

**JAK ROZWIJAĆ
PODMIOTOWOŚĆ KOBIET
W WIELKOPOLSCE ?**



Samorząd terytorialny i organizacje pozarządowe to jednostki i instytucje, które mają właśnie za zadanie wyciągnąć kobiety z domu i podnieść ich poziom własnego poczucia wartości, kompetencji, a w konsekwencji oddziaływać na poczucie podmiotowości.

/uczestniczka projektu „Wielkopolanki na start!” - wypowiedź podczas wywiadu /

Fundacja NIWA Edukacji i Rozwoju

Poznań 2012

Copyright by:
Fundacja NIWA Edukacji i Rozwoju 2012

Publikacja opracowana pod redakcją Ewy Gałka przez Zespół w składzie:
Monika Przybylak
Maria Kopaszewska
Joanna Ludwiczak
Justyna Schaefer - Kurkowiak

Konsultacja: Marcin Wojtkowiak
Korekta: Maria Gałka

Oprawa graficzna: Sławomir Waszak
Druk: Zakład Aktywności Zawodowej „Promyk”,
ul. Jarocińska 35A, 63-210 Żerków






Publikacja wydana w ramach projektu „Wielkopolanki na start!”,
dystrybuowana jest bezpłatnie.



Publikacja dofinansowana ze środków
Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich



SPIS TREŚCI

	WPROWADZENIE	6
	CZĘŚĆ PIERWSZA – Podmiotowość - Rozwój osobisty	8
	CZĘŚĆ DRUGA – Podmiotowość - Aktywność społeczna	20
	WYDARZENIA LOKALNE - Praktyka działań lokalnych	38
	PODSUMOWANIE – Szanse na zwiększenie podmiotowości	40



Miła Czytelniczko, miły Czytelniku!

Trzymasz właśnie w rękach wyniki poszukiwań, prowadzonych w ciągu ostatniego roku przez zespół Fundacji NIWA Edukacji i Rozwoju. Celem badań było poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, jak wspierać podmiotowość kobiet w działaniach społecznych. Pytanie to zrodziło się z uważnej obserwacji życia obywatelskiego. Zauważyliśmy bowiem, że wiele kobiet aktywnych społecznie znacznie rzadziej włącza się w zarządzanie tymi przedsięwzięciami i nie przejmuje za nie odpowiedzialności.

Zaplanowaliśmy i zrealizowaliśmy więc roczny projekt, którego istotą było wsparcie Wielkopolanek w umacnianiu ich pozycji społecznej w lokalnych organizacjach i instytucjach (głównie w fundacjach i stowarzyszeniach) oraz zwiększenie ich umiejętności i doświadczenia w działaniach na rzecz społeczności lokalnej. Przedsięwzięcie składało się z promocji aktywności społecznej kobiet na łamach lokalnej i regionalnej prasy, organizacji Wydarzeń lokalnych z udziałem Wielkopolanek w Czarnkowie, Wronkach, Rawiczu i Pleszewie, przede wszystkim zaś diagnozy barier i potrzeb w zakresie podmiotowości społecznej wraz z rekomendacjami. Działania podejmowane były w okresie: maj 2011 – kwiecień 2012. Projekt współfinansowany był ze środków Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich.

Każda osoba i każda instytucja ma wpływ na wzmacnianie faktycznej roli kobiet w życiu społeczno-gospodarczym. Aby zwiększyć skuteczność działań na rzecz podmiotowości kobiet, trzeba poznać istotę i źródła podmiotowości. W tym celu zachęcamy do zapoznania się z wynikami badań, przeprowadzonych w okresie: sierpień – grudzień 2011 roku w Wielkopolsce i rekomendacjami w zakresie wspierania podmiotowości społecznej kobiet, przygotowanych właśnie z myślą o przedstawicielach organizacji pozarządowych i samorządów lokalnych.

Raport skupia się przede wszystkim na aktywności społecznej, w mniejszym stopniu dotyczy takich sfer, jak aktywność zawodowa czy polityczna. To tematy na kolejne badania i analizy. Jesteśmy przekonani, że zwrócenie uwagi na bariery i potrzeby kobiet w zakresie ich aktywności społecznej przyczyni się do jeszcze lepszego wykorzystania ich potencjału i zwiększenia działań w zakresie rozwoju lokalnego.

Zespół Fundacji NIWA Edukacji i Rozwoju

WPROWADZENIE

Podmiotowość społeczna, czyli co?

Podmiotowość rozumiana jest jako zdolność jednostki do wywierania wpływu na strukturę społeczną, współuczestnictwo w życiu społecznym i publicznym, aktywne podejmowanie działań. Pojęcia wiążące się z podmiotowością to autonomia, kreatywność, wolność, dezalienacja, nieuleganie manipulacji.

Podmiotowość dotyczy różnych obszarów. Najczęściej rozpatrywana jest (co potwierdzają przeprowadzone w Wielkopolsce badania) w kontekście **ROZWOJU OSOBISTEGO** oraz **AKTYWNOŚCI SPOŁECZNEJ**. Zdaniem badanych ten pierwszy rozumiany jest jako „możliwość zachowania niezależności, podejmowanie decyzji, prawo do własnego zdania i podążanie własną drogą, ale też odnosi się do kwestii związanych z życiem rodzinnym. Podmiotowość w takim rozumieniu dotyczy również obszaru zawodowego i rozumiana jest jako kształtowanie swojego stanowiska pracy, kariery zawodowej, negocjowanie z pracodawcą, możliwość rozwoju zainteresowań, podejmowanie zadań, obowiązków właśnie z tego zakresu.

Aktywność społeczna zaś przejawia się w pracowitości, inicjowaniu i realizacji działań na rzecz lokalnych społeczności, mieszkańców i współuczestnictwa w życiu publicznym.

Podmiotowość społeczna to pomysł na siebie i swoje działania, swoista proaktywność, samorealizacja. Ważne jest, aby w przypadku, gdy nie wpuszczają drzwiami wejść oknem lub drugimi drzwiami.

/uczestniczka projektu „Wielkopolanki na start!” - wypowiedź podczas wywiadu/



Jakie są największe bariery w aktywności społecznej?

Kobiety, w szczególności mieszkające na obszarach wiejskich, często napotykają na bariery swojej aktywności społecznej, co potwierdzają dostępne źródła nt. sytuacji społeczno-zawodowej kobiet. Także w przeprowadzonych w Wielkopolsce badaniach można zauważyć i wyodrębnić wiele przeszkód. Pierwszą z nich są bariery **OBYCZAJOWO-ŚRODOWISKOWE**, związane z mentalnością lokalnych społeczności: obojętność, a niekiedy niechęć i zamierzony brak wsparcia ze strony mieszkańców, idący w parze ze stereotypowym myśleniem nt. ról przypisanych kobietom i mężczyznom. W dalszej kolejności należy wyodrębnić bariery **EKONOMICZNE** - czyli brak środków na działania społeczne i związane z tym ograniczenia **WIEDZOWE**, gdzie i jak je (pieniądze) pozyskiwać, by działać. Niewielkie poparcie dla aktywności społecznej w gminach czy powiatach, a niekiedy nawet całkowite zorientowanie na rozwój infrastruktury, nie zaś na oddolne inicjatywy społeczności lokalnych - to bariery związane **Z POSTAWĄ WŁADZ LOKALNYCH**. Wreszcie przyczyną małego zaangażowania kobiet w sprawy społeczne jest nadmierne **OBciążENIE OBOWIĄZKAMI** rodzinnymi i zawodowymi oraz niewystarczające wsparcie ze strony najbliższych (rodzin, partnerów, przyjaciół itp.)¹.

Jak wspierać podmiotowość kobiet?

Odnosząc się do tak ogólnie rozumianych barier, można zidentyfikować wiele możliwych działań, które należy podjąć. Wśród nich są w szczególności te, które mogą zainicjować i rozwijać przedstawiciele organizacji pozarządowych i samorządu terytorialnego. Niniejsza Publikacja dostarcza uporządkowanych tematycznie, praktycznych porad dla zainteresowanych przedstawicieli obu sektorów.

Należy jednak pamiętać, że wszystkie działania osiągną zamierzony skutek tylko wtedy, gdy będą się nawzajem uzupełniać. Przy wspólnych działaniach jest szansa, zgodnie z zasadą synergii, na osiągnięcie znacznie większych efektów.

1) Na podstawie D. Walczak-Duraj, Podstawowe sfery potencjalnego uczestnictwa kobiet wiejskich w życiu społeczno-politycznym [w:] Diagnostyka sytuacji społeczno-zawodowej kobiet wiejskich w Polsce, red. J. Krzyszkowski, MPiPS, Warszawa 2008;

CZĘŚĆ PIERWSZA
PODMIOTOWOŚĆ – ROZWÓJ OSOBISTY





Kobiety działające w organizacjach pozarządowych są dla mnie niesamowitym źródłem wiedzy i inspiracji. Z podziwem obserwuję, jak umiejętnie godzą pracę zawodową i działalność społeczną z życiem prywatnym. Staram się uczyć od nich pasji i zaangażowania. Dziwię się tylko, dlaczego tak mało z nich znajduje się w zarządach organizacji, nie wierzy w swoje umiejętności i siłę sprawczą. Projekt „Wielkopolanki na start!” daje jednak nadzieję, że ta tendencja może się wkrótce obrócić.

Justyna Schaefer – Kurkowiak
Prezesa Zarządu
Fundacji NIWA Edukacji i Rozwoju

RÓWNOŚĆ A FINANSE

„Mężczyzna i kobieta zostali stworzeni jako równi sobie: oboje są moralnymi i odpowiedzialnymi istotami i cokolwiek jest prawem do zrobienia czegoś, a co dotyczy mężczyzny, jest także prawem kobiety (...) jakże ohydną i antychrześcijańską tezą jest doktryna mówiąca, że kobieta jest zależna od mężczyzny”.¹

Aby przeciętna Europejka w 2011 roku mogła zarobić tyle, co przeciętny europejski mężczyzna, musiałaby skończyć pracę nie 31 grudnia 2011 roku a 5 marca 2012 roku. Dzień ten w związku z tym został przez Komisję Europejską ogłoszony Europejskim Dniem Równości Wynagrodzeń. Kobiety w Unii Europejskiej zarabiają statystycznie 17% mniej niż mężczyźni. Polska na tle innych krajów unijnych wypada zaskakująco nieźle, z różnicą sięgającą 9,5%. Nie jest to jednak powodem do zadowolenia. Jeśli bowiem spojrzymy na wynagrodzenia konkretnych osób, kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach, im są one wyższe, tym różnica wynagrodzeń przy tych samych kompetencjach jest coraz większa. Członkinie zarządów spółek giełdowych uzyskują zarobki niewiele ponad połowę wyższe (57%, Sedlak & Sedlak) niż mężczyźni. Trend jest na szczęście pozytywny a różnice w płacach systematycznie się zmniejszają. Dzieje się to w szczególności z udziałem przedsiębiorstw, które w ramach swoich działań społecznie odpowiedzialnych wdrażają politykę zarządzania różnorodnością. W ramach niej przygotowują specjalne regulaminy wynagradzania na bazie kompetencji, awansują kobiety na równi z mężczyznami. To zdecydowanie dobry krok w kierunku równego wynagradzania za tę samą pracę.

Ewa Gałka

1) Sarah Grimké, Listy o równości płci i położeniu kobiet, 1833 r.;



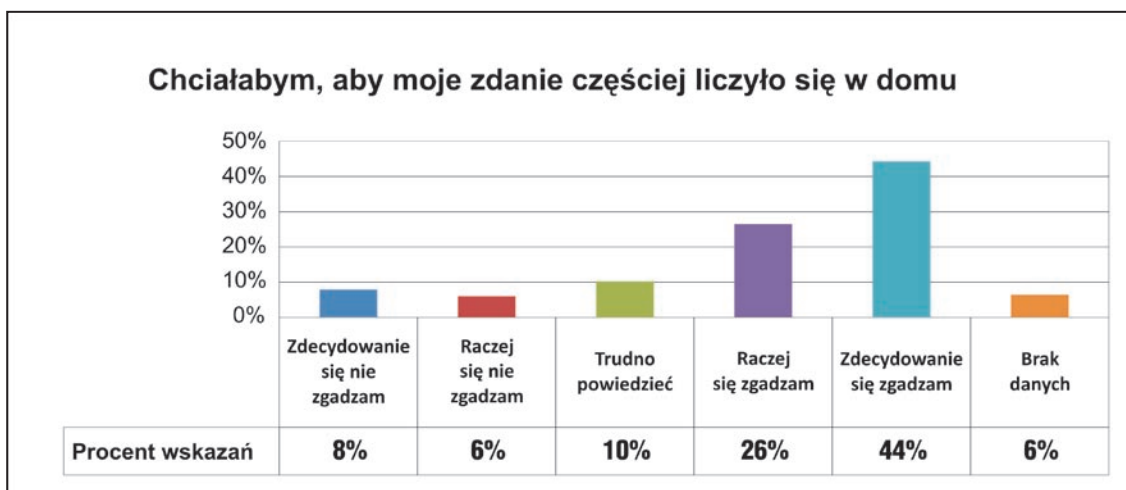
WYZWANIE 1. Zwiększenie działań na rzecz wyrównywania szans kobiet i mężczyzn

Dlaczego?

Spektrum trudności, jakie w kwestii zwiększenia działań na rzecz wyrównywania szans kobiet i mężczyzn dotyczą kobiet jest bardzo szerokie i nie sposób wymienić ich wszystkich. Wyniki badań najczęściej wskazują jednak na fakt (uważa tak 57% kobiet), że wciąż jeszcze istnieją stereotypy ról płciowych – tradycyjny podział obowiązków między kobietą a mężczyzną, niosący za sobą konsekwencje negatywnego postrzegania kobiet aktywnych społecznie. Szczególnie zauważalny jest on na terenach wiejskich, a podkreślany, np. przez media, które kreują przedmiotowy wizerunek kobiet w reklamach i przez podręczniki szkolne, które utrwalają stereotypy w swych przekazach skierowanych do dzieci.

72% badanych kobiet zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że zarówno kobiety jak i mężczyźni powinni mieć wpływ na to, co się dzieje w ich domach, w pracy, w miejscu, w którym mieszkają. 76% kobiet uczestniczy w podejmowaniu decyzji, które dotyczą ich rodzin, jednak jednocześnie aż 70% badanych kobiet chciałoby, aby w sprawach rodzinnych częściej pod uwagę było brane ich zdanie (w szczególności odnosi się to do kobiet wiejskich).

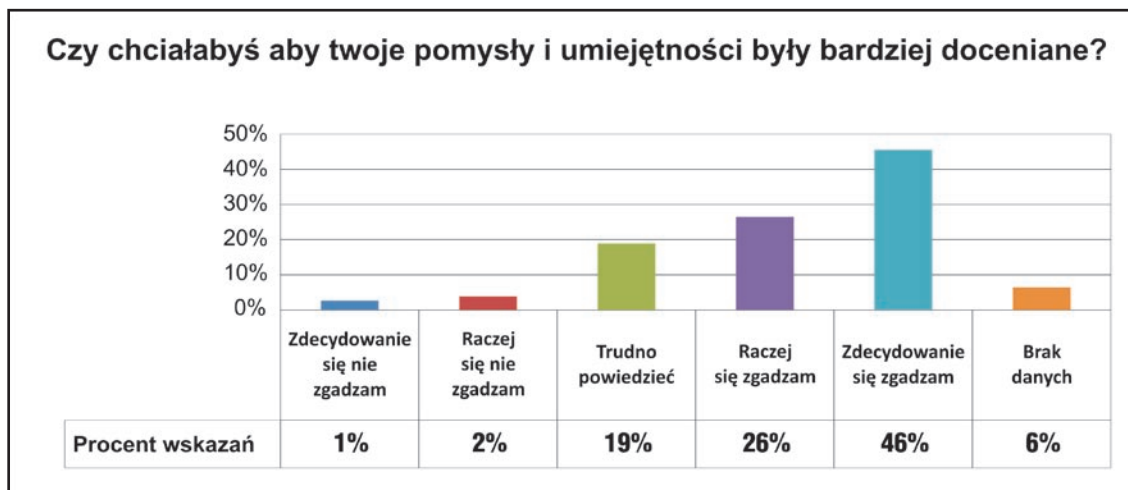
Wykres 1. Wpływ kobiet na podejmowanie decyzji w środowisku domowym,



64% badanych kobiet uznaje, że może realizować się w pracy zawodowej i ma wpływ na to, co robi, jednocześnie **72% badanych chciałoby, żeby ich pomysły i umiejętności były bardziej zauważane w pracy.**

Jak pokazały wyniki badania, kobiety pracujące niejednokrotnie muszą zdobyć swoją pozycję, a także „zmierzyć się ze światem mężczyzn”. Analiza miejsc pracy i poszczególnych zawodów pokazuje, że mężczyźni częściej w stosunku do kobiet zajmują stanowiska kierownicze, zasiadają w zarządach firm czy organizacji, kobiety zaś częściej są „wykonawcami”.

Wykres 2. Docenianie pomysłów kobiet i ich umiejętności w pracy



Przeciwdziałanie stereotypom i dyskryminacji, łamanie stereotypów ze względu na płeć wymaga podejmowania działań, które bezpośrednio są ukierunkowane na ich szerokie uświadomienie oraz eliminację.

Mając na uwadze wyrównywanie szans kobiet i mężczyzn, administracja publiczna powinna przede wszystkim działać na rzecz zmniejszenia różnic w wynagrodzeniach, zwiększenia liczby kobiet na stanowiskach decyzyjnych czy też zwiększenia stopy zatrudnienia kobiet w ogóle. Dotyczy to również działań, mających na celu lepsze godzenie pracy i życia zawodowego dla kobiet i mężczyzn. W tym celu niezbędne są dalsze modyfikacje obowiązujących przepisów prawnych w opiece nad dziećmi, które umożliwią kobietom uczestnictwo w rynku pracy na równi z mężczyznami (odejście od urlopów „macierzyńskich” na rzecz urlopów „rodzicielskich”), a także bardziej efektywne ich egzekwowanie.

Generalnie kwestię praw kobiet i równości płci należy rozwiązywać na szczeblu krajowym i europejskim - na szczeblach wyłącznie regionalnym i lokalnym trudno bowiem wprowadzać skuteczne rozwiązania prawne w tym zakresie. Na poziomie regionalnym i lokalnym ważne jest jednak, aby kwestie te były stale obecne w przestrzeni publicznej i w różnego typu dyskursach publicznych, ponieważ zmianom prawnym powinny ściśle towarzyszyć (a nawet je poprzedzać) także zmiany świadomościowe.

WDRAŻANIE REKOMENDACJI

Instrumenty wdrażania rekomendacji odnoszą się do poruszania tego tematu, dyskusji publicznej nt. równości szans kobiet i mężczyzn zgodnie z obowiązującym prawem przy różnych okazjach działania poszczególnych instytucji/organizacji. Ważne jest także tworzenie wzorców i zasad, które ułatwią zapewnianie stosowania zasady równych szans w praktyce.

Rekomendacje dla organizacji pozarządowych:

- zajęcia warsztatowe, szkolenia nt. równości szans kobiet i mężczyzn organizowane celowo lub przy okazji innych działań statutowych
- projekty społeczne, w tym promocyjne (uwzględniające bariery kobiet) realizowane przy wsparciu funduszy unijnych i krajowych, w szczególności Fundusz Inicjatyw Obywatelskich¹, Program Operacyjny Kapitał Ludzki².
- szkolenia i konferencje adresowane do pracodawców nt. zarządzania różnorodnością, korzyści wynikających z uwzględniania kwestii płci w polityce i praktyce działania organizacji.
- współpraca z organizacjami pozarządowymi zajmującymi się zagadnieniem równości szans, aktywnością kobiet i gender mainstreamingiem³.

1) Fundusz, którego celem jest zwiększenie udziału w realizacji zadań publicznych takich podmiotów, jak: organizacje pozarządowe czy związki wyznaniowe, prowadzące działalność pożytku publicznego; <http://fio.pozYTEK.gov.pl/> [dostęp: 5.04.2012];

2) Program Operacyjny Kapitał Ludzki jest jednym z programów operacyjnych, wdrażanych w latach 2007-2013. Środki finansowe na jego realizację pochodzą głównie z Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS). PO KL ma służyć przyspieszeniu rozwoju społeczno-gospodarczego Polski poprzez umożliwienie pełnego wykorzystania potencjału zasobów ludzkich - wzrost zatrudnienia i potencjału adaptacyjnego przedsiębiorstw i ich pracowników, poprawa stanu zdrowia osób pracujących, podniesienie poziomu wykształcenia

3) Gender mainstreaming – □



Rekomendacje dla samorządów:

- dokumenty strategiczne sejmiku wojewódzkiego, rad gmin i powiatów oraz samorządów lokalnych (Plany rozwoju lokalnego, Strategie rozwojowe, Priorytety działania), uwzględniające zapisy nt. wspierania aktywności społecznej z udziałem kobiet i jej kreowanie
- kampanie społeczne – inicjowanie lub przyłączanie się jednostek administracji publicznej do akcji, programów profilaktycznych itp. poświęconych kobietom, ich umiejętnościom i cechom
- zmiany legislacyjne, możliwe do wprowadzenia na poziomie danego samorządu terytorialnego w zakresie np. włączania kobiet do udziału w gremiach decyzyjnych czy równościowego obsadzania kluczowych stanowisk
- szkoły/podręczniki szkolne – zwrócenie uwagi, np. podczas rad pedagogicznych na wybór „równościowych” podręczników w szkołach, uświadamiających stereotypy i możliwości pełnej edukacji równościowej



Czego oczekuję od kobiet, działających społecznie? Przede wszystkim otwartości i chęci do działania. Uważam, że w kobietach jest wielki potencjał, pracujemy nad tym, aby te perełki znaleźć i pokazać innym. Postawa proaktywna sprawia, że w naszych rękach jest odpowiedzialność za to, jak nasze życie będzie wyglądało, zachęcam więc kobiety, by działały aktywnie.

**Irena Wojciechowska,
Wiceprezes Stowarzyszenia Puszcza Notecka**



KOBIETY A ZARZĄDZANIE

„Był nieświadomy bez pamięci, bez logiki, był zdeterminowany tylko popędami - to chaos. Kobieta nie ma duszy, nie ma jaźni, nie ma ideałów. Nie kryje w sobie żadnej rękojmi doskonałości, gdyż nie jest obrazem Boga. Kobieta to niedorzeczność i nicość.”¹

Panie, pomimo stereotypów i licznych trudności nie dają za wygraną. Podnoszą kwalifikacje i ciężko pracują, by osiągnąć sukces. Często angażują się znacznie bardziej niż ich koledzy. Efektem tego co trzecie kierownicze stanowisko w Polsce zajmuje już kobieta. Najczęściej kierują finansami i zasobami ludzkimi. Dyrektorkami finansowymi jest 24% „kobiet na stanowisku”, a dyrektorkami personalnymi - 17%. Jednak nie mamy jeszcze pełnego powodu do satysfakcji, kobiety nadal mają bowiem w Polsce problem z dotarciem na sam szczyt hierarchii czy z osiągnięciem pozycji liderki swojej organizacji. Funkcję prezeski firmy pełni tylko 4% kobiet. Jak podaje Grant Thornton na podstawie swoich badań daje to tylko 3% dużych i średnich firm w Polsce kierowanych przez panią prezes. W Niemczech to 13%, we Francji - 10%. Sporo jest więc jeszcze w tym obszarze do zrobienia.

Ewa Gałka

1) Otto Weininger, lata 1880 – 1903;

WYZWANIE 2. Cudze chwalicie, swego nie znacie... czyli promocja aktywności społecznej kobiet wśród społeczeństwa

Dlaczego?

Jak pokazują wyniki badania 71% kobiet angażuje się w działania społeczne realizowane w ich miejscu zamieszkania. W szczególności dotyczy to mieszkanek wsi. Same respondentki podkreślają jednak, że choć potencjał jest duży, to nie docenia się osiągnięć kobiet lub bardzo rzadko docenia się je „oficjalnie”. Kobietom podcina się skrzydła, ich pomysły są ignorowane, a same kobiety zniechęcane do podejmowania działań – zarówno przez mężczyzn jak i inne kobiety. Powodem takich sytuacji często jest mentalność Polaków, na co zwraca również uwagę jedna z uczestniczek wywiadu, mówiąc: „nie nauczyliśmy się jeszcze takiego celebrowania, cieszenia się z sukcesów wspólnych”.

Obawa kobiet przed złośliwymi uwagami/ocenami czy też negatywna ocena o osobach aktywnych nie powinny stać się powodem do zaprzestania aktywności społecznej, wręcz przeciwnie. Konieczne jest zatem wspieranie ich w aktywności w każdy możliwy sposób. W tym wypadku należy więc edukować całe społeczności lokalne, że kobiety mogą i powinny działać, doceniać ich wysiłek włożony w godzenie życia rodzinnego z aktywnością społeczną i kreatywność, zachęcając tym samym do innych działań.

Niezwykle istotna jest w tym wypadku rola mediów, które w większym stopniu powinny pokazywać kobiety sukcesu, utrwalając tym samym wizerunek aktywnych kobiet.



WDRAŻANIE REKOMENDACJI:

Rekomendacje odnoszą się do zainicjowania działań, mających na celu szeroko rozumianą edukację, uświadamianie społeczeństwa nt. korzyści wynikających z angażowania kobiet w działania społeczne.

Rekomendacje dla organizacji pozarządowych:

- kampanie społeczne, festyny, imprezy plenerowe organizowane przy okazji działań statutowych, promujące i angażujące kobiety, pokazujące ich aktywność w pozytywnym świetle
- wydawnictwa i publikacje oraz materiały informacyjne o tematyce aktywności – współfinansowane ze środków projektowych, np. Program Operacyjny Kapitał Ludzki, Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
- korzyści, wynikające z aktywności kobiet na poziomie jednostki, rodziny i społeczności, prezentowane przy okazji różnego rodzaju działań

Rekomendacje dla samorządów:

- wydarzenia realizowane w ramach projektów własnych samorządu, przy okazji których można promować aktywne kobiety i wpływ tej aktywności na społeczność lokalną
- dożynki, Dni gminy/powiatu/miasta i inne imprezy lokalne skierowane dla mieszkańców, w organizację których można włączać kobiety i podczas których promować ich aktywność
- Koła Gospodyń Wiejskich – wsparcie w reaktywacji, pomoc w zakładaniu stowarzyszeń, rozwijaniu aktywności społecznej
- program współpracy samorządu z organizacjami pozarządowymi zakłada uświadamianie roli i wspieranie aktywności kobiet

Warto pamiętać, że działania promocyjne powinny być podejmowane w przestrzeni publicznej, w której obecni są potencjalni odbiorcy (kobiety mężczyźni) usług (np. prasa adresowana do kobiet/mężczyzn; siłownie i kluby fitness; żłobki i przedszkola; kościół itp.)

CZĘŚĆ DRUGA

PODMIOTOWOŚĆ – AKTYWNOŚĆ SPOŁECZNA





Pracując jako animatorka w społecznościach lokalnych przekonałam się, jak wiele ciekawych inicjatyw realizowanych jest właśnie dzięki zaangażowaniu kobiet. Czasami inspirują je mieszkańcy, którzy chcą zrobić coś więcej na rzecz swojej wsi, innym razem dzieci, które nie mają pomysłu na zagospodarowanie czasu wolnego po szkole. Powodów, by działać, mają wiele. Zachęcam wszystkich, by rozejrzeli się wokół siebie i tym samym odkrywali drzemiące w kobietach pokłady energii.

Monika Przybylak
- koordynatorka projektu
„Wielkopolanki na start!”

SZKLANY SUFIT

„Obowiązki solidarności społecznej i miłości kraju narzucamy kobiecie tak jak mężczyźnie, żądamy od niej, aby na równi z tym ostatnim rozumiała potrzeby epoki i w zakresie sobie właściwym zadość im czyniła (...); lecz skutkiem niewytłumaczonej sprzeczności, gdy mężczyznę obdarzamy zasobem praw obywatelskich, kobietę z nich całkiem wyzuwamy (...) nie wcielamy jej, jako organu myślącego, czującego i działającego w zbiorowe ciało”.¹

Wydaje się, że największą aktywność kobiet można zauważyć w działalności obywatelskiej, społecznej oraz samorządowej. W organizacjach pozarządowych czy radach gminnych i powiatowych pod kątem partycypacji kobiet jest bowiem nieco lepiej niż w zarządach firm. Swój udział z pewnością w tym ma znacznie niższy prestiż oraz korzyści materialne, wynikające z angażowania się w tego typu aktywności. Działaczki pozarządowe, poza Ochotniczymi Strażami Pożarnymi, stanowią ponad 60% członków organizacji społecznych. Proporcje odwracają się niestety, jeśli spojrzymy na statystyki dotyczące liczby kobiet i mężczyzn, piastujących stanowiska w ramach zarządów stowarzyszeń i fundacji. Mężczyźni stanowią w nich bowiem aż ok. 60% składu.

Podobnie w samorządzie panie są absolutnie niedoreprezentowane. Na podstawie biuletynów informacji publicznej oraz stron urzędów gmin tylko ok. 30% sołtysów i 20% radnych to panie. A im wyżej w hierarchii, tym jest jeszcze gorzej. Kobiet wójtów jest 10 procent, zaś kobiet prezydentów miast w całej Polsce jest zaledwie kilka. Żadna kobieta nie zasiada na stanowisku marszałka województwa. Wprowadzona kwota 30% pań na listach wyborczych, jak pokazują chociażby ostatnie wybory, nie pomoże rozwiązać problemu. A może to wina stereotypów?

Ewa Gałka

1) Edward Prądzyński, 1875 r.;

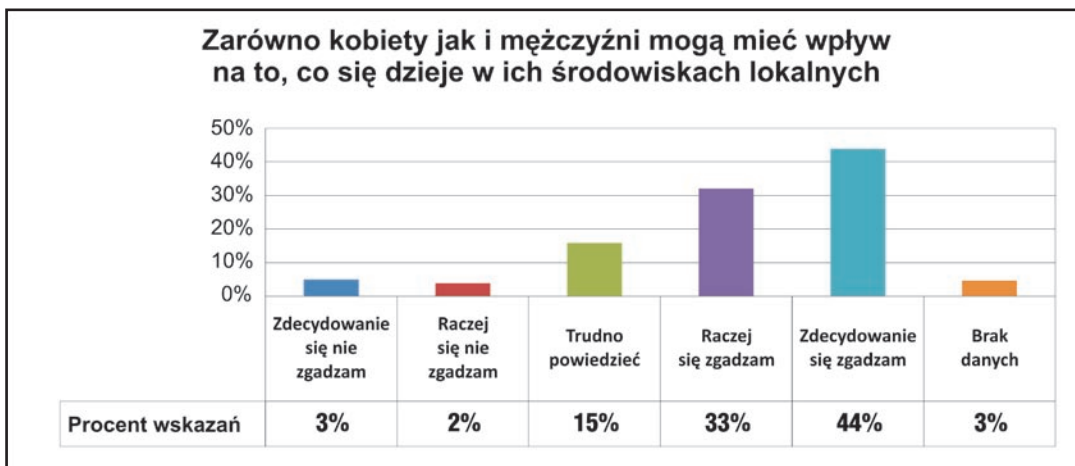


WYZWANIE 1. Wsparcie szkoleniowo - doradczo - informacyjne

Dlaczego?

Przeprowadzone badania, choć podkreślają bariery w aktywności społecznej kobiet, to jednak wskazują na olbrzymi ich potencjał, który wykorzystany, może przynieść korzyści społecznościom lokalnym. 62% kobiet uznaje, że potrafi mobilizować ludzi do działania, 87% deklaruje, że są gotowe do tego, by pomagać i zrobić coś dla potrzebujących, a 77%, że chciałoby mieć wpływ na to, co się dzieje w ich miejscu zamieszkania. Jednocześnie jednak te same badane (74%) wskazują na niewiedzę w zakresie pozyskiwania środków, której konsekwencją jest ich brak i zanikanie ciekawych pomysłów. 54% badanych Wielkopolanek deklaruje ponadto niewiedzę w zakresie tego, jak działać społecznie, 46% podkreśla swój brak kompetencji i doświadczenia.

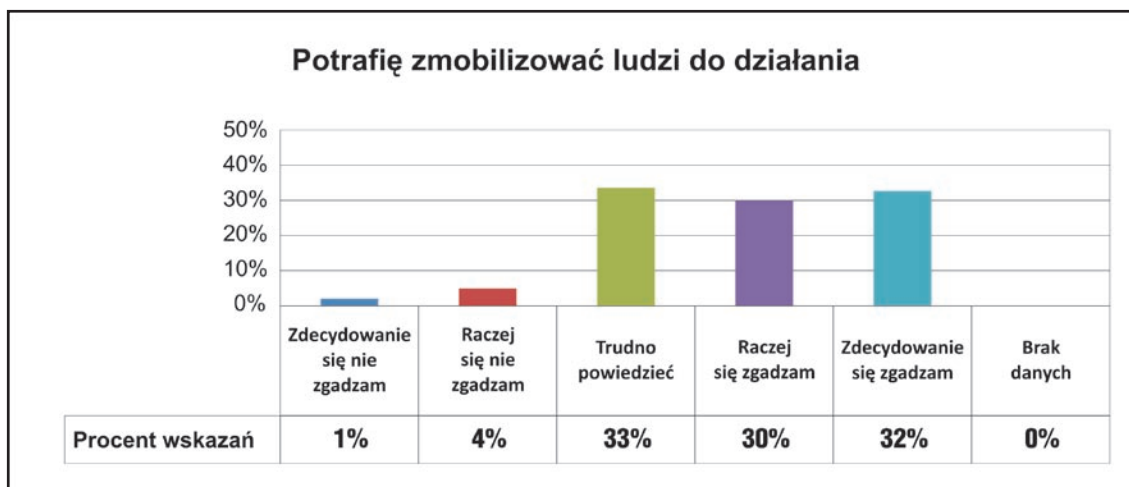
Wykres 3. Wpływ kobiet na to, co dzieje się w ich miejscu zamieszkania



Zarówno organizacje pozarządowe jak też jednostki samorządowe powinny zdaniem Wielkopolanek odpowiadać na potrzeby kobiet (wiedzy nt. tego, jak pozyskiwać środki na działania społeczne – 91 wskazań; wiedzy nt. tego, jak mogą działać kobiety aktywne - 60 wskazań, wiedzy i umiejętności, jak aktywizować ludzi do działania – 54 wskazania na 164 kobiet badanych) i dostarczać im wiedzy głównie z tego zakresu.

Badania wskazują, że kobiety chcą mieć wpływ na wszelkie inicjatywy, podejmowane w ich miejscu zamieszkania. Nie zawsze jednak wiedzą, kto może je wesprzeć w realizacji przedsięwzięcia. Takim partnerem może być lokalne stowarzyszenie czy fundacja. I tu znów pojawia się trudność, związana z docieraniem do organizacji pozarządowych, które dbają o sprawy kobiet wiejskich¹. Warto zwrócić uwagę, że mimo stosunkowo słabej znajomości zagadnienia, badane stwierdzały potrzebę istnienia takich podmiotów.

Wykres 4. Umiejętności kobiet w zakresie mobilizowania ludzi do działania



WDRAŻANIE REKOMENDACJI:

Sposoby wdrażania odnoszą się do zainicjowania systemowych działań w zakresie przekazywania informacji i wiedzy, jak działać społecznie. W działania te powinny być włączone samorządy, organizacje pozarządowe, służby doradztwa rolniczego, izby rolnicze, lokalne grupy działania itp.

1) Furgal E., Sarata N., Kobiety



Rekomendacje dla organizacji pozarządowych:

- szkolenia, punkty informacyjne, doradztwo w zakresie aktywności społecznej, możliwe do sfinansowania w ramach funduszy krajowych i europejskich nt. animacji społecznej, diagnozy potrzeb, mobilizowania ludzi do działania, zakładania stowarzyszeń itp. powinno uwzględniać kwestię płci
- kampanie społeczne nt. możliwości działań społecznych skierowane do kobiet
- przygotowanie/dystrybucja materiałów i publikacji nt. zaangażowania społecznego kobiet
- partnerskie projekty, np. Program Aktywności Lokalnej z OPS w zakresie działań środowiskowych z udziałem kobiet
- organizacje kobiece zapraszane jako partner do współpracy
- punkty informacyjne w zakresie aktywności społecznej, uwzględniające kwestię płci
- wykaz szkoleń, źródeł informacji dostępny/dystrybuowany na imprezach lokalnych, w miejscach z udziałem kobiet
- tablice ogłoszeń i strony WWW z informacjami, skierowanymi do zainteresowanych działaniami kobiet

Rekomendacje dla samorządów:

- punkt lub dyżur doradczy dla organizacji pozarządowych, grup nieformalnych, świadczący wsparcie w zakresie planowania i realizacji inicjatyw społecznych przez kobiety
- biuletyny samorządowe z informacją/działem poświęconym wiedzy nt. funduszy, dostępnych środków samorządowych, możliwych do wykorzystania przez kobiety
- wykaz lokalnych punktów informacyjnych, organizacji udzielających wsparcia, dostępny i promowany w samorządzie na stronie WWW, na tablicach ogłoszeń itp.
- pełnomocnik - osoba odpowiedzialna za współpracę z NGO w urzędach, zaangażowana we wskazywanie możliwych źródeł finansowania, organizację szkoleń, spotkań dla społeczności lokalnych z udziałem kobiet jako liderek
- zaangażowanie jednostek pomocniczych, takich jak Domy Kultury, Ośrodki Pomocy Społecznej we włączanie kobiet i dostarczanie im wiedzy



Zauważam, że kobiety bardziej interesują się życiem społecznym w małych miejscowościach/wsiach. Utrudniony dostęp do dóbr kultury, brak alternatywnych form spędzania czasu wolnego zarówno dla dzieci jak też dorosłych - to główne przyczyny angażowania się w życie społeczne. Dużym atutem kobiet jest chęć pokazania, iż mogą zrobić coś dobrego, pożytecznego dla innych oraz zaspokoić własne ambicje i zainteresowania.

**Władysława Czajkowska,
Dyrektor Ośrodka Pomocy Społecznej w Rawiczu**

ZAWÓD A PŁEĆ

„Samotna kobieta jest istotą społecznie niekompletną, nawet jeśli zarabia na własne utrzymanie. Jeśli chce otrzymać pełną godność osoby i uzyskać pełnię praw, musi nosić obrączkę ślubną”.¹

Z danych serwisu rekrutacyjnego Szybkopraca.pl wynika, że pracodawcy najczęściej chcą współpracować z kobietami, jeśli poszukują osób na stanowisko kosmetyczki, sekretarki/asystentki, pielęgniarki, nauczycielki, opiekunki i gosposi. To zdecydowanie jedno z najmniej płatnych zawodów. Przeciętne wynagrodzenie kobiet, pracujących w tych zawodach w stosunku do ich małżonków i partnerów jest o 23% niższe. Na szczęście coraz więcej wykształconych kobiet z sukcesem reprezentuje ciekawe branże. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego obecnie więcej kobiet pracuje w sektorze prywatnym (66 proc.) niż publicznym (34 proc.). Najbardziej sfeminizowaną branżą jest edukacja, w której 78% stanowią kobiety i opieka zdrowotna oraz pomoc społeczna, gdzie odpowiedni współczynnik wynosi 82%.

Ewa Gałka

1) Simone de Beauvoir, 1948 r.;

WYZWANIE 2. Aktywne kobiety są wśród nas, czyli promocja dobrych praktyk

Dlaczego?

O deklarowanym w sposób pośredni poczuciu podmiotowości wśród badanych kobiet świadczy fakt, iż 76% kobiet twierdzi, że wokół nich jest wiele aktywnych kobiet, których zaangażowanie warte jest uwagi, podobnie jak same inicjatywy, których organizacje się podejmują. Niejednokrotnie jednak podkreślano, że oprócz istotnej wiedzy, jak działać, konieczne jest także pokazanie praktycznych przykładów – przykładów innych aktywnych społecznie kobiet.

Jak wynika z badań, możliwość zaobserwowania przykładów innych sołtysek, przedstawicielek Kół Gospodyń Wiejskich, liderek wiejskich czy też parlamentarzystek, radnych itp. pozytywnie wpłynęłyby na uświadomienie kobietom drzemiącego w nich potencjału (60% odpowiedzi) i zwiększyła ich odwagę w podejmowaniu działań.

Kluczowe wydaje się w tym kontekście kreowanie i wspieranie liderek lokalnych, które stanowią bardzo często główny czynnik powodzenia określonych przedsięwzięć czy społecznej aktywności w ogóle. Warto więc pamiętać o tym, że promocja dobrych praktyk w zakresie aktywności społecznej to również nagroda i docenienie samych kobiet, tym samym zaś zachęta i mobilizacja do dalszych działań.

Należy więc szeroko pokazywać dobre praktyki - przykłady kobiet, działających aktywnie w sferze społecznej i publicznej, które powinny stanowić wzór do naśladowania, a jednocześnie główny motyw szerszej kampanii społecznej, wpływającej na zmiany świadomościowe zarówno u kobiet jak i mężczyzn. Ogromne znaczenie mają w tym zakresie media, które pokazując kobiety sukcesu, utrwalają wizerunek aktywnych kobiet.



WDRAŻANIE REKOMENDACJI:

Rekomendacje odnoszą się do promowania dobrych praktyk, czyli pokazywania przykładów aktywnie działających kobiet jako inspiracji dla innych pań.

Rekomendacje dla organizacji pozarządowych:

- szkolenia, konferencje poświęcone prezentacji sylwetek liderek społeczności lokalnych, radnych, prezesek itp.
- projekty społeczne skupione na zbieraniu i promowaniu dobrych praktyk aktywności kobiet, sfinansowane ze źródeł krajowych i unijnych
- publikacje, broszury, artykuły nt. dobrych praktyk w zakresie aktywności kobiet
- badania na temat aktywności i aktywizacji kobiet
- akcje społeczne (pikniki, zabawy) zamiana ról, np. „panie proszą panów”

Rekomendacje dla samorządów:

- wykorzystanie zasobów gminy, np. stworzenie miejsca spotkań dla kobiet
- biuletyny gminne, zakładki na stronach WWW – poświęcone przykładowym działaniom z udziałem kobiet oraz znanym kobietom gminy obecnym i historycznym
- cykliczne plebiscyty/konkursy, mające na celu wyłonienie najciekawszych, najskuteczniejszych aktywności, inicjatyw kobiet, samych liderek



Wspólny cel jest jednym z głównych czynników powodzenia działań społecznych. Domena Kobiet skupia dziewczyny aktywne, pełne pomysłów, chętne do podejmowania wyzwań, które chcą dzielić się swoim zapałem z innymi, działać dla innych i cieszyć się ze swoich sukcesów. Domena daje nam możliwość zaspokajania naszych potrzeb, realizowania naszych ambicji. Każda z nas znajduje tu coś dla siebie i to nas łączy!

**Agnieszka Jachimczyk,
współzałożycielka i działaczka nieformalnej
Grupy Domena Kobiet z Czarnkowa**



ELASTYCZNY CZAS PRACY

„Kobieta rodzi się jako istota wolna i pozostaje równa mężczyźnie we wszystkich prawach (...). Swoboda wyrażania myśli i poglądów jest jednym z najważniejszych praw kobiet (...). Kobieta i mężczyzna wnoszą równy wkład w utrzymanie organów bezpieczeństwa publicznego i wydatki administracyjne (...) i z tego tytułu powinna mieć prawo do części w rozdziale stanowisk, urzędów, posad, honorów i zawodów”.¹

Statystycznie w pracy spędzamy przeciętnie 42,4 godzin tygodniowo, przy czym dla kobiet liczba ta wynosi 40,4 godz. Mężczyźni pracują więc niemal o 4 godziny dłużej (44 godz. tygodniowo). Co znamienne - 11,2% zatrudnionych w naszym kraju kobiet pracuje w niepełnym wymiarze godzin, jak wynika z danych Eurostatu. Odsetek wśród mężczyzn jest dwukrotnie niższy. Do głównych przyczyn podejmowania pracy w niepełnym wymiarze godzin należy trudność w znalezieniu pełnoetatowej posady, opieka nad dziećmi lub osobami starszymi oraz kontynuacja nauki. Takie rozwiązania pozwalają z jednej strony kobiecie być matką a z drugiej pełnić role społeczne i zawodowe. Często łączenie tych zadań jest niezwykle wyzwaniem i wymaga ogromnej organizacji pracy. Coraz częściej doceniają to pracodawcy.

Ewa Gałka

1) Olimpie de Gouges 1791 r.;

WYZWANIE 3. Kompleksowe wsparcie, czyli edukacja otoczenia kobiet (rodzinnego, zawodowego itp.)

Dlaczego?

Wcześniejsze rozważania ukazują skalę obciążenia kobiet, w szczególności wiejskich, obowiązkami związanymi z opieką nad członkami rodziny i prowadzeniem gospodarstwa domowego, a także pracą zawodową. W tej sytuacji nie może dziwić deklaracja większości badanych (82%) kobiet, które skarżą się na brak czasu wolnego, który potencjalnie mogłyby wykorzystać na działania społeczne. Tym bardziej wyraźniej rzuca się w oczy fakt, że 42% badanych deklaruje małe wsparcie ze strony bliskich: rodziny, przyjaciół a także, co ciekawe, innych kobiet – 40%.

Kobiety, chcące działać aktywnie bez względu na wiek (uważa tak 47% badanych) potrzebują wsparcia ze strony najbliższego otoczenia. Dzielenie się obowiązkami między partnerami, pomoc w opiece nad dziećmi wiąże się z potrzebą wsparcia dla samych mężczyzn, aby potrafili odnaleźć się w nowej sytuacji. Nie można w tym kontekście zapominać także o wsparciu ze strony innych grup – np. rodziny, współpracowników, przyjaciół czy społeczności lokalnej, które mają znaczący wpływ na kształtowanie się poczucia podmiotowości wśród kobiet. Ważne jest, by z jednej strony podkreślać wagę ich zaangażowania w działalność społeczną kobiet, z drugiej zaś stwarzać warunki do wspierania.



WDRAŻANIE REKOMENDACJI:

Rekomendacje odnoszą się do edukacji osób z najbliższego otoczenia kobiet: rodziny, współpracowników, znajomych w zakresie wspierania liderki społeczności lokalnych, a także samych pań – w aspekcie godzenia życia osobistego z aktywnością społeczną.

Rekomendacje dla organizacji pozarządowych:

- szkolenia miękkie/doradztwo z zakresu asertywności, planowania działań
- wykłady dla mężczyzn - promowanie partnerstwa w podziale obowiązków
- kampania promująca aktywność kobiet – pozadomową, uwzględniająca jako odbiorców także pracodawców
- promowanie mężczyzn zaangażowanych w „sprawy domowe”
- realizacja festynów i pikników rodzinnych, podczas których prezentowane są kompetencje kobiet oraz promowane jest zaangażowanie mężczyzn w obowiązki domowe

Rekomendacje dla samorządów:

- akcje promocyjne, imprezy plenerowe skierowane dla rodzin
- rozbudowa infrastruktury społecznej: przedszkola, żłobki, kluby malucha, kawiarenki dla rodzica
- programy współpracy samorządów z organizacjami, uwzględniające działania na rzecz godzenia życia osobistego z zawodowym mężczyzną
- organizacja konkursów/plebiscytów na wspieranie aktywności kobiet oraz zaangażowanych w „sprawy domowe” mężczyzn



Z moich kilkuletnich już obserwacji wnioskuję, że najważniejszym motywatorem społecznej aktywności jest chęć samorealizacji i zaspokojenia własnych indywidualnych potrzeb (potrzeby wspólnego działania, wyrażania siebie, współdziałania w grupie a nawet towarzyskiej). Inicjatywy społeczne często zaspokajają aspiracje, których nie jesteśmy w stanie zapewnić na innym gruncie – to jest ogromna siła trzeciego sektora.

**Ewelina Grygiel,
liderka grupy nieformalnej Ja'MUA'**



Moją osobistą motywację stanowi potrzeba stworzenia wspólnoty, przestrzeni, miejsca, gdzie ja i moje dziecko będziemy mogli się rozwijać, realizować swe pomysły wspólnie z innymi rodzinami, otrzymywać wsparcie i otwierać nowe możliwości samorealizacji.

**Julia Myglias-Dera,
liderka grupy nieformalnej Ja'MUA'**



PRACA W DOMU CZY PRACA ZAROBKOWA – DWIE DROGI SAMOREALIZACJI

„Toteż nie aniołem, nie dziewicą, nie żoną, nie matką winna być kobieta, ale przede wszystkim człowiekiem i to człowiekiem pełnym. Powinna zdać sobie sprawę z tego, że sama sobie celem. I sobą przede wszystkim być powinna. Powinna żyć dla siebie, a nie dla mężczyzny ani dla dziecka. Powinna mieć własne cele, własne pragnienia, dążenia i ideały, a nie być tylko reflektorem, zwierciadłem mężczyzny. Uwierzyć w siebie samą powinna kobieta i zdać sobie ze swej wartości oraz mocy sprawę. Każdy, kto dziś chce walczyć o wyzwolenie kobiety, powinien budzić w kobiecie wiarę w jej samoistną, niezależną wartość”¹.

Z pewnością kobieta spełniona i szczęśliwa może być także tylko albo aż tak zwaną panią domu. Badania Siemieńskiej budżetu czasu na przestrzeni lat z 2006 roku wykazały, że wartość prac wykonywanych na rzecz domu wynosi średnio 231 zł/tydzień dla kobiet i 168 zł w dla mężczyzn. Warto zwrócić uwagę na to, że odpowiadając za gospodarstwo domowe, kobiety nie tylko koordynują niezliczoną liczbę spraw, ale decydują także o 2/3 wszystkich wydatków konsumpcyjnych. I choć aż czterech na dziesięciu mężczyzn twierdzi, że prowadzenie domu i wychowywanie dzieci mogłoby im przynieść tyle samo satysfakcji², co praca zawodowa, to rola kobiet w domu jest nadal kluczowa. Jednocześnie praca w domu może być dla kobiety satysfakcjonująca i dająca poczucie własnej wartości, jeśli tylko jest to rola, którą z przekonaniem chce pełnić. Nie ma znaczenia bowiem wykształcenie, zarobki, praca czy stopień angażowania się w działania prospołeczne. Ważne jest, by to, co robi, było dla niej ważne i satysfakcjonujące. Wtedy po kolei, powoli a czasem trochę szybciej wszystkie przeszkody, stojące na drodze samorealizacji kobiet uda się pokonać.

Ewa Gałka

1) Kazimiera Bujwidowa, 1907 r.;

2) Karolina Łukaszewicz, Badanie z maja 2009r., Gazeta Wyborcza 11.08.2009;

WYZWANIE 4. Zwiększenie wpływu kobiet na funkcjonowanie samorządów

Dlaczego?

Choć udział kobiet w radach gminy, sołectwach zwiększa się, to jednak w samorządzie gminnym i powiatowym oraz innych organizacjach społeczno-politycznych jest jeszcze zbyt mało kobiet na stanowiskach decyzyjnych w stosunku do ich potencjału. Jak pokazują wyniki wielkopolskich badań, zbyt mało kobiet jest wśród: wójtów, burmistrzów (117 odpowiedzi), w partiach politycznych (80), w sołectwach (44). Jak wskazały respondentki, powodem tego jest jednak nie tylko duża ilość obowiązków domowych czy zawodowych, ale także fakt, że podmiotowość kobiet w środowisku samorządowym trzeba udowadniać na każdym kroku. W samorządzie bowiem, w którym pracuje większość mężczyzn, aktywne kobiety postrzegane są negatywnie i traktowane z obawą. Jeśli kobiety już startują w wyborach czy zajmują wysokie stanowiska, muszą odnaleźć się w świecie mężczyzn oraz zdobyć odpowiednią pozycję. Dodatkowo 22% badanych deklaruje brak wsparcia ze strony tejże instytucji samorządu z jednoczesną potrzebą wyraźnego wsparcia tejże instytucji w działaniach społecznych (66 odpowiedzi).

Skutkuje to m.in. tym, że 44% badanych kobiet nie ma rozwiniętej potrzeby i umiejętności funkcjonowania w rolach takich, jak sołtyski, liderki, animatorki, radne... A to powoduje, że większość samorządów jest zarządzanych przez mężczyzn, kładących nacisk na infrastrukturę techniczną kosztem infrastruktury społecznej i rozwoju społecznego.

W celu wzrostu poczucia podmiotowości wśród Wielkopolanek i jej faktycznego przełożenia na rzeczywistość społeczno-polityczną należy zatem prowadzić szeroko zakrojone działania, promujące aktywną działalność kobiet w sferze publicznej i społecznej oraz kreowanie takiego wizerunku na poziomie lokalnym, poczynając od sołectwa poprzez gminę i powiat.

Nie bez znaczenia pozostaje fakt parytetów na listach wyborczych w okręgach, w których nie obowiązuje system jednomandatowy. Kwestia parytetów w wyborach lokalnych powinna wcześniej w sposób wyraźny zafunkcjonować w dyskursie publicznym i być przedmiotem debaty w środowiskach samorządowych. Takie działania zaowocowałyby wówczas pozytywnym wizerunkiem samorządów akceptujących i wspierających aktywność społeczną kobiet i ich udziału w życiu publicznym.



WDRAŻANIE REKOMENDACJI

Rekomendacje odnoszą się przede wszystkim do kampanii i akcji promocyjnych, pokazujących kobiety na stanowiskach decyzyjnych, które aktywnie działają. Wskazywanie przykładów może stanowić inspirację oraz chęć do podejmowania podobnych działań.

Rekomendacje dla organizacji pozarządowych:

- wskazywanie przykładów kobiet aktywnie działających i promowanie ich metod pracy
- szkolenia, doradztwo dla kobiet chcących działać aktywnie w sferze politycznej, np. szkolenia dla przyszłych kobiet – radnych
- wsparcie dla pomysłów kobiet i pomoc w ich realizacji
- prawyборы na potencjalną kandydatkę do samorządu, przeprowadzone wśród wszystkich mieszkańców zaangażowanych w NGO w danym regionie

Rekomendacje dla samorządów:

- rozbudowa infrastruktury społecznej: przedszkola, żłobki, kluby malucha, kawiarenki dla rodzica
- szkolenia/spotkania jako wsparcie w organizacji kampanii wyborczych kobiet
- kampanie społeczne, mające na celu zaangażowanie kobiet w działalność samorządową
- Programy współpracy, dokumenty strategiczne – uwzględniające w swych zapisach zwiększenie zaangażowania w życie publiczne kobiet
- fundusze krajowe i europejskie, kampanie społeczne, wydawnictwa i publikacje oraz materiały promocyjne w ramach środków Europejskiego Funduszu Społecznego i projektów realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, konferencje i seminaria organizacji zrzeszających jednostki samorządu terytorialnego
- promocja i zaproszenie kobiet do udziału w posiedzeniach Rad – Rady Sołectkiej, Rady Nauczycieli itp.
- promowanie wzorów aktywnych kobiet zajmujących stanowiska decyzyjne

WYDARZENIA LOKALNE
- **Praktyka działań lokalnych**



W ramach projektu "Wielkopolanki na start!" odbyły się cztery wydarzenia lokalne potwierdzające potencjał, umiejętności i kreatywność kobiet. Pomysłodawczyniami wydarzeń były aktywne Wielkopolanki, które pod przewodnictwem liderek aktywności społecznej zorganizowały i przeprowadziły imprezy dla społeczności lokalnych. Efekty działań aktywnych Wielkopolank prezentujemy poniżej:

Wronki - hasło przewodnie: DEKORACJE

Organizatorki: Stowarzyszenie Puszcza Notecka

Wydarzenie: Szkolenie, warsztaty zdobnictwa, targi decoupage

Rawicz (Zielona Wieś) - hasło przewodnie: ZDROWIE

Organizatorki: Stowarzyszenie Chazacy i Dyrektorka Gminnego Ośrodka Pomocy Społecznej w Rawiczu

Wydarzenie: zajęcia fitness, wykłady na temat zdrowego odżywiania

Czarnków - hasło przewodnie: SZTUKA

Organizatorki: Grupa Domena Kobiet

Wydarzenie: koncert, spektakl teatralny, targi pasji i talentów

Pleszew - hasło przewodnie: RODZINA

Organizatorki: Klub Rodzinny Ja'MUA'

Wydarzenie: kreatywne zabawy z dziećmi, integracja rodziny

Szczegóły wydarzeń lokalnych, zrealizowanych w ramach projektu „Wielkopolanki na start!” przez wielkopolskie liderki aktywności społecznej, znajdują się na stronie internetowej partnera wydarzeń: www.fundacjaniwa.pl

PODSUMOWANIE
- Szanse na zwiększenie
podmiotowości kobiet



Miła Czytelniczko, miły Czytelniku!

Lektura Broszury może spowodować dwie reakcje: wdrożenie większości zaproponowanych rozwiązań lub całkowite odrzucenie rekomendacji, bazujących na badaniach. Jakie mogą być konsekwencje akceptacji bądź odrzucenia zalecanych działań?

Zanegowanie rekomendacji to przyjęcie stanowiska, że chcemy pozostać przy starych założeniach, a wręcz cofnąć się do zamierzonych czasów. W poprzednich wiekach bowiem kobiety wywalczyły sobie dostęp do edukacji wyższej, pracy czy możliwości rozwoju. Obecne zmiany są tylko oczywistą konsekwencją tamtych ustaleń. W tym kontekście warto także pamiętać, że polskie prawo zakazuje dyskryminacji i nierównego traktowania. Naturalnym trendem jest więc dążenie do równości na różnych polach działania: w domu, w pracy i aktywności społecznej czy politycznej.

Zastosowanie zaproponowanych rozwiązań, choć w istocie stanowi trudniejszą drogę, daje korzyści na różnych poziomach. Korzyści zdobywają aktywne kobiety, ponieważ mogą się realizować, wzrasta ich poczucie własnej wartości, pewności siebie i możliwości osiągnięcia zamierzeń. Z aktywności kobiet, ich nastawienia na pozytywne zmiany i doświadczenia, kompetencji, kreatywności w rozwiązywaniu różnych problemów korzysta też najbliższe otoczenie: rodzina, znajomi, współpracownicy. Z ich wysiłku i zaangażowania czerpią różne instytucje i organizacje i wreszcie inne kobiety, które mogą brać z nich przykład.

Większe angażowanie się kobiet w życie społeczne, polityczne i zawodowe postępuje. Sprzyjają temu liczne przesłanki, w tym coraz większa przebojowość pań, podnoszenie przez nie kwalifikacji, poszerzanie wiedzy i umiejętności. Dodatkowo, analizując czynniki zewnętrzne, można zauważyć postępującą elastyczność w łączeniu życia zawodowego i osobistego, zmiany w postrzeganiu kobiet i ich możliwości oraz coraz większą akceptację i wsparcie ze strony najbliższych.

Wybór pozostawiamy Tobie Czytelniczko, Czytelniku. Mamy jednak nadzieję, że jakkolwiek decyzję podejmiesz, wiesz więcej o możliwościach wspierania aktywności kobiet. A wiedzę tę tak czy owak, wcześniej czy później wykorzystasz.

Zespół Fundacji NIWA Edukacji i Rozwoju

Fundacja



Edukacji i Rozwoju

Fundacja NIWA Edukacji i Rozwoju

61-815 Poznań

ul. Ratajczaka 26/6/96

tel./fax 61 851 91 34

fundacja@fundacjaniwa.pl



Publikacja dofinansowana ze środków
Programu Operacyjnego Fundusz Inicjatyw Obywatelskich