwudziestowiecznego językoznawstwa znaleźć można wiele rzetelnych badań i opracowań, które dokumentują brak równorzędności pomiędzy kategorią płci a językiem (Anusiewicz, Handke

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

1994). W pracach tych, ze względu na założony naukowy obiektywizm, najczęściej unika się wartościowania owego zjawiska, toteż nazwanie go dyskryminacją ze względu na płeć albo seksizmem językowym stanowi novum refleksji naukowej uprawianej z perspektywy gender studies, a ściślej lingwistyki feministycznej czy tez lingwistyki płci.

Dokonując przeglądu asymetrii rodzajowo-płciowych **w systemie języka polskiego,** powołać się można na dwie publikacje naukowe powstałe w ostatnich latach: Małgorztaty Karwatowskiej i Jolanty Szpyry-Kozłowskiej *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim* (2005) oraz Marka Łazińskiego, językoznawcy z Uniwersytetu Warszawskiego, *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa* (2006). Dowodzą one:

- **w zakresie fleksji** - przewagi form męskich nad żeńskimi w systemie zaimków (*kto, ktoś, każdy, wszyscy*), używanych w znaczeniu uniwersalnym (czyli w odniesieniu do osób obojga płci). W dyskursie feministycznym obserwuje się próby przełamania owej gramatycznej przeszkody na drodze ku równości i tworzy się formę żeńską *ktosia,* np. *Czy ktoś/ktosia mógłby mi wskazać adres?;*

- **w zakresie składni** - dominacji form orzeczenia męskoosobowego w połączeniu z podmiotem złożonym, np.

Chłopiec i <u>dziewczyna</u> <u>szli</u>

<u>Dziewczyna</u> i pies <u>biegli</u> po łące.

<u>Ola</u> i jej czerwony rower <u>widoczni byli</u> z daleka.

<u>Dwa tysiące kobiet</u> i jeden mężczyzna <u>występowali</u> w zawodach.

- **w zakresie słowotwórstwa** - blokady derywacji żeńskiej, czyli możliwości tworzenia nazw żeńskich od skodyfikowanych nazw męskich, np. *szpieg → ?*

świadek → ?

neandertalczyk →?

Luki semantyczne w dyskursie feministycznym są już zapełniane aktualizacjami: *szpiegini, świadkini, neandertaltka;*

- **w zakresie leksyki (słownictwa)** - braku pojęć, zwłaszcza syntetycznych (jednowyrazowych) związanych z nazywaniem niektórych aspektów związanych z kategorią żeńskości, np. kiedy ktoś adoptuje chłopca - mówi się, że *usynowił* go; kiedy ktoś adoptuje dziewczynkę, mówi się, że ?,

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

brakuje tu syntetycznej nazwy na przysposobienie osoby płci żeńskiej. Stworzony przez analogię okazjonalizm, będący neologizmem leksykalnym, **ucórczyć* mógłby zapełnić ową lukę semantyczno-leksykalną. Podobnie, relacje rodzinne wspólne dla obojga płci nazywa się tradycyjnie poprzez formy tworzone wyłącznie od rzeczowników męskoosobowych, np. *dziadek* i *babcia* to *dziadkowie,* nie zaś **babciostwo* ani **babciowie; wujek* z *ciocią* to *wujostwo*, nie zaś **ciotostwo* itd.;

- **w zakresie leksyki -** gatunkowości rzeczowników męskoosobowych, co oznacza, że pełnią one podwójną funkcję: są zarówno nazwami mężczyzn (*klient),* jak również posiadają znaczenie ogólne, zwane gatunkowym, uniwersalnym (*klient* to zarówno *on,* jaki i *ona,* stąd funkcjonujące w uzusie połączenia *obsługa klienta, miejsce dla klienta, podpis klienta*). Rodzaj męski ma znaczenie normatywne, ogólne, rodzaj żeński zaś stanowi niejako uzupełnienie, dodatek. Derywowanie od każdej nazwy męskoosobowej rzeczownika - nazwy żeńskiej *(klientka*) jest właśnie kontrtendencją, skądinąd znaną w historii języka polskiego i przeciwną zjawisku gatunkowości.

Do kategorii dyskryminującej, choć już mało produktywnej, należy zanikający sposób zwracania się do kobiet formami adresatywnymi *panienka/panna;* dołączanie przyrostków żeńskości -ówna, -anka (do nazwisk kobiet niezamężnych), *-owa, -ina/-yna* (do nazwisk mężatek). Tradycyjnie od przykładowego nazwiska *Radocha* można było stworzyć postacie panna *Radoszanka,* pani *Radoszyna,* od nazwiska *Nowak* - panna *Nowakówna,* pani *Nowakowa.* Jednakże według *Rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji* z dn. 26 października 1998 roku feminizacja nazwisk to proces już historyczny, toteż w oficjalnych dokumentach zaleca się wpisywanie nazwisk bez zwyczajowo używanych przyrostków w formie żeńskiej: *-owa, -ina, -ówna, -anka* ("Dziennik Ustaw" nr 136/1998).

- **w zakresie słownictwa i frazeologii** - istnienia wyraźnej dysproporcji pomiędzy wartościowaniem pozytywnym fraz z przymiotnikiem *męski,* np. *męski honor, męska rozmowa, męska decyzja, męska godność, męska ambicja,* a nacechowaniem negatywnym połączeń z przymiotnikami k*obiecy/babski,* np. *kobieca zmienność, babska logika, babskie gadanie.* Podobne dysproporcje, odzwierciedlające hierarchiczność wartościowania kobiet i mężczyzn, zauważa się w licznych nazwach (*Kawaler Orderu Uśmiechu, Kawaler Orderu Orła Białego*), tytułach z pierwszeństwem członu męskiego (*Tristan i Izolda, Jaś i Małgosia, Jacek i Agatka, Romeo i*

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Julia), związkach frazeologicznych (*Miele językiem jak baba; Kobieta ma włos długi, a rozum krótki*; *Kobieta ma tyle lat, na ile wygląda, mężczyzna - na ile się czuje*), co szczegółowo omawiają Karwatowska i Szpyra-Kozłowska (2005: 40-57). Niejednokrotnie porównywanie kobiety do mężczyzny uważane jest za jej dowartościowanie: *podjęła męską decyzję, równy z niej chłop,* natomiast porównanie mężczyzny do kobiety postrzega się jako obniżenie jego wartości: *zachowuje się jak baba, płacze jak baba.*

Wyodrębnione wyżej przykłady nie wyczerpują charakterystyki cech androcentrycznych systemu języka polskiego. Są jednakże egzemplifikacją zaliczaną w językoznawstwie najczęściej do obszaru badań asymetrii rodzajowo-płciowej. Różnica między cechami systemu (1), a cechami tekstów (2), które tworzymy jest taka, że te pierwsze współtworzą pewien konwencjonalny układ cech fonologicznych, morfologicznych, składniowych, leksykalnych i realizacja cech tego układu (tu: polszczyzny) gwarantuje nam zbudowanie poprawnego komunikatu w danym języku. Większość z tych cech jest obligatoryjna, tzn. nie pozostawia mówiącemu swobody wyboru, np system rodzajowy czy też składniowy. Na tym poziomie asymetrie językowo-płciowe trudne są więc do uniknięcia, chyba że poddalibyśmy gruntownej renowacji cały system języka, co stanowi ciekawe pole dla eksperymentów literackiej i artystycznej awangardy.

Inaczej przedstawia się sprawa **na poziomie konkretnych działań językowych podmiotów komunikujących się (2), czyli wówczas kiedy tworzy się dany tekst.** Tu swoboda wyboru środków językowych i sposobów ich organizacji w teście pozostaje nieograniczona, dlatego chcąc uniknąć dyskryminacji ze względu na płeć, warto zwrócić przede wszystkim uwagę na to, co mówimy, jak mówimy, do kogo mówimy, w jakim kontekście i w jakiej sytuacji komunikacyjnej. Pozostając twórcami i twórczyniami relacji międzyludzkich, mamy przecież wpływ na wybór repertuaru środków językowych i strategii tekstowych. Stopień nasycenia elementami dyskryminującymi zależny jest więc w tym wypadku nie od abstrakcyjnego układu cech systemu, ale od indywidualnej decyzji osoby komunikującej, jej wrażliwości na zagadnienia nierówności płci oraz sposobu konceptualizacji i wartościowania rzeczywistości.

Czy to dyskryminacja?

Przytaczając poniżej kilka konsytuacji, poddać można je ocenie pod względem zachowania równości płci.

W kuluarach pewnego uniwersytetu toczy się dyskusja nad listą osób starających się o

stanowisko

adiunkta. Najwięcej głosów poparcia otrzymuje kandydatka Bożena K. Wówczas jeden z profesorów komentuje trwającą dyskusję:

- Pani doktor Bożena K. jest rzeczywiście bardzo zdolna, napisała błyskotliwy doktorat, ale pamiętajmy, że to kobieta....

Czy w przykładowej sytuacji, mogącej się zdarzyć w każdej instytucji czy też firmie, wygłoszono dyskryminujący panią doktor (albo doktorkę) Bożenę K. akt mowy? Odpowiedź wydaje się oczywista, niezależna od światopoglądu, choć profesorskie wartościowanie jej umiejętności/osoby dokonało się nie wprost, ale w sposób zawoalowany. W językoznawstwie takie wypowiedzi z ukrytymi założeniami wyrażanymi niebezpośrednio nazywa się presupozycjami. W tym wypadku deprecjacji osoby kandydatki dokonano poprzez odwołanie się do schematycznej wiedzy zmagazynowanej w stereotypie kobiety - kiepskiej pracowniczki albo pozostającej na urlopach macierzyńskich, więc niedyspozycyjnej, albo - mało precyzyjnej w pracy naukowej, bo z dominującą półkulą alogiczną? Taki zawoalowany sposób przekazu uznać można za typowy dla wyrażania poglądów seksistowskich, odnaleźć go można np. w formie niby-żartów.

Ten sam akt mowy może być oceniany różnie w zależności od splotu wskazanych wcześniej parametrów konsytuacyjnych, wówczas wartościowanie go jako działalności dyskryminującej może wymykać się jednoznacznej kwalifikacji. Poniżej przedstawiam aktualny formularz przyjęcia dziecka do szpitala na oddział laryngologiczny we Wrocławiu (np. w celu adenotomii migdałka gardłowego). Pierwszą przeszkodą, jaką napotykają rodzice, jest dopasowanie się do tradycyjnego wymogu jedynie matczynej opieki rodzicielskiej nad dzieckiem, co oznacza, że ojcowie, dziadkowie, wujkowie itd. mogą pojawić się w szpitalnym życiu dziecka tylko jako goście. Do całodobowej, a szczególnie nocnej, opieki nad małoletnią osobą uprawnione są - według zwyczajów niektórych szpitali - jedynie matki. Trudno jednoznacznie rozstrzygnąć, która ze stron jest w takiej sytuacji bardziej poszkodowana: czy ojciec, któremu odmawia się prawa pobytu z dzieckiem na oddziale szpitalnym, czy matka pozbawiona możliwości wyboru (pójścia do pracy, pozostania w domu z drugim młodszym dzieckiem, podczas gdy ojciec towarzyszy starszemu w szpitalu). Okoliczności i doświadczenie każdej rodziny są jednostkowe, ale opisany zwyczaj utrwalony zarówno w formie

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

podpisywanego oświadczenia (wzór na rys. niżej), jak i w rzeczywistych, wymaganiach szpitala jest zawsze dyskryminujący dla którejś ze stron, i utrwalający schematyczne wyobrażenie o cechach i rolach płciowych.

Załącznik Nr 1
do Zarządzenia Nr 54/2008

Cennik opłat za pobyt opiekuna z dzieckiem

Świadczenia	Cena
pobyt opiekuna z dzieckiem na oddziałach Szpitala bez wyżywienia	30,00 PLN/dobę

Załącznik Nr 2
do Zarządzenia Nr 54/2008

OŚWIADCZENIE

1. Ja, niżej podpisana oświadczam, że znam warunki pobytu z dzieckiem na Oddziale .....
2. Zobowiązuję się do zapłaty kwoty wynikającej z pobytu z dzieckiem.

Wrocław, dn. .....

.....
Podpis

Potwierdzam pobyt pacjentki z dzieckiem w dniach od .....200... godz. do.... .....200... godz. .....

.....
Podpis lekarza

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Zalecane zachowania językowe wspierające równość płci

-Wprowadzanie języka równościowego - w wypadku powyżej zamieszczonego oświadczenia zamiast użytych form wspólnogatunkowych *opiekun z dzieckiem, pobyt opiekuna* lepiej byłoby zastosować język neutralny płciowo, czyli *osoba opiekująca się dzieckiem, pobyt osoby opiekującej się,* a zamiast wykluczających rolę ojca użyć *ja niżej podpisana* - zapis, zwany z angielska splittingiem, uwzględniający rolę opiekuńczo-wychowawczą obojga rodziców: *ja niżej podpisana/-y.*

-Kiedy redagujemy ofertę pracy, ulotkę informacyjną czy jakikolwiek oficjalny druk warto pamiętać, że są one skierowane zarówno do *odbiorców,* jak i *odbiorczyń,* co też winno znaleźć odzwierciedlenie w stosowaniu zróżnicowanych form męsko- i żeńskoosobowych.

-Beata Maciejewska zaleca, aby nie marginalizować, zwłaszcza w mediach, doświadczeń i wiedzy kobiet i nie ukazywać ich w stereotypowych rolach świadkini, ofiary, matki, obiektu pożądania, gwiazdy estrady itd.; nie marginalizować poglądów kobiet, gdyż stanowią one 52% populacji. (Maciejewska 2007: 21) Konwencja wydawniczo-redaktorska współczesnych tabloidów stanowi kopalnię praktyk dyskryminacyjnych ze względu na płeć. Sensacyjne nagłówki poczytnego "Faktu" przedstawiają kobietę najczęściej jako ofiarę, niezrównoważoną osobę czy też obiekt erotyczny: *Zabili ją na oczach synka; Zabił żonę, bo nie chciała wyjąć karpia z wanny; Miały pecha i zginęły; Potwór zgwałcił 100 kobiet; Pijana matka karmiła córeczkę alkoholem; Matka porzuciła synka tuż przed Bożym Narodzeniem; Zazdrosna żona przebiła opony; Wbił nóż w kochankę; Polskie piersi podbiły Amerykę; Studentka usidliła filmowego amanta* i wiele podobnych. Unikanie sformułowań ukazujących kobiety w stereotypowym negatywnym wyobrażeniu jest jednym ze sposobów wspierania równości płci i wzajemnego szacunku.

Osoby obojga płci można obsadzić w różnych rolach i w ten sposób niwelować stereotypy - pisze autorka publikacji *Jak pisać i mówić o dyskryminacji. Poradnik dla mediów.* Korzyści antydyskryminacyjnych upatruje ponadto w częstszym powoływaniu się na autorytety kobiece w określonych dziedzinach, czyli "Kobiety w roli rzeczniczek, ekspertek" nie tylko w dziedzinie

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

spraw społecznych czy edukacji, ale również w odniesieniu do spraw uważanych powszechnie za poważne, czyli w działaniach rządu czy sferze polityki. Autorka poradnika postrzega język jako dynamiczne narzędzie kształtujące stosunki społeczne:

> Aby osiągnąć rzeczywistą równość, kobiety i mężczyźni muszą być postrzegani i odbierani jako równi sobie. Oznacza to eliminację takiego języka, który wyklucza, obraża lub niewłaściwie prezentuje kobiety. (Maciejewska 2007:22)

Toteż zamiast mówić o kobiecie i przedstawiać ją jedynie poprzez pryzmat relacji rodzinnych (czyjaś matka, żona, babcia), lepiej powiedzieć - radzi Maciejewska - kim ona jest, nie zaś z kim jest; zamiast przedstawić parę *pan Kowalski i Katarzyna Klimek* lepiej zastosować podobną formułę *pan Jan Kowalski i pani Katarzyna Klimek.*

Dyskryminacja niewerbalna

Na dyskryminującą nierówność płci w komunikacji zwraca uwagę holenderski językoznawca van Dijk, uznając jej likwidację za jedno z najpilniejszych zadań krytycznej refleksji nad dyskursem (Reisigl 2010: 37). Reprodukcja szkodliwych stereotypów na temat płci jest wszechobecna w przestrzeni społecznej: widać ją na ilustracjach podręczników, w reklamie, w realizowanych przez daną kulturę wzorcach zachowań, gestach. Ich siła dyskryminującą jest różna, zależna od stopnia wrażliwości i świadomości osób ją współtworzących. Społeczności w tym zakresie bardziej świadome protestują przeciwko reklamom seksistowskim, barierom architektonicznym, z którymi zmagają się rodzice małych dzieci prowadzący wózek, organizacji życia przedszkolnego, szkolnego, która niejednokrotnie zaszczepia dzieciom przekonanie o należnych chłopcom przywilejach (np. plakat w jednej ze szkół podstawowych zachęcający chłopców do uczestnictwa w sekcji piłki nożnej, a dla zainteresowanych dziewcząt brak jakiejkolwiek oferty, czy też świętowanie Dnia Dziecka według ustalonego, segregującego i wartościującego płeć scenariusza: dziewczynki spędzają czas, siedząc na kocykach i klaszcząc chłopcom rozgrywającym mecz).

Wyrazistym, nieumykającym ocenie, przykładem dyskryminacji niewerbalnej jest poniższa fotografia silnie schematyzująca jedną płeć przy braku należnej reprezentacji dla płci przeciwnej.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Zdjęcie drzwi do pomieszczenia dla osób sprzątających wykonane w toalecie męskiej na lotnisku CDG, czyli Charles'a de Gaulle'a w Paryżu, wiosną 2011.

Podsumowanie

Wszelka dyskryminacja zarówno werbalna, jaki i niewerbalna pozostaje w sprzeczności z zasadami gender mainstreaming, które nakazują:

"Uwzględnienie społecznego i kulturowego wymiaru płci we wszystkich dziedzinach życia oraz we wszystkich działaniach UE, włączanie perspektywy gender do wszystkich aktywności realizowanych przez kraje członkowskie, we wszystkich wymiarach życia społecznego, ekonomicznego, politycznego, we wszystkich realizowanych projektach, bez względu na ich tematykę. Wszystkie polityki muszą być weryfikowane pod kątem zapewnienia równego dostępu

i udziału obu płci." (http://www.gm.undp.org.pl)

Jako państwo członkowskie Unii Europejskiej, Polska ma obowiązek przestrzegania wspólnotowego dorobku prawnego. Artykuł 21. Karty Praw Podstawowych Unii Europejskiej z 18 XII 2000 zakazuje wszelkich form dyskryminacji, wyodrębniając szczegółowo:
"płeć, rasę, kolor skóry, pochodzenie etniczne lub społeczne, cechy genetyczne, język, religię lub światopogląd, opinie polityczne lub wszelkie inne, przynależność do mniejszości narodowej, majątek, urodzenie, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną."

Zgodnie z artykułem 5 ratyfikowanej przez Polskę Konwencji w sprawie likwidacji dyskryminacji kobiet
"Państwa-strony podejmą wszelkie odpowiednie środki, aby: zmienić społeczne i kulturowe wzorce zachowań mężczyzn i kobiet, w celu likwidacji przesądów i zwyczajów oraz wszelkich innych praktyk, które opierają się na przekonaniu o niższości lub wyższości jednej z płci albo na stereotypach roli mężczyzn i kobiet." (wg *Gendermeria* 2009: 146)

Uwrażliwienie podmiotów komunikujących na dyskryminację językową stanowi jeden z ważniejszych sposobów przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu, przeciwdziałania deprecjacji INNEGO/INNEJ w języku i poprzez język, a w konsekwencji - sprzyja tworzeniu przyjaźniejszej przestrzeni społecznej.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Bibliografia

1. Anusiewicz J., Handke K. (red.) 1994, "Język a Kultura" t.9: *Płeć w języku i kulturze,* Wrocław.
2. Dunaj B. 1999, *Słownik współczesnego języka polskiego,* t.1-2.,Warszawa.
3. *Gendermeria. Równościowy monitoring. Brak misji na wizji i wizji w edukacji. Media publiczne i polityka edukacyjna na rzecz równości płci. Raport,* Warszawa 2009.
4. Heinz A. 1983, *Dzieje językoznawstwa w zarysie,* Warszawa.
5. Klemensiewicz Z. 1982, *Tytuły i nazwy zawodowe kobiet w świetle teorii i praktyki,* [w:] *Składnia, stylistyka, pedagogika językowa.* Wybór prac pod red. A.Kałkowskiej, Warszawa.
6. Maciejewska B. 2007, *Jak pisać i mówić o dyskryminacji. Poradnik dla mediów,* Mikuszewo, http://www.bezuprzedzen.org/inne/pdf.
7. Reisigl M. 2010, *Dyskryminacja w dyskursach,* [w:] "Tekst i dyskurs - text und discurs" 3, s.27-61, http://www.tekst-dyskurs.pl/artykuly-pdf/Reisigl.pdf

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Agnieszka Małocha-Krupa

Dyskurs równościowy (tolerancji)

Tak się układają dzieje polskiej demokracji, że wreszcie na jej intelektualnym horyzoncie pojawiły się i często pozostają jako bliżej niedookreślone nowe pojęcia, takie jak: *dyskurs/język równościowy* albo *dyskurs/język tolerancji*, niekiedy też słyszymy nazwę *poprawność polityczna.* Holenderski językoznawca T.A. van Dijk[5], którego refleksja naukowa we współczesnej lingwistyce cieszy się nie lada szacunkiem, określa dyskurs jako komunikację publiczną, jako zdarzenie komunikacyjne, które powstaje w wyniku integracji rozmówców w określonym społecznym kontekście. O jakie zatem zdarzenie komunikacyjne chodzi w połączeniu z określeniem *równościowy* czy też *tolerancji*?

Odpowiedź nie będzie jednoznaczna, gdyż wielogłosowość i wielowartościowość przestrzeni publicznej w odniesieniu do pojęć nowych, abstrakcyjnych oznacza zwykle brak ostrych granic, jeżeli chodzi o interpretację ich znaczenia. Tego stanu rzeczy dowodzą również ostanie badania nad rozumieniem pojęcia *dyskursu równościowego*[6]. Pojawia się ono w odniesieniu do różnych zjawisk i poziomów funkcjonowania języka. Przywołanie kilku typowych sytuacji komunikacyjnych uwidoczni, dlaczego o tym mówimy i czym dyskurs równościowy nie jest, czyli zyskamy ogląd kontrzjawiska.

Sceny nierównościowe

Sytuacja 1. Pięcioletnia Hania przynosi z przedszkola nową książkę pt. Zanim będę uczniem. Karty techniczne[7] i komentuje to następująco: "Mamo, pani mówiła, że to może być też dla mnie, ale dlaczego? Przecież to jest dla chłopaków, oni będą uczniami. Dlaczego nie ma książki dla

5. Dijk T.A., 2001, *Badania nad dyskursem,* [w:] *Dyskurs jako struktura i proces, D*ijk van T.A. [red.], Grochowski G. [przeł.], Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001.

6 Małocha-Krupa A., *Polski dyskurs równościowy - perspektywa językoznawcza.* Referat wygłoszony na konferencji naukowej "Język nowych mediów i nowej literatury", V 2011 , Katedra Współczesnego Języka Polskiego Uniwersytetu Łódzkiego.

7 Kopała J., Tokarska E., 2010, *Zanim będę uczniem. Karty techniczne.* Warszawa.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

uczennic?"

Sytuacja 2. Joanna od lat z powodzeniem i bezwypadkowo jeździ swoim ulubionym citroenem, aż któregoś dnia, przy okazji przeglądu technicznego auta, trafia do serwisu. I tam po wstępnym rozpoznaniu części wymagających wymiany, mechanik stwierdza:

"- A co ja będę Pani tłumaczył. Niech lepiej przyjedzie mąż...

- To niemożliwe – śmieje się Joanna. Mój mąż w ogóle nie prowadzi auta, nie ma nawet prawa jazdy."

Sytuacja 3. Przykładowa reklama telewizyjna pralki Candy (choć mogłaby to być również reklama odplamiacza Vanish Oxi Action, proszku Ajax, cud-jogurtu Actimel itd.) W reklamie pralki Candy został przywołany tradycyjny podział obowiązków domowych: dziewczyna robi porządki, chłopak odpoczywa. Młoda kobieta sprząta, ponieważ w domu panuje bałagan - wszędzie porozrzucane są brudne ubrania. Jej partner siedzi na kanapie, z nogami wyciągniętymi czyta gazetę i ogląda telewizję. Kobiecy głos ze zrozumieniem zwraca się do pań: "Czeka cię duże pranie?" W takiej sytuacji potrzebne jest niezawodne urządzenie: pralka Candy.

Rozgoryczenie Hani zostało spowodowane tym, że we współczesnej polszczyźnie wręcz modną stała się tendencja do używania nazw rodzaju męskiego (*uczeń, student, czytelnik*) jako gatunkowych, czyli takich, które odnieść można zarówno do mężczyzny, jak i do kobiety. Tymczasem w myśleniu pięcioletniego dziecka pojęcie *ucznia* jest jasno sprecyzowane, jako "chłopak, który się uczy', natomiast 'ucząca się dziewczyna' to *uczennica.* Jest to zgodne ze zdroworozsądkowym, logicznym podziałem, którego uczą się dzieci w procesie przyswajania języka rodzimego, mówionego. Przykład ten pokazuje nierównościową tendencję w funkcjonowaniu leksyki (tzn. słownictwa) we współczesnym języku polskim (zwykle określa się ją jako asymetrię rodzajowo-płciową[8]), polega ona m.in. na tym, że istnieje brak stanu równowagi pomiędzy nazwami męskimi a żeńskim. I tak coraz częściej w odniesieniu do kobiet, dziewczynek stosuje się formy męskie rzeczowników (ale - z punktu widzenia kryterium logiczności - kiedy mówimy/myślimy o niej, lepiej powiedzieć *uczennica* zamiast *uczeń, studentka* zamiast *student, czytelniczka* zamiast *czytelnik* itd.), i wówczas pozostanie to w zgodzie z normą wzorcową polszczyzny.

8 Zob. np.: Łaziński M., 2006, *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa,* Warszawa.

Zdarzenia komunikacyjne przedstawione w sytuacji 2. i 3. mogłyby nie nastąpić nigdy, gdyby nie istniejąca w człowieku potrzeba odwoływania się do schematów, stereotypów zadomowionych w naszej kulturze i przechowywanych również jako wiedza językowa. Stereotypy bowiem czasem porządkują naszą wiedzę o rzeczywistości i ułatwiają poruszanie się po niej, kiedy indziej jednak mogą być krzywdzące, w tym wypadku dyskryminujące dla osób doświadczających ich mniej czy bardziej negatywnego działania. Serwisant auta udzieliłby fachowej informacji Joannie na temat stanu auta (2), gdyby nie kulturowo zakorzeniony przekaz 'mężczyzna wie lepiej, z nim łatwiej się dogadać, kobieta i tak niewiele zrozumie'. Zaszło więc zdarzenie komunikacyjne nierównościowe, dyskryminujące Joannę, a ona zżyta z dyskryminacją płci od dzieciństwa, zareagowała śmiechem.

Konstruując reklamy, ich twórcy i twórczynie (świadomie, bo to gwarantuje oglądalność), wykorzystują funkcjonujące stereotypy, aby wzmocnić efekt perswazyjny (nakłaniający) do zakupu danego towaru. Nasuwa się jednak pytanie, dość oczywiste, zresztą, czy siła oddziaływania danej reklamy nie wzrosłaby, gdyby zastosowano schemat burzący skostniałe stereotypy, w której - przykładowo - pani czytałaby gazetę, pan zaś przywróciłby ład w przestrzeni domowej? Z całym przekonaniem twierdzę, że byłby to krok również w przywracaniu ważnego ładu świadomościowo-obyczajowego we współczesnej Polsce. Utrwalanie wiedzy dyskryminującej jakieś grupy społeczne jest bowiem szkodliwe.

Unijne propozycje zmiany

Jedną z propozycji przezwyciężenia tego stanu rzeczy stały się działania w ramach struktur Unii Europejskiej, a szczególnie koncepcja naprawy relacji społecznych nazwana gender mainstreaming. zakładającą takie działania państwotwórcze, w których kategoria *gender*, czyli *płeć* rozumiana 'jako konstrukt społeczno-kulturowy odróżniany od płci biologicznej', a posługując się eksplikacją Ingi Iwasiów - jest to 'płeć skonstruowana'[9], jest stałym czynnikiem towarzyszącym ocenie działalności bądź jej barku we wszystkich sferach życia państwa. Polska podpisując traktaty unijne, zobowiązała się do włączania w obieg przestrzeni społecznej m.in. idei gender mainstreamingowej i innych traktatów wytyczających szlak zrozumienia i tolerancji dla wszystkich ludzi, niezależnie od płci, wieku, orientacji seksualnej, rasy, pozycji lub

9 Iwasiów I., 2004, *Gender dla średnio zaawansowanych. Wykłady szczecińskie,* Warszawa, s. 59.

przynależności społecznej, etnicznej, religijnej. Istnieją więc przesłanki formalno-prawne, by nauczanie o dyskursie tolerancji (równościowym) wprowadzić do kanonu wiedzy ważnej.

Dzięki regulacjom Komisji Europejskiej uczestnicy i uczestniczki komunikacji nowych mediów kojarzą dyskurs tolerancji z komunikacją, w której każdy jest równy/równouprawniony, a znajomość tego kodeksu składa się na tzw. poprawność polityczną (*political correctness*), czyli umiejętność niedyskryminującego odnoszenia się do innych. Pisarka, tłumaczka, publicystka, ekspertka w dziedzinie równouprawnienia - Agnieszki Graff, zamieszczając na stronie Przedstawicielstwa Komisji Europejskiej artykuł *Unijna polityka równości płci - założenia i kontrowersje,* ocenia problem podobnie:

> „[...] unijny dyskurs równościowy niewątpliwie przyczynił się do legitymizacji zasad równości płci także w nowych państwach Unii, dał narzędzia nacisku organizacjom pozarządowym, pozwolił wprowadzić tematykę *gender* na uczelnie itp."[10]

Kiedy zatem mówimy o dyskursie równościowym, możemy mieć na myśli[11]:

'świadome działania komunikacyjne (językowe i pozajęzykowe), które albo zmniejszają, albo likwidują istniejące nierówności społeczne bądź też nie dają przyzwolenia na dyskryminację kogoś ze względu na coś'.

Tak rozumiany dyskurs tolerancji jest działaniem nacechowanym pozytywnie, stanowiącym wartość społeczną, toteż znajomość jego zasad może stać się celem kształcenia (tak jak w Dolnośląskiej Akademii Gender czy na różnorakich zajęciach, kursach szkolących w zakresie edukacji równościowej, antydyskryminacyjnej itd.); może też stać się wartością mierzoną przydatnością społeczną i wówczas względy etykietalne, *bon ton* człowieka kulturalnego wymagają jego praktykowania, w przeciwnym wypadku można być posądzonym o

10 Graff A., 2009, *Unijna polityka równości płci - założenia i kontrowersje,* http://ec.europa.eu/polska/news/opinie/090806_unijna_polityka_rownosci_plci_pl.htm.

11 Ten fragment artykułu jest streszczeniem mojego wystąpienia na konferencji naukowej "Język nowych mediów i nowej literatury", zorganizowanej w maju 2011 przez Katedrę Współczesnego Języka Polskiego Uniwersytetu Łódzkiego.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

seksistowskie poglądy, homofobię, nacjonalizm, ageizm[12].

Perspektywa humanistyczna

Znajomość kodeksu dyskursu równościowego może więc mieć znaczenie pragmatyczne, mierzone użytecznością tej wiedzy. Można też dostrzec głębszy, ogólnohumanistyczny wymiar takiej kompetencji językowej. Refleksję tę zawdzięczamy Bożenie Witosz, językoznawczyni, profesorce Uniwersytetu Śląskiego, która w artykule *O dyskursie wykluczenia i dyskursach wykluczonych z perspektywy lingwistycznej*[13] przeciwstawia dwa skrajnie odmienne sposoby komunikowania: dyskurs wykluczenia - dyskursowi tolerancji. W dyskursie wykluczenia INNY (drugi człowiek) postrzegany jest jako obcy, zagrażający, toteż JA przekonane o wyższości własnych poglądów, pozostaje zamknięte na dialog, gotowość poznania, zrozumienia INNEGO. Niejednokrotnie z irracjonalnego strachu przed INNYM dąży się do wykluczenia każdej odmienności (B.Witosz jako przykład wskazuje dyskurs radiomaryjny), często w argumentacji odwołując się do "teorii spisku". Natomiast dyskurs równościowy - pisze Bożena Witosz - „projektuje obraz społeczeństwa obywatelskiego", respektowanie różnorodności i indywidualności ludzkich doświadczeń. Relacje społeczne w rozumieniu dyskursu równościowego buduje się na poczuciu równości i akceptacji INNOŚCI. A owi INNI nie są obcymi, zagrażającymi Ja, których trzeba wykluczyć. Podmiotem interakcji jest *Ja*, które ma świadomość przynależności do wspólnoty, ale zarazem i swej odrębności.

> „Podmiot jest przekonany, że może się różnić od pozostałych członków swojej wspólnoty pod jakimś względem: przekonań, preferencji seksualnych, wartości, stylu życia, pracy, miejsca zamieszkania, wyglądu. Równocześnie wie, że mimo iż te różnice, dostrzegane przez pozostałych członków wspólnoty, nie wykluczają go poza jej granice. To *Ja*, które **akceptuje** inność(oryginalność, jednostkowość) samego siebie, ale także odmienność *Innych*. Dychotomia SWÓJ–OBCY, modelująca interakcję w dyskursie wykluczenia, zostaje tu zastąpiona relacją JA–INNY. [...] Podmiot (Ja) w relacji do Innego pozostaje otwarty, gotowy do dialogu, a zatem i poznania, oraz, być może, zrozumienia."[14]

12 AGEIZM to dyskryminacja ze względu na wiek.
13 Witosz B., 2010, *O dyskursie wykluczenia i dyskursach wykluczonych z perspektywy lingwistycznej,* [w:] „Tekst i dyskurs - text und discurs" 3, http://www.tekst-dyskurs.pl/artykuly-pdf/witosz.pdf.
14 Witosz B., *op.cit.,* s.19.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Tworząc projekt dyskursu tolerancji w opozycji do dyskursu wykluczenia, językoznawczyni odwołuje się do kategorii wypracowanych na gruncie filozofii personalistycznej, czyli takiego sposobu myślenia, w którym uznaje się "szczególną pozycję, rolę i wartość osoby", stawia się ją „w centrum działania i zainteresowań poznawczych (czyniąc >>osobę<< kategorią naczelną)[15]." W filozofii Karola Wojtyły uznaje się prymat osoby „wobec wszelkich wartości – tych, które przysługują rzeczom, i tych, które ucieleśniają się w nieosobowych wspólnotach i organizacjach”[16] oraz podnosi się problem tzw. podmiotowości osobowej.[17]

Skoro osobę „można poznać jedynie jako podmiot", trzeba odrzucić wszelkie własne założenia i uprzedzenia, pozostać otwartym i akceptującym, otwartym na dialog. Wówczas zyskamy możliwość SPOTKANIA I POZNANIA RÓZNYCH INNYCH.

Idea podmiotowości osoby, obecna w rozważaniach Karola Wojtyły, Maritaina, Marcela, Rougemonta, Mouniera, Schelera, Ricoeura, Rzymowskiej, w pracy Mikołaja Bierdiajewa została sformułowana następująco:

> „Osoba nie może być poznawana jako przedmiot, jako z jeden z przedmiotów w szeregu innych przedmiotów świata, jako część świata. W ten sposób poznają człowieka nauki antropologiczne, biologia, psychologia, socjologia. Jest to cząstkowe poznanie człowieka, ale nie tajemnicy człowieka jako osoby, jako egzystencjalnego centrum świata. Osobę można poznać jedynie jako podmiot, w nieskończonej subiektywności, w której ukryta jest tajemnica istnienia."[18]

Spojrzenie na relację z INNYM uczestniczącym w komunikacji z perspektywy filozofii personalistycznej uznać można za ważne, gdyż otwierające perspektywę humanistyczną uprawiania dyskursu równościowego. Wykracza ona dalece poza unijną poprawność polityczną czy też ogląd czysto profeministyczny. Jest więc to perspektywa prawdziwie ludzka,

15 Wojtysiak J., 1995, *Słownik wybranych terminów filozoficznych*, hasło *personalizm* [w:] Stępień A., *Wstęp do filozofii,* wyd. 3, TN KUL, Prace Wydziału Filozoficznego 65. Lublin, s. 377.

16 Galarowicz J., 2000, *Człowiek jest osobą. Podstawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły,* Kęty, s.63.

17 Rzymowska L., 2009, *Pojęcia: osoby, jej wolności i godności,* [w:] *Retoryka i etyka,* Sobczak B., Zgółkowa H., Poznań.

18 Bierdiajew M., 2003, *Niewola i wolność człowieka. Zarys filozofii personalistycznej,* przeł. oprac. Paprocki H., Kęty, s.19.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

wyróżniająca wartość osobową człowieka.

Podsumowując, o dyskursie równościowym można mówić w sensie ogólnym jako 'zgodnej z postawą humanistyczną praktyce podmiotowego traktowania osoby uczestniczącej w komunikacji, która to praktyka nie daje przyzwolenia na działania dyskryminujące kogoś ani w sposób pośredni, ani też bezpośredni'.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Bibliografia

1. Bierdiajew M., 2003, *Niewola i wolność człowieka. Zarys filozofii personalistycznej,* przeł. i oprac. Paprocki H., Kęty.
2. Galarowicz J., 2000, *Człowiek jest osobą. Podstawy antropologii filozoficznej Karola Wojtyły*, Kęty.
3. Graff A., 2009, *Unijna polityka równości płci - założenia i kontrowersje,* http://ec.europa.eu/polska/news/opinie/090806_unijna_polityka_rownosci_plci_pl.htm.
4. Iwasiów I., 2004, *Gender dla średnio zaawansowanych. Wykłady szczecińskie*, Warszawa.
5. Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., 2005, *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim*, Lublin.
6. Kopała J., Tokarska E., 2010, *Zanim będę uczniem. Karty techniczne.* Warszawa.
7. Łaziński M., 2006, *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa,* Warszawa.
8. Rzymowska L., 2009, *Pojęcia: osoby, jej wolności i godności,* [w:] *Retoryka i etyka,* Sobczak B., Zgółkowa H., , Poznań.
9. Witosz B., 2010, *O dyskursie wykluczenia i dyskursach wykluczonych z perspektywy lingwistycznej,* [w:] „Tekst i dyskurs - text und discurs" 3, http://www.tekst-dyskurs.pl/artykuly-pdf/witosz.pdf.
10. Wojtysiak J., 1995, *Słownik wybranych terminów filozoficznych*, hasło *personalizm* [w:] Stępień A., *Wstęp do filozofii,* wyd. 3, TN KUL, Prace Wydziału Filozoficznego 65. Lublin.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Katarzyna Hołojda

Stereotypy na temat płci w komunikacji masowej

Wiadomo, że nie można bagatelizować znaczenia stereotypów (zwłaszcza tych, z których wynikają dyskryminujące postawy i zachowania). Podobnie jak nie można umniejszać roli mediów, pełniących współcześnie – z punktu widzenia społeczno-kulturowego – niesłychanie ważne funkcje. Spośród tych najczęściej wymienianych w podręcznikach z zakresu medioznawstwa (czyli np. funkcji informacyjnej, socjalizacyjnej, wychowawczej itd.), właściwie wszystkie mają lub mogą mieć przecież mniejszy lub większy związek ze stereotypami.

Konieczne jest wyjście od dokładnego zdefiniowania tego, czego będziemy poszukiwać w przekazach medialnych, czyli stereotypu dotyczącego płci. Stereotypy płciowe, jako jeden z rodzajów stereotypów, to „sądy, przekonania odnoszące się do charakterystyk (cech i ról) przypisywanych jednej z płci lub oczekiwanych na podstawie bycia kobietą bądź mężczyzną, które (a) operują zależnościami bezwyjątkowymi oraz (b) mają wyraźne komponenty oceniające" (Boski, Miluska 1999). Stereotypy (wszystkie, nie tylko płciowe), działają w bardzo konkretny sposób, przede wszystkim porządkując (kategoryzując) zjawiska w świecie i ułatwiając tym samym funkcjonowanie w rzeczywistości (przez to, że oferują gotowe wzorce myślenia i zachowania). Ponadto wzmacniają tożsamość grupową, dając poczucie przynależności, a co za tym idzie – również bezpieczeństwa. Stereotyp stanowi swoistą konstrukcję myślową, która zawiera uproszczony, schematyczny sąd na czyjś temat, pewien obraz świata, powstający często w oparciu o fałszywe, lub co najmniej niepotwierdzone, informacje. Każdy stereotyp funkcjonuje w określonych kulturach, danych społeczeństwach. Nie trudno więc znaleźć je w przekazach komunikacji masowej z tymi kulturami i z tymi społeczeństwami silnie związanymi.

Czym zaś jest komunikacja masowa? To środki społecznego komunikowania o szerokim zasięgu, czyli prasa, radio, telewizja oraz, coraz ważniejszy, Internet. W tym przypadku trzeba jednak dodać, że media pełnią funkcję pośrednika przekazującego, utrwalającego, a zapewne także (współ)tworzącego stereotypy. Mówiąc wprost: media komunikują często nie inaczej, jak

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

właśnie przy użyciu i za pomocą stereotypów. Zdaniem Nelsona:

> Środki masowego przekazu stanowią istotne źródło stereotypów płci. Czasopisma, telewizja, książki i kino utrwalają w odbiorcach przekonanie, że mężczyźni i kobiety są zupełnie odmiennymi istotami, które – wskutek genetycznych skłonności – lubią różne rzeczy i zachowują się we właściwy sobie sposób (Nelson 2003, 274).

Zważywszy na fakt, że media odgrywają współcześnie sporą rolę w kształtowaniu postaw, zachowań i poglądów osób w różnym wieku, kwestia ta staje się szczególnie istotna. Przekazy medialne (a tym samym i zawarte w nich stereotypy) wymienia się także jako jedne z ważniejszych elementów wpływających na socjalizację dzieci (Nelson 2003, 272). Choćby ze względu na powszechność i różnorodność środków komunikacji masowej w naszym życiu, wzorce przez nie przekazywane powinny więc być poddawane szczególnie bacznej analizie i krytycznej refleksji.

W mediach, czyli gdzie?

Nie istnieje taki rodzaj mediów ani taki gatunek medialny, który byłby całkowicie wolny od mechanizmu stereotypizacji. Jednak w niektórych formach przekazów owe stereotypy są znacznie częstsze i wyrazistsze. Wiele „negatywnych" przykładów dostarczają reklamy (z tego też powodu stanowią gatunki najszczegółowiej zanalizowane w literaturze przedmiotu (zob. Lewiński 1999, Zimny 2008). Gdy zaczynamy jednak uważnie i krytycznie przyglądać się komunikatom, które płyną z mediów, okrywamy, że stereotypy płciowe powielane są też przez seriale, skecze kabaretowe, teledyski, programy rozrywkowe, czasopisma i jeszcze wiele, wiele innych.

Stereotypy płciowe w reklamach

Zdaniem Czerskiej, „współczesna reklama nie posługuje się kobietą, tylko nią jest. Bo zawsze marzeniem kultury – dla mężczyzn i dla kobiet, dla dzieci i dla staruszków, dla biednych i bogatych – była kobieta" (Czerska 1996, za: Lewiński 1999, 99). Czy jednak w ogóle reklama powinna mieć płeć? Za takim pytaniem nieuchronnie idzie kolejne, na które odpowiedź chyba

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

nigdy nie będzie w pełni satysfakcjonująca: jakie konsekwencje z takiego stanu rzeczy wynikają dla kobiet i mężczyzn oraz ich wzajemnych relacji?

Rekonstrukcją reklamowej kobiety i reklamowego mężczyzny zajmowało się wielu badaczy. Spójną klasyfikację najczęstszych i najwyrazistszych typów przedstawia Lewiński. Klasyfikacja, choć stworzona na podstawie reklam, daje się rozszerzyć na cały obszar komunikacji medialnej.

Jaka jest więc reklamowa kobieta? Pierwszy podział wskazuje rozróżnienie na kobiety, których ciało przedstawiono w całości lub w czesciach. Jak podkreśla Lewiński, „kobieta w kawałkach jest zawsze seksowna. Jest wyborem najlepszych części kobiecego ciała, tradycyjnie traktowanych jako najsilniej działające erotycznie" (Lewiński 1999, 100). Podstawowe zastrzeżenie dotyczy tutaj kwestii przedmiotowego traktowania kobiet, bowiem eksponowanie np. zmysłowych kobiecych ust służy nie tylko zachwalaniu walorów nowej szminki, ale może właściwie przydać się w reklamie czegokolwiek, choćby np. lodów i słodyczy. Prócz kobiety „w częściach", w mediach istnieje kilka typów obrazowania kobiet w całości. Typ pierwszy to kobieta piękna i seksowna. Eksponuje ciało, które najczęściej jest w tych przekazach uprzedmiotowione. Cechuje ją młodość, aktywność i brak zobowiązań. Typ drugi to kobieta niekoniecznie piękna (choć z reguły i tak piękna, jednak nie jest to walor eksponowany na pierwszym planie), ale użyteczna społecznie, czyli wykonująca swoje tradycyjne obowiązki – gotowanie, sprzątanie, dbanie o dom i rodzinę. Jej świat zawęża się do domu i najbliższego otocznia. Kobieta domowa ma nieokreślony wiek i charakteryzuje się schludnością, skromnością, a przy tym nie grzeszy intelektem (dziwi się np., że proszek pierze). Zgodnie z patriarchalnym modelem rodziny – słucha rad i wskazówek męża. Trzeci typ to kobieta opiekuńcza, czyli matka lub babcia, troszcząca się o dzieci i wnuki. W ramach typu czwartego mieszczą się tzw. kobiety exempla, czyli te przeciętne, reprezentatywne, podpisywane imieniem i nazwiskiem jako z jakiegoś powodu typowe i „normalne" (zob. Lewiński 1999, 99-111).

Lewiński swoje rozważania nad sposobem funkcjonowania w reklamie wizerunku kobiety kończy stwierdzeniem, że: „reklamową kobietę stworzyli mężczyźni. W większości reklam, czy będziemy mieć do czynienia z gospodynią domową, czy z sex bombą, jej funkcjonowanie jest prawie zawsze uzależnione od interakcji ze światem mężczyzn" (Lewiński 1999, 110).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Jaki w takim razie jest reklamowy obraz mężczyzny? Przede wszystkim – jak udowadnia Lewiński – znacznie prostszy od kobiecego i o wiele bardziej spójny. O ile „prawdziwa kobieta" ma wiele twarzy i ról, o tyle „prawdziwy mężczyzna" porusza się wśród dość ograniczonego repertuaru możliwości. Jego wizerunek ujawnia się zwłaszcza w reklamach produktów prymarnie dla mężczyzn. Jest wysportowanym, trzydziestoletnim twardzielem. Zwykle półnagim lub ubranym w dżinsy i jeżdżącym szybkim autem lub motocyklem. Tutaj także dają się, zdaniem Lewińskiego, wyodrębnić podtypy: tzw. ucywilizowany dzikus (swobodny i niezależny) oraz uwodziciel. Prócz tego funkcjonuje model mężczyzny profesjonalisty w nienagannym garniturze albo idealnego taty lub/i partnera – tzw. mężczyzny rodzinnego, który – jak na głowę rodziny przystało – jest najmądrzejszy (Lewiński 1999, 111-114).

Tak zobrazowani za pośrednictwem mediów reprezentanci mężczyzn i reprezentantki kobiet mówią sporo o nas i naszej kulturze. Tworzone są przecież zgodnie z założeniem, że reklama skuteczna to – jak pisze Doliński – „taki przekaz, który buduje silne związki w trójkącie między reklamowanym produktem, postaciami występującymi w spotach reklamowych i odbiorcą przekazu" (Doliński 2000, 239). Jednocześnie istota tej koncepcji opiera się na tezie, że siła związku z produktem jest wzmacniana pozytywnymi skojarzeniami z reklamującymi go osobami, utożsamieniem z nimi. Pytanie jednak, czy rzeczywiście identyfikujemy się z takimi naszymi stereotypowymi odpowiednikami. Zastanawiające również, że mechanizmy stereotypowego traktowania płci widać także (a może nawet zwłaszcza) w przekazach medialnych skierowanych do dzieci. Wystarczy np. obejrzenie krótkiego bloku reklam zabawek, by dostrzec zatrważającą różnicę – dziewczynkom z reguły piskliwym głosem proponuje się różowe kucyki, chłopcom – „męskie" samochody oraz logiczne i rozwijające gry.

Twarzyzm

Często jednak sposoby działania stereotypów są subtelniejsze – wpływają bardziej na podświadomość, niż wiążą się z konkretnymi zwerbalizowanymi komunikatami. Szczególnie interesującym i bardzo istotnym zjawiskiem w tym kontekście jest tzw. twarzyzm (face-ism) (Archer, Iritani, Kimes, Barrios 1983, por. Nelson 2003, 276). Zjawisko to polega na odmiennym portretowaniu kobiet i mężczyzn w mediach, a dokładniej na częstszym eksponowaniu twarzy

mężczyzn niż kobiet, przy jednoczesnym koncentrowaniu się na kobiecym ciele, sylwetce. Przy tym – jak wynika z badań – zbliżenia męskich twarzy są znacznie większe i wyraźniejsze niż wizerunki twarzy kobiet. Okazuje się, że wynikają z tego daleko idące konsekwencje – ludzie oceniają osoby, których twarze prezentowane są w zbliżeniu (czyli są duże) jako bardziej inteligentne i ambitne. Z twarzyzmem wiąże się więc ukryty stereotypowy przekaz: w przypadku każdej z płci ważne są inne części ciała (w przypadku mężczyzn – twarz, ośrodek charakteru, intelektu, osobowości, tożsamości, a u kobiet – poszczególne elementy sylwetki). Czy taką sytuację można zmienić? Czy istnieje szansa na przekaz medialny podważający stereotyp i – co równie ważnie – niepopadającą tym samy w kolejny? Wydaje się, że tak.

Jak tworzyć niestereotypowe komunikaty medialne?

Trudno na takie pytanie odpowiedzieć jednoznacznie i zaoferować uniwersalne rozwiązanie. Przede wszystkim – co jest apelem zarówno do twórców i twórczyń przekazów medialnych, jak i ich odbiorców i odbiorczyń – trzeba by nauczyć się w ogóle dostrzegać stereotypy i odnosić do nich krytycznie, czyli nie tylko zdać sobie sprawę z ich istnienia, ale także przestać według reguł przez nie narzucanych organizować obraz świata. Odczytując i interpretując rzeczywistość – w tym także treści komunikatów mass mediów – należy po prostu nieustannie myśleć, przyjmować refleksyjność i krytyczność jako najważniejsze postawy osób tworzących i odbierających teksty medialne i w ten sposób otwierać się na różnorodność, uczyć patrzeć na świat z innych perspektyw.

Watro wprowadzania zmian rozpocząć więc od dwóch najważniejszych kroków. Po pierwsze, każda działalność w obszarze mediów (i nie tylko) powinna zaczynać się od refleksji, czy efekt końcowy nie spowoduje, że ktoś poczuje się urażony. Konieczna jest tu bowiem świadomość niesprawiedliwości i przemocy, kryjących się w stereotypowych i dyskryminacyjnych praktykach. Po drugie, należy zdać sobie sprawę, że stereotypy – skoro upraszczają – zubażają świat. Przekazy medialne, często aspirujące do osiągnięcia statusu dzieła sztuki (i wielokrotnie nim rzeczywiście będące), powinny otworzyć się na kreatywność, innowacyjność – czego nie da się zrobić w sztywnych ramach wyznaczanych przez stereotyp. Zawsze zostaje także inne rozwiązanie – można uczyć się krytycznie odczytywać teksty medialne

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

i tworzyć je niebanalnie przez poszukiwanie i kolekcjonowanie przykładów pozytywnych (ponieważ – oddając sprawiedliwość – także i takich we współczesnych mediach można odnaleźć całkiem sporo).

Wydaje się, że we współczesnych odbiorcach i odbiorczyniach komunikatów medialnych negatywne reakcje budzą zarówno przekazy skrajnie stereotypowe, jak i daleko od stereotypów odchodzące. Wiecznie żywe dyskusje i ciągle pojawiające się skandale (np. ostatni, spowodowane pomalowanymi na różowo chłopięcymi paznokciami w reklamie lakieru do paznokci), stanowią jeden z dowodów, że istnieją pewne (nieprzekraczalne?) granice wyznaczane przez dominujący, bardzo tradycyjny, sposób widzenia świata w mass mediach i za ich pośrednictwem. Każde wyjście poza tak sztywne ramy staje się więc niesłychanie ważnym krokiem milowym. Wszystko to wzajemnie nakręcający się mechanizm – media, stymulowane rzeczywistymi stereotypami obecnymi w życiu codziennym, reprodukują je i uaktualnią, przez co stają się one mocniejsze. Korzysta z tego społeczeństwo, które odbiera owe stereotypy i realizuje je w swojej codziennej praktyce. Skoro to system naczyń połączonych, zmiany w obu obszarach powinny iść w parze. I taka sytuacja byłaby najbardziej optymalna.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Bibliografia

1. Archer, D., Iritani, B., Kimes, D. D., Barrios, M. (1983), *Face-ism: Five studies of sex difference in facial prominence*, "Journal of Personality and Social Psychology", 45, 725-735.
2. Boski P., Miluska, J. (red.) (1999), *Męskość – Kobiecość w perspektywie indywidualnej i kulturowej*, Warszawa.
3. Czerska B. (1996), *Reklama jest kobietą*, „Aida – Media", nr 11.
4. Doliński D. (2000), *Psychologia wpływy społecznego,* Wrocław.
5. Lewiński P. (1999), *Retoryka reklamy*, Wrocław.
6. Nelson T. D. (2003), *Psychologia uprzedzeń*, przekł. A. Nowak, Gdańsk.
7. Zimny R. (2008), *Kreowanie obrazów świata w tekstach reklamowych*, Warszawa.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Patrycja Krysiak

Rozwój języka polskiego pod względem feminatywów

Feminatywy są takimi wyrazami w języku polskim (jak również w innych językach posiadających kategorię rodzaju gramatycznego), które są bezpośrednio nazwami żeńskimi. Z tego względu w skład tej klasy wyrazów[1] wchodzą rzeczowniki jako części mowy samodzielne składniowo, odmienne i nazywające rzeczy, obiekty, miejsca, osoby, rośliny, zwierzęta, zjawiska, pojęcia abstrakcyjne. Do feminatywów nie zaliczamy przymiotników i czasowników, gdyż dla tych części mowy rodzaj jest kategorią fleksyjną[2]. Feminatywy to klasa wyrazów o trwale ustalonym żeńskim rodzaju gramatycznym.

Na czym polega wyjątkowość form feminatywnych i dlaczego zaleca się ich stosowanie w pisaniu równościowym, czyli uwzględniającym jednakowy (niedeterminowany społecznymi stereotypami i uprzedzeniami) status płci w języku i kulturze? Żeby odpowiedzieć na to pytanie, warto odwołać się do ustaleń polskiego słowotwórstwa, jak również wciąż jeszcze niepopularnej w Polsce gałęzi językoznawstwa – lingwistyki płci. Tutaj stwierdzenia są jednoznaczne. M. Karwatowska i J. Szpyra-Kozłowska podkreślają, że nie tylko w języku polskim, lecz we wszystkich zbadanych dotąd językach świata daje się rozpoznać nierówny obraz obu płci, zdecydowanie gorszy, niekorzystny wizerunek kobiet w porównaniu do wizerunku mężczyzn, zakodowany na różnych płaszczyznach języka - w jego frazeologii, gramatyce, leksyce, słowotwórstwie [Karwatowska, Szpyra 2005: 14]. Zjawiska te określane są wspólnym mianem asymetrii językowych lub androcentryzmu. W językach, w których mamy do czynienia z gramatyczną kategorią rodzaju, dyskryminację kobiet w języku i poprzez język możemy określić jako asymetria rodzajowo-płciowa.

Asymetrie te wyraźne są już na poziomie systemu językowego i odmiany wyrazów – zwraca uwagę liczebna przewaga męskich wzorców odmiany nad żeńskimi[3]. Interesuje nas jednak przede wszystkim słowotwórstwo rzeczowników. Powszechnym zjawiskiem jest bowiem tworzenie rzeczowników żeńskich od męskich, do rzadkości zaś należą przypadki odwrotne. Stąd często uznaje się formy męskie za podstawowe i nienacechowane, a żeńskie za wtórne

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

i nacechowane. Owa wtórność form żeńskich widoczna jest już w klasyfikacji wyodrębnionych w badaniach językoznawczych kategorii słowotwórczych[4]. W różnych ujęciach „nazwy żeńskie", „nazwy istot odmiennej płci" występują zawsze jako osobna kategoria, wyodrębniana ze względu na swą specyfikę. Pojawia się ona obok takich kategorii, jak nazwy zawodów, nazwy mieszkańców, nazwy wykonawców czynności itd.

W systemie języka i w sytuacjach żywego mówienia urabianie nazw żeńskich od męskich napotyka jednak liczne trudności – zwykle natury gramatycznej, poprawnościowej i wymawianiowej (*adiunkt – adiunktka*, *architekt – architektka*). Niebagatelny wpływ na pomnażanie owych trudności mają również czynniki pozajęzykowe – tradycja, społeczne przekonania i stereotypy. Szpyra i Karwatowska stwierdzają, że współcześnie da się zaobserwować wiele luk leksykalnych, dotyczących najczęściej zawodów tradycyjnie wykonywanych przez mężczyzn – brak rzeczowników rodzaju żeńskiego pomimo tego, że obecnie coraz więcej kobiet takie zawody wykonuje [2005: 18]. Luki występują również w obszarze nazw zawodów i funkcji prestiżowych, np. prezydentów, ambasadorów, konsulów. Dlaczego tak się dzieje? Genezy powstawania luk należy się doszukiwać zarówno w już zasygnalizowanym wpływie patriarchalnej tradycji społecznej, zgodnie z którą zaszczytu prestiżowego stanowiska i funkcji dostąpić mogą jedynie mężczyźni, jak i w samym systemie językowym. Najbardziej powszechnym i zarazem produktywnym sposobem tworzenia form żeńskich w języku polskim jest bowiem dodawanie do formy męskiej przyrostka –ka. W potocznej świadomości językowej Polaków i Polek formy tak stworzone wydają się niepoważnymi zdrobnieniami. W rzeczywistości przyrostek ten pełni dwie funkcje – używany jest i do konstrukcji zdrobnień, i do formowania nazw żeńskich. Często utworzona forma żeńska pokrywa się strukturalnie z wyrazem o zupełnie innym znaczeniu, np. *murarz – murarka*, *ślusarz – ślusarka*, *pilot – pilotka*. Dlatego feminatywy ciągle wydają się wyrazami niepotrzebnymi, niejednoznacznymi, wręcz uwłaczającymi kobietom.

Nazwy zawodów wykonywanych tradycyjnie przez mężczyzn dziś pełnią więc funkcję nazw generycznych[5] określających zarówno mężczyzn, jak i kobiety. Tworzenie żeńskich odpowiedników nazw zawodów w rzeczywistości społecznej, która od ponad wieku dąży do zrównania płci i zaprzestania determinowania ról płciowych przez różnice biologiczne, wydaje

się konieczne – zwłaszcza w świecie, w którym – jak zauważa Jadacka – wzrost poziomu wykształcenia kobiet, ich aktywizacja zawodowa i dążenie do uzyskania odpowiedniego dla wiedzy i umiejętności prestiżu społecznego przyniosły – jako jeden z rezultatów – obejmowanie przez nie coraz to nowych funkcji, stanowisk, uzyskiwanie tytułów naukowych, dotychczas zastrzeżonych dla mężczyzn [Jadacka 2005: 127]. Formy generyczne niezależnie od swoich rzeczywistych językowych motywacji w potocznym odbiorze wywołują poczucie, że płeć męska jest ważniejsza, uniwersalna i że to właśnie do niej odnosi się większość tekstów użytkowych.

Co ciekawe, pod względem frekwencji występowania feminatywów w codziennej mowie potocznej i powstających dziś tekstach, współczesna polszczyzna pozostaje w tyle za polszczyzną lat PRL-u. Wówczas (na przełomie lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX w.) sformułowana została norma, zgodnie z którą niesłuszne i niezasługujące na akceptację normatywną było zastępowanie od dawna funkcjonujących w języku nazw żeńskich ich odpowiednikami męskimi, tj. używanie formy *pani kierownik* zamiast *kierowniczka*. W latach pięćdziesiątych i sześćdziesiątych powszechnie używane były takie formy, jak: dyrektorka, kierowniczka, prezeska, profesorka [Jadacka: 129]. Co prawda często należały wyłącznie do polszczyzny potocznej, współcześnie jednak przyzwolenie na zastępowanie utrwalonych w systemie form żeńskich (np. nauczycielka – nauczyciel) nazwami męskimi jest dużo większe. Mówi się nawet, że „polszczyzna przełomu XX i XXI wieku stawia przed językoznawcami problemy nieporównanie (po)ważniejsze niż zwalczanie form pani kierownik, pani poseł, pani prezes, pani Balcerowicz, pani Legutko". Tak indyferentna postawa niewątpliwie wpływa na upowszechnianie się konstrukcji generycznych, a co za tym idzie – dalszą opresję językową kobiet, których nierówny status jest podtrzymywany.

Niektóre środowiska, zwłaszcza feministyczne i genderowe, czyli – najogólniej rzecz ujmując – nastawione równościowo, dążą do zmiany istniejącego stanu rzeczy, choć niewątpliwie ze skostniałą strukturą języka i jego gramatyką trudno walczyć. Ta bowiem ukształtowała się na przestrzeni wieków, kiedy to kobiety traktowane były jako gorsze, a język odzwierciedlił patriarchalną strukturę społeczną, jej obsesje i stereotypy. Popularyzowana jest wiedza z zakresu lingwistyki płci, ponadto zainteresowanie problemem językowej asymetrii i działania zmierzające do jego rozwiązania z korzyścią dla obu płci są charakterystyczne nie tylko dla Polski.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Zagadnieniem zajęła się także Unia Europejska tworząc koncepcję gender mainstreaming[6], która ma włączać politykę płci do działań m.in. z zakresu polityki, ekonomii i języka.

Od 2010 r. w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego trwają prace nad słownikiem feminatywów współczesnej polszczyzny. Korpus stanowią zebrane w XXI wieku wszelkie teksty, w których zarejestrowano obecność feminatywów (zarówno prasowe, jak i literackie – autorkom chodzi o pokazanie nie tyle zakresu występowania zjawiska, ile samych możliwości tworzenia nazw żeńskich wbrew językowym i społecznym stereotypom). Choć projekt nie został jeszcze zakończony, w zebranym już korpusie dają się zauważyć pewne prawidłowości. Można stworzyć zarys klasyfikacji semantycznej feminatywów stosowanych przez aprobujących je autorów i autorki, częściowo odpowiadającej klasyfikacji kategorii słowotwórczych.

Najczęściej pojawiają się formy feminatywne, które są nazwami zawodów. Stanowią one ponad połowę wszystkich zebranych konstrukcji. Taki kierunek ewolucji feminatywów w języku polskim w sposób oczywisty determinowany jest przez potrzeby społeczne i kulturowe; ma swą genezę w coraz powszechniejszym przejmowaniu przez kobiety ról zawodowych dawniej zastrzeżonych wyłącznie dla mężczyzn bądź uznawanych za prestiżowe. Kategoria nazw zawodów jest dość szeroka – przynależą do niej:

- określenia pełnionych przez kobiety funkcji i zajmowanych przez nie stanowisk, np. tradycyjne *sprzątaczka*, *stylistka*, *fryzjerka*, *nauczycielka*, *telefonistka*, *rzeźbiarka*, *katechetka*, *asystentka*, *autorka*; jak i formy nowe w polszczyźnie, często niezyskujące aprobaty normatywnej ze strony tradycyjnego i zachowawczego językoznawstwa, jednak niewątpliwie pobudzające do refleksji i potrzebne z punktu widzenia działań zmierzających do wyrównania statusów: *tipserka*, *awiatorka*, *designerka*, *choreografka*, *copywriterka*, *house menedżerka*, *pilotka*, *polityczka*, *superwizjerka;*
- określenia wykształcenia kobiet, które determinuje charakter wykonywanego przez nie zawodu, np. *antropolożka*, *filolożka*, *neonatolożka*, *psycholożka, filozofka*, *naukowczyni*, *kulturoznawczyni*, *językoznawczyni*, *krytyczka;*
- określenia kobiet zajmujących się mniej lub bardziej zawodowo sportem, muzyką itp., np. *sportsmenka*, *wiolonczelistka*, *harmonistka*, *wokalistka*, *zawodniczka*.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Często konstruowane, a zatem pożądane w społeczeństwie są także formy będące nazwami funkcji społecznych, ról społecznych i statusów, jakie posiadają i przyjmują współczesne kobiety. To kategoria szersza niż nazwy zawodów, a jej liczna reprezentacja wskazuje na to, że kobiety mają szansę stawać się coraz bardziej niezależne i silne, jednak często uniemożliwia im to skostniały system językowy. Nazwy, które w tej kategorii się pojawiają, najczęściej pomijane zupełnie są w tekstach użytkowych, np. w urzędowych drukach, umowach, pozwach, wnioskach. Przynależą tu takie wyrazy, jak: *nowicjuszka*, *klientka*, *milionerka*, *debiutantka*, *emerytka*, *emigrantka*, *pacjentka*, *pensjonariuszka*, *przywódczyni*, *singielka*, *słuchaczka*, *sponsorka*, *więźniarka*, *partnerka, rozmówczyni*, *kompanka, nędzarka*, *przodkini*, *reprezentantka*, *rezydentka*.

Kolejna kategoria jest typowo słowotwórcza – to nazwy zwolenniczek i wyznawczyń konkretnych idei, poglądów itp. Przynależą tu tradycyjne i systemowe formy, jak *katoliczka*, *entuzjastka*, *skandalistka*, *emancypantka*, *feministka*, *działaczka*; jak i mniej tradycyjne typu *flapperka*, *ideolożka*, *partyzantka*, *radykałka*.

Dwie ostatnie kategorie to nazwy „amatorek" pewnych czynności, zachowań czy przedmiotów oraz nazwy charakteryzujące, tworzone na podstawie charakterystycznych dla danej osoby cech wyglądu czy osobowościowych. Do pierwszej zaliczają się wyrazy *maniaczka*, *blogerka*, *czytelniczka*, *himalaistka*, *szafiarka/szafiara*, *automobilistka*; do drugiej z kolei *łobuziara*, *hipokrytka*, *naśladowczyni/naśladowniczka*, *ekscentryczka*, *elegantka, okularnica*, *mścicielka*.

Taki rozkład dających się wyodrębnić kategorii wskazuje na to, o czym już wcześniej mówiliśmy – na próbę wypełnienia powstałych w języku luk nazewniczych, będących konsekwencją mniej lub bardziej uzasadnionej bojaźni wobec form feminatywnych. Trzeba bowiem zaznaczyć, że propagowaniu tych form nie sprzyja brak jednoznacznego stanowiska w tej kwestii w środowiskach feministycznych – tam także widoczne są przejawy nieufności wobec tych językowych (i tożsamościowych!) zabiegów. Uwidacznia się to na stronach internetowych organizacji feministycznych (np. eFKi, Feminoteki, Ośki), na których feministki mówią o sobie. Niektóre deklarują, że są np. „socjolożkami", niektóre zaś wolą nazywać siebie absolwentkami tych kierunków/wydziałów, magistrami danej dziedziny. Jest to rodzaj strategii unikowej wynikającej z niepewności, czy warto zdecydowanie postawić na formy, które mogą oddawać w

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

sposób pełny żeńskość, będąc nie do końca zgodne z systemem.

Mimo wszystko jednak nierozpowszechnione w uzusie nowe nazwy żeńskie są stosowane raczej świadomie i odważnie w środowiskach feministycznych. Stopniowo także w innych kręgach używanie feminatywów staje się przejawem poprawności politycznej, szczególnie na takich obszarach, gdzie wbrew pozorom kobiety mogą odegrać istotną rolę (np. w polityce). Działania te na pewno nie mogą przynieść pozytywnego (czyli wyrównującego statusy kobiet i mężczyzn w języku) rezultatu od razu. Podczas jednej dekady, a nawet jednego pokolenia nie sposób zneutralizować wszystkiego, co dokonało się w języku od zarania dziejów, a co świadczy o naszej kulturze i tradycji. Zmiany mogą zachodzić stopniowo, ewolucyjnie, pod warunkiem, że używaniu języka towarzyszyć będzie refleksja nad tożsamością i sposobami jej wyrażania w tekstach, przejawami dyskryminacji, przemocy i opresji. Formy żeńskie, obecnie postrzegane jako śmieszne, niepoważne, kontrowersyjne, wręcz niepoprawne, mogą zmienić swe negatywne konotacje w wyniku częstego używania, „osłuchania się" z nimi użytkowników i użytkowniczek języka. Potrzeba społeczna może zrodzić ewolucję systemu językowego w kierunku likwidacji niewidzialności kobiet, jeśli sama nie będzie blokowana.

Przydatne mogą okazać się media masowe - wszczynając samą dyskusję na temat potrzeb językowych zmian. A. Balczyńska-Kosman stwierdza, że rola mediów polega na dostarczaniu nam bodźców, stawianiu pytań, prezentowaniu możliwości wyboru. Media nie narzucają, jak mamy myśleć, ale decydują, o czym myśleć, wpływają na kierunki myślenia [2010: 272]. Używanie w mediach form feminatywnych niewątpliwie sprzyja ich popularyzacji i refleksji nad językiem, współcześnie jednak ograniczone jest zasięgiem do niewielkiego segmentu medialnego rynku, jaki stanowią pisma Agory (zwłaszcza „Gazeta Wyborcza" i „Wysokie Obcasy"), prasa stricte feministyczna (np. kwartalnik „Zadra") i feministyczne portale internetowe. Status tych ostatnich jako organizacji medialnych jest jednak dyskusyjny, ponadto nigdzie zjawisko feminizacji języka nie zachodzi konsekwentnie, zapewne z racji obawy autorek i autorów tekstów przed reakcjami czytających i przed wymogami samego języka (dążenia do precyzji i ekonomii środków językowych, zrozumiałości). To dowodzi z jeszcze większą mocą, że rewolucja jest niemożliwa. Starania jednak podejmować warto, nie tylko ze względu na pragnienie (konieczność!) równouprawnienia kobiet i mężczyzn, lecz także z racji troski o sam język, przez

purystów i purystki traktowany jako wartość immanentna. Takie podejście oczywiście jest niezwykle cenne, pod warunkiem jednak, że nie implikuje hamowania wszelkiego rozwoju systemu poprzez eliminację tego wszystkiego, co wydaje się niepotrzebne i niesystemowe. W interesie użytkowników i użytkowniczek polszczyzny leży mniej lub bardziej odległa – a być może możliwa – negacja stwierdzenia J. Baudouina de Courtenay o „usamczeniu" języka polskiego i „maskulinizacji myślenia językowego" [Karwatowska, Szpyra: 56].

---

[1] Bardziej poprawnie – leksemów.

[2] Przymiotniki i czasowniki odmieniają się w języku polskim przez rodzaje, ich rodzaj gramatyczny determinowany jest przez rodzaj pozostającego z nimi w związku składniowym rzeczownika.

[3] W języku polskim mamy 3 rodzaje męskie – męskoosobowy, męskożywotny (męskozwierzęcy) i męskonieżywotny, natomiast rodzaj żeński jest tylko jeden.

[4] Kategoria słowotwórcza – zbiór typów słowotwórczych z formantami o wspólnej wartości kategorialnej, innymi słowy: klasa wyrazów pochodnych o znaczeniu ogólnym, które jest analogiczne, jak nazwy wykonawców czynności, nazwy zbiorów, nazwy mieszkańców, nazwy narzędzi itd. Wyrazy takie tworzy się za pomocą formantów, np. –anie, -enie, -cie, -ka, -(e)k itp.

[5] Generycznością lub gatunkowością form męskoosobowych nazywana jest w językoznawstwie podwójna funkcja takich rzeczowników. Z jednej strony odnoszą się tylko do mężczyzn (np. nauczyciele), z drugiej zaś mają znaczenie ogólniejsze, obejmując zarówno kobiety, jak i mężczyzn (nauczyciele!).

[6] Strategia polityczna zmierzająca do likwidacji przejawów dyskryminacji kobiet i wypracowania stanu zrównoważonych relacji pomiędzy mężczyznami i kobietami.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Bibliografia

1. Balczyńska-Kosman A., 2010, *Teorie dotyczące oddziaływania mediów a rzeczywistość społeczno-polityczna – wybrane aspekty*, [w:] Hofman I., Kępa-Figur D., *Współczesne media. Status, aksjologia, funkcjonowanie*, t. 1., Lublin.

2. Hołojda K., Krysiak P., 2009, Zerwanie z niewidzialnością kobiet. Analiza strategii językowych stosowanych na stronach internetowych polskich organizacji feministycznych, Wrocław (praca niepublikowana)

3. Jadacka K., 2005, *Kultura języka*, Warszawa.

4. Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., 2005, *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim,* Lublin.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Katarzyna Hołojda

Jak Polki postrzegają feminatywy i dlaczego jest tak źle?

Co najmniej połowa Polek nie potrzebuje feminatywów w codziennym życiu i uważa wszystkie *psycholożki* i *filozofki* za śmieszne i infantylne. Przeważająca większość nie ma o feminatywach większej wiedzy i kojarzy tworzenie żeńskich nazw zawodów i funkcji z „walką z urojonym wrogiem". Jednocześnie właściwie wszystkie zgadzają się, że osoby używające feminatywów nie są postrzegane zbyt dobrze, więc same siebie na oficjalnym zebraniu nie nazwałyby *dyrektorkami*, lecz *dyrektorami*. Tak w telegraficznym skrócie przedstawiają się wyniki badań[1]. Dlaczego Polki tak źle postrzegają feminatywy?

Feminatywy – czym są, co o nich wiemy

Zanim jednak o feminatywach jako takich, kilka słów o pewnej plotce domagającej się zdementowania. Istnieje bowiem wśród sporej części społeczeństwa przekonanie, że język polski jest – bez ingerencji feministek i feministów – równościowy albo co najmniej neutralny płciowo. Choćbyśmy bardzo chcieli i chciały, opinie naukowczyń i naukowców są jednoznaczne – asymetrie rodzajowo-płciowe istnieją, i to nie tylko w polszczyźnie:

> Jak dowodzą Pauwels (1998), Weatherall (2002), Hellinger i Bussmann (2001-2003) oraz wielu innych językoznawców, wszystkie zbadane dotychczas języki świata charakteryzują się zawartym w nich nierównym obrazem obu płci, ze zdecydowanie gorszym, niekorzystnym wizerunkiem kobiet niż mężczyzn, zakodowanym na różnych płaszczyznach języka, w jego leksyce, słowotwórstwie, frazeologii i gramatyce. W polskiej literaturze przedmiotu zjawisko to zazwyczaj określa się mianem asymetrii językowych (Anusiewicz i Handke, 1994), w licznych zaś publikacjach zagranicznych najczęściej stosuje się termin zaczerpnięty z języka angielskiego, mianowicie seksizm językowy, zwany też androcentryzmem (Karwatowska i Szpyra-Kozłowska 2010, 13).

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Niewielka wiedza o takim stanie języka stanowi efekt nikłego zainteresowania tematem. Jak wynika z przeprowadzonej ankiety – prawie 80% pań nie wie, co to są „feminatywy" lub nigdy nie słyszało tego pojęcia. Nieznajomość samego terminu wcale jednak nie oznacza, że nie mają one na ten temat zdania. Warto więc wyjaśnić, że feminatywy to rzeczowniki rodzaju żeńskiego utworzone od rzeczowników męskich, a więc derywaty[2] oznaczające żeńskość – nazywające kobiety wykonujące jakiś zawód lub sprawujące funkcję.

Samo zjawisko kojarzy się Polkom niemalże wyłącznie negatywnie – z tworzeniem form żeńskich „na siłę" albo ze wspomnianą już „walką z urojonym wrogiem". Jednocześnie nawet jeśli któraś z kobiet takich skojarzeń nie ma, wie że mają je inne i inni, więc często świadomie, choć niechętnie, unika używania żeńskich nazw zawodów i funkcji. Feministkom przypisuje się w tym kontekście irracjonalne intencje i zarzuca demonizowanie istniejącego stanu rzeczy. Poczynić tutaj trzeba jednak pewne wyjaśnienia. Mianowicie pojęcie „feminizacji polszczyzny" jako negatywnie nacechowane pojawia się np. relacjach medialnych i w języku potocznym. W rozumieniu wszystkich przeciwników i przeciwniczek równościowych postulatów, język polski na tym etapie rozwoju jest równy, feministki zaś chcą go sfeminizować, czyli uczynić kobiecym. Takie jest znaczenie sformułowania „feminizacja polszczyzny" w kontekście medialnym. To, co robią zwolenniczki i zwolennicy żeńskich nazw zawodów i funkcji polega na czymś innym – zakładając że język nie jest równościowy, lecz androcentryczny, chcą one/i przywrócenia symetrii. Nie po to, by zlikwidować „męskość" w języku, lecz aby stworzyć stan sprawiedliwy i korzystny dla wszystkich, zarówno mężczyzn, jak i kobiet. Podstawą demonizowania problemu i samego pojęcia jest więc… nierozumienie go.

Tylko połowa ankietowanych kobiet uważa, że istnieje realna potrzeba tworzenia form żeńskich od męskich nazw zawodów i funkcji. Trudno mówić o rozpowszechnianiu się feminatywów, jeśli tak duża grupa jest im zdecydowanie przeciwna. Stanowi to przyczynę niewystarczającego zadomowienia się feminatywów w polszczyźnie. Według zasad rozwoju języka, aby jakaś innowacja się zakorzeniła, musi istnieć realna potrzeba – forma powinna wypełniać istniejącą lukę, zaspokajać konkretną potrzebę użytkowników i użytkowniczek języka (Markowski 2005, 41-55). Nowy wyraz musi po prostu zadomowić się w uzusie[3]. Choć głosy

kobiet są podzielone, można żywić nadzieję, że feminatywy, używane na początku przez niewielką część Polek, z czasem przestaną źle się kojarzyć również zatwardziałym ich przeciwniczkom.

Feminatywy a feministki. Skąd tyle agresji?

Feministyczne postulaty z obszaru języka znajdują swoje zwolenniczki i przeciwniczki wśród kobiet w każdym wieku. Jednak – co trzeba zaznaczyć – choć treść wypowiedzi nie zależy od wieku, jej forma już tak. Odpowiedzi młodszych przeciwniczek (czy w tym przypadku powiedzieć trzeba „przeciwników"?) pełne są ekspresywizmów i agresji. Z czego może ona wynikać? Nie da się ukryć, że większość negatywnych opinii i uczuć bierze się z prostego skojarzenia mechanizmu tworzenia feminatywów z feminizmem jako takim. Feminatywy, jako kategoria – bądź co bądź – językoznawcza, uruchamiają sygnalizowaną wprost sieć powiązań ze stereotypami dotyczącymi niezbyt dobrze postrzeganych w Polsce feministek. Niechęć wobec samych feminatywów – świadomie lub nie – przekładała się na agresywny stosunek do osób, które takich form z różnych powodów używają. Można próbować agresję – jej źródła i przyczyny – analizować i uzasadniać; nie da się jednak żadnej agresji usprawiedliwiać.

Emocjonalne podejście do zagadnienia cechuje obie grupy – zarówno zwolenniczek, jak i przeciwniczek feminatywów. Z nadmiaru emocji zastępujących racjonalne argumenty wynikają niespójności w wypowiedziach (polegające np. na uznawaniu za poprawną formy *mistrzyni*, a za niepoprawną *członkini*, mimo że obie utworzone są w ten sam sposób, za pomocą tego samego przyrostka). Pierwsze, co w takim razie powinnyśmy i powinniśmy zrobić to zastanowić się nad własną postawą. Jakiekolwiek bowiem nie byłyby nasze poglądy, ich wygłaszanie nie może wiązać się z agresją i przemocą. Zanim zdecydujemy się używać feminatywy lub tego nie robić, zadajmy sobie pytanie nieco ogólniejsze: jakie kryteria przyjmujemy, oceniając dane formy i ludzi je używających.

Rodzaj żeński oznacza brak prestiżu?

Bardzo duży wpływ na opinię kobiet na temat feminatywów ma kojarzenie ich z brakiem

prestiżu i infantylnością. Lęk przed formami z *–ka* wynika z wielofunkcyjności tego przyrostka, który będąc najczęstszym stosowanym do tworzenia rzeczowników rodzaju żeńskiego (np. *klient – klientka*), stanowi także część zdrobnień (np. *lampa – lampka*). Sprawdzają się wyniki wcześniejszych badań i intuicji – większość kobiet boi się tworzenia form żeńskich zwłaszcza od nazw zawodów prestiżowych, nie mając jednak żadnych oporów wobec wszelkich *nauczycielek* i *fryzjerek*. Tymczasem przyrostek *–ka* jest bardzo regularną końcówką rzeczowników żeńskich. Niektóre formy – mimo *-ka*, a może dzięki niemu – zadomowiły się w polszczyźnie (patrz: *pielęgniarka, aktorka, artystka*). Wielofunkcyjność przyrostka nie jest w tych przykładach przeszkodą. Zapomina się, że przecież zdrobnieniem od *nauczyciela* nie byłaby *nauczycielka*, lecz *nauczycielek*, a od *psychologa – psycholożek*, nie *psycholożka*.

Wnioski z tego wynikające nasuwają kolejne pytania. Skoro bowiem kobiety uważają formy żeńskie za śmieszne, czy tym samym nie uważają za niepoważne samych kobiet? Co kryje się za lękiem, że jeśli nazwę się rzeczownikiem rodzaju żeńskiego ktoś pomyśli, że jestem nieprofesjonalna? Na ile to, co sądzimy o feminatywach przekłada się na to, co myślimy (albo w jakiś inny sposób podświadomie „czujemy") o płciach, ich relacjach i w ogóle sytuacji społecznej kobiet i mężczyzn? Już sam fakt, że kobiecość kojarzy się ze śmiesznością stanowi sygnał, że zmiany są konieczne. Jednak z czasem coraz mocniejsze zakorzenianie się feminatywów w uzusie spowoduje, że spowszednieją, a tym samym przestaną śmieszyć. Obok szerokiego grona profesjonalistów i fachowców na rynku pracy pojawią się nie mniej zdolne i zupełnie poważne profesjonalistki i fachowczynie.

Czy żeńskie nazwy zawodów i funkcji są poprawne językowo?

Możemy feminatywy lubić lub nie. Czy są one jednak w ogóle poprawne? Jedno z pytań przeprowadzonej ankiety dotyczyło właśnie oceny poprawności przykładowych feminatywów. Wbrew pozorom nie chodziło w nim o sprawdzenie znajomości treści słowników, lecz o „odczucia" związane z trafnością owych wyrazów. Najciekawszy okazuje się stosunek ankietowanych do form typu *psycholożka* i *socjoloża*. Według różnych statystyk i poglądów rozpowszechnionych w tekstach feministycznych i językoznawczych te formy najtrudniej zaakceptować; zarzuca się im m.in. hybrydyczność, a co za tym idzie – niepoprawność (Jadacka

2006, 126). Jednocześnie wyrazy te rozpowszechniają się najszybciej i coraz częściej można odnaleźć je w nowo powstających słownikach. Większość ankietowanych (ponad 60%) ocenia je jako poprawne, zaznaczając jednak, że raczej nie użyłaby ich do nazwania samej siebie, najczęściej argumentując to istnieniem społecznej niechęci wobec osób posługujących się feminatywami. Trudno jednak, by żeńskie nazwy zawodów i funkcji zyskały lepszy „wizerunek", jeśli ze strachu przed opinią innych nie używa się ich wcale. W lęku przed feminatywami kryje się więc przede wszystkim lęk przed społeczeństwem – przed posądzeniem o nieprofesjonalność albo – o zgrozo – o sympatyzowanie z feminizmem. Lęki z jednej strony nieuzasadnione, z drugiej (z powodu wspomnianej już agresji) w jakiś sposób zrozumiałe.

Jak to działa? Poziom autoanalizy respondentek

Część ankietowanych, prócz wiedzy wynikającej z codziennego posługiwania się polszczyzną, dysponuje także teoretycznym zapleczem nabytym w toku edukacji. Rozpoznać tego po poglądach nie sposób (popieranie lub nie żeńskich nazw zawodów i funkcji nie jest w żaden sposób skorelowane z poziomem wiedzy o nich). O świadomości i wiedzy części ankietowanych świadczy głównie słownictwo, którym się posługują, zarówno z obszaru tematyki gender, jak i językoznawstwa (np. używanie słów „derywat", „desygnat" itd.).

Na poziomie autoanalizy pojawia się także postrzeganie mechanizmów równościowych w języku jako przejawów poprawności politycznej – efektu wpływów pewnych trendów światowych, chęci sprostania europejskim normom. Traktowanie feminatywów jako mody jest słuszne pod warunkiem, że z czasem trend przerodzi się w stan stały (i nie skończy po jednym sezonie, jak na typową modę przystało). Jeśli teraz żeńskie nazwy zawodów i funkcji są używane z powodu mody, może w trakcie posługiwania się nimi wyłonią się niewątpliwe korzyści z tego wynikające i feminatywy obronią się same.

Obok przekonania, że żeńskie nazwy zawodów i funkcji są modne, pojawiają się również opinie innego typu, także związane z umieszczaniem samego zjawiska w szerszej perspektywie. Zdaniem kilku respondentek używanie feminatywów stanowi formę walki ze stereotypami

związanymi z zawodami typowo kobiecymi lub męskimi. Dodanie przyrostka do rzeczownika rodzaju męskiego może więc w efekcie powodować dalekosiężne zmiany – nawet na rynku pracy. Poza tym częste słowa w rozważaniach na temat feminatywów to „demokracja" lub „demokratyzacja (języka)". To bardzo ważne, bo wiąże się z łączeniem zachowań językowych ze znacznie szerzej rozumianymi sferami życia społecznego.

Część ankietowanych samodzielnie diagnozuje więc przyczyny swojej niechęci wobec żeńskich nazw zawodów i funkcji lub sympatii do nich. Niektóre rozumieją mechanizmy. Autoanaliza zawsze jest pozytywnym elementem ludzkich postaw. Powinno się samodzielnie szukać rozwiązań, zastanawiać, dlaczego ja myślę o tym tak, a nie inaczej i dlaczego tak myśli społeczeństwo.

Najważniejsze pytanie

Najważniejsze pytanie brzmi: dlaczego w ogóle to robić? Dlaczego kobiety chcą lub nie wyrażać swoją kobiecość przez używanie żeńskich nazw zawodów i funkcji? Dlaczego podejmują takie działania albo dlaczego się im sprzeciwiają? Jeśli same nie znamy własnych motywacji, to nie umiemy uargumentować swoich racji, co rodzi niepotrzebną agresję.

Dlaczego kobiety chcą, by feminatywy zakorzeniły się w polszczyźnie? Ponieważ zależy im na usuwaniu nierówności płci na wszystkich płaszczyznach – językowej także. Chcą, by kobiety i mężczyźni byli świadomi swojej równorzędnej pozycji, tych samych praw i kompetencji. Tworzenie i używanie form feminatywnych powoduje także likwidację niewidzialności kobiet w tekstach (np. reklamowych), które wyglądają, jakby były kierowane wyłącznie do mężczyzn (np. „Drogi kliencie…"). Językowy obraz świata zdradza, co o świecie myślimy. Zmiany w języku są jedną ze zmian w systemie społecznym.

Jak swoje stanowisko argumentują przeciwniczki feminatywów? Mówią o strachu, że ktoś posądzi je o sympatyzowanie z feminizmem. Boją się śmieszności i uznania za nieprofesjonalne. Uważają istniejące męskie formy za wystarczające, by nazwać istniejącą rzeczywistość i doskonale spełniające swoje funkcje.

Widać więc, że więcej argumentów mają zwolenniczki feminatywów. I choć są to

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

raczej poglądy racjonalne, niekoniecznie przekonują. Feministyczne postulaty językowe okazują się bowiem dość hermetyczne i w odczuciu Polek – najczęściej nie przekonują „kobiet", ale inne „feministki". Czy można zmienić taki stan rzeczy? Na pewno. Wystarczy pamiętać o kilku ważnych zasadach. Należy:

- mówić o formach feminatywnych i informować o działaniu języka – o tym, że my jako jego użytkownicy i użytkowniczki nieustannie na polszczyznę, którą mówimy wpływamy, bo język służy (i ma służyć) nam.
- pamiętać, że niemalże wszystkie feminatywy z językoznawczego punktu widzenia są poprawne – powstają w sposób regularny, zgodny z zasadami polskiego słowotwórstwa.
- używać żeńskich nazw zawodów i funkcji – często, świadomie i odważnie.
- nie wyśmiewać i nie poniżać osób decydujących się na używanie takich form (ze świadomością, że nic nigdy nie usprawiedliwia agresji).
- dbać o to, by tak formułować oficjalne komunikaty i ogłoszenia, by uwzględniać w nich istnienie obu płci (np. stosować splitting) i przyzwyczajać społeczeństwo oraz samych/e siebie, że w krajach Unii Europejskiej takie zachowanie stanowi normę.
- uświadamiać, że wszelkie działania ignorujące istnienie którejś z grup społecznych są z definicji dyskryminujące.
- zrewidować własną postawę wobec języka, odpowiedzieć sobie na pytanie, kim jestem: puryst(k)ą? liberalist(k)ą? leserefyst(k)ą? konserwatyst(k)ą? I co z takiego stosunku do języka wynika? Na ile jestem świadoma/y konsekwencji swojej postawy i czy jest ona spójna?

Przede wszystkim pamiętać trzeba o jednym – to, jakich form używamy i jakim językiem mówimy zależy od każdej i każdego z nas. Decyzja czy używamy feminatywów, czy nie jest więc w pełni indywidualna, gdyż do żadnej z postaw nie można nikogo zmusić. Jeśli znamy swoje stanowisko, wiemy jakie argumenty ma druga strona i jakie wynikają z tego konsekwencje – co można zyskać, co stracić – możemy zdecydować, czy chcemy być *polityczkami, socjolożkami, prezydentkami* i *nauczycielkami*, czy wolimy pozostać *politykami, socjologami, prezydentami* i *nauczycielami*. Wybierając, warto jednak wiedzieć, na co się decydujemy.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

[1] Tekst powstał w oparciu o wyniki ankiety przeprowadzonej przede mnie w lipcu 2011 r. (stąd też zaczerpnięte zostały wszystkie przytoczone w tekście dane statystyczne) na grupie 63 kobiet w wieku od 18 do 60 lat. Dziękuję Respondentkom za udział w badaniu – wszystkie odpowiedzi były wartościowe i interesujące.

[2] Czyli wyrazy pochodne słowotwórczo od innych wyrazów – podstaw słowotwórczych, którymi w tym przypadku są rzeczowniki rodzaju męskiego, np. *nauczyciel* stanowi postawę słowotwórczą dla derywatu *nauczycielka (nauczyciel –ka)*, *mistrz* dla *mistrzyni (mistrz –y/ini)*, *psycholog* dla *psycholożka (psycholoż –ka).*

[3] „Uzus językowy, czyli panujące w pewnym środowisku albo występujący powszechnie w pewnych typach teksów zwyczaj używania takich, a nie innych form językowych. Są to zarówno te wyrazy, ich formy i połączenia, które zyskały powszechną aprobatę i są uznawane ogólnie za poprawne, jak i te składniki tekstów, które Dotąd jej nie zyskały i rażą niektórych członków danej społeczności, niemniej mają charakter obieowy i są tradycyjnie używane" (Markowski 2005, 21).

Bibliografia

1. Jadacka H. (2006), *Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia*, Warszawa.
2. Karwatowska M., Spyra-Kozłowska J. (2010), *Lingwistyka płci – ona i on w języku polskim*, Lublin.
3. Markowski A. (2005), *Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne*, Warszawa.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Agnieszka Małocha-Krupa

FEMINIZACJA WSPÓŁCZESNEGO JĘZYKA POLSKIEGO[19]

Na tle ugruntowanej poprzez kodyfikację normy słownikowej uznającej gatunkowość rzeczowników męskoosobowych[20] za obowiązującą, szczególnie w stylu oficjalnym współczesnego języka polskiego, narodził się dyskurs środowisk feministycznych, w przewadze pozostający w opozycji wobec normy słowotwórczej utrwalającej niewidzialność kobiet w tekstach. Polski dyskurs środowisk feminizujących, powstały po roku 1989 jest zjawiskiem wielopostaciowym, niejednorodnym ideowo - dla badań językoznawczych stanowi wyzwanie ciekawe, i niełatwe.

Osoba badająca język może przyjąć ogląd generalizujący poglądy polskich środowisk feministycznych, czyli poczynić założenie, że istnieją komponenty wspólne, niezależne od badanego odłamu myśli feministycznej, a mianowicie są to przekonania, że (1) pozycja społeczna kobiet nie jest zdeterminowana przez siły pozaludzkie (Boga, naturę) i że (2) sytuacja społeczna kobiet nie jest zadowalająca oraz że (3) warto działać w jakikolwiek sposób, aby ten niesymetryczny wobec rzeczywistości męskiej stan rzeczy zmienić.[21] Feministyczny spór z patriarchalną kulturą jest często również (4) sporem o słowa, o ich zakres pojęciowy, o nominację (wypełnienie luk semantycznych języka np. potencjalne **ucórczyć* 'uczynić kogoś córką' wobec skodyfikowanego *usynowić* 'uczynić kogoś synem'), o odblokowanie potencjału słowotwórczego istniejącej leksyki. Ta ostatnia cecha dyskursu feministycznego (4), stanowiąca przedmiot moich dociekań, wyrosła na przekonaniu anglo-amerykańskich feministek radykalnych traktujących "język jako wskaźnik postaw patriarchalnych oraz płciowej dystrybucji społecznych ról i statusu" [22], równocześnie "język odgrywa rolę jednego z najważniejszych narzędzi deprecjonowania znaczenia i rangi kobiecej myśli, toteż droga do wyzwolenia kobiet wiedzie, ich zdaniem, przez

19 Niniejszy artykuł jest streszczeniem referatu wygłoszonego na XX Kolokwium Slawistycznym na Uniwersytecie im. Ivana Franki we Lwowie 19-20 V 2011. Pełen tekst (w druku).

20 Gatunkowość rzeczowników męskoosobowych oznacza, że mogą one pełnić podwójną funkcję, tzn. nazywać mężczyzn i równocześnie mieć znaczenie ogólne, odnoszone do osób obojga płci.

21 Taką ogólną definicję *feminizmu* przedstawiła Bożena Umińska-Keff na wykładzie na Tajnych Kompletach we Wrocławiu (IV 2011).

22 M. Humm, *Słownik teorii feminizmu,* Warszawa 1993, s. 96.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

wyzwolenie języka".[23]

Większość autorek feminizujących zgadza się co do tego, że kategoria "kobiecości" winna znaleźć swe odzwierciedlenie w rzeczywistości językowej i owo odzwierciedlenie powinno pozostawać w równowadze wobec zakorzenionej w języku kategorii "męskości". Ta ostatnia bowiem jest nadal kategorią językową dominującą, utrwalającą androcentryczny (czyli z przewagą męskiej perspektywy) model polskiej kultury, a język w tym obiektywie badawczym jawi się jako swoiste muzeum poznawcze, przechowujące stary, tradycyjny porządek patriarchalnego świata. Powstałe w ostatnich latach prace w rozmaity sposób udowodniają istnienie asymetrii językowo-rodzajowych w polszczyźnie, dokumentują androcentryczność polskiej kultury i języka [24].

Feminativum? Jak je tworzyć?

Po roku 1989 język staje się świadomym i wolnym od cenzury narzędziem eksplikacji poglądów również w środowiskach feminizujących. Polski ruch feministyczny tworzy nowy dyskurs. Wystąpienia feministyczne, dyskusje publicystyczne są manifestacją nie tylko poglądów, ale również nowego języka, niezwykle kreatywnego (*ktoś/ktosia, herstoria, gendermeria, wieczornica, pięknopol*), dowcipnego i plastycznego. Ujawnia się niebywale twórcza funkcja języka i jednym ze sposobów uwidocznienia kategorii "kobiecości" stało się odblokowanie derywacji sufiksalnej, czyli możliwości, jaką przewiduje polski system słowotwórczy pozwalającej tworzyć od rzeczowników rodzaju męskiego nazwy rodzaju żeńskiego - poprzez dołączenie stosownych przyrostków. Zwolennicy i zwolenniczki tej zmiany językowej włączają do swoich tekstów żeńskie nazwy rzeczowników, które charakteryzują kobietę ze względu na jakąś cechę bądź też popularyzują żeńskie nazwy funkcji, stanowisk, godności oraz zawodów wykonywanych przez kobiety. Ów regularny proces słowotwórczy przybliża następujący schemat:

RZECZOWNIK RODZAJU MĘSKIEGO + wykładnik żeńskości → RZECZOWNIK RODZAJU

23 Ibidem, s.97.

24 A. Gajewska, *Hasło: Feminizm,* Poznań 2008.; M. Karwatowska, J. Szpyra-Kozłowska, *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim,* Lublin 2005.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

ŻEŃSKIEGO

Wśród wykładników żeńskości wymienia się formanty: *-ka, -ini/-yni, -ica/-yca, -ina/-yna, -anka*, a także dość rzadkie *-icha, -na*, *-essa* oraz cząstkę *-a,* zmieniającą wzorzec odmiany danego rzeczownika, tzw. *-a* paradygmatyczne.

Współcześnie najbardziej produktywny jest formant -KA : *filolog → filoloż -ka* z wymianą głosek *g:ż, krytyk → krytycz-ka* z wyminą głosek *k:cz*, *kibic → kibic-ka, protoplasta → protoplast-ka, neandertalczyk → neandertalt-ka, apostoł → apostoł-ka.*

Liczną grupę tworzą rzeczowniki z przyrostkiem -INI/-YNI: *zwycięzca → zwyciężcz-yni* z wyminą głosek *c:cz, mistrz → mistrz-yni, wydawca → wydawcz-yni* z wyminą *c:cz, świadek → świadk-ini* z wyminą ilościową głosek zero dźwięku, tzw. zero morfologiczne: *e, dawca → dawcz-yni* z wymianą *c:cz.*

W ostatnim czasie - jak może się wydawać - przybywa rzeczowników rodzaju żeńskiego powstałych poprzez dołączenie formantu paradygmatycznego *-a* (ta *doktor-a, ministr-a, maestr-a* od form męskoosobowych: *doktor, minister, maestro*).

Do mało produktywnych cząstek słowotwórczych należą:

-ICA/-YCA: *bratanek → bratan-ica, papież → papież-yca,*

-INA/-YNA: *hrabia → hrab-ina, podstoli → podstol-ina*

-ANKA: *kolega → koleż-anka* z wyminą głosek *g:ż*

a także, choć bardzo rzadko, spotkać można sufiksy obce *-icha* (*rzepicha*), *-na* (*druh-na*) *-essa* (*poetessa*)[25],

25 Na temat relacji między zakończeniem podstawy męskiej a sufiksem żeńskim zob. M.Łaziński, *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa,* Warszawa 2006, s. 254-258.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

W odniesieniu do niektórych rzeczowników rodzaju żeńskiego mamy do czynienia z wariancją normy, cechą immanentną każdego języka, polegającą na współwystępowaniu kilku (zazwyczaj dwóch) elementów języka o zbliżonej funkcji. W wypadku feminatywów można mówić o dubletach słowotwórczych, czyli parach rzeczowników rodzaju żeńskiego, typu *filolożka* i frekwencyjnie rzadszym *filologini, pracownica/pracowniczka, doktora/doktorka.*

I tak powstają feminatywa, przez które rozumie się takie formy językowe, które - strukturalnie definiując - eksplikują wyznacznik morfologiczny żeńskości. Są one albo 1) derywatami od podstaw słowotwórczych męskich (większość), albo - nie pochodzą od rzeczowników męskoosobowych, gdyż takie nie funkcjonują i nie funkcjonowały w obiegu społecznym. Na przykład 'mężczyzna, który pierze' to ? (luka semantyczna), a 'kobieta wykonująca czynność prania' to *praczka*; 'mężczyzna, który prasuje' to ? (luka semantyczna), natomiast prasującą kobietę określa się jako *prasowaczka.*

Czy mówiąc: *jestem filolożką,* muszę być feministką?

Nie. Feminatywa bowiem nie są niczym nowym w historii języka polskiego, gdyż już w międzywojniu toczono dysputy na łamach ówczesnego "Języka Polskiego"[26], szukając odpowiednich form na nowo powstałe zawody i godności dla kobiet. Przeglądając słowniki historyczne języka polskiego, przekonujemy się, że większość nazw męskich osobowych miała odpowiedniki żeńskie, tak jest np. w *Słowniku warszawskim* wyd. w latach 1900-1927. Słowniki pierwszej połowy XX wieku notowały więcej femintywów niż w w drugiej połowie stulecia[27]. Tradycyjnie dość regularnie tworzono nazwy żeńskie od stosownych męskich.

Współcześnie użycie feminatywum może ujawniać światopogląd feministyczny, tak jak sprzed ponad 100 laty. Wówczas emancypantki publikowały we lwowskim dwutygodniku dla spraw wychowania i pracy kobiet "Ster" i włączały używane wówczas formy żeńskie (np. *wydawczyni, redaktorka, robotnica fabryczna, mistrzyni, redaktorka naczelna, hospitantka, drzeworytniczka, prenumeratorka*). Podobne bogactwo feminatywów odnaleźć można w

26 Zob. na przykład numery "Języka Polskiego" z lat 1926-1933.
27 Szczegółowo na ten temat m.in. M.Łaziński, *op.cit.*,s.279-280.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

tygodniku kobiecym "Bluszcz", który ukazywał się od 1865 roku (*klubistki, komiwojażerka, robotnica, adwokatka, adeptka, rysowniczka*).

Zatem w dużym uproszczeniu można orzec, że wobec współczesnej tendencji do tworzenia nazw generycznych nowe feminativum po roku 1989 zaczyna funkcjonować jako swoista manifestacja poglądów feministycznych, jako znak nowego myślenia, pozostającego w opozycji do zastanego kulturowo patriarchatu. Z czasem jednak wraz z popularyzacją unijnej idei gender mainstreaming, czyli strategii politycznej zmierzającej do likwidacji przejawów dyskryminacji kobiet i wypracowania stanu zrównoważonych relacji społecznych pomiędzy kobietami i mężczyznami, feminatywum staje się znakiem myślenia (i mówienia) zgodnego z założeniami dyskursu równościowego (tolerancji). Jeżeli przyglądniemy się wybranym tekstom spełniającym wymogi tekstów równościowych, niedyskryminujących ze względu na płeć, ale również wiek, orientację seksualną itd. pozycję społeczną - wówczas można zaobserwować zjawisko językowe - zw. językiem/dyskursem równościowym. W ramach tego typu tekstów również stosuje się strategię feminizacji naprzemiennie ze strategią neutralizacji płci (język neutralny płciowo), co prowadzi do wniosku, że feminativum można rozpatrywać trójpłaszczyznowo:

-jako znak obojętny ideologicznie
-jako manifestację poglądów feministycznych
-a od niedawna jako znamię dyskursu równościowego

Niektórzy femintywów nie akceptują

Wśród przyczyn tego stanu rzeczy wskazuje się najczęściej:

1) swoiste wyeksploatowanie feminatywnego przyrostka -*ka,* co oznacza, że "stworzono nim tak wiele formacji-zdrobnień typu *szafka, dróżka, rączka, nóżka, lampka,* że nie wystarczyło mu słowotwórczej energii na obsłużenie żeńskich derywatów typu *ministerka, naczelniczka, prezeska*"[28];

28 J.Miodek, *Rozmyślajcie nad mową!,* Warszawa 1998, s. 88.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

2) czynniki natury psychologiczno-społecznej i semantycznej, bowiem "przez całe lata awans społeczny kojarzył się ludziom w Polsce z przejściem ze wsi do miast. Ponieważ znakiem gwar, a więc języków wiejskich, jest rozbudowane słowotwórstwo żeńskie (*kowalka, sołtyska, Nowaczka, Stępniowa, Dziubina, Widerzyna* itp.), potwierdzeniem emancypacji i awansu stały się formy bez owych <<obciążających>> przyrostków, takich właśnie jak *-ka, -owa* czy *-ina*"[29]:

3) jednakże za najistotniejszą przyczynę wycofywania się feminatywów Jan Miodek uznaje wpływ stylu urzędowo-kancelaryjnego, w którym nazwy stanowisk, urzędów i funkcji są aktualizowane jako nazwy generyczne[30]. Wszak dla wielu podmiotów komunikujących styl był wskaźnikiem lepszego wykształcenia i pozycji społecznej, toteż powoływanie się, nieraz bezwiedne, na tę odmianę stylową języka stanowić miało niejako przepustkę do lepszego życia, stąd użycie nazwy wspólnogatunkowej rozumiano jako bardziej prestiżowe.

4) Oprócz przyczyn psychologiczno-socjologicznych hamujących rozwój feminatywów Hanna Jadacka wymienia brak uniwersalnego formantu, którego repartycja związana byłaby tylko z kategorią słowotwórczą żeńskości. Przyrostek *-ka,* zdaniem badaczki, podlega trojakim ograniczeniom: fonetycznym (*architektka, chirurżka*), semantycznym (*dziekanka* 'kobieta dziekan' i 'urlop studencki w czasie studiów'), stylistycznym (nacechowanie potocznością feminatywów)[31].

5) W pracy *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa* Marek Łaziński zwraca uwagę na wspominane wcześniej ograniczenia fonotaktyczne, jak również estetyczne blokujące derywację feminatywów.[32] Zakańcza jednak ów rozdział proroczą obserwacją:
"Nazwy żeńskie powoli wracają do zasobu słownictwa."[33]

Wracają, bez wątpienia. potwierdzają to prace badaczek, językoznawczyń, czyli filolożek,

29 Ibidem.
30 Ibidem.
31 H. Jadacka, *Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia,* Warszawa 2006, s. 127-128.
32 M.Łaziński, *op. cit.,*252-280.
33 Ibidem, s.19.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

z Instytutu Filologii Polskiej Uniwersytetu Wrocławskiego, które od roku 2010 prowadzą rejestrację form żeńskich i redagują *Słownik feminatywów współczesnej polszczyzny.*

Można by zastanawiać się nad szczegółową oceną normatywną każdego z feminatywów. Szczegółowa kwerenda leksykograficzna z pewnością pozwoliłaby ustalić status normatywny poszczególnych leksemów (jednostek słownika). Część z nich byłaby rejestrowana jedynie w słownikach powojennych języka polskiego, część nie została dotychczas odnotowana w żadnym ze słowników normatywnych, inne znaleźć można z kwalifikatorem *potoczne, żartobliwe.* Będą w końcu i takie, które mają status neutralnych jednostek języka. Aby jednak wyraz mógł znaleźć się w słowniku rejestrującym normę poprawnościową, musi najpierw zadomowić się w języku ogólnopolskim, funkcjonować na poziomie przynajmniej normy uzualnej (zwyczajowej). Dlatego to nasze codzienne wybory leksykalne, to jakich form używamy, zadecydują o frekwencji i obecności (bądź też jej braku) danej jednostki języka w słowniku ogólnym języka polskiego.

Niektórzy i niektóre femintywy lubią – dlaczego?

Tymczasem feminizacja polega właśnie na promowaniu form żeńskich jako poprawnych i neutralnych stylistycznie. Argumentów przemawiających za włączaniem do komunikacji dawnych i nowych derywatów żeńskich wskazać można wiele.

- Osoby o tradycyjnej postawie wobec zagadnień języka odwołują się do kryterium tradycji, do normy przedwojennej i powojennej minionego stulecia, czyli - akceptują dawne femintywa i włączają je do swojego idiolektu, a poddając to wartościowaniu Miodkowemu: to "w gruncie rzeczy najnaturalniejszy odruch słowotwórczy Polaka"[34] i Polki - polegający na spontanicznej aktualizacji nazwy żeńskiej w odniesieniu do kobiety.

- Jan Miodek jako propagator feminizacji wyraża się z aprobatą o stosowanych np. przez telewizję TVN formach *psycholożka, inspicjentka, dyrektorka, pedagożka, reżyserka, redaktorka* itd. również dlatego, że funkcjonowanie nazw generycznych w odniesieniu do kobiet może prowadzić do zaburzeń komunikacyjnych, a mianowicie niejednokrotnie komunikat może zostać opacznie odczytany, np gazetowy nagłówek. *Morderca notariusz zbiegł z aresztu.*[35]

34 J.Miodek, *Rozmyślajcie nad mową!, op.cit.,* s. 88.
35 J. Miodek, *Słowo jest w człowieku,* Wrocław 2007, s.120.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

większość osób zrozumie jako 'morderca, który z zawodu jest notariuszem zbiegł z aresztu'. Tymczasem rzecz dotyczy 'mordercy, który zabił notariuszkę i zbiegł z aresztu'.

- W literaturze przedmiotu omawiającej tworzenie feminatywów badacze i badaczki odwołują się również do kryterium składniowego, dowodząc, że w konstrukcjach z nazwą generyczną zostaje zaburzony typowy dla polszczyzny związek zgody (*prezes przyjechała, nowa minister spotkała się, rozmawiałam z naszą doktor*), toteż podobne połączenia naruszają normę językową podwójnie: "z powodu nieodmienności niektórych składników - referuje Hanna Jadacka - oraz dysharmonii rodzajowej w planie: wyraz określany - wyraz określający"[36].

- Wielce istotne zdają się być argumenty psycholingwistyczne przemawiające za potrzebą uwrażliwienia podmiotów komunikujących na nierówny obraz płci w języku i komunikacji. Dostarczają ich badania nad percepcją tekstów, nad procesami poznawczymi[37]. Dowodzą one m.in. negatywnego wpływu dominacji uniwersalnych form męskich na rozumienie tekstów. Analizy ogłoszeń o pracę wskazują, że kobiety czytające oferty pracy, nawet w zawodach ogólnie dostępnych dla obu płci, znacznie częściej odpowiadają na ogłoszenia formułowane za pomocą form neutralnych, aniżeli na zawierające formy męskie, które - odbiorczynie niejednokrotnie traktują, jakby były adresowane wyłącznie do mężczyzn. Ponadto wszechobecność nazw męskich, kojarzonych ze znaczeniem płci męskiej, utrudnia identyfikację kobiet z zawodami stereotypowo uznanymi za męskie[38].

Autorytet za feminizacją

Wydaje się jednak, że skoro mówimy o feminizacji jako zjawisku, odnieść się można do pewnej generalizacji i ogólnych sądów na jej temat, jakie dotychczas zostały sformułowane. Profesor Jan Miodek z ciekawością badacza języka przygląda się rozwojowi polszczyzny. Zauważa, że w pierwszych powojennych wydaniach *Słownika ortograficznego* jego autorzy, czyli Stanisław Jodłowski i Witold Taszycki, przewidywali, że w miarę postępującej emancypacji,

36 H.Jadacka, *op.cit.,* s.127.
37 A. Weatheral A., *Gender, Language and Discourse,* London 2002.
38 B. Miemietz, *Motivation zur Motion. Zur Bezeichnung von Frauen durch Feminina und Masculina im Polnischen,* Frankfurt am Main 1993.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

zajmowania "przez kobiety coraz większej liczby stanowisk i godności zastrzeżonych dotąd dla mężczyzn utrwalać się będą w polszczyźnie takie postacie, jak *ministerka, prezeska, dyrektorka, rektorka, dziekanka, redaktorka, naczelniczka, profesorka* itp."[39] Językoznawca potwierdza, że on i jego rówieśnicy z roczników 1945, 1946 i kolejnych lat zwracali się do nauczycielek szkół średnich wyłącznie zwrotem adresatywnym *pani profesorko.*[40] Źródła tekstowe potwierdzają, że feminatywy były wówczas w powszechnym użyciu, funkcjonowały bez nacechowania potocznością, poufałością czy śmiesznością.

W wywiadzie udzielonym w 2004 szczeciński dziennikarz zapytuje Jana Miodka, czy rzeczownik *socjolożka* jest formą błędną?. Owo pytanie dobitnie wskazuje, że przewidywania Stanisława Jodłowskiego i Witolda Taszyckiego nie sprawdziły się, a Miodek spontanicznie reagując na pytanie, ponownie przypomniał powojenny zwyczaj i ujawnił swój stosunek do feminizacji języka: "Za moich lat młodości były właśnie *redaktorki, dyrektorki, socjolożki* i *psycholożki.* Tak było przez całe wieki i nikomu do głowy nie przychodziło, żeby kobiety miały męskie nazwy zawodów. A teraz... Panie redaktorze [...] Nie wiem, czemu te formy typu *socjolożka, psycholożka* w słowniku opisane są jako potoczne. Przecież tak się mówiło od wieków."[41] Niedługo później ukazał się znaczący felieton Miodkowy, którego fragment zacytuję:

"<<Kinga Dunin - socjolożka, pisarka, krytyczka literacka, publicystka, felietonistka.>>
-Tak, **popieram gorąco coraz wyraźniejszą tendencję do posługiwania się w obiegu komunikacyjnym przyrostkami - formalnymi wykładnikami żeńskości,** postawa ta zaś nie ma nic wspólnego z feminizmem, antyfeminizmem czy jakimkolwiek nurtem polityczno-ideologicznym, lecz wyrasta z moich czysto gramatycznych przekonań, odwołujących się do tradycji i typologii języka polskiego."[42]

Idea feminizacji na płaszczyźnie subiektywnego jej wartościowania ma swoich

39 J.Miodek, *Rozmyślajcie nad mową!*, s. 87.
40 Ibidem, s. 87.
41 J. Miodek, *Pytanie o żeńskie formy nazw profesji,* "Gazeta Szczecin" 2004, [w:] http://szczecin.gazeta.pl/szczecin/1,34937,2269026.html
42 J.Miodek, *Słowo jest w człowieku, op.cit*.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

zwolenników i zwolenniczki, ale również nie brakuje osób, które są jej przeciwne, niektórym pozostaje też obojętna. Jednakże badania nad dyskursami: feministycznym i równościowym, analiza strategii językowych obecnych na stronach internetowych, wypowiedzi niektórych osób odpowiedzialnych za język programów telewizyjnych i radiowych wskazują, że feminatywa stają się coraz bardziej popularnymi jednostkami języka. Świadczy o tym również wzrastająca świadomość społeczna związana z odpowiedzialnością za słowo i znajomością zasad dyskursu równościowego (tolerancji). Jego włączenie w obieg komunikacji oficjalnej staje się w dzisiejszych czasach koniecznością. A znajomość zasad dyskursu równościowego i umiejętność ich praktycznego zastosowania - wyznacznikiem poziomu i jakości wykształcenia, stanu świadomości społecznej, przynależności do wspólnoty pragnącej komunikować zgodnie z nowoczesnymi wymogami językowego savoir-vivre'u, który zakłada równoistotność wszystkich podmiotów komunikacji, niezależnie od płci, wieku, rasy, orientacji seksualnej czy pozycji społecznej. W tym kontekście feminizację języka można postrzegać jako jeden z elementów składających się na proces regulacji asymetrii językowo-kulturowych.

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Gajewska A., *Hasło: Feminizm,* Poznań 2008.
2. Humm M., *Słownik teorii feminizmu,* Warszawa 1993.
3. Jadacka H., Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2006.
4. Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim,* Lublin 2005.
5. Łaziński M., *O panach i paniach. Polskie rzeczowniki tytularne i ich asymetria rodzajowo-płciowa,* Warszawa 2006.
6. Małocha-Krupa A., *„Na imię mam Kasia i jestem uczniem 2. klasy". Androcentryczne zwyczaje językowe w podręcznikach szkolnych (i edukacji),* „Kształcenie Językowe", t.8(18), red. K.Bakuła, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2010.
7. Małocha-Krupa A., *Postulaty językoznawcze Kongres Kobiet Polskich* [w:] *Współczesna polszczyzna w badaniach językoznawczych. Od leksyki do języka poezji,* red. P.Zbróg, Kielce 2010.
8. Miodek J., *Rozmyślajcie nad mową!*, Warszawa 1998.
9. Miodek J., *Pytanie o żeńskie formy nazw profesji,* "Gazeta Szczecin" 2004, [w:] http://szczecin.gazeta.pl/szczecin/1,34937,2269026.html
10. Miodek J., *Słowo jest w człowieku,* Wrocław 2007.
11. Miemietz B., *Motivation zur Motion. Zur Bezeichnung von Frauen durch Feminina und Masculina im Polnischen,* Frankfurt am Main 1993.
12. *Równość płci. Temat dla dziennikarzy, temat dla dziennikarek,* red. M. Branka, M. Tański M, Warszawa 2004.
13. Weatheral A., *Gender, Language and Discourse,* London 2002.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Agnieszka Małocha-Krupa

Zachowuj się jak dziewczynka.

Perspektywa lingwistyczna w edukacji antydyskryminacyjnej

Konieczności włączenia edukacji antydyskryminacyjnej w obieg nowoczesnego dyskursu pedagogicznego nie sposób współcześnie kwestionować. Przed współczesnym szkolnictwem stanęło nie lada wyzwanie: wprowadzić w obieg myślenia społecznego edukację antydyskryminacyjną, najszerzej ujmowaną jako działalność uwrażliwiająca wszystkie podmioty uczestniczące we współczesnej komunikacji na doświadczenie osób krzywdzonych ze względu na płeć, status, pochodzenie społeczne, religię, orientację seksualną, sprawność fizyczną, intelektualną czy odmienność etniczną. W dotychczas funkcjonującym modelu polskiego szkolnictwa zagadnienie myślenia równościowego, rozumianego jako prospołeczna postawa otwartości i szacunku wobec DRUGIEGO, INNEGO, RÓŻNEGO, ODMIENNEGO - pojawiało się okazjonalnie.

Tradycyjne wychowanie przedszkolne oraz szkolne wyposaża bowiem dzieci i młodzież w zbitki konstruktów myślowych budowanych na stereotypowej wiedzy, która - okazuje się - jest mało przydatna w radzeniu sobie z przebogatą rzeczywistością, a wiele najnowszych badań dowodzi nawet szkodliwości takich skostniałych mentalnie przekazów, wywołujących niejednokrotnie agresję, frustrację, postawy alienacji, rozmaitego typu zaburzenia. Nieutrwalanie monolitycznej, jednowartościowej, zero-jedynkowej wizji świata stanowi zatem zadanie dla nieformalnej edukacji antydysryminacyjnej, która stawia sobie za cel wspieranie i rozszerzanie perspektyw poznawczych i interpretacyjnych polskiej szkoły. W ramach tak rozumianego wychowania proponuje się wprowadzenie i propagowanie takich zachowań społecznych, które pozwalają młodej osobie wzrastać harmonijnie, rozwijać się zgodnie z własnymi potrzebami, możliwościami, ale równocześnie dostrzegać i szanować potrzeby INNEGO/INNEJ.

Edukacja antydyskryminacyjna jest więc alternatywą dla nadal istniejącej w przedszkolach i szkołach m.in. segregacji płci (różowe kąciki zabaw dla dziewczynek z mało twórczymi zabawkami, niebieskie kąciki - dla chłopców z zabawkami zmuszającymi do myślenia; odtwarzany w warstwie tekstowej oraz ilustracyjnej podręczników patriarchalny obraz

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

świata itd.). Brak równościowego wychowania staje się współcześnie przedmiotem debat i raportów krytycznych, wykazujących negatywne konsekwencje androcentrycznej[43] edukacji, np. dziewczynki przyzwyczajane od przedszkola do bierności (choćby brak reakcji ze strony otoczenia na pociąganie przez kolegów za włosy) w dorosłym życiu mogą stać się potencjalnymi ofiarami [Kucewicz, Wieczorek 2009].

Zmienić nawyki językowe

W lingwistyce porównuje się język do archiwum kulturowego danej społeczności, w którym zostały utrwalone dawne przyzwyczajenia i nawyki, normy i wartości, jak również swoisty ogląd świata. Ów ogląd świata zawarty w języku (światopogląd) nie zmienia się tak szybko, jak zmieniają się struktury społeczne i panujące ideologie. W tym właśnie kontekście mówi się o kumulatywnej funkcji języka, która objawia się m.in. tym, że przekonania i wartości naszych przodków i przodkiń pozostają utrwalone w strukturach języka, są odtwarzane nierzadko bezrefleksyjnie jako wiedza zdroworozsądkowa mająca ułatwić życie (np. w postaci sentencji, frazeologizmów, przekonań *zachowuj się, jak dziewczynka - nie wchodź na drzewo*, *chłopakowi to nie wypada*, *płacze jak baba, babskie łzy, policzmy się jak Żydzi*), Tymczasem niektóre spośród "mądrości ludowych" ujawniają nacjonalizm, seksizm, ageizm - ujmując ogólnie, są krzywdzące dla innych w rozmaity sposób i utrwalają w świadomości społecznej ksenofobiczny obraz świata, wywołujący lęk przed tymi, którzy pod pewnym względem są inni. A przyznać trzeba, jest to postawa daleka od otwartości i humanistycznego myślenia o człowieku.

Co zatem proponuje się, by owo myślenie zmienić?

Proponuje się, by uwrażliwić dzieci, młodzież, osoby studiujące oraz nauczające na problematykę dyskryminacji w kulturze i w języku. W związku z tym wydają się uzasadnione zmiany w sferze edukacji, które mogłyby polegać na:

1) przygotowaniu kadry nauczającej i grona specjalistów, którzy odpowiadaliby za nauczanie, popularyzowanie i weryfikację działań antydyskryminacyjnych,

2) przeredagowaniu podręczników i materiałów edukacyjnych pod kątem obecnych w nich treści krzywdzących INNEGO/INNĄ

3) wprowadzeniu do programów przedszkoli, szkół, szkolnictwa wyższego edukacji

43 ANDROCENTRYZM - 'ocenianie świata z męskiego punktu widzenia, zdominowanie kultury i życia codziennego przez mężczyzn'; z gr. *aner* 'mężczyzna',

antydyskryminacyjnej.

Przeredagować podręczniki

Od lat prowadzi się w ośrodkach akademickich badania nad obrazem płci zawartym w polskich podręcznikach, zarówno w ich warstwie leksykalnej, jak i obrazowej [Arcimowicz 2000; Chomczyńska-Rubacha 2006; Wołosik 2007]. Główny nurt tej refleksji dotyczy problematyki wykluczenia ze względu na płeć. Dokumentacji stricte lingwistycznej, potwierdzającej istnienie niejednakowego wizerunku kobiet i mężczyzn w podręcznikach, dostarcza praca Małgorzaty Karwatowskiej i Jolanty Szpyry-Kozłowskiej [2005]. Autorki przyjmując perspektywę badawczą bliską lingwistyce feministycznej, analizują m.in. teksty ustaw, przepisów, formularzy, a także podręczników szkolnych. Na korpus tekstowy analizowanych podręczników złożyło się 17 pozycji, wydawanych w latach 1998-2001. Badaczki udokumentowały androcentryczność podręczników polskich tamtego okresu, wykazując w sposobie redagowania poleceń do uczniów i uczennic dominację rzeczowników męskoosobowych w znaczeniu gatunkowym (*nauczyciel, badacz, biolog, geograf, poeta, artysta, piosenkarz, kompozytor* itd). Językoznawczynie zwracają uwagę na językową niewidzialność kobiet w tekstach, która "polega przede wszystkim na użyciu męskich form czasowników oraz przymiotników i zaimków, zwłaszcza w poleceniach będących częścią ćwiczeń" [Karwatowska, Szpyra-Kozłowska 2005, 107].

W międzyczasie Polska wstąpiła do Unii Europejskiej i przez to zobowiązała się do włączania strategii *gender mainstreaming* do wszystkich obszarów życia społecznego i politycznego. Również sam proces przemian kulturowo-społecznych związanych z globalizacją, większą otwartością na idee związane z kategorią/kategoriami płci zyskał znamiona intensywności. Toteż dziesięć lat po eksperymencie naukowym M.Karwatowskiej i J. Szpyry-Kozłowskiej postanowiono zrobić zbliżoną próbę tekstową na nowych podręcznikach i materiałach dydaktycznych, wydanych po roku 2004 [Małocha-Krupa 2010a]. Zamierzając określić stopień nasycenia tych publikacji androcentryzmem językowym, poddano analizie 6 podręczników do nauczania zintegrowanego, 2 podręczniki dla dzieci 6-letnich i 2 tzw. materiały wspomagające dydaktykę. I tym razem uzyskane wnioski okazały się zbieżne z wcześniejszymi obserwacjami autorek *Lingwistyki płci,* tzn. zwyczaj wykluczania uczennic z warstwy tekstowej podręczników jest bez wątpienia dominujący, zarówno w sposobie konstruowania poleceń, jak i

na poziomie egzemplifikacyjnym.

Przykładowo, w podręczniku do szkoły podstawowej wydanym przez WSiP *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane* dla klas 3 (jest to dziewięć części podręcznika) odnaleźć można wiele ćwiczeń i poleceń o wysokim wskaźniku androcentryzmu, czyli utrwalającym niesymetryczny wizerunek płci żeńskiej wobec męskiej, można by rzec - wskaźniku męskocentrycznym. Polecenie formułowane są bowiem z pominięciem form żeńskich. Trudno nawet uznać byłoby je za wspólnogatunkowe, np. *Na jakim filmie byłeś*[44] *ostatnio w kinie? Czy chciałbyś go polecić swoim kolegom? Uzasadnij dlaczego*[45]; *Co łączy, a co różni prace twoich kolegów?, Na podstawie obrazków opowiedz, gdzie spędzali wakacje i co robili twoi koledzy* [na obrazkach są również koleżanki][46]; *Opowiedz znaną ci lub wymyśl własną historię powstania twojej miejscowości i opowiedz ją kolegom w klasie*[47], *Psychozabawa: jestem odważny, zostaję sam w domu…* (i na ilustracjach dwie twarze chłopięce)[48] oraz wiele innych. Ponadto bohaterami większości opowiadań, scen i ćwiczeń są chłopcy. Dziewczynki pojawiają się jako postacie w tle, rzadko jako samodzielne bohaterki. Przyznać jednak trzeba, że pierwsze osiem części tego podręcznika, czyli cztery dla klasy pierwszej i cztery dla klasy drugiej - są napisane zgodnie z nowoczesnymi wymogami myślenia o kategorii płci (wyjątki odnaleźć można w części 1. dla klasy drugiej; tu bowiem zamieszczono dwa ćwiczenia, których polecenia ilustrują zjawisko pomijania odbiorczyń tekstu)[49]. W pozostałych częściach dla klas 1. i 2. zastosowano formy trybu rozkazującego, czyli neutralny pod względem kategorii płci sposób zwracania się do adresatów czy adresatek: *napisz, opowiedz, scharakteryzuj, wyjaśnij, wymyśl, zredaguj* itd.

Tendencję utrwalającą stereotypowy układ ról społecznych i cech kojarzonych z daną płcią uznaje się za dominującą w objętym obserwacją materiale (poniżej cytowane ćwiczenie uznać można za reprezentatywne). W wybranym losowo ćwiczeniu, w którym uczniowie zostali poproszeni o dopisanie stosownego spójnika, zamieszczono następującą egzemplifikację:

Ćwiczenie 347

44 Wszystkie podkreślenia w tekście całego artykułu pochodzą od autorki [A.M.]
45 H.Dobrowolska, A.Konieczna, W. Dziabaszewski, *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 3. Podręcznik,* cz. 2, wyd.9, WSiP, Warszawa 2008, s.54.
46 Ibidem, cz.1, s.10.
47 Ibidem, cz.3, s.40.
48 H.Dobrowolska, A.Konieczna, W.Dziabaszewski, K.Wasilewska, *Wesoła szkoła.... Karty pracy ucznia,* s.175.
49 Ćw. 3 ze str. 82; ćw. ze str. 97 [w:] H.Dobrowolska, A.Konieczna, K.Wasilewska, *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 2. Karty pracy ucznia,* cz. 1, wyd.9, WSiP, Warszawa 2008.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

1. *Postanowiłem się nie poddawać, ...wiedziałem, że może być trudno.*
2. *Musiałem to zrobić, …… czułem, że wymagało tego dobro sprawy.*
3. *Zwykle mówiła matce prawdę, ……. tym razem ją oszukała – ze strachu.*
4. *Wiedzieliśmy, że jego rady, ……. się przeciwstawić tym procederom, są słuszne.*[50]

Spośród czterech przykładów w ćw. 347 w trzech zdaniach zamieszczone zostały męskoosobowe postacie fleksyjne *postanowiłem, musiałem, wiedzieliśmy, jego* – tylko w jednym wypowiedzeniu odnaleźć można żeńskoosobowe formy czasowników *mówiła, oszukała,* powielające jednak sposób stereotypowego postrzegania kobiecości i męskości: *ON postanowił się nie poddawać, robić coś dla dobra sprawy, dawać dobre rady; ONA, choć zwykle mówiła prawdę, tym razem oszukała ze strachu.*

Postulaty językoznawcze Kongresu Kobiet Polskich

Uogólniając, można powiedzieć, że część środowiska feministycznego podziela pogląd, że zrównoważenie wzajemnych relacji między kategoriami językowymi a płcią/płciami może zaowocować bardziej zrównoważonymi relacjami społecznymi pomiędzy kobietami i mężczyznami; może wspomóc długotrwały proces likwidacji dysproporcji pomiędzy rzeczywistością doświadczaną przez mężczyzn i/a przez kobiety. "Naprawa" języka i dyskursu w ogóle, a w szczególności dyskursu edukacji, postrzegana jest jako jedna z dróg wiodących ku naprawie rzeczywistości. Konceptualizacja świata zawarta w języku odbija rzeczywistość, a zatem chcąc zmieniać rzeczywistość, należy wprowadzić innowacje w samym języku, który - wedle tego założenia - wpływa również na nasze myślenie.

Postulat wprowadzenia języka równościowego do wszelkich działań edukacyjnych zgłoszono m.in. na Kongresie Kobiet Polskich w Warszawie (20-21 VI 2009), który zorganizowano po raz pierwszy w 20. rocznicę czerwcowych wyborów 1989 roku, jako jedną z wielu inicjatyw upamiętniających znamienny czas przemian społeczno-politycznych, które nastąpiły w Polsce [Małocha-Krupa 2010 b]. Spotkania kongresowe miały stanowić podsumowanie i ocenę wkładu kobiet w proces transformacji Rzeczypospolitej, określenie ich najważniejszych osiągnięć w życiu gospodarczym, nauce, kulturze, polityce, mediach i

50 A.Hącia, *Język polski. 365 ćwiczeń z gramatyki*, Kraków 2007.

codziennej rzeczywistości. Konferencja – wedle zamysłu jej współtwórczyń – miała stanowić również „okazję do integracji środowisk kobiecych, wymiany poglądów, prezentacji raportów dotyczących statusu kobiet i jego oceny". [http://kongreskobiet.pl[Organizatorki oraz kobiety biorące udział w Kongresie - prezentujące rozmaite organizacje, partie oraz uczestniczki niezrzeszone, pochodzące z odmiennych środowisk, różnych regionów kraju - sformułowały postulaty, „których realizacja mogłaby przyczynić się do większej obecności kobiet w sferze publicznej, w gospodarce i polityce". Wśród postulatów powstałych podczas 21 paneli tematycznych, dwa odnoszą się do kwestii języka i mówią o potrzebie wprowadzenia językowej kategorii żeńskości w obieg ogólnokomunikacyjny. Jeden z nich dotyczący redakcji podręczników i edukacji mówi:

Zaleca się używanie dwóch rodzajów gramatycznych (męskiego i żeńskiego) zarówno w całym tekście, jak i w zawartych w nim poleceniach, ćwiczeniach, przykładach („chciałbyś/chciałabyś"; „zapytaj koleżankę/kolegę"). Korzystanie tam, gdzie to możliwe, z żeńskich odpowiedników gramatycznych nazw zawodów („socjolog/socjolożka"); stanowisk („dyrektor/dyrektorka"); ról społecznych („działacz/działaczka"). Uwzględniać w treściach i w strukturze podręczników udział i rolę kobiet w historii, w gospodarce, w polityce." (panel *Kobiety i edukacja*).

Obserwacje mowy dzieci

Nie tylko feministyczne postulaty przemawiają za wprowadzeniem języka równościowego, szczególnie w komunikacji przedszkolnej i szkolnej. Kilkanaścioro dzieci w wieku przedszkolnym poddano eksperymentowi, mającemu sprawdzić naturalne kompetencje w zakresie umiejętności słowotwórczych: tworzenia rzeczowników rodzaju żeńskiego od funkcjonujących męskoosobowych form. [Małocha-Krupa 2010a] Dodatkowo notowano i nagrywano ich rozmowy, co też dowiodło, że w świecie dziecięcych zabaw, opowieści, wymarzonych prezentów, bohaterów i tęsknot istnieją postacie zarówno rodzaju męskiego (*kucyk, pies, miś, delfin, pajacyk*), jak i żeńskiego (*moja misia, moja kotka*, *arielka, cyrkówka*, *strażaczka*, *pani klaunowa, pani kierowczyni, elfa, muszkieterka*)[51]. Przejście z naturalnego i spontanicznie

51 W tłumaczeniach polskojęzycznych najnowszej serii filmów o Barbie nie stroni się od form żeńskich rzeczowników: *muszkieterka, strażniczka, elfa.*

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

twórczego, jeżeli chodzi o taksonomię płci, dziecięcego świata zakodowanego w języku mówionym - do rzeczywistości użyć form generycznych, właściwych tekstom pisanym bywa trudne, nominacja wspólnogatunkowa stanowić może swoistą barierą komunikacyjną. Świadczą o tym niejednokrotnie zadawane w szkole czy w przedszkolu pytania, będące reakcją uczennic na formy wspólnogatunkowe: *Do kogo są te polecenia? Czy do mnie też, czy do chłopaków?, Czy mogę opowiedzieć historię o koleżance, nie o koledze?* Dzieci w wieku przedszkolnym często zadają pytania dotyczące rzeczywistości językowej, w tym również takie, które wskazują na pewien dyskomfort poznawczy i werbalny, typu: *Czy mój piesek może być pieską? Ten miś to jest naprawdę misia*. Niespełna trzyletnia Hania, wyśpiewując znaną kolędę, nieświadoma realiów starotestamentalnych, sama ujawnia innowację: *Wstańcie pasterze i pasterki, Bóg się Wam rodzi.* Te same dzieci – zgodnie z przychodnianym zwyczajem – na zakończenie konsultacji lekarskiej dostają naklejki-nagrody i na nich zwykle widnieje szablonowy frazem *Dzielny pacjent* (nigdy *pacjentka*), *Jestem mądry* (gdyż zażywam suplement diety), *Jestem dzielny* (ponieważ zjadam „Danonki"). Dziewczynki o większej wrażliwości językowej oczekują nagród-naklejek ze zróżnicowaną kategorią płci, nie zaś takich, które stanowią wzmocnienie pozytywne chłopców.

Procesy nazewnicze najmłodszych odkrywają potrzebę zdroworozsądkowej klasyfikacji świata, która – w tym wypadku - zakłada zrównoważenie frekwencji tekstowej pomiędzy aktualizacjami żeńsko- i męskoosobowymi czy też niemęskoosobowymi i męskoosobowymi. Pozwoliłoby to – sądzić można – przynajmniej częściowo zlikwidować seksizm językowy w edukacji. Jak wynika bowiem „z raportów i analiz, placówki oświatowo-wychowawcze są miejscem, w którym bardzo często dochodzi do dyskryminacji ze względu na płeć."[52]A wśród obszarów dyskryminacji wymienia się w literaturze przedmiotu m.in. „używanie w pismach, kwestionariuszach i formularzach adresowanych do kobiet i mężczyzn sformułowań sugerujących wyłącznie męskiego odbiorcę"[53], jak również „utrwalanie stereotypów i ról płci w podręcznikach szkolnych, zabawach i organizacji pracy podczas przygotowań imprez szkolnych, na wyjazdach – wycieczkach, obozach, biwakach"[54].

52 J.Tomaszewska, *Dyskryminacja ze względu na płeć* [w:] *Dyskryminacja ze względu na płeć i jej przeciwdziałanie,* Warszawa 2004, s.16.
53 Ibidem, s. 25.
54 Ibidem, s.17.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Zakończenie

Mogłoby się zdawać, że z językoznawczego punktu widzenia nie ma przeszkód, by wzbogacić dyskurs szkolny (zarówno w warstwie tekstowej, jaki i wizualnej) o wcale nieinnowacyjne pojęcia *uczennica, dziewczynka, koleżanka, przyjaciółka* i wiele innych. Podobnie jak warto przypomnieć takie techniki redakcyjne, jak: naprzemienne zastosowanie dwóch rzeczowników zamiast jednego np. *uczeń i uczennica*, *kolega i koleżanka* czy też aktualizowanie trybu rozkazującego albo innych form fleksyjnych neutralnych ze względu na kategorię płci, czy w końcu użycie form analitycznych bądź wspólnorodzajowych rzeczowników zbiorowych typu *kadra nauczająca, osoby uczące się, koleżeństwo* itd. W ofercie rynku wydawniczego zaczyna też przybywać lektur wartych uwagi ze względu na to, że uwrażliwiają dzieci na dyskryminację: szwedzkiej autorki Sassy Buregren *Mała książka o feminizmie,* Warszawa 2007 - wspierająca, afirmująca jednostkowość i wolność każdego z nas, niezależnie od płci (można ją czytać już 6-latkom); fińskiej pisarki Sari Peltoniemi *Groszka. Piesek, który chciał mieć dziewczynkę,* Warszawa 2011 - ucząca zrozumienia świata uczuć i zachowań dziecka, dorastania do przyjaźni, świetnie napisana (lektura stosowna w każdym wieku); amerykańskiego lekarza Charlesa A. Amenty III *Krzyś jest wyjątkowy. Dla dzieci o autyzmie,* Gdańsk 2010; Haliny Ostaszewskiej, *Twoje prawa (według konwencji praw dziecka). Dominik odpowiada na listy,* Warszawa 2008.

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Bibliografia

1. Arcimowicz K., *Wzory męskości propagowane w podręcznikach. przysposobienie do życia w rodzinie,* [w:] *Od kobiety do mężczyzny i z powrotem,* red. J. Brach-Czaina, Białystok 2000.
2. Chomczyńska-Rubacha M., *Wpływ działań edukacyjnych na spostrzeganie streotypów płciowych,* [w] *Role płciowe.Kultura i edukacja,* red. M.Chomczyńska-Rubacha, Łódź 2006.
3. Karwatowska M., Szpyra-Kozłowska J., *Lingwistyka płci. Ona i on w języku polskim,* Lublin 2005.
4. Kucewicz K., Wieczorek M., *Agatka w opresji, ministerstwo milczy. edukacja równościowa w teorii i praktyce,* http://www..feminoteka.pl/print.php?type=A&item_id=565.
5. Małocha-Krupa A., „Na imię mam Kasia i jestem uczniem 2. klasy". Androcentryczne zwyczaje językowe w podręcznikach szkolnych (i edukacji), „Kształcenie Językowe", t. 8(18), red. K.Bakuła,Wrocław 2010a
6. Małocha-Krupa A., *Postulaty językoznawcze Kongresu Kobiet Polskich,* [w:] *Współczesna polszczyzna w badaniach językoznawczych. Od leksyki do języka poezji,* red. P. Zbróg, Kielce 2010b.
7. Tomaszewska J., *Dyskryminacja ze względu na płeć,* [w:] *Dyskryminacja ze względu na płeć i jej przeciwdziałanie,* Warszawa 2004.
8. Wołosik A., *Edukacja do równości, czy trening do uległości? Czy polskie podręczniki respektują zasadę równości płci?,* pdf., http://www.bezuprzedzen.org/inne/

MATERIAŁY ŹRÓDŁOWE

1. Dobrowolska H., Dziabaszewski W., Konieczna A., Wasilewska K., Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 3., Karty pracy ucznia, cz.1-3, wyd. 9, WSiP, Warszawa 2008.
2. Dobrowolska H., Konieczna A., *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 2. Podręcznik,* cz.2, wyd. 9, WSiP, Warszawa 2008.
3. Dobrowolska H., Konieczna A., Dziabaszewski W., *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 3.*, *Podręcznik,* cz.1-3, wyd. 9, WSiP, Warszawa 2008.
4. Dobrowolska H., Konieczna A., Wasilewska K., *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 2. Karty pracy ucznia*, wyd. 9, WSiP, Warszawa 2008.
5. Hanisz J., *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 2. Matematyka*, cz.1-2, WSiP, wyd.9, Warszawa 2008.
6. Hanisz J., *Wesoła szkoła. Kształcenie zintegrowane w klasie 3. Matematyka*, cz.1-3, WSiP, wyd.9, Warszawa 2008.
7. Hącia A., *Język polski.365 ćwiczeń z gramatyki,* Wyd. Langenscheidt, Kraków 2007.

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

PROJEKTY RÓWNOŚCIOWE
WARTO WIEDZIEĆ WIĘCEJ

Aktywizacja społeczno-ekonomiczna kobiet na poziomie lokalnym i regionalnym
(Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej)

Projekt składa się z trzech etapów: 1) szkolenia popularyzujące wiedzę gender mainstreaming dla instytucji rynku pracy, 2) kampania informująca oraz promocyjna, oraz 3) portal internetowy zawierający materiały niezbędne do wdrożenia polityki równości płci na rynku pracy, bazę firm odpowiedzialnych społecznie, informacje o środkach finansowych do pozyskania na własną działalność oraz rozwój osobisty.
http://www.rowniwpracy.gov.pl/

Nikt nie rodzi się z uprzedzeniami
(Stowarzyszenia Kobiet KONSOLA , kontynuuowany przez Fundację Autonomia)

Organizacje akcji stworzyły stronę internetową, wydały publikację tematyczną, zajęły się translatoryką tekstów zagranicznych w celu transferu wiedzy z zakresu edukacji antydyskryminacyjnej. Projekt ma charakter cykliczny i kompleksowy: warsztaty antydyskryminacyjne, projekcje filmowe i popularyzacja materiałów filmowych, publicystyka uświadamiająca o uwarunkowaniach dyskryminacji i formach jej przeciwdziałania.
http://www.bezuprzedzen.org/

Społeczno-kulturowa tożsamość płci. Między teoria a praktyką
(Instytut Socjologii Uniwersytetu Jagiellońskiego)

Książka jest rezultatem studiów dyplomowych dotyczących przedmiotu badań nad płcią społeczno-kulturową. Inicjatywa miała na celu zwiększenie dystrybucji informacji na temat

gender mainstreaming oraz uzupełenienie kompetencji kadry zarządzającej kapitałem ludzkim o wiedzę z zakresu: dyskryminacji, form przeciwdziałania jej, a także z budowania świadomości w trzech sektorach: prywatnym, publicznym i pozarządowym. Artykuły zawarte w publikacji w sposób sprawozdawczy prezentują szeroki wachlarz ujęć tematu, popularyzując praktyczne zastosowanie polityk równościowych.
http://www.socjologia.uj.edu.pl/gender/images/downloads/publikacja.pdf

Gendermeria - równościowy monitoring
(Fundacja Feminoteka)

Projekt zbudował zespół monitorujący działania rządu i administracji publicznej z realizacji programów dotyczących wyrównywania szans kobiet i mężczyzn. Ułatwił dostęp obywateli/ obywatelek do informacji publicznej, mobilizacji organizacji kobiecych na rzecz oddziaływania na decydentów w zakresie realizowania programów antydyskryminacyjnych.
Etapy projektu:
- dwa dwunastogodzinne warsztaty, z zakresu równego traktowania,
- warsztaty dziennikarskie,
- warsztat prawny,
- konkurs skierowany do dziennikarzy „Równe i równiejsi".
http://www.feminoteka.pl/readarticle.php?article_id=446

Projekt GENDER
(Koło Naukowe Studiów Genderowych; Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, Uniwersytet im. A. Mickiewicza w Poznaniu)

Projekt zaangażowany w badanie rzeczywistości kulturowej z perspektywy gender. Autorzy w formie bloga opublikowali artykuły, które szerzą wiedzę z zakresu: dyskryminacji, stereotypów, form przeciwdziałania i budowania świadomości. Na blogu pojawiają się informacje o aktualnie

prowadzonych projektach badawczych, a także materiały, które powstały jako wynik spotkań Koła Naukowego oraz zaistniały w sieci, a obejmują tematykę gender.
http://knsg.blox.pl

Gender check

(Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju, Biuro Projektowe w Polsce (UNDP) razem z partnerem – Stowarzyszeniem Homo Faber)

W ramach projektu przeprowadzono warsztaty z zakresu rynku pracy, polityki społecznej i równości płci. Warsztaty dostarczyły wiedzy i kompetencji z zakresu wyrównywania szans z uwzględnieniem płci. Wyposażyły uczestników i uczestniczki w narzędzia do samodzielnej analizy i konstruowania efektywnych programów i projektów. Warsztaty złożone były z czterech bloków:

- antydyskryminacja i płeć,
- polityka równości płci,
- wykluczenie społeczne a polityka społeczna,
- równość szans w działaniu.

http://gender-check.blogspot.com
http://gendercheck.pl

Gender Index/ Index płci

(Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP))

W ramach projektu powstał Gender Index - innowacyjny indeks do analizowania i monitorowania równych warunków zatrudnienia. Przeprowadzono Zawody na Firmę Równych - konkurs dla najlepszych pracodawców. Określono wytyczne dotyczące dobrych praktyk - Firma Równych. Przeprowadzono seminaria i warsztaty - równe zarządzanie firmą Powstał pierwszy w Polsce model szkolenia oparty na koncepcji zarządzania różnorodnością. Zorganizowano piknik promujący świadomość publiczną - "równi w miejscu pracy – to się opłaca".

Powstały zasady skutecznej realizacji instrumentów równości i standardy jakości na rzecz szkolenia z równości i różnorodności płci (nagrodzony przez KE w kategorii najlepszej praktyki europejskiej). Efekty projektu:

1. Podręcznik dobrych praktyk - Firma Równych Szans,
2. Zasady skutecznej realizacji środków na rzecz równości oraz standardów jakości na rzecz równości płci,
3. Standardy jakości szkoleń w zakresie równości i różnorodności płci,
4. Plakat - Równość w miejscu pracy - to się opłaca.

http://undp.org.pl/Co-robimy/EQUAL-2004-2008/Projekt-Gender-Index-Indeks-Plci

Społeczno-kulturowa tożsamość płci i równość ekonomiczna w procesie rozszerzenia Unii Europejskiej

(Stowarzyszenie Współpracy Kobiet, NEWW, Polska)

Projekt założył wykorzystanie integracji z Unią Europejską w celu wzmocnienia praw ekonomicznych kobiet i równego statusu płci. Założeniem projektu było reprezentowanie interesów kobiet z krajów Europy Środkowo-Wschodniej na forum UE, a także uświadamianie potrzeb kobiet z naszego regionu. Powstały:

- baza zagadnień ekonomii, polityki społecznej i polityki zatrudnienia, włączając w to przepisy kodeksów pracy oraz legislacji związanej z zatrudnieniem i biznesem,
- poradnik „Kobiety w Europie".

Wykształcono kadrę regionalnych trenerów/trenerek i jednocześnie ekspertek/ekspertów w dziedzinie praw ekonomicznych kobiet i standardów unijnych w tym zakresie.

http://www.neww.org.pl/pl/achivements/projekty/0,1.html

Studia nad społeczną rolą płci

(Stowarzyszenie Współpracy Kobiet, NEWW, Polska)

Badania w projekcie objęły: Analizy znaczeń i ról przypisywanych kobietom oraz mniejszościom

seksualnych w krajach post-socjalistycznych; Feminizm i męskość; Płeć biologiczna, płeć kulturowa i tożsamość; Przemiany społecznej roli płci po przystąpieniu krajów Europy Środkowej do UE. Czynniki wpływające na zmiany ról przypisywanych płciom; Procesy społecznej konstrukcji płci; Wizerunki, mity i stereotypy płci oraz ich post-komunistyczne przemiany. Badania będą upubliczniane za pomocą publikacji, udział w konferencjach i warsztatach, oraz organizację serii seminariów.
http://www.neww.org.pl/pl/activites/rola/0.html

ABC równości
(Stowarzyszenie Współpracy Kobiet, NEWW, Polska)

Akcja edukacyjna i medialna skierowana do samorządów i społeczności lokalnych. Przeprowadzono akcję informacyjno – edukacyjną skierowaną do władz samorządowych i mediów oraz do szerokiej opinii publicznej. Powstały: publikacje („ABC równości – podręcznik samorządowca", ulotki, kalendarze); konferencje; kampania medialna.
http://www.neww.org.pl/pl/szanse/index/0.html

GOTOWI NA GENDER MAINSTREAMING -
wrażliwość na społeczną tożsamość płci ponad granicami między Wschodem a Zachodem
(Stowarzyszenie Współpracy Kobiet, NEWW, Polska)

Kurs kształcenia multiplikatorów /multiplikatorki . Analiza realizowanych na płaszczyźnie lokalnej strategii politycznych na rzecz równouprawnienia kobiet i mężczyzn w dniu codziennym oraz dalszy ich rozwój, zebranie istniejących strategii, opracowanie nowych, wspieranie wymiany doświadczeń na temat różnych podejść i sposobów pracy związanych z problematyką gender w ramach międzynarodowego kursu kształcenia dla multiplikatorów/ multiplikatorek, rozumianego jako dialog między Wschodem a Zachodem. Przedstawione zostaną modele dobrych praktyk z poszczególnych krajów oraz możliwość stosowania ich na gruncie innych państw. Projekt ma na

celu: opracowanie podręcznika metodycznego ('Toolbox') do przeprowadzania konsultacji gender, dotyczących wdrażania gender mainstreamingu oraz treningów w krajach uczestniczących w projekcie na stronie internetowej oraz na CD; imprezy informacyjne lub konferencje fachowe na temat "Uczyć się od Europy" o skutecznych metodach działań politycznych na rzecz równouprawnienia - "przykłady dobrych praktyk" w krajach uczestniczących w projekcie (Polska, Czechy, Austria, Niemcy); przeprowadzenie dni praktycznych.
http://www.neww.org.pl/pl/activites/mainstreaming/1.html

GB Management
(Stowarzyszenie Współpracy Kobiet, NEWW, Polska)

Promocja równości płci w nauce oraz stworzenie narzędzi /instrumentów do wprowadzenia Budżetowania pod kątem Płci (Gender Budgeting) jako ważnego elementu przy planowaniu budżetu na cele naukowe. Współpraca: Austria, Niemcy i Polska; interdyscyplinarna grupa ekspertów i ekspertek.
http://www.neww.org.pl/pl/description/index/0.html

Godzenie ról rodzinnych i zawodowych kobiet i mężczyzn
(Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich przy współpracy merytorycznej Departamentu Analiz Ekonomicznych i Prognoz w Ministerstwie Pracy i Polityki Społecznej)

Upowszechnienie modelu godzenia ról zawowodych i rodzinnych, wsparcie równości kobiet i mężczyzn na rynku pracy. Działania w ramach projektu: badania i analizy, szkolenia dla IRP, kampania promująca partnerski model rodziny i godzenie ról. W ramach projektu przeprowadzono: analizy porównawcze rozwiązań legislacyjnych, wizyty studyjne. Powstanie – baza danych dobrych praktyk oraz Krajowa Mapa Drogowa wraz z konferencją, ją promującą.
http://www.rowniwpracy.gov.pl/godzenie-rol/projekt-godzenie-rol-rodzinnych-i-zawodowych-kobiet-i-mezczyzn-w-kontekscie-zastanej-rzeczywistosci.html

Gender mainstreaming jako narzędzie zmiany na rynku pracy

(Departament Analiz Ekonomicznych i Prognoz)

Głównym celem projektu jest wskazanie rozwiązań sprzyjających godzeniu obowiązków rodzinnych i zawodowych. Składa się z dwóch modułów: promowanie prorodzinnych zmian w Kodeksie pracy oraz wskazanie możliwych sposobów ich wdrażania poprzez organizację warsztatów i szkoleń, seminariów, wydanie broszur, oraz moduł drugi - promowanie dobrych praktyk wdrażania polityki równości płci na rynku pracy, mających na celu zwiększenia udziału kobiet w rynku pracy tu - publikacja ekspercka w formie „mapy drogowej" oraz konferencja.
http://analizy.mpips.gov.pl/index.php/rowno-szans/43-rowno-szans/88-projekt-gender-mainstreaming-jako-narzdzie-zmiany-rynku-pracy.html

Równość od przedszkola

(Koalicja organizacji pod przewodnictwem Stowarzyszenia „Silesia Nostra" oraz nieformalnej grupy „Śląska Strefa Gender". Partnerzy przedsięwzięcia: Centrum Rozwoju Inicjatyw Społecznych CRIS, Centrum Odpowiedzialności Społecznej i Nieformalna Grupa Młodych Kobiet)

Projekt edukacyjny adresowany do nauczycielek/nauczycieli przedszkolnych, ma charakter pilotażowy. Zrealizowano warsztaty w wymiarze: 8 grup x spotkania popołudniowe, 2 grupy x spotkania weekendowe. Zrealizowano zagadnienia: rozróżnienie między płcią kulturowo-społeczną i płcią biologiczną; funkcjonowanie stereotypów związanych z płcią – mechanizm stereotypizacji; zależności między stereotypami, uprzedzeniami i dyskryminacją; analiza wzorców kobiecości i męskości funkcjonujących w prasie adresowanej do dziewczynek i chłopców, do kobiet i mężczyzn; analiza wzorców kobiecości i męskości w najpopularniejszych baśniach; analiza umiejętności związanych z zabawkami proponowanymi dziewczętom i chłopcom w wieku przedszkolnym.
http://www.gender.pl/readarticle.php?article_id=56

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Akademia "Media i gender"

(Instytut Badań Literackich PAN)

Projekt służył wykształceniu umiejętności krytycznej analizy przekazu medialnego oraz przekraczania stereotypów i barier płciowych we własnym warsztacie i działalności publicznej. Składał się z zajęć teoretycznych i praktycznych z komunikacji społecznej oraz poświęconej poszczególnym typom mediów.

http://genderstudies.pl/index.php/media-i-gender/

Akademia tolerancji

(Fundacja Kobieca eFKa)

Projekt miał charakter warsztatów, wykładów i spotkań autorskich. Poruszył tematykę dyskryminacji, uprzedzeń, seksizmu i homofobii oraz problematykę walki z nimi. Jednocześnie uczestniczki zgłębiały zagadnienia asertywności, autoprezentacji i wystąpień publicznych oraz metod zorganizowanego działania na rzecz kobiet i tolerancji.

http://www.efka.org.pl/?action=gl&ID=104

Akademia Przedsiębiorczości dla Kobiet

(Fundacja Kobieca eFKa)

Projekt miał na celu przeciwdziałanie bezrobociu wśród kobiet; umożliwienie kobietom podniesienia kwalifikacji; zwiększenie motywacji kobiet do podejmowania własnej działalności gospodarczej oraz pracy w sektorze pozarządowym; podniesienie samooceny kobiet i wiary we własne możliwości; przełamanie stereotypów dotyczących kobiet - szczególnie tych wychowujących dzieci - jako gorszych pracowników.

Projekt był realizowany w 6 edycjach, każda to szkolenia obejmujące tematykę gender, dyskryminacji, organizacji pozarządowych, promocji, rynku pracy. Powstała strona internetowa

projektu.
http://www.efka.org.pl/przedsiebiorczosc

Ochrona praw pracowniczych osób zatrudnionych w super- i hipermarketach w Polsce z perspektywy równouprawnienia płci
(Koalicja KARAT)

Celem projektu było wprowadzenie trwałej zmiany warunków pracy w Polsce przez wzmocnienie ochrony praw pracowniczych osób, w większości kobiet, zatrudnionych w sklepach należących do sieci super- i hipermarketów.
http://www.karat.org/karat,8,About%20the%20project,pl.html

Nie szukamy winnych - szukamy dobrych rozwiązań dotyczących równości na rynku pracy
(Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej)

Warsztaty zorganizowane zostały na temat kwestii rozwiązań dotyczących równości płci na rynku pracy oraz metod rozwiązywania problemów godzenia obowiązków rodzicielskich i zawodowych. Miały charakter otwartych szkoleń. Prezentowały dobre praktyki.
http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/662898.html

Student Gender Indeks
(Towarzystwo Pomocy Młodzieży)

Przeciwdziałanie dyskryminacji ze względu na wiek i płeć oraz wprowadzanie polityki równych szans w nowoczesnym kształceniu kadry menażerskiej. Działania w projekcie obejmowały: panele dyskusyjne, szkolenia dla studentów/ studentek, głównie kierunków związanych z

zarządzaniem, szkolenia dla kadry naukowej. Powstał strona internetowa promująca projekt.
http://www.studentgender.pl/

Lekcje genderowe, czyli równouprawnienie płci w pigułce
(Dom współpracy Polsko – Niemieckiej)

Projekt skierowany do nauczycieli i nauczycielek, w ramach działań przeprowadzono warsztaty z zakresu wprowadzenia do zagadnień gender, stereotypów płciowych, socjalizacji płci w szkole, instrukcje pracy z podręcznikiem „Równa szkoła – edukacja wolna od dyskryminacji. Poradnik dla nauczycielek i nauczycieli" oraz uświadamiania wpływu zachowania nauczycieli/lek na budowanie koncepcji ról płciowych u uczniów i uczennic.
http://wiadomosci.ngo.pl/wiadomosci/310476.html

Aktywne Liderki
(Fabryka Projektów Społecznych)

Celem projektu było zwiększanie udziału kobiet w życiu publicznym i promocja idei równych szans kobiet i mężczyzn. Składał się z warsztatów szkolących umiejętności twarde i miękkie. Bloki: profesjonalistka; liderka; spikerka poszerzały kompetencje, uczyły rozwiązywania sytuacji problemowych. W ramach projektu dostępne było szkolenie on line; e-learning z zakresu przeciwdziałania dyskryminacji.
http://fundacjafps.pl/projekty-2/oferta.html

GENDER
Dolnośląska Akademia

PUBLIKACJE Z ZAKRESU RÓWNOŚCI PŁCI

Krzysztof Brunetko, Anna Mateja, *Wszystko o Ewie*, pod red. Izabella Sariusz-Skąpska, Warszawa 2011.

Podróż Ewy przez życie jest pretekstem do analizy stanu realizowania polityki równości płci w Polsce. Losy tytułowej bohaterki obserwujemy we wszystkich etapach życia: edukacja przedszkolna, szkolna, wyższa, rozpoczęcie życia zawodowego i rodzinnego. Historia Ewy kończy się na meryturze. Na każdym etapie życia zostały zaprezentowane różnice w prawach, przywilejach i możliwościach ze względu na płeć (odnoszenie sytuacji bohaterki do Adama).
http://www.batory.org.pl/doc/Wszystko_o_Ewie.pdf

***Z perspektywy równości płci. Ramy koncepcyjne, metodologia i przykałdy dobrych praktyk*, Warszawa 2005.**

Polska edycja publikacji *Gender mainstreaming* opracowana przez Sekretariat Pełnomocnika Rządu ds. Równego Statusu Kobiet i Mężczyzn na mocy umowy z Radą Europejską. Poradnik składa się z trzech cześci. Pierwsza zawiera – jak w tytule – wprowadzenie w problematykę gender mainstreaming (objaśnia terminy, pojęcia, cela, omawia główne problemy oraz podkreśla istotę polityki równości płci), druga szczegółowo prezentuje metodologię – uwarunkowania społeczne i gospodarcze, konkretne etapy wprowadzania zmian (techniki i narzędzie gender mainstreaming, metody, analizy, dydaktykę itp.). W części trzeciej zaprezentowano europejskie strategie wdrażania perspektywy płci do bieżącego nurtu działań (w tym dobre praktyki).
http://www.bezuprzedzen.org/doc/z_perspektywy_rownosci_plci.pdf

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Rose Chege, *Gender mainstreaming w projektach rozwojowych. Niezbędnik trenerski*, Kraków-Warszawa 2000.

Niezbędnik wprowadza w zagadnienia płci społeczno-kulturowej, a także omawia genderowe uwarunkowania rozwoju. Interesujące są również rozdziały dotyczące sposobów (modele, narzedzia) uwzględniania gender mainstreaming w projektach. Poradnik przedstawia także praktyczne aspekty równości płci w działaniach trenerskich i ich ewaluacji.
http://www.przestrzenkobiet.pl/images/DOWNLOAD/gender%20mainstreaming%20w%20projektach%20rozwojowych.pdf

***Mężczyźni na rzecz zmiany*, pod red. Anny Lipowskiej-Teutsch, Kraków 2006.**

Książka łączy w sobie ujęcie naukowe z praktycznym, stanowi ważny przegląd strategii międzynarodowych z zakresu angażowania mężczyzn w problematykę gender mainstreaming, a także wspomaga popularyzację wzorca męskości pozbawionego agresywnego charakteru (zachowań desktruktywnych i autodestruktywnych związanych z realizacją stereotypu „prawdziwego mężczyzny"). Publikacja zawiera również scenariusze popularnych ćwiczeń równościowych z uwagami dotyczącymi właściwego przeprowadzenia ich na polskim gruncie. W ostatniej części poradnika znajduje się lista kontaktów do instytucji i organizacji z całego świata, które włączają się w politykę równości płci (a zwłaszcza pro-feministów).
http://www.bezuprzedzen.org/doc/mezczyzni_na_rzecz_zmiany.pdf

***Zasada równości i zasada niedyskryminacji*, pod red. Bożeny Kłos i Jolanty Szymańczak, Warszawa 2011.**

Popularnonaukowe ujęcie gender mainstreaming, w którym znajduje się specyfika dyskryminacji w kontekście polskich uwarunkowań deomgraficznych i socjalnych, oraz informacje z zakresu unijnego ustawodawstwa równościowego. Na uwagę zasługują artykuły dotyczące parytetów,

równości płci a nierówności w systemie emerytalnym, a także opisu wybranych aspektów polityki państwa polskiego w obszarze działań antydyskryminacyjnych.
http://orka.sejm.gov.pl/WydBAS.nsf/0/B5DB8C31E43CD10EC12578B200480D2B/$file/BAS_26.pdf

Maja Branka, Dominika Cieślikowska, *Edukacja Antydyskryminacyjna - podręcznik trenerski*, Kraków 2010.

Szerokie opracowanie obszarów dyskryminacji (wprowadzenie do zagadnień, wyjaśnienie jej mechanizmów, wyszczególnienie rodzajów dyskryminacji z bogatą bibliografia do poszerzenia wiedzy z poszczególnych zakresów). W publikacji znajdują się przykłady konkretnych sytuacji problemowych z rekomendacjami zachowań równościowych. Podręcznik zawiera zalecenia dotyczące właściwego konstruowania i oceniania programu warsztatowego dla osób dorosłych, które są niezbędne z punktu widzenia pracy trenerskiej.
http://www.villa.org.pl/images/doc/EdukacjaAntydyskryminacyjna_ebook.pdf

***Brak misji na wizji i wizji w edukacji. Media publiczne i polityka edukacyjna na rzecz równości płci*, pod red. Janiny Piotrowskiej, Warszawa 2009.**

Raport z monitoringu respektowania oraz wdrażadnia zasady równości płci, który został przeprowadzony na dwóch obszarach badawczych: 1) media publiczne KRRiT oraz 2) szkolnictwo publiczne – MEN i MNiSW. Jednocześnie w publikacji znajduje się odniesienie do sytuacji w innych krajach, w celu spopularyzowania skutecznych rozwiązań. Poruszona zostaje również kwestia niewystarczających regulacji prawnych UE, które wzmocniłyby wdrażanie polityki równościowej w bieżący nurt działania krajów członkowskich.
http://www.feminoteka.pl/downloads/brakmisjinawizji.pdf

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Godzenie ról rodzinnych i zawodowych kobiet i mężczyzn **(materiał pokonferencyjny *Polska dla rodziny – rodzina dla Polski*, Warszawa 2010)**

Kompilacja materiału konferencyjnego (w formie raportu) zawiera opracowanie problemu godzenia ról rodzinnych i zawodowych dla obu płci. W publikacji znajdziemy omówienie kwestii dotyczących wartości pracy kobiet i mężczyzn zarówno w rodzinie, jak i na rynku pracy w kraju oraz innych państw europejskich. Materiał zawiera dobre praktyki i sprawdzone rozwiązania z Czech, Danii, Litwy, Hiszpanii, Nowegii, Słowacji oraz z Węgier. Ponadto w raporcie znajdziemy prezentacje rozwiązań systemowych z zakresu świadczeń rodzinnych, podatkowych, a także modele europejskiej polityki rodzinnej. Warte uwagi są informacje dotyczące elastycznych form zatrudnienia czy roli mediów w popularyzowaniu modelu rodziny. W części końcowej raportu znajdziesz rekomendacje dotyczące mechanizmów wspierania rodziny w godzeniu ról w Polsce.
http://www.rowniwpracy.gov.pl/plik/id,136.pdf (pobieranie domyślne)

Teresa Kupczyk, *Kobiety w zarządzaniu i czynniki ich sukcesu*, Wrocław 2009.

Publikacja jest kompleksową analizą sytuacji kobiet w zarządzaniu i przedsiębiorczości w Polsce. Autorka prezentuje przegląd regulacji prawnych dotyczących równouprawnienia oraz skutecznych sposobów na zwiększenie udziału kobiet w życiu gospodarczym oraz procesie podejmownaiu decyzji. W publikacji znajdują się zarówno wyniki badań udziału kobiet w procesie zarządzania oraz wyszczególnienie skutecznych czynników wpływających na odniesienie przez nie sukcesu.
http://polandwatch.typepad.com/files/teresa-kupczyk-kobiety-w-zarz%C4%85dzaniu-i-czynniki-ich-sukces%C3%B3w.pdf-1.pdf

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Marta Niemczewska, Karolina Mrowiec, Aleksandra Paterek, *Rola kobiet w innowacyjnej przedsiębiorczości wysokich technologii. Raport końcowy z badań jakościowych dla polskiej agencji rozwoju przedsiębiorczości*, Warszawa 2007.

Publikacja jest efektem przeprowadzonego badania jakościowego polskich przedsiębiorstw innowacyjnych. Przedmiotem analizy była specyfika zatrudnienia z perspektywy płci. Wyniki badań opisują ogólnie i szczegółowo sytuację kobiet oraz mężczyzn w firmach wysokich technologii. Godne uwagi są wnioski dotyczące wpływu charakterystyki struktur i standardów pracy na rozwój kariery kobiet i mężczyzn. W publikacji znajdziemy również analizę czynników wewnętrznych (indywidualne predyspozycje kobiety, mężczyzny) i zewnętrznych (niezależne od osoby zatrudnionej, są to: system funkcjonowania społeczeństwa, definicje awansu, gratyfikacji lub ich brak, wpływ systemu społecznego itd.), które wpływają na dynamikę awansu.
W raporcie badaczki zamieściły również rekomendacje zmian, wzmacniające działania w sektorze prywantym na rzecz godzenia życia zawodowego i rodzinnego, jednocześnie stwarzając realne szanse na równe prawa oraz równe traktowanie w każdym miejscu pracy.
http://www.parp.gov.pl/files/74/81/158/2007_rola_kobiet_innow_przed.pdf

***Podręcznik trenerski. Zarządzanie firmą równych szans*, pod red. Agnieszki Grzybek, Warszawa 2008.**

Publikacja powstała w ramach projektu *Gender index* i stanowi odpowiedź na realną potrzebę popularyzacji skutecznych rozwiązań z zakresu polityki równości płci dla instytucji rynku pracy. W podręczniku trenerskim znajdziemy wprowadzenie do zagadnień, omówienie koncepcji gender mainstreaming w kontekście szerszej perspektywy – zarządzanie różnorodnością, a także przykładowe konspekty szkolenia wraz z przykładami ćwiczeń do zastosowania we własnej firmie. *Zarządzanie firmą równych szans* zaiwera także scenariusze warsztatów, które wspomogą menadżerów i menadżerki w przeciwdziałaniu dyskryminacji w sketorze prywatnym.
http://www.feminoteka.pl/downloads/podrecznik_www.pdf

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Anna Czerwińska, Zofia Łapniewska, Joanna Piotrowska, *Kobiety na „zielonej wyspie". Kryzys w Polsce z perspektywy gender*, Warszawa 2010.

Omówienie problemów i uwarunkowań światowego kryzysu gospodarczego w kontekście Polski, z równoczensą proponują rozwiązań, które mogą przyczynić się do zmiany sytuacji poprzez m.in.: włączenie kobiet do procesu podejmowania decyzji, równościowe planowanie strategii rozwoju itp. W publikacji znajduje się opis sytuacji społeczno-ekonomicznej kobiet w Polsce: czas pracy, system wynagrodzeń, proces samozatrudnienia. Problemy zostały poddane krytycznej analizie z wysunięciem propozycji zmian.
http://www.feminoteka.pl/downloads/Kryzys_a%20kwestiegender_www.pdf

***Kobiety i rozwój. Poradnik dla kobiet działających na rzecz społeczności lokalnych*, pod red. Ewy Furgały, Kraków 2008.**

Krótka i treściwa broszura dla liderek społecznści lokalnych. Autorki zawarły w niej ćwiczenia umiejętności personalnych i warszat liderowania grupie – instrukcja dotycząca badania profilu społeczności, sposoby animowania jej. Dodotkowe informacje stanowi spis źródeł finansowania własnej działalności.
http://www.przestrzenkobiet.pl/download/BROSZURA_KOBIETYIROZWOJ.pdf

Joanna Piotrowska, Agnieszka Grzybek, *Raport. Kobiety dla Polski. Polska dla kobiet. 20 lat transformacji 1989-2009*, Warszawa 2009.

Publikacja prezentuje sytuację kobiet w różnych obszarach życia z perspektywy 20 lat historii Polski. Ujęcie badawcze dotyczy szeroko rozumianej ekonomii, kultury, mediów, polityki, sektora pozarządowego, także systemu zdrowotnego, edukacji, czy zjawiska przemocy. Wnikliwej analizie towarzyszy studium przypadków z jednoczesnym wysunięciem rekomendacji wprowadzenia zmian.
http://polandwatch.typepad.com/files/raport-kobiety-dla-polski-polska-dla-kobiet.-20-lat-transformacji-1989-2009.pdf-1.pdf

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

Zasada równości szans w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki

Zbiór dokumentów, który ma zapewnić uwzględnienie perspektywy równości płci w projektach ubiegających się o dofinansowanie ze środków europejskich. Szerokie ujęcie tematu zawiera specyfikę najczęściej popełnianych błędów (niewłaściwe ujęcie gender mainstreaming w koncepcji wniosku, błędne określenie świadczeń dla beneficjentów i beneficjentek), a przede wszystkim wskazówki prawidłowego uwzględniania polityki równościowej w działaniach. Ponadt zbiór został wzbogacony o przedmiotowe dane statystyczne GUS.
http://www.kapitalludzki.gov.pl/dokumenty/zasada-rownosci-szans/

Ustawa o wdrożeniu niektórych przepisów Unii Europejskiej w zakresie równego traktowania

Długo oczekiwana ustawa antydyskryminacyjna jest przyjęciem do polskiego ustawodastwa rekomendacji unijnych dotyczacych przeciwdziałania dyskryminacji w minimalnym stopniu. Zapewnia ochronę równych praw już na etapie rozmowy kwalifikacyjnej, jednak nadal pozwala na różnicowanie wieku emerytalnego ze względu na płeć.
http://www.rownetraktowanie.gov.pl/files/dokumenty/ustawa_uchwalona_29_10_2010.pdf

Barbara Liegl, Bernhard Perchinig, Birgit Weyss, *Prawne i instytucjonalne aspekty przeciwdziałania dyskryminacji w Polsce*, Warszawa-Wiedeń 2004.

Publikacja zawiera opis wdrożenia dyrektyw europejskich dotyczących przeciwdziałania dyskryminacji do polskiego ustawodastwa, wyszczególnienie instytucji odpowiedzialnych za działania antydyskryminacyjne. Istotnym rozdziałem nieniejszej pozycji jest prezentacja monitoringu zjawiska dyskryminacji w Polsce z jednoczesnym przedstawieniem zmian, które należy wprowadzić w zakresach: prawnym i strażniczym. W ostatniej części znajdują się: raporty z analizy sytuacji w Polsce, baza linków do instystucji i dokumentów Narodów Zjednoczonych oraz Unii Europejskiej.
http://www.pomorska.policja.gov.pl/prawa_czlowieka/prawczl_publ1.pdf

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

Anna Tikow, Joanna Regulska, *Kobiety też potrafią!*, Warszawa 1994.

Poradnik popularyzuje aktywne życie demokratyczne kobiet - aktywistek. Zawiera liczne ćwiczenia komunikacyjne – językowe, pozawerbalne, warsztat autoprezentacji oraz zbiór informacji z zakresu organizacji życia politycznego oraz skutecznej realizacji kampanii politycznej, zebrań, głosowań.
http://polandwatch.typepad.com/files/podr%C4%99cznik-kobiety-te%C5%BC-potrafi%C4%85.pdf-3.pdf

***Kobiety w polskim życiu politycznym*, pod red. Ewy Furgały, Kraków 2009.**

Publikacja prezentuje efektywne rozwiązania z zakresu zwiększenia udziału kobiet w życiu politycznym. Autorki przedstawiają sytuację w kraju, przytaczają konkretne podstawy prawne (krajowe oraz międzynarodowe) i wysuwają propozycje działań zwiększających udział kobiet w procesie podejmowania decyzji. Ponadto w publikacji znajduje się przegląd historii udziału kobiet w życiu polityczny od XIX wieku do czasów współczesnych (z wyszczególnieniem personalnym aktywistek politycznych).
http://www.przestrzenkobiet.pl/images/DOWNLOAD/informator_kp.pdf

Płeć a możliwości ekonomiczne w Polsce: czy kobiety straciły na transformacji? - raport z 2004 roku,
Departament Walki z Ubóstwem i Zarządzania Gospodarką Region Europy i Azji Środkowej.

Raport powstał w ramach opracowania „Wzrost, Zatrudnienie i Standardy Życia w Polsce Doby Akcesji". Przedstawia najbardziej istotne różnice pomiędzy sytuacją kobiet i mężczyzn w zakresie dostępu do możliwości rozwoju ekonomicznego, a także omawia przyczyny tych nierówności na tle kontekstu politycznego i społeczno-gospodarczego. W opracowaniu opisano główne obszary legislacji, na których występują rozbieżności w statusie kobiet i mężczyzn.

Autorzy/autorki opracowali/opracowały również zalecenia i sugestie mające na celu poprawę sytuacji w poszczególnych obszarach.
http://siteresources.worldbank.org/INTPOLAND/Resources/Gender_report_pl.pdf

Europejski Urząd Publikacji – baza publikacji

Zbiór europejskich publikacji: popularnonaukowych, prawnych, poradników z dobrymi praktykami, popularyzującymi równouprawnienie obu płci w różnych dziedzinach życia. Rejestrując się w portalu, można dokonywać zamówień wydań papierowych, na CD, DVD oraz w wersji elektornicznej. Na uwagę zasługuje obszerna baza darmowych publikacji (łącznie z przesyłką).
http://bookshop.europa.eu/en/search/?webform-id=WFSimpleSearch&DefaultButton=findSimple&WFSimpleSearch_NameOrID=gender&SearchConditions=&SearchType=1&findSimple.x=0&findSimple.y=0

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

DOBRE PRAKTYKI
SKUTECZNE ROZWIĄZANIA

Gdańska inicjatywa budżetowania pod kątem płci

Stowarzyszenie Współpracy Kobiet NEWW

Inicjatywa analizy budżetu lokalnego miasta Gdańska z punktu widzenia równości płci. Efekt projektu ma formę raportu, z uwzględnieniem perspektywy trzech problemów - aktywizację osób starszych, zwalczanie długookresowego bezrobocia oraz równe traktowanie kobiet i mężczyzn na rynku pracy. Dla porównania zostaje przytoczony przykład równościowego budżetu miasta Berlin, która może posłużyć za przykład wdrażaniu takich inicjatyw w Polsce.
Przeprowadzona analiza jest dobrą praktyką, na której można się wzorować, pracując nad budżetami tak poszczególnych jednostek samorządowych, jak i budżetu na poziomie centralnym. Wśród ciekawych rekomendacji pojawiły się: aktywizacja zawodowa emerytek („Babcia na wynajem"), przedszkola niepubliczne, gdzie jako opiekunki pracowałyby emerytowane nauczycielki, pedagożki, stworzenie systemu opieki nad dziećmi i osobami zależnymi, powołanie instytucji ukierunkowanej na równanie szans na rynku pracy.
www.neww.org.pl/download/raport.pdf

Women in science

Komisja Europejska

Projekt popularyzuje sylwetki kobiet o różnych orientacjach badawczych (ścisłych, biologicznych, filozoficznych itp.), aby uwidocznić i uzmysłowić, że świat nauki nie był i nie jest domeną mężczyzn. W ramach działań promocyjnych został wydany szereg publikacji naukowych, popularnonaukowych i biograficznych prezentujących dorobek naukowy kobiet (przełomowe odkrycia, znane oraz mniej znane prace autorskie), stworzona strona internetowa. Materiały można zamówić w wersji papierowej w Europejskim Urzędzie Pulikacji lub pobrać wersję cyfrową ze strony internetowej. Działania są dobrą praktyką związaną ze zwiększeniem

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

dystrybucji informacji o osiągnięciach i dokonaniach kobiet w historii nauki.
http://ec.europa.eu/research/index.cfm?pg=wisaudiobook

Projekt „Zrobione, zapłacone, wiele warte"
Instytut Spraw Obywatelskich

Kampania informacyjno-edukacyjna na rzecz docenienia pracy domowej kobiet. Instytut wydał raport „Nieopłacana praca domowa: jak ją traktować, aby skuteczniej tworzyć podstawy opiekuńczego społeczeństwa?". Dobrą praktyką są działania kampanijne, mające na celu uświadomić wartość pracy domowej. W raporcie zaproponowano konkretne rozwiązania, które mogłyby dowartościować pracę domową, takie jak: dochód gwarantowany, rekompensata utraconych zarobków, mechanizm rynkowy, koncepcja pokrycia kosztów. Warto zwrócić uwagę na sugestię wprowadzenie działań pilotażowych i spojrzenie na pracę w domu (prace domowe) z szerszej perspektywy gospodarki narodowej.
www.kasakobiet.oai.pl/index.php?
module=Pagesetter&type=file&func=get&tid=5&fid=file&pid=7

Badania monitorujące przestrzeganie praw pracowniczych w zakładach przemysłu odzieżowego
Koalicja Karat wraz z Clean Cloths Campaign (CCC)

Efektem monitoringu przestrzegania praw pracowniczych w zakładach przemysłu odzieżowego w Polsce jest opracowany raport. Zawarto w nim analizę sytuacji przemysłu odzieżowego w Polsce, wskazania na restrukturyzację i prywatyzację tego przemysłu z perspektywy zamykania fabryk, gdzie w przeważającej części były zatrudniane kobiety i powstałego tym samym wzrostu bezrobocia. Jednocześnie w raporcie wskazano na problem nieprzestrzegania praw pracowniczych, z 8 standardów zaledwie jeden był utrzymany, brakowało rozwiązań systemowych, w związku z czym opracowane rekomendacje, jak poprawić sytuację kobiet w

przemyśle odzieżowym.
www.karat.org/index.html

Gender Index

Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju (UNDP) – administrator projektu, Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Szkoła Główna Handlowa, Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan, Derm-Service Pologne, Fundacja Feminoteka oraz Międzynarodowe Forum Kobiet

Stworzenie wskaźnika gender index, który służy monitorowaniu sytuacji kobiet i mężczyzn w małych i dużych instytucjach, w sektorze prywatnym i publicznym. Zastosowano go do przebadania 52 firm biorących udział w konkursie „Firma równych szans". Konkurs zachęcił do udziału w projekcie.W ramach tego projektu przygotowano również system szkoleniowy „Zarządzanie firma równych szans". Ta dobra praktyka zwraca na siebie uwagę, szczególnie ze względu na ukierunkowanie działań na pracodawców/pracodawczynie, którzy/które to mają realny wpływ na działania równościowe w sferze zawodowej. Wdrażanie polityki równościowej poprzez tego typu praktyki, może posłużyć za przykład dla innych organizacji i firm.
www.undp.org.pl

Akademia Przedsiębiorczości dla Kobiet

Fundacja Kobieca eFKa

Działania edukacyjne, które wsparły merytorycznie kobiety nieaktywne zawodowo, pomagając im w powrocie na rynk pracy. Zajęcia wzbogacono o spotkania z zakresu przełamywania stereotypów, rozmowy z właścicielkami małych i średnich przedsiębiorstw w celu zachęcenia do własnej działalności gospodarczej. Zajęcia prowadzone były przez sześć tygodni, we wszystkie dni robocze. Jednocześnie uczestniczkom zapewniono obiad, zwrot kosztów podróży i możliwość opieki nad dziećmi na czas zajęć oraz szansę otrzymania dotacji na założenie firmy. Całość

poprzedziły zajęcia z gender, trening asertywności, trening twórczości. Ta dobra praktyka, miała wpływ na sytuację wielu kobiet, które wzięły udział w szkoleniach (120 uczestniczek). Kompleksowe rozpatrzenie potrzeb beneficjentek umożliwiło im wzięcie udziału w projekcie.
www.efka.org.pl/przedsiebiorczosc

***Konkurs** Diversity* **– Motorola Polska**
krakowskie Centrum Oprogramowania Motoroli, Motorola Solutions w Polsce

Konkurs dla uczniów szkół średnich na stworzenie strony internetowej. Konkurs skierowany był zarówno do chłopców jak i dziewcząt. Miał na celu zachęcenie zwłaszcza młodych kobiet do zainteresowania się kwestiami technicznymi, co w dalszej przyszłości mogło przełożyć się na ich zainteresowanie kierunkami inżynierskimi. Warunkiem udziału w konkursie jest obecność przynajmniej 50% kobiet w zespole projektowym.
Celem *Diversity* jest dążenie do przełamania stereotypu wizerunku osoby na stanowisku inżyniera oprogramowania i pokazania, że zawód ten łączy się z fascynacją pracą oraz możliwością rozwoju zawodowego niezależnie od płci. Projekt łączył zarządzanie różnorodnością oraz włączanie perspektywy płci.
http://www.diversity.pl/

Podręczniki z serii „Świat człowieka" – edukacja humanistyczna na poziomie gimnazjalnym
nauczycielki i nauczyciele zespołu szkół Bednarska w Warszawie

Dobre praktyki na poziomie szkół gimnazlanych są szczególnie interesujące i ważne. Podręczniki z serii „Świat człowieka" stanowią ich przykład. Publikacje przeciwdziałają stereotypom na wielu poziomach, kształtują wrażliwość na życie w różnorodnej wspólnocie. Ćwiczenia są zaplanowane w taki sposób, żeby pobudzać młodzież do dyskusji nad prawami kobiet i współczesnymi rolami społecznymi (z perspektywy płci). Przywołują historyczne fakty emancypacji, odwołują się do antydyskryminacyjnych praw: praw człowieka, prawa do buntu, idee globalizacji, idee

ekologiczne. Przybliżanie tych kwestii we wczesnej drodze edukacji daje szansę na kształtowanie świadomego społeczeństwa, uwrażliwionego na kwestie dyskryminacji i nietolerancji.
http://wszpwn.pl/?page=nauczyciel_seria&pcsu_id=1004&pcsr_id=1090&pcsg_id=1001

Raport na temat zdrowia kobiet w wieku prokreacyjnym

Fundusz Ludnościowy Narodów Zjednoczonych/Program Narodów Zjednoczonych ds. Rozwoju i Ministerstwo Zdrowia

Dokument jest istotny w debacie społecznej nad sposobami poprawy zdrowia prokreacyjnego kobiet w Polsce oraz kwestiami takimi jak: edukacja seksualna, zagrożenia związane z chorobami przenoszonymi drogą płciową, planowanie rodziny oraz możliwości zmniejszenia liczby zgonów kobiet z powodu raka szyjki macicy. Raport, obok opisu zastanej sytuacji, proponuje również realne i konkretne rozwiązania, które poprawią stan rzeczy.
http://www.mz.gov.pl/wwwfiles/ma_struktura/docs/15032007_raport.pdf

Konkurs „L'Oréal Polska dla Kobiet i Nauki"

L'Oréal ; Polski Komitet ds. UNESCO

Konkurs o stypendium naukowe skierowany jest do kobiet prowadzących badania w dziedzinach biologiczno-medycznych. Pierwsza edycja miała miejsce w 2000 roku i jest obecnie kontynuowana. Jury konkursu wspiera doktorantki w pracach badawczych, udziela także wsparcia finansowego kobietom, które kończą prace habilitacyjne. Akcja cieszy się dużym zainteresowaniem od 11 lat i udowadnia, że kobiety realizując się w naukach ścisłych, biologicznych, osiągają wyniki istotne z perspektywy rozwoju polskiej nauki.
www.lorealdlakobietinauki.pl

Akcja promocyjna „Dziewczyny na Politechniki”.

Polskie uczelnie techniczne

Promocja kierunków technicznych jako atrakcyjnych i dostępnych dla oby płci. Akcja nagłośniona przez media miała na celu zachęcenie absolwentek szkół średnich do składania aplikacji na kierunki ścisłe. To istotne, żeby wskazywać alternatywną drogę rozwoju zawodowego młodym kobietom, zwłaszcza, że branża IT z wyjątkowo wysokimi zarobkami i mało zagrożona bezrobociem, jest zdominowana przez pracowników.

http://www.dziewczynynapolitechniki.pl/

Projekt „Partnerstwo na rzecz rozwoju kompetencji informatycznych w Polsce”

Europejski Fundusz Społeczny oraz Inicjatywa Wspólnotowa EQUAL

Celem projektu jest przeciwdziałanie dyskryminacji i wykluczeniu z rynku pracy pracowników i pracownic w wieku powyżej 40 lat sektora małych i średnich przedsiębiorstw ze względu na brak umiejętności informatycznych. Projekt zawiera informacje na tematy: polityki równości płci towarzyszącej obsadzie stanowisk i podziałowi obowiązków w organach nadzorujących realizację projektu, zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn w realizacji zadań, umożliwienia pracownikom i pracownicom godzenia obowiązków zawodowych z życiem prywatnym, zrównoważonego udziału kobiet i mężczyzn w szkoleniach oraz testowaniu stworzonych narzędzi.

Jednym z rezultatów projektu jest raport na temat kompetencji IT w Polsce. Badania wykazały, że pracodawcy uważają, iż kobiety mają

mniejsze kompetencje informatyczne niż mężczyźni. Mimo, że równie dobrze obsługują one komputer, traktują go jako narzędzie, i na ogół nie zajmują się programowaniem ani serwisowaniem sprzętu komputerowego.

www.equal.wsb-nlu.edu.pl

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG

Organizacja „Kobiety na falach"

Kobiety na falach/Women on waves

Kobiety na Falach prowadzą przenośną klinikę na statku, który zawija do krajów, w których aborcja jest nielegalna. Wizyty te odbywają się na zaproszenie lokalnych organizacji. Dzięki wykorzystaniu statku wczesne medyczne aborcje mogą być przeprowadzane bezpiecznie, profesjonalnie i zgodnie z prawem. W Polsce przeprowadzano taką akcję w 2003 r. Temat trudny i kontrowersyjny przyciągnął media, zwrócił uwagę na problem związany z prawami kobiet. Ukazanie tego typu rozwiązania stanowiło szokującą, ale skuteczną metodę na uwidocznienie problemu aborcji.

http://www.womenonwaves.org

Projekt „Równanie na Równość"

Fundacja Partners Polska

Program edukacyjny dotyczący równego statusu płci, skierowany do organizacji pozarządowych, młodych polityków/polityczek oraz dziennikarzy/dziennikarek. Kampania składała się z dwóch części – pierwsza to: kampanii internetowej w portalu www.ngo.pl, w ramach której powstało 12 tekstów informacyjnych i publicystycznych na temat równości płci, stały serwis www.rownosc.ngo.pl oraz wydanie specjalne gazety ngo.pl dotyczące równości i dyskryminacji; druga zaś złożona była z warsztatów równościowych oraz wydania specjalnej broszury dla mediów. Przeprowadzono również warsztaty wdrażające praktyki antydyskryminacyjne na bazie rozwiązań Unii Europejskiej.

http://rownosc.ngo.pl/

Marsz Równości

Stowarzyszenie Dni Równości i Tolerancji

Marsz Równości to jedyny stały element Dni Równości i Tolerancji. Główną ideą jest upomnienie

się o wolność słowa i wolność zgromadzeń oraz o niedyskryminację ze względu na płeć, niepełnosprawność, pochodzenie etniczne, wyznania, orientacji seksualnej. Ta praktyka co roku (od 2004 r.) przyciąga uwagę sporej części społeczeństwa, dzięki wsparciu widoczności kwestii problematycznych ze strony mediów. W ten sposób zwraca się uwagę na problem nieprzestrzegania praw i brak tolerancji na różnorodność społeczeństwa.
http://www.dnirownosci.pl/

Konkurs „Trudne Wyrazy"
Fundacja Feminoteka

Założeniem akcji była promocja feminatywów, by zwrócić uwagę, że stereotypy związane z płcią są reprodukowane w języku polskim. Organizatorki prosiły o przysyłanie propozycji nazwy jakiegoś zawodu w formie żeńskiej i w formie męskiej. Zachęcały do eksperymentowania z językiem. W akcji Fundacji jako ekspertki/eksperci wzięli udział: dr hab. Magdalena Środa, etyczka, filozofka; Kazimiera Szczuka, krytyczka literacka; prof. Jerzy Bralczyk, językoznawca, którzy stanowili jury konkursowe. Akcją zainteresowały się media - „Wysokie Obcasy". Efektami konkurusu było: dwie publikacje na temat akcji i feminatywów, dyskusja na łamach internetowego wydania„Wysokich Obcasów" oraz na stronie fundacji. Efektem długofalowym było zmienienie świadomości dziennikarzy WO i GW. Używają coraz częściej żeńskich końcówek w wyrazach, tym samym przyspieszając popularyzację feminatywów w dyskursie dziennikarskim i społecznym.
http://www.feminoteka.pl/articles.php?cat_id=5

Zbiór praw o równym traktowaniu
Komisja Europejska

Materiał poświęcony zagadnieniu równości w kontekście obowiązujących praw. W publikacji znajduje się chronologia tworzenia praw, które chronią i zapewniają równościowe traktowanie

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

każdej osobie. W pierwszej częśći znajdziemy szerokie omówienie ustawodastwa równościowego z właściwą interpretacją, w drugiej części prawne zabezpieczenie tolerancji. Publikacja jest dostępna bezpłatnie zarówno w wersji papierowej, jak i elektronicznej, główną zaletą tej praktyki jest popularyzacja narzędzi prawnych polityki równości płci w Unii Europejskiej.
http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/case-law-compilation_en.pdf

Warsztaty „Redakcja Równości"
Fundacja Przestrzenie Dialogu i Fundacja im. Friedricha Eberta

Warsztaty były skierowane do przedstawicieli i przedstawicielek mediów. Celem projektu było wyposażenie grupy osób reprezentujących środowisko mediów lokalnych w niezbędną wiedzę, umiejętności i narzędzia do wdrażania wzorców promujących równość, przeciwdziałających dyskryminacji. Warsztaty składały się z działań praktycznych: uczestniczki i uczestnicy mieli wyszukać przykłady standardów równościowych w mediach oraz stworzyć giełdę tematów równościowych i antydyskryminacyjnych. Prowadzące zajęcia uczyły, jak kształtować równościowe wizerunki różnych grup społecznych.
http://www.przestrzeniedialogu.org/viewpage.php?page_id=11

Projekt „Koedukacyjna armia"
Resort ON, Fundacja Partners Polska

Inicjatywa miała na celu edukację znoszącą stereotypy dotyczące postrzeganie kobiet i ich roli w wojsku. Projekt obejmował warsztaty z zakresu profilaktyki patologii w relacjach międzyludzkich – molestowanie seksualne, mobbing; przeciwdziałanie stereotypom w postrzeganiu funkcjonowania społecznego kobiet i mężczyzn, a wśród nich osób homoseksualnych oraz praktyczne wskazówki dla dowódców i wychowawców w zakresie rozwiązywania problemów wynikających z koedukacyjnych warunków szkolenia wojskowego.
http://www.fpp.org.pl/upload/files/koedukacyjna_armia.pdf

Za różnorodnością, przeciw dyskryminacji

Komisja Europejska

Kampania poświęcona działaniom antydyskryminacyjnym w Unii Europejskiej. Na stronie internetowej akcji znajduje się bogata baza materiałów informacyjnych i promocyjnych, relacje ze zrealizowanych działań: inicjatywy integrujące społeczności lokalne, opracowane badania opinii publicznej oraz rekomendacje zmian. Kwestia dyskryminacji jest opracowana kompleksowo, każdemu zagadnieniu poświęcone są właściwe konspekty, podstawy prawne.
http://ec.europa.eu/justice/fdad/cms/stopdiscrimination?langid=pl

DOLNY ŚLĄSK
ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO
FG

GENDER
Dolnośląska Akademia

Fundacja „Grejpfrut” już dwa lata orzeźwia społeczeństwo

Organizacja powstała w 2009 roku, dotychczas zrealizowała inicjatywy społeczne i obywatelskie, działania z ludźmi i dla ludzi. Fundacja Grejpfrut za zadanie obrała sobie zbudowanie spójnego, aktywnego i tolerancyjnego społeczeństwa lokalnego – ponad wszelkimi podziałami, stereotypami. Podejmowane inicjatywy mają na celu zachęcić ludzi do wspólnej pracy, aby osiągnąć wyznaczony cel i ten cel utrzymać.

W swoich planach priorytetowo traktujemy inicjatywy na rzecz budowania społeczeństwa obywatelskiego, działania strażnicze oraz popularyzujące ideę równości szans. Inwestujemy w rozwój mieszkańców regionu, żeby wzmocnić potencjał kapitału ludzkiego. Jesteśmy otwarci na pomysły społeczności lokalnej, służymy pomocą w realizacji potrzebnych inicjatyw.

Więcej informacji na stronie: www.fundacjagrejpfrut.orgs.pl oraz www.gender.orgs.pl

DOLNY ŚLĄSK

ZREALIZOWANO PRZY WSPARCIU FINANSOWYM
SAMORZĄDU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO

FG