Inspiringgirls

ASPIRACJE DZIEWCZYNEK W POLSCE

Raport Fundacji Inspiring Girls Polska

Czego pragną młode Polki

Kwestia wzmacniania dziewczynek i kobiet (tzw. *empowerment*) w dążeniu do równouprawnienia płci to jedno z największych globalnych wyzwań społecznych – znajduje się na piątym miejscu Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG's). Katalog systemowych problemów, z którymi borykają się dorosłe kobiety w Polsce, jest dobrze znany, to chociażby niedoreprezentowanie kobiet na stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla i członków zarządu (ich udział to odpowiednio 13 proc. i 21 proc.), luka płacowa (nieskorygowana według GUS wynosi około 8,5 proc.), niewielka liczba dziewczyn na uczelniach technicznych (35 proc., w tym tylko 15 proc. na kierunkach informatycznych). W ławach sejmowych kobiet również jest mało (niespełna 29 proc.), natomiast w usługach opiekuńczych (m.in. służba zdrowia i personel medyczny, opieka nad dziećmi, szkoły) kobiety dominują – profesje „kobiece" kojarzone są z zajęciami wykonywanymi „dla ludzi", wymagającymi podtrzymywania relacji międzyludzkich i opieki nad innymi (dane za: PARP 2019; Knapińska 2021; GUS 2021, Pokojska 2020). Pandemia wyostrzyła systemowe problemy kobiet – wiele zredukowało czas przeznaczony na sprawy zawodowe, by zająć się dziećmi (Wenham 2020; Fundacja 2020).

Źródeł nierówności między kobietami a mężczyznami jest wiele. **Silnie odczuwają to już dziewczynki między 10. a 15. rokiem życia. To wtedy kształtują się ich aspiracje oraz ambicje – to wtedy dziewczynki zaczynają potykać się o bariery osadzone w stereotypach i ograniczeniach natury ekonomiczno-społecznej. Jesteśmy zdania, że wsparcie dziewczyn na tym wczesnym etapie zwiększy w przyszłości ich szanse na wyrównywanie sytuacji kobiet i mężczyzn we wszystkich obszarach życia.** Dlatego powstał ten raport.

Aspiracje dziewczynek w Polsce to próba diagnozy społecznej pokolenia między 10. a 15. rokiem życia – grupy, do której kierujemy działania Fundacji Inspiring Girls Polska. Pokazuje, jakie ambicje, aspiracje i marzenia mają młode Polki; jakie mają wyobrażenie o sobie w dorosłości i jakie zawody chciałyby wykonywać. Przedstawia również bariery i ograniczenia, które dziewczynki napotykają na swojej drodze życia, próbując własne ambicje, aspiracje i marzenia kreować i realizować.

Zapytaliśmy sześć roczników młodych dziewczyn (2006-2011) o to, kim chciałyby zostać w przyszłości, kto jest dla nich autorytetem i jakie wartości są dla nich kluczowe. Zapytaliśmy również, jak najbardziej lubią spędzać wolny czas, a jeśli spędzają go on-line, to co najchętniej robią. Zapytaliśmy, jakie problemy w szkole i w domu najbardziej im doskwierają. Tę wiedzę o dziewczynkach w wielu aspektach uzupełnia badanie ich matek, co pokazuje ciekawą rozpiętość między ambicjami współczesnych matek a aspiracjami córek. Badania ilościowe i jakościowe wykonane przez agencję badawczą IQS uzupełniliśmy desk researchem badań na temat źródeł skutecznego empowermentu dziewczynek i kobiet, stereotypów płciowych oraz tego, jakie znaczenie w ich pokonywaniu ma ekspozycja dziewczynek na wzory do naśladowania (*role models*).

Eliza Durka
Fundatorka i prezeska Inspiring Girls Polska

Słowo od Partnera

Badanie „Aspiracje dziewczynek w Polsce", którego wyniki przedstawia niniejszy raport, jest efektem włączenia się firmy badawczej IQS w inicjatywę fundacji Inspiring Girls Poland, mającej na celu wsparcie rozwoju dziewczynek w Polsce.

IQS jest firmą, która chce brać na siebie cząstkę wspólnej odpowiedzialności za przyszłość: w myśl swojego hasła przewodniego Think Forward – myślimy do przodu, o przyszłości, którą chcemy kształtować w kierunku pozytywnej zmiany. Zmiana przyszłości zaczyna się w teraźniejszości, w młodych ludziach, a jednym z jej ważnych elementów jest wzmocnienie kobiet – a dziś dziewczynek, które dokonać się może poprzez wsparcie ich w realizacji własnych, tkwiących w nich samych, możliwości.

Uważamy, że u podstaw tego rodzaju działań musi leżeć dobrze ugruntowana, aktualna wiedza o tym co chcemy zmienić, ale przede wszystkim o tym, jaki potencjał, czy raczej jakie potencjały drzemią w dziewczynach, jakie bariery stoją na drodze do ich urzeczywistnienia, a co mogłoby temu urzeczywistnieniu pomóc. Wiedza, która pozwoli zdiagnozować istniejące problemy i podpowiedzieć jakich narzędzi użyć do ich rozwiązania, pozwoli działać mądrze. Asumptem do pozyskania tej wiedzy jest badanie, które zrealizowaliśmy. Jest to pierwsza tego rodzaju diagnoza społeczna dziewczynek w wieku 10-15 lat przeprowadzona w Polsce, tym bardziej uzyskane dzięki niej informacje są niezwykle istotne.

Badanie przeprowadzono on-line, metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interview – wspomagany komputerowo wywiad przy pomocy strony WWW), za pomocą zestandaryzowanych ankiet przeznaczonych do samodzielnego wypełniania przez matki i córki, przy czym ankiety dla córek i matek były oddzielne.

Badaniem objęto 500 dziewcząt i ich matki, przy czym za jeden przypadek w badaniu traktujemy córkę z matką. Próbę dobrano w sposób reprezentatywny dla populacji dziewcząt w wieku od 10 do 15 lat. Próba do badania ma charakter udziałowy i odzwierciedla strukturę populacyjną dla tej grupy (ze względu na rok urodzenia córek i miejsce ich zamieszkania). Realizacja badania miała miejsce w dniach 2-5 marca 2021 roku.

Marta Rybicka
Senior Business Director IQS

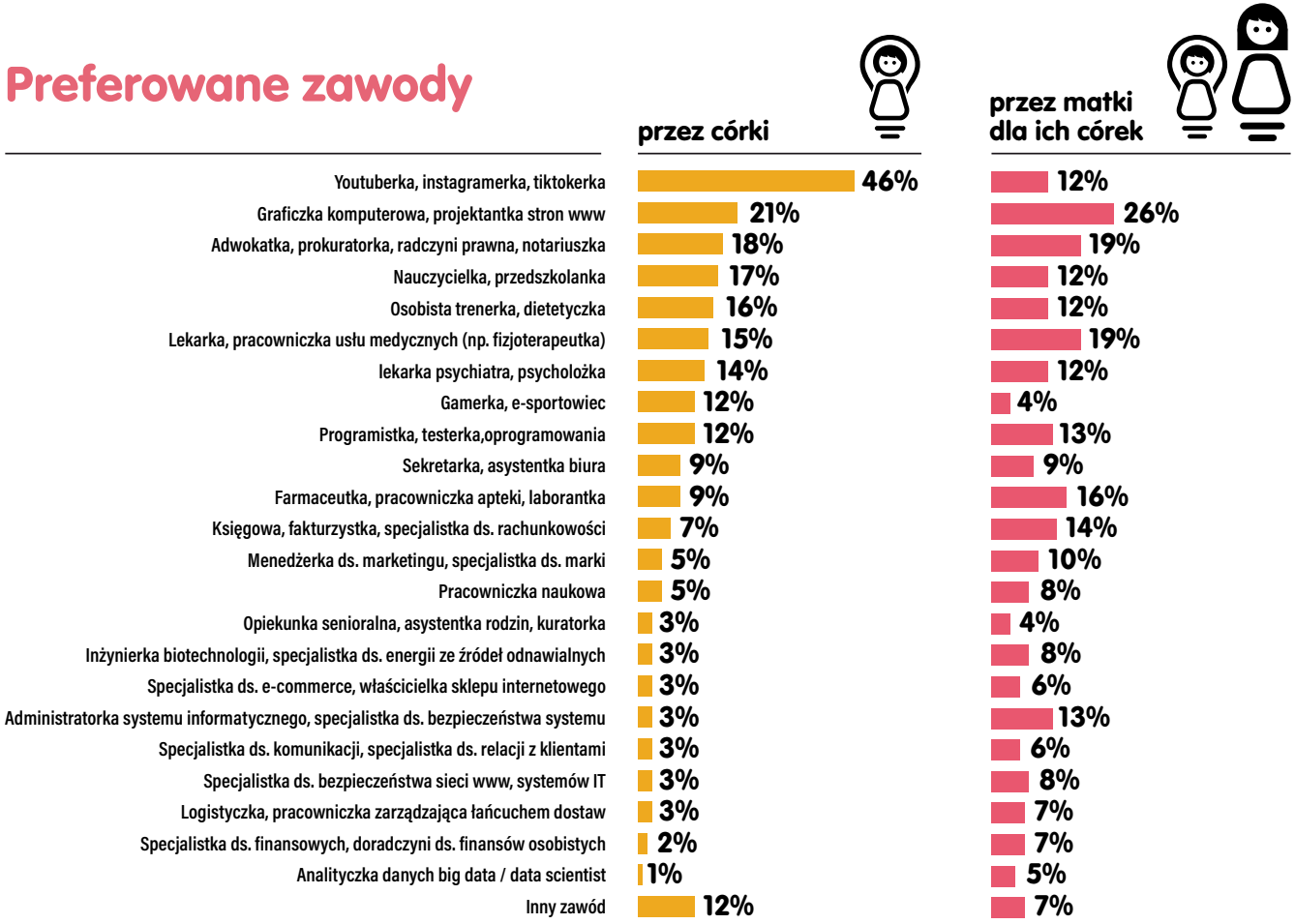
Aspiracje dziewczynek w Polsce

Diagnoza społeczna pokolenia między 10. a 15. rokiem życia

Dziewczynki marzą o tym, aby w przyszłości zostać youtuberkami, instagramerkami, tiktokerkami. Takie aspiracje ma prawie połowa badanych (48 proc.) dziewczynek w Polsce w wieku 10-15 lat. Matki nie podzielają tych planów – wolą, by ich córki wybrały zawód graficzki komputerowej i projektantki stron internetowych (26 proc.), lekarki (19 proc.) czy prawniczki (19 proc.). Dziewczynki myślą jeszcze, by zostać naukowczynią (5 proc.), menadżerką ds. marketingu (5 proc.), specjalistką ds. odnawialnych źródeł energii (3 proc.) czy analityczką danych big data (1 proc.).

Skąd bierze się ta dysproporcja? Czemu prawie połowa polskich dziewczynek chce żyć w przyszłości z aktywności w mediach społecznościowych?

Preferowane zawody



źródło: IQS, na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska

Rozdział 1

Polskim dziewczynkom brakuje wiedzy na temat zawodów

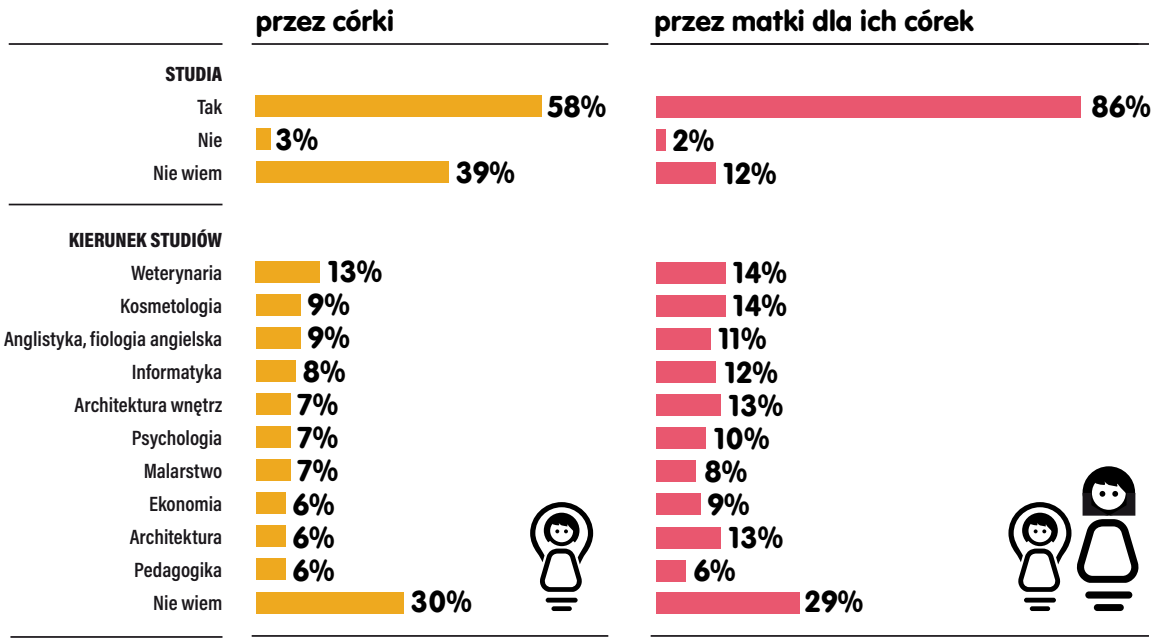
Wiedza

Polskie dziewczynki mają małą wiedzę na temat zawodów i rynku pracy. Ich głównym punktem odniesienia są rodzice, nieczęsto zmieniający branże, pracujący np. przed komputerem bądź niekiedy robiący zawodowo rzeczy, które trudno zrozumieć młodym. Najpowszechniejszym źródłem wiedzy dla dziewczyn stały się natomiast media społecznościowe – przestrzeń youtuberek, instagramerek, tiktokerek. Media te są łatwo dostępne i popularne wśród nastolatek, zwłaszcza w epidemii COVID-19 i podczas lockdownów (według najnowszych badań NASK przed ekranem nastolatki spędzają obecnie nawet do 12 godzin dziennie).

Co więcej, media społecznościowe silnie oddziałują na dziewczynki – kreują lukrowaną wizję przyszłości, w którą łatwo jest uwierzyć. Taką rolę odgrywały niegdyś prasa i telewizja – dziewczynki chciały zostać aktorkami albo piosenkarkami, łaknąc sławy i kolorowego życia. Teraz chcą być youtuberkami, instagramerkami, tiktokerkami. Zarówno w przeszłości, jak i teraz brak młodym Polkom wiedzy, jak ciężko trzeba pracować w tych i innych profesjach, by osiągnąć sukces, jakie porażki się ponosi oraz że tylko nielicznym udaje się zrobić karierę gwarantującą sławę i dobre pieniądze.

Nikła wiedza o możliwościach rozwoju życia zawodowego wśród dziewczynek wynika również z tego, że trudno jest im wyobrazić sobie rynek pracy za dekadę oraz połączyć to, czego uczą się w szkole, z pracą, którą będą wykonywały w przyszłości. Prawie 40 proc. ankietowanych dziewczynek nie potrafiło nawet wskazać, jakie kierunki studiów je interesują (z listy najpopularniejszych kierunków w Polsce) ani stwierdzić, czy chcą kontynuować naukę na uczelniach wyższych. Badanie jakościowe również wykazało, że dziewczynki nie znają uczelni – nie potrafiły rozróżnić uniwersytetu od politechniki ani Akademii Sztuk Pięknych. Nie myślą jeszcze o studiach. Potrzebę ich ukończenia dostrzega zdecydowanie więcej matek (86 proc.) niż córek (58 proc.). Weterynaria (13 proc.), kosmetologia i filologia angielska (po 9 proc.) to trzy kierunki wybierane w obu badanych grupach najczęściej.

Studia i top 10 preferowanych kierunków



źródło: IQS, na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska

Rozdział 2

Polskim dziewczynkom brakuje inspirujących wzorców

Wzorce

Dla polskich dziewczynek największym autorytetem jest mama (61 proc.) i/lub tata (31 proc.). Za swoje wzory do naśladowania dziewczęta uznały także pozostałe osoby z rodziny (26 proc.): babcię i/lub dziadka, siostrę, ciocię. Kolejne miejsca zajmują piosenkarki i piosenkarze oraz postacie fikcyjne z bajek i książek (po 14 proc.) oraz influencerzy (11 proc.). Wybitne postacie są autorytetem zaledwie dla 1 proc. badanych, a sportowcy dla 3 proc. Tylko 9 proc. dziewczynek wskazało w tej roli „kogoś ze szkoły".

Mieszkającym w Polsce dziewczynkom brakuje różnorodnych i inspirujących wzorców, które mogłyby kierunkować oraz nakręcać ich rozwój i ambicje. Są rozdarte między domem i najbliższą rodziną a światem rozrywki i fantazji. Kobiety i mężczyźni działający w realnym świecie, w takich obszarach jak polityka, nauka, biznes, odpowiedzialność społeczna, sztuka, kultura, niespecjalnie są przez nie postrzegane jako autorytety.

Uboga wiedza dziewczynek w kwestii możliwości zawodowych w połączeniu z wąskim katalogiem wzorów do naśladowania (ograniczonym do rodziny, influencerów i postaci ze świata fikcyjnego) tłumaczy mały zakres aspiracji i marzeń dziewcząt odnośnie do własnej przyszłości.

Mama

61%

Pozostałe osoby z rodziny: babcia i/lub dziadek, siostra, ciocia

26%

Wybitne postacie

1%

Sportowcy

3%

Tata

31%

Piosenkarki i piosenkarze oraz postacie fikcyjne z bajek i książek

14%

Influenserzy

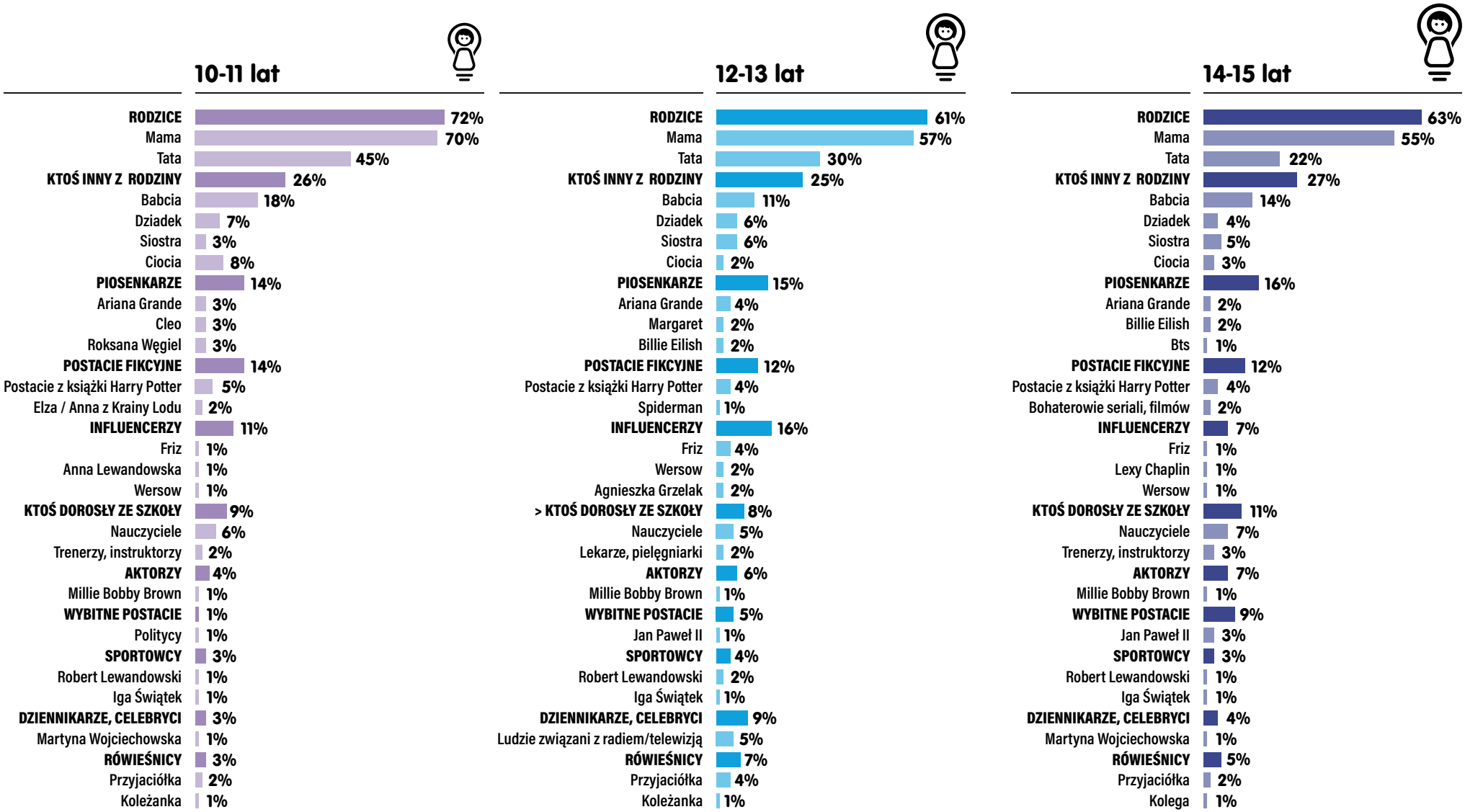
11%

Ktoś ze szkoły

9%

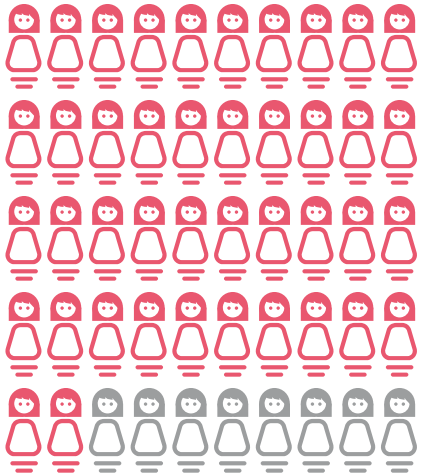
źródło: IQS, na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska

Autorytety dziewczynek



źródło: IQS, na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska

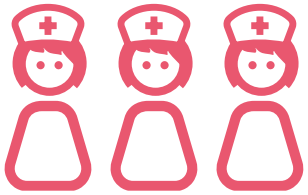
Tymczasem wiedzę i różnorodne wzorce mogą im zapewnić dorośli. Co należy podkreślić, nie muszą być to liderki i liderzy; potrzebne są przykłady rozmaitych, inspirujących osób, zwłaszcza kobiet, wykonujących najróżniejsze zawody. W przypadku dziewczynek jest to naprawdę ważne – jeśli chcą poszerzać swoje horyzonty, powinny mieć szansę zobaczyć więcej niż to, co funduje im dzisiejsza rzeczywistość. Z danych Parlamentu Europejskiego wynika bowiem, że obecnie, wskutek pandemii, kobiety na rynku pracy w UE stanowią aż około 76 proc. pracowników opieki zdrowotnej, są nadreprezentowane w podstawowych usługach, od sprzedaży po placówki opieki nad dziećmi (kobiety to 82 proc. personelu kasowego i 95 proc. pracowników zajmujących się sprzątaniem i pomocą domową). Ponad 30 proc. kobiet pracuje w niepełnym wymiarze godzin i stanowią znaczną część pracowników w zawodach zaliczanych do tzw. gospodarki nieformalnej – a te zazwyczaj mają mniej praw pracowniczych, słabszą ochronę zdrowia i gorsze inne podstawowe świadczenia. W pozostałych obszarach dominują mężczyźni (Parlament Europejski 2021).



84%

pracujących kobiet w wieku 15-64 lat jest zatrudnionych w usługach,
w tym w głównych sektorach dotkniętych przez COVID-19.

OPIEKA NAD DZIEĆMI | **HANDEL DETALICZNY** | **HOTELARSTWO I TURYSTYKA**



76%

z 49 mln pracowników sektora opieki to
kobiety

KOBIETY STANOWIĄ:

95% osób sprzątających i pomocy domowych

93% pracownikow opieki nad dziećmi i pomocników nauczycieli

86% pracownikow opieki osobistej w ochronie zdrowia

82% personelu kasowego

Duży udział* zatrudnienia kobiet w gospodarce nieformalnej:

- Brak praw pracowniczych i ochrony socjalnej
- Brak opieki zdrowotnej, zwolnień lekarskich i zasiłków dla bezrobotnych

PRACA W GOSPODARSTWIE DOMOWYM

** w oparciu o dane z całego świata*

„KOBIECE PRACE"

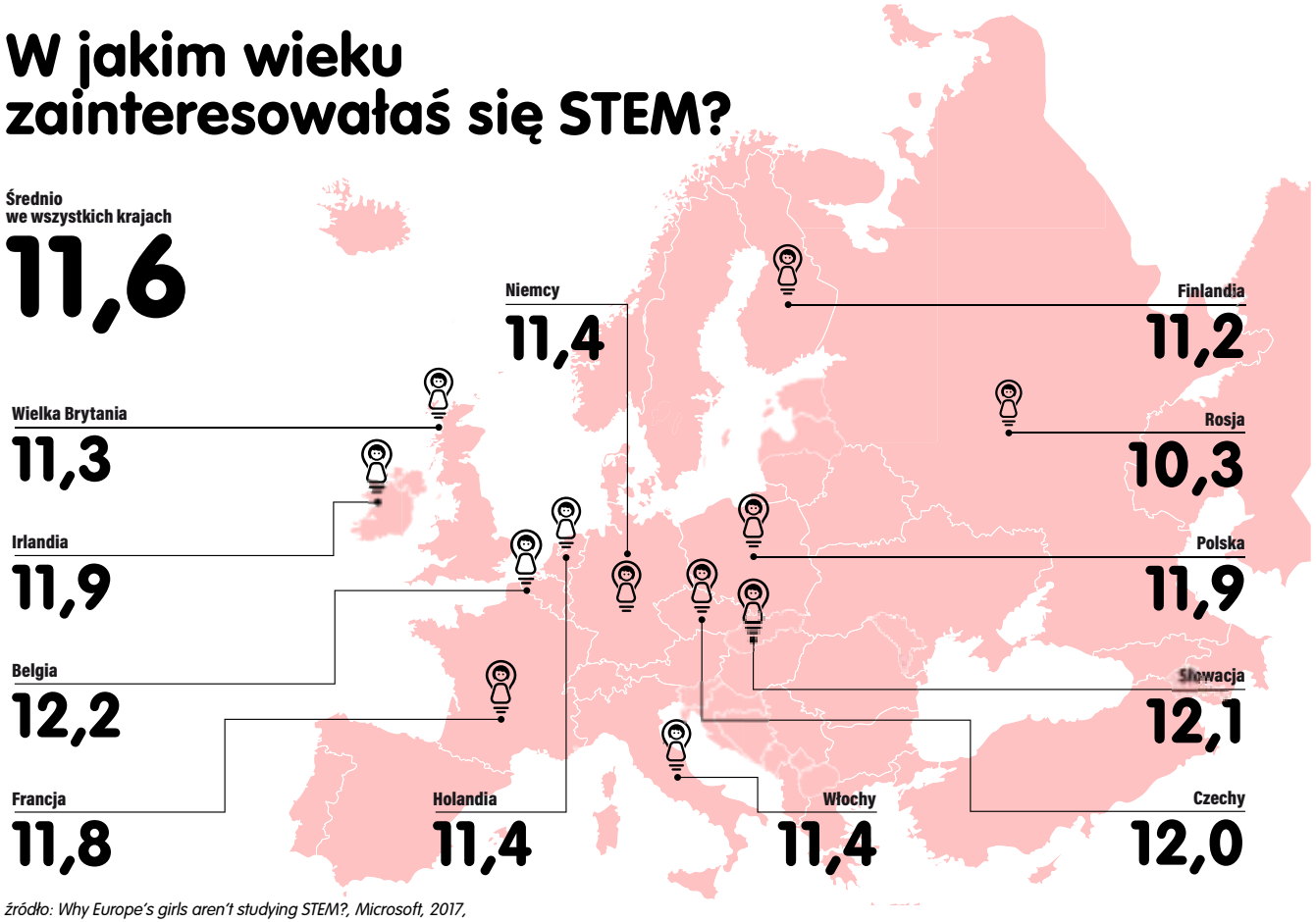
Edukacja przedszkolna, pielęgniarstwo, położnictwo, prace sekretarskie i domowe są nadal w dużej mieże uważane za „kobiece prace".

źródło: EPRS (2020), EIGE (2019), ONZ (2020), Międzynarodowe Biuro Pracy (2018, 2020), Eurostat (2018, 2020), Europejski Instytut ds. Równości Kobiet i Mężczyzn (2017)

Z kolei badania m.in. Microsoftu (*Why Europe's girls aren't studying STEM*) dowodzą potrzeby ekspozycji dziewczynek na kontakty z *role models* (wzorami do naśladowania), zwłaszcza w zakresie edukacji STEM (*Science, Technology, Engineering, Maths*). Świat jutra będzie bowiem w dużej mierze bazował na rozwoju i obsłudze technologii – umiejętność poruszania się w obszarach m.in. technologii, inżynierii i matematyki wydaje się więc kluczowa. Największą podatność na inspirację w tych dziedzinach mają dziewczynki między 11. a 12. rokiem życia. Potem, między 15. a 16. rokiem życia, poziom zainteresowania przedmiotami i zagadnieniami związanymi z naukami ścisłymi, technologią, inżynierią i matematyką znacznie u dziewczynek spada. Jak wynika z badań Microsoftu, kluczowy jest kontakt dziewczynek z *role models* i mentorami/mentorkami (może to być kadra nauczycielska) oraz poznawanie poprzez doświadczanie (np. na rozmaitych warsztatach tematycznych). Pomoże to wzbudzić zainteresowanie dziewcząt karierą STEM i pomóc im wyobrazić sobie, na czym realnie polega praca w tym obszarze.

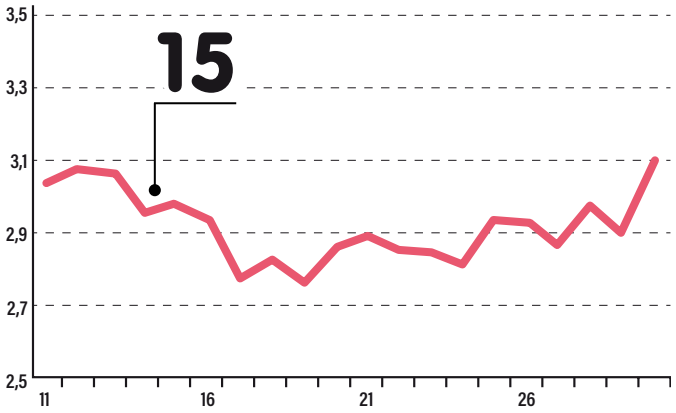
STEM to oczywiście tylko jeden z przykładów obszarów, w których dziewczynki potrzebują inspiracji. Widać to po naszych badaniach dziewczynek – w odpowiedzi na pytanie „Czego brakuje w szkole?" 30 proc. ankietowanych poskarżyło się na brak kółek zainteresowań, a 31 proc. chciałoby mieć w szkole kursy związane z własnymi zainteresowaniami.

W jakim wieku zainteresowałaś się STEM?



źródło: Why Europe's girls aren't studying STEM?, Microsoft, 2017,

W jakim wieku młode Europejki tracą zainteresowanie STEM?



źródło: Na podstawie wykresu 2 z raportu 'Why Europe's girls aren't studying STEM?', Microsoft, 2017".

Rozdział 3

Dziewczynki mają do pokonania mnóstwo barier

Bariery

Między 10. a 15. rokiem życia na dziewczyny zaczynają oddziaływać niekorzystne i ograniczające stereotypy, rujnujące ich poczucie pewności siebie, samoakceptację, wiarę we własne siły, również te związane z nauką, ambicjami, a więc ich zawodową przyszłością.

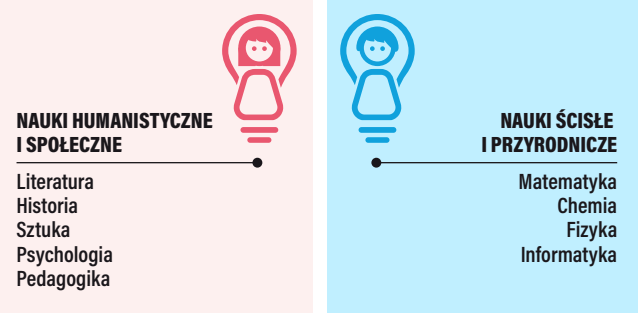
W naszej kulturze wciąż jeszcze utrzymuje się spolaryzowana wersja świata, w ramach której funkcjonują sztywne modele męskości i kobiecości. Zakładają one, że istnieją cechy, zachowania, postawy i role społeczne bardziej odpowiednie dla każdej z płci. Taką wizję dzieci chłoną w toku wychowania i socjalizacji, stykając się z jej przejawami: w domu, szkole, przestrzeni społecznej, kontaktach międzyludzkich, treściach kultury.

Jednym z najpopularniejszych stereotypów płciowych jest przekonanie, że kobiety mają mniejsze zdolności matematyczno-logiczne niż mężczyźni (Bedyńska, Rycielski 2016; Kopciewicz 2013). Może on powodować, że dziewczynka wykazująca zdolności i zainteresowanie matematyką nie będzie w tym wspierana przez dorosłych, którzy, chroniąc ją przed ewentualną porażką, będą ukierunkowywać ją na rozwój w „bezpieczniejszym", bardziej „kobiecym" obszarze. Korelują z tym wyniki badań – przykładowo, mimo że dziewczęta uzyskują porównywalne lub lepsze wyniki egzaminu maturalnego z matematyki od chłopców, zdecydowanie rzadziej wybierają nauki ścisłe jako kierunek dalszego kształcenia na poziomie wyższym (Trusz 2015).

Za domenę dziewcząt i kobiet wciąż uznaje się zdolności społeczne (Deptuła, Potorska, Borsich 2018; Ogrodzka-Mazur 2019). Dlatego bywa, że od dziewczynek rodzice i szkoła oczekują uległości i podporządkowania, ciepła, opiekuńczości i wyraźnie większej emocjonalności niż od chłopców. Typowego chłopca widzą natomiast jako osobę dynamiczną, przebojową, przywódczą, raczej agresywną i na pewno twardą. Zgodnie z tym przekonaniem w parze z wyższymi zdolnościami społecznymi dziewczynek powinny iść wyższe wyniki w nauce przedmiotów humanistycznych, np. literatura, historia, sztuka, i społecznych, np. psychologia, pedagogika, wiedza o społeczeństwie; z kolei typowo męski, a zatem analityczny i przebojowy, umysł predysponuje chłopców do zyskiwania ponadprzeciętnych wyników w naukach ścisłych i przyrodniczych, np. matematyka, chemia, fizyka (Trusz 2015).

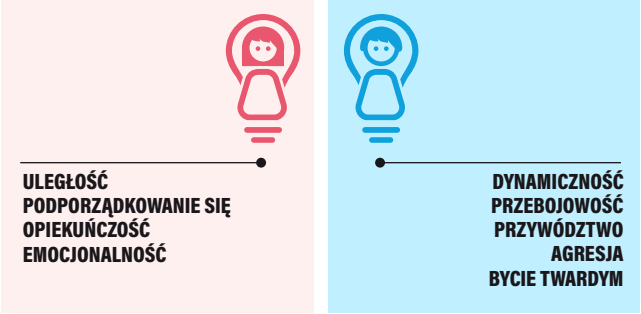
Istnienie takich stereotypów wobec dzieci skutkuje różnym zachowaniem kadry nauczycielskiej wobec uczniów. Jak pokazują polskie badania (Drost-Rudnicka 2012), bywa, że dziewczynkom przydzielane są zadania, w których mogą wykazać się gorliwością i sumiennością, natomiast chłopcom te wymagające samodzielności. W konsekwencji chłopcy i dziewczynki modelowane są w odmienny sposób. U płci żeńskiej wzmacniane są zależność i uległość, natomiast u męskiej – dominacja i poczucie niezależności.

Zdolności w nauce i kierunki kształcenia przypisywane stereotypowo dziewczynkom i chłopcom



źródło: Sławomir Trusz, „Kulturowa transmisja stereotypu płci, Co sprawia, że mężczyźni studiują na kierunkach ścisłych lub technicznych, a kobiety na kierunkach humanistycznych lub społecznych?"

Zachowania społeczne przypisywane stereotypowo dziewczynkom i chłopcom



źródło: Małgorzata Drost-Rudnicka, „Edukacja wczesnoszkolna a problem nierówności płci – uczniowskie stereotypy postrzegania płci."

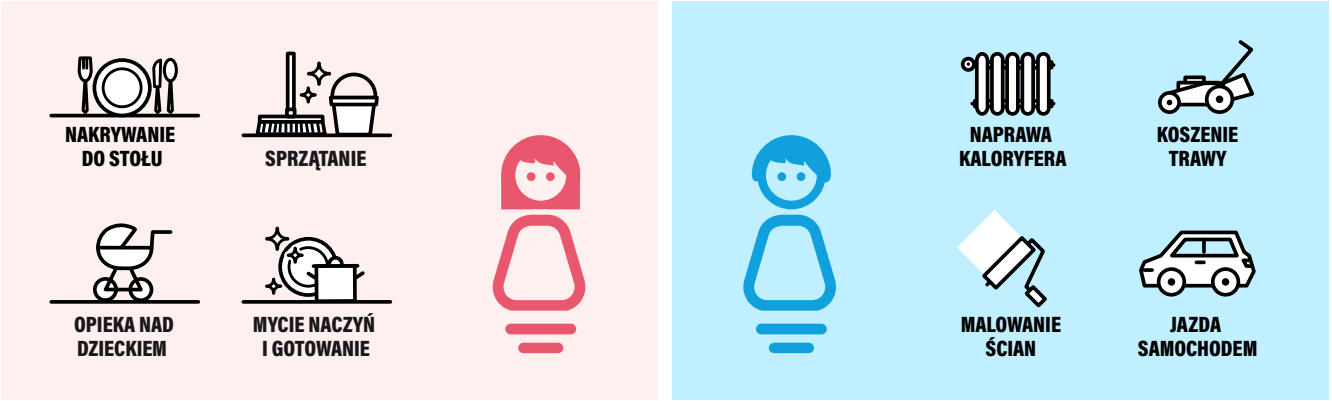
Około 12. roku życia dzieci dostosowują swoje myślenie i zachowanie do treści, z jakimi mają do czynienia w swoim otoczeniu. Jak pokazują badania (Drost-Rudnicka 2012), już uczniowie klas I-III potrafią postrzegać kobietę i mężczyznę przez pryzmat stereotypów. Za naturalną sferę aktywności kobiety uczniowie uznają dom i wychowanie dzieci, z pominięciem sfery publiczno-zawodowej; w przypadku mężczyzny typową rolą jest bycie głową domu, utrzymywanie finansów rodziny, bycie przywódcą i odpowiedzialnym za domowe naprawy.

Uczniowie to stereotypowe podejście do płci wykazują również w sytuacjach typowo szkolnych, np. uznają zadania porządkowo-kulinarne za należące do dziewczynek (np. dbanie o kwiatki w klasie); natomiast czynności angażujące fizycznie bądź wymagające zaradności (przestawianie ławek w klasie) przypisują chłopcom (Drost-Rudnicka 2012).

Gdy tak modelowane są dzieci, warto zdać sobie sprawę, że wynika to tylko z silnie stereotypowego postrzegania ról społecznych, a nie z predyspozycji dzieci. Neurobiologia już dawno dowiodła, że różnice w budowie mózgu chłopców i dziewczynek są niewielkie, a inne zachowania obu płci biorą się w dużym stopniu z wpływów środowiska i działania stereotypów. Oczywiście, geny i hormony mają wpływ na dzieci, ale stanowią jedynie początek zmian – decydujące są czynniki społeczne i sposób socjalizacji (Eliot 2011).

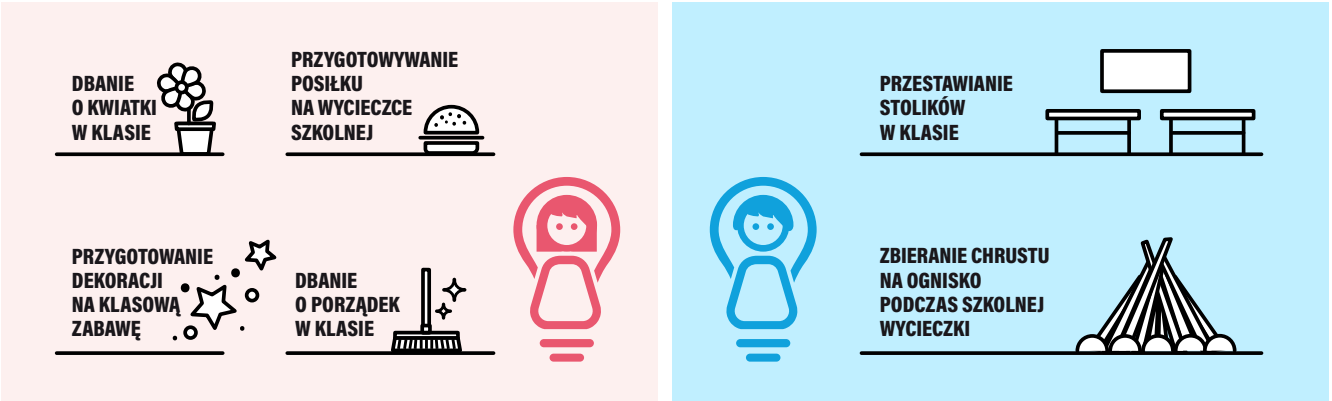
Wychowanie w duchu stereotypowego postrzegania tego, co męskie, a co kobiece, może być kolejną przyczyną nierozpoznania przez dziewczynki między 10. a 15. rokiem życia pełni swego potencjału i ograniczania się w marzeniach o swojej przyszłości zawodowej. Wymagałoby to jednak szerszych badań, wykraczających poza to przeprowadzone na potrzeby niniejszego raportu.

Zajęcia odpowiednie dla kobiet i mężczyzn, wg dzieci klas I-III



źródło: Małgorzata Drost-Rudnicka, „Edukacja wczesnoszkolna a problem nierówności płci – uczniowskie stereotypy postrzegania płci."

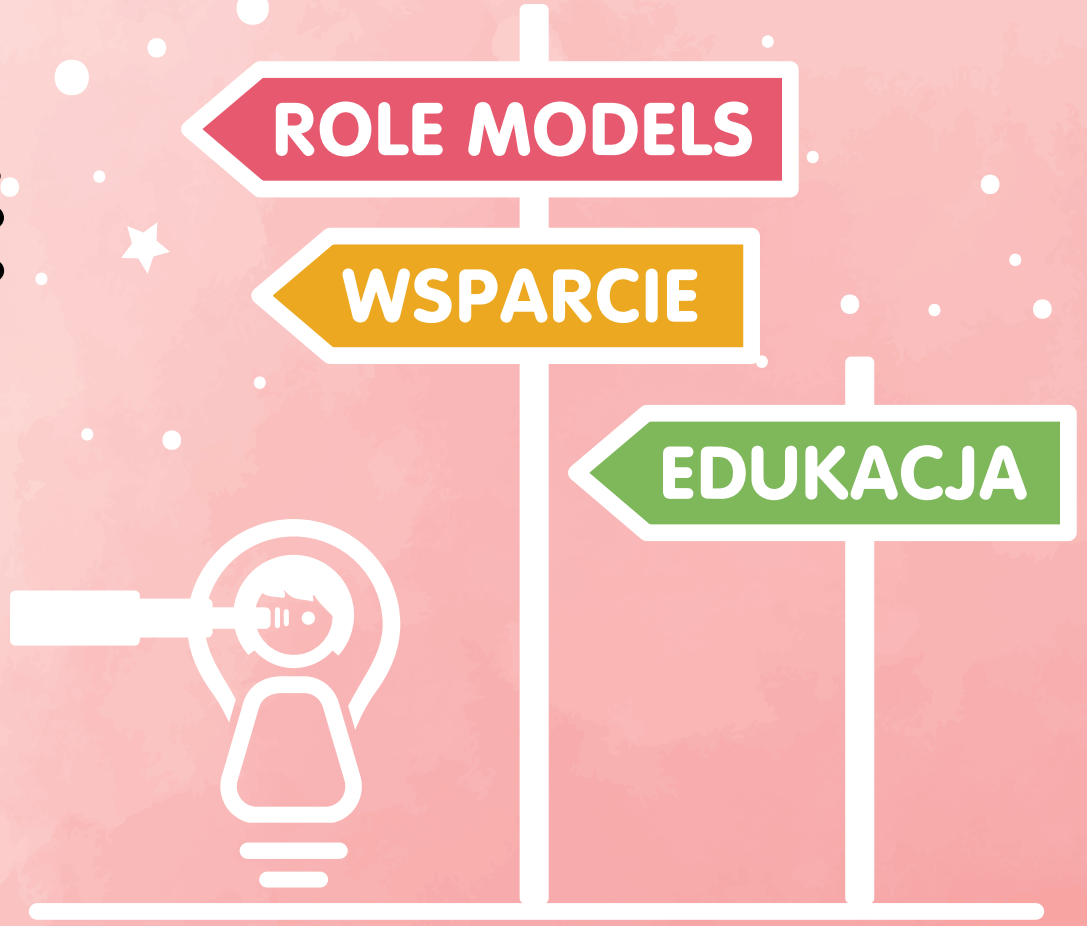
Zadania należące w klasie do dziewczynek i chłopców



źródło: Małgorzata Drost-Rudnicka, „Edukacja wczesnoszkolna a problem nierówności płci – uczniowskie stereotypy postrzegania płci."

Podsumowanie

Wnioski na dziś w trosce o przyszłość



Wnioski

Badanie, które zrealizowaliśmy, pozwoliło określić aspiracje dziewczynek w wieku 10-15 lat, ustalić przyczyny wąskiego katalogu ich marzeń, a także wysunąć wnioski i rekomendacje.

1.

Sposób spędzania wolnego czasu silnie oddziałuje na preferencje zawodowe oraz myślenie o przyszłości. Ponieważ 53 proc. dziewczynek w wolnym czasie najchętniej ogląda filmy na YT, a 50 proc. słucha muzyki na YT, najbardziej znanym i preferowanym zawodem w tej grupie wiekowej jest obecnie zawód youtuberki / / instagramerki / tiktokerki.

>> Potrzeba wiedzy o możliwościach zawodowych i rynku pracy przekazywanej poprzez doświadczanie (warsztatów, kursów, kółek zainteresowań).

2.

Nieznajomość zawodów, brak różnorodnych autorytetów i szukanie wzorców w internecie odbijają się na wyobrażeniu młodych o tym, jak wygląda praca. Dziewczynki mają wąską wiedzę o krokach, jakie trzeba podjąć, aby zrealizować swoje plany.

>> Potrzeba dostępu do *role models*, mentorów i mentorek, by pokazywać dziewczynom realia różnych karier osób aktywnych zawodowo, zwłaszcza kobiet.

3.

Dziewczynki czują presję oczekiwań na wyniki. Najwięcej respondentek naszego badania uznało, że nie lubi się uczyć, ale chce mieć dobre stopnie i wyniki w nauce (53 proc. wśród dziewcząt, które w ocenie ich matek są raczej dobrymi uczennicami, ale także 55 proc. wśród dziewcząt, które w ocenie ich matek mają gorsze stopnie).

>> Potrzeba wsparcia dziewczynek w definiowaniu własnego potencjału i dążeniu do jego rozwijania.

4.

Matki pragną, aby praca ich córek była ważna dla świata i jednocześnie aby córki koncentrowały się na sobie i rodzinie. Bezwiednie tworzą więc presję wykonywania kilku ról perfekcyjnie.

>> Potrzeba wsparcia dziewczynek w umiejętności hierarchizacji zadań, potencjału i rozwoju oraz potrzeba edukacji matek.

5.

Stereotypowe postrzeganie dziewczynek (np. jako lepsze w przedmiotach humanistycznych, a gorsze w ścisłych) obniża ich samoocenę i może ograniczać wybory (kursów, kierunków studiów itd.).

>> Potrzeba edukacji równościowej, bez stereotypów płciowych.

Program IG

Nasza odpowiedź na zdiagnozowany problem

Co proponujemy?

Oferujemy program oparty na pracy *role models* z grupami dziewczynek w szkołach i społecznościach lokalnych, dzięki czemu będą mogły poznawać inspirujące i czynne zawodowo kobiety oraz w gronie rówieśniczek czuć się pewnie.

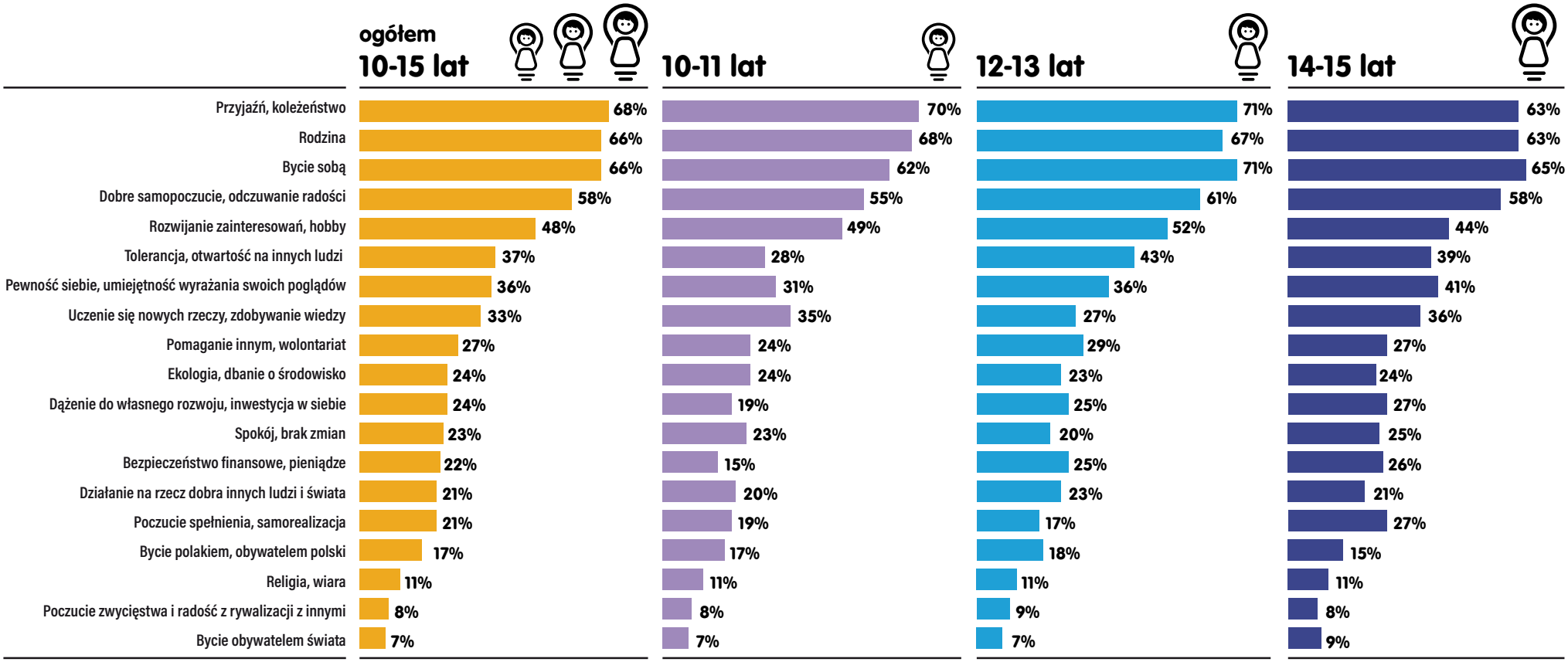
Z badania, które przeprowadziliśmy na potrzeby niniejszego raportu, wiemy, że przyjaźń i koleżeństwo (przynależność do grupy) są najczęściej wybieranymi wartościami przez dziewczynki w wieku 10-15 lat. Wskazuje na nie 68 proc. ankietowanych. W tym wieku dziewczynki najczęściej nawiązują bliską więź z kilkoma innymi dziewczynkami. Daje im to poczucie bezpieczeństwa i akceptacji. Dzięki grupie mogą: budować poczucie własnej wartości, tworzyć więzi relacji z innymi ludźmi, poszukiwać własnej tożsamości czy konfrontować własne poglądy i przekonania. „Między 7. a 11. rokiem życia przyjaciele obdarzają się wzajemnym zaufaniem, pomagają sobie i więcej czasu spędzają ze sobą" (Wasilewska 2013). Natomiast w okresie 11-18 lat następuje etap transformacji, skupiony przede wszystkim na poszukiwaniu własnej tożsamości. Wtedy to dziewczynki konfrontują własną przeszłość z teraźniejszością oraz zaczynają dostrzegać brak pomysłu na swoją przyszłość (Wasilewska 2013).

Dziewczynkom od 12. roku życia spada samoocena kompetencji i pewności siebie (Willms, Jacobsen 1990; Sáinz, Eccles 2012). Często zdarza się, że doskwiera im samotność, zaczynają przyjmować postawy w kontrze do postaw opiekunów. Wyzwalanie się spod kontroli dorosłych powoduje zacieśnienie się więzi z grupą rówieśniczą – dziewczynki przyjmują wartości uznawane przez rówieśników i chcą próbować nowych rzeczy. Rodzice wciąż się liczą, ale to z przyjaciółmi dziewczynki rozmawiają o codziennych przeżyciach i troskach. To oznacza, że funkcjonowanie w ramach takich przyjaźni jest kluczowym elementem, dzięki któremu możliwe jest zbudowanie zdrowego poczucia własnej wartości i samoakceptacji. I to w Fundacji Inspiring Girls Polska im proponujemy. Oferujemy program oparty na pracy *role models* z grupami dziewczynek w szkołach i społecznościach lokalnych, dzięki czemu będą mogły poznawać inspirujące i czynne zawodowo kobiety oraz w gronie rówieśniczek czuć się pewnie. Każda dziewczynka będzie mogła w trakcie zajęć i po nich dzielić się przemyśleniami z koleżankami i zacieśniać z nimi więzi. Dlaczego się tym zajmujemy?

W naszej Fundacji wierzymy, że współczesne dziewczynki – mimo barier, które je ograniczają – predystynowane są do roli liderek przyszłości. Wyniki badań jakościowych i ilościowych, które zrealizowaliśmy na potrzeby tego raportu, oraz *desk research* literatury przedmiotu potwierdzają tę tezę.

Kim są liderki i liderzy przyszłości? To osoby, które aktywnie współkształtują swoje otoczenie, działając na rzecz zmiany społecznej i pozytywnie wpływają na innych – zarówno w pracy zawodowej, jak i w swojej lokalnej społeczności czy rodzinie. To osoby żyjące w zgodzie ze sobą i swoimi wartościami, i tym kierujące się w życiu. Nastawione na sukces wspólnoty, a nie tylko na rywalizację i sukces indywidualny.

Wartości dziewczynek



źródło: IQS, na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska

Te dane jasno pokazują, że w polskich dziewczynkach drzemie ogromny potencjał wpływu społecznego

przedkładają współpracę nad rywalizację

tylko

8%

wskazuje na radość z rywalizacji z innymi

są empatyczne i troszczą się o innych

dla

27%

ważne jest pomaganie innym i wolontariat

chcą „być sobą"

wartość ważna dla

66%

chcą zmieniać świat na lepsze

dla

24%

ważna jest ekologia i troska o środowisko

kluczowe są dla nich relacje z innymi i są czułe dla otoczenia

aż dla

68%

ważne są przyjaźń i koleżeństwo

źródło: IQS, na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska

Jako Fundacja Inspiring Girls Polska stawiamy tezę, że jesteśmy w momencie przełomu społecznego. Dziś cechy dotychczas postrzegane jako „kobiece / dziewczęce" (opiekuńczość, empatia, troska) stają się zasobem – siłą tworzącą nową jakość przywództwa. Przywództwo to jest oparte na szacunku i współpracy, a nie na rywalizacji i dominacji.

Co piąta dziewczynka w Polsce chce działać na rzecz dobra innych ludzi i świata. Towarzyszą temu wysoka tolerancja i otwartość na innych (ważna wartość dla 37 proc.). Jedna czwarta polskich nastolatek troszczy się o środowisko naturalne. Te dane jasno pokazują, że w polskich dziewczynkach drzemie ogromny potencjał wpływu społecznego – na pewno w skali lokalnej (dla 66 proc. najważniejsza jest rodzina; dla 68 proc. przyjaźń i koleżeństwo). Aby ten potencjał mógł rozkwitnąć, ważne jest, by na tym etapie pokazywać dziewczynkom możliwości płynące z nowych technologii i szeroko pojętego STEM-u (*Science, Technology, Engineering, Maths*). To w tym obszarze ma obecnie miejsce najszybsza rewolucja przemysłowa w dziejach ludzkości i to właśnie nowe technologie dają największy lewar do podnoszenia jakości życia na ziemi i zmiany świata na lepsze. Stąd tak ważne jest, by łączyć te dwa potencjały: dziewczynek jako liderek przyszłości i pozytywnej zmiany społecznej napędzanej dzięki rozwojowi technologii. Odpowiedzialność za to spoczywa na nas – na organizacjach takich jak Inspiring Girls Polska, ale i na pozostałych interesariuszach: biznesie i liderach / liderkach firm mogących wspierać działania na rzecz młodych. Ważnym elementem tej zmiany jest również polska szkoła.

Bibliografia

- Bedyńska S., Rycielski P. (2016) Zagrożenie stereotypem, bezradność intelektualna a oceny szkolne dziewcząt z matematyki, Edukacja 2016, 1(136), s. 102-113.
- Borsich S. (2016) Znaczenie kategorii „zagrożenie stereotypem" dla procesu nauczania i uczenia się, Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja 2016, 19(3), s. 67-88.
- Deptuła M., Potorska A., Borsich S. (2018) Wczesna profilaktyka w rozwoju psychospołecznym i zachowań ryzykownych, Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Drost-Rudnicka M. (2012) Edukacja wczesnoszkolna a problem nierówności płci – uczniowskie stereotypy postrzegania płci, [w:] Majchrzak N., Starik N., Zduniak A. (red.) Podmiotowość w edukacji wobec odmienności kulturowych oraz społecznych zróżnicowań, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bezpieczeństwa, s. 447-456.
- Eliot L. (2012) Różowy mózg, niebieski mózg, Media Rodzina 2011.
- FOMO – efekt uboczny pandemii (2021), URL: https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/fomo-efekt-uboczny-pandemii [dostęp: 17.05.2021].
- Fundacja Sukces Pisany Szminką (2020) Sytuacja kobiet w czasie pandemii, URL: https://sukcespisanyszminka.pl/wp-content/uploads/2020/12/Raport-Sytuacja-Polek-w-pandemii.pdf [dostęp: 17.05.2021].
- González-Pérez S., Mateos de Cabo R., Sáinz M. (2020) Girls in STEM: Is It a Female Role-Model Thing?, Front. Psychol. 2020 DOI: 10.3389/fpsyg.2020.02204.
- GUS (2021) Wskaźnik 5.1.a - Zróżnicowanie wynagrodzeń kobiet i mężczyzn (luka płacowa), URL https://sdg.gov.pl/statistics_nat/5-1-a/ [dostęp: 15.04.2021].
- Iclaves S.L., Tarín Quirós C., Guerra Morales E., Rivera Pastor R., Fraile Carmona A., Sáinz Ibáñez M., Madinaveitia Herrera U. (2018) Women in the digital age, European Union 2018 DOI: 10.2759/526938.
- Knapińska A. (2021) Kobiety na Politechnikach, Fundacja Edukacyjna Perspektywy.
- Kopciewicz L. (2013) Matematyczne niepowodzenia dziewcząt mniejszości etnicznych. Przyczyny, wyjaśnienia, środki zaradcze w świetle ideologii edukacyjnych, Kultura i Edukacja 2013, nr 2 (95), s. 29-55.
- Latu I.M., Schmid Mast M., Lammers J., Bombari D. (2013) Successful female leaders empower women's behavior in leadership tasks, Journal of Experimental Social Psychology 2013, 49, s. 444-448.
- Microsoft (2017) Why Europe's girls aren't studying STEM', URL https://news.microsoft.com/europe/features/dont-european-girls-like-science-technology/ [dostęp: 17.05.2020].
- Ogrodzka-Mazur E. (2019) Kompetencje społeczne uczniów a realizacja zadań rozwojowych w okresie późnego dzieciństwa – studium z pogranicza polsko-czeskiego, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie DOI: 10.17951/j.2019.32.2.127-146.
- Parlament Europejski (2021) Wpływ pandemii COVID-19 na sytuację kobiet, URL https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20210225STO98702/wplyw-pandemii-covid-19-na-sytuacje-kobiet-infografiki [dostęp: 17.05.2021].
- PARP (2019) Rynek pracy, edukacja, kompetencje, URL https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/2019_03_Raport_Rynek-pracy_marzec-2019.pdf [dostęp: 17.05.2021].
- Pokojska J. (2020) Kobiety w „męskich" zawodach, Sieć Przedsiębiorczych Kobiet, DELab Uniwersytet Warszawski.
- Sáinz M., Eccles J. (2012) Self-concept of computer and math ability: Gender implications across time and within ICT studiem, Journal of Vocational Behavior 2012 DOI: 10.1016/j.jvb.2011.08.005.
- Seron C., Silbey S., Cech E., Rubineau B. (2018) "I am not a feminist, but.": hegemony of a meritocratic ideology and the limits of critique among women in engineering, Work Occup. 2018 DOI: 10.1177/0730888418759774.
- Solbes-Canales I., Valverde-Montesino S., Herranz-Hernández P. (2020) Socialization of gender stereotypes related to attributes and professions among young Spanish school-aged children. Front. Psychol. 2020 doi: 10.3389/fpsyg.2020.00609.
- Trusz S. (2015) Kulturowa transmisja stereotypu płci. Co sprawia, że mężczyźni studiują na kierunkach ścisłych lub technicznych, a kobiety na kierunkach humanistycznych lub społecznych?, Labor et Educatio 2015, 3, s. 265-301.
- Wasilewska H. (2013) Znaczenie przyjaźni w rozwoju psychospołecznym dzieci i młodzieży, Nauczyciel i Szkoła 2013, 1 (53), s. 83-101.
- Wenham C. (2020) The gendered impact of the COVID-19 crisis and post-crisis period, European Union 2020, URL The gendered impact of the COVID-19 crisis and post-crisis period (europa.eu) [dostęp: 17.05.2020].
- Willms D.J., Jacobsen S. (1990) Growth in mathematics skills during the intermediate years: sex differences and school effects, Int. J. Educ. Res. 1990, 14, 157-174.

O Fundacji Inspiring Girls Polska

Misją Fundacji jest inspirowanie dziewczynek do tego, aby były liderkami przyszłości – odważnie i w zgodzie ze sobą formułowały i realizowały swoje marzenia i ambicje, współkształtując świat wokół siebie. To wsparcie będziemy realizować poprzez łączenie dziewczynek z inspirującymi *role models* podczas spotkań o charakterze mentoringowym w szkołach i społecznościach lokalnych.

Od ponad pięciu lat takie działania z powodzeniem rozwijają się w innych krajach z międzynarodowej sieci Inspiring Girls, której jesteśmy częścią – dzięki nim tysiące dziewczynek spotkało na swojej drodze *role models*, które zainspirowały je do odważnego myślenia o przyszłości, zwiększenia pewności siebie i przełamywania stereotypów. Badania jasno pokazują bowiem, że ekspozycja dziewczynek na inspirujące kobiece wzorce na tak wczesnym etapie życia ma ogromny potencjał zmiany społecznej.

Ten potencjał rośnie szczególnie w przypadku dziewczynek z mniej uprzywilejowanych środowisk – dla tych, które ani w domu, ani w swoim najbliższym otoczeniu nie znajdują pozytywnych wzorców. Dla takich dziewczynek spotkanie na swojej drodze choćby jednego inspirującego wzorca może być doświadczeniem zmieniającym trajektorię rozwoju, wbrew – co niestety pokazują nasze badania – reprodukującym się z pokolenia na pokolenie uwarunkowaniom społecznym i ekonomicznym.

Inspiringgirls

Głęboko wierzymy w to, że działania Fundacji Inspiring Girls Polska przyczynią się do zmiany życia dziewczynek w Polsce na lepsze.

O raporcie

U dziewczynek w wieku 10-15 lat znacząco spada poczucie pewności siebie oraz zaczynają na nie niekorzystnie działać stereotypy, które ograniczają ich wybory edukacyjne i zawodowe. Chcemy inspirować dziewczynki do tego, aby były liderkami przyszłości – odważnie i w zgodzie ze sobą formułowały i realizowały swoje marzenia i ambicje, współkształtując świat wokół siebie. Dlatego powstał ten raport. Dlatego powstała Fundacja Inspiring Girls Polska.

Fundacja Inspiring Girls Polska to nowe przedsiębiorstwo społeczne powołane w ramach międzynarodowej sieci Inspiring Girls International. Pokazujemy dziewczynom różnorodność wyborów i możliwości życiowych: zawody, ścieżki rozwoju, role. Zachęcamy do wewnątrzsterowności i słuchania siebie, by w przyszłości żyły w zgodzie z własnymi przekonaniami, a nie pod wpływem presji zewnętrznej. Niniejszy raport opracowaliśmy na podstawie badań jakościowych i ilościowych zrealizowanych przez agencję badawczą IQS na zlecenie Fundacji Inspiring Girls Polska, a także na podstawie *desk research* literatury przedmiotu oraz analizy danych zastanych. Badanie IQS zostało przeprowadzone 2-5 marca 2021 r. metodą CAWI na N = 500 osobowej reprezentatywnej próbie dziewcząt w wieku 10-15 lat oraz ich matek.

© Fundacja Inspiring Girls Polska
Warszawa 2021
KONCEPCJA I NADZÓR MERYTORYCZNY: Eliza Durka
AUTORKI: Eliza Durka, Agnieszka Kwaśniewska, Ida Skrzeszewska
REDAKCJA: Anna Chyckowska
PROJEKT GRAFICZNY: Justyna Wróblewska // **BRANDFACE**

Inspiringgirls