RAPORT

Shesnnovation ACADEMY

MŁODE WARTOŚCI

JAKIEGO ŚWIATA CHCE **POKOLENIE Z** REPREZENTUJĄCE OBSZAR **ICT** i **STEM**?

Finansowane ze środków Citi Foundation

Fundacja Kronenberga citi handlowy inspiracja do działania

Perspektywy WOMEN IN TECH

shesnnovation.pl

Raport Fundacji Edukacyjnej Perspektywy i Fundacji Citi Handlowy
im. Leopolda Kronenberga
Projekt finansowany ze środków Citi Foundation

Autorki:
Prof. UAM dr hab. Iwona Chmura-Rutkowska, dr Agnieszka Kozłowska

Zespół Badawczy w składzie:
- dr Bianka Siwińska (kierowniczka naukowa)
- mgr Joanna Lisiecka
- mgr inż. Elżbieta Wyraz
- dr inż. Anna Gayer
- mgr Olga Gromek

Projekt graficzny: Sylwia Niedaszkowska

Projekt okładki: Artur Żebrowski

Fundacja Edukacyjna Perspektywy 2022

SPIS TREŚCI

Słowo wstępne (Perspektywy) 4
Słowo wstępne (Fundacja Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga) 5
Streszczenie 6
O badaniu. Wprowadzenie do raportu 15

1. RYNEK PRACY 20
1.1 Ogólne oczekiwania zawodowe 22
1.2 Prowadzenie własnego start-upu 24
1.3 Postawy wobec migracji 26
1.4 Kobiety w branży TECH/IT – wciąż pod górkę? 28
Wnioski 30
Rekomendacje 31
Komentarz ekspercki 32

2. TECHNOLOGIE 34
2.1 Pokolenie Z – entuzjastki i entuzjaści nowych technologii 36
2.2 Nowe rozwiązania technologiczne lubię i używam 38
2.3 Źródła wiedzy o nowych technologiach 40
2.4 Kompetencje w zakresie technologii przyszłości 42
Wnioski 44
Rekomendacje 44
Komentarz ekspercki 46

3. PRZYWÓDZTWO 48
3.1 Kompetencje przywódcze – wrodzone czy nabyte? 50
3.2 Preferowany styl przywództwa 52
3.3 Rola liderki/lidera 54
3.4 Zaangażowanie społeczne 56
3.5 Czy liderki uratują świat? 57
Wnioski 58
Rekomendacje 58
Komentarz ekspercki 60

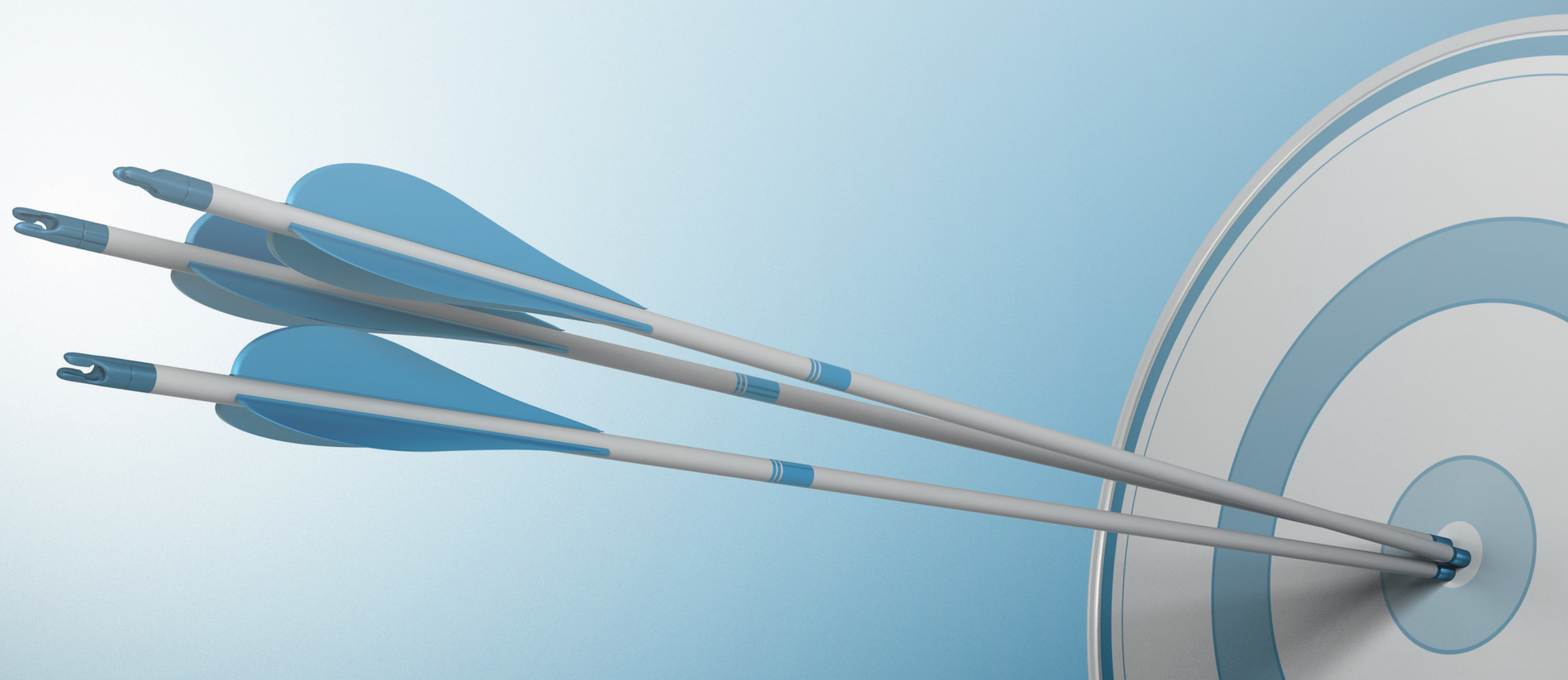
4. EKOLOGIA 62
4.1 Skala NEP – stosunek do przyrody 64
4.1.1 Limity wzrostu 66
4.1.2 Wyjątkowość człowieka 68
4.1.3 Antropocentryzm 70
4.1.4 Kruchość równowagi 71
4.1.5 Ryzyko kryzysu ekologicznego 72
4.2 Denializm klimatyczny 74
4.3 Ekologiczny styl życia 76
4.4 Aktywizm ekologiczny 80
4.5 Poczucie wpływu 82
4.6 Kto uratuje świat? 83
Wnioski 84
Rekomendacje 85
Komentarz ekspercki 86

5. (NIE)RÓWNOŚĆ I DYSKRYMINACJA 88
5.1 Osobiste doświadczenie dyskryminacji 90
5.2 Gotowość do działań na rzecz równości i przeciwko dyskryminacji 92
5.3 Perspektywa i doświadczenia osób LGBT+ 96
Wnioski 98
Rekomendacje 99
Komentarz ekspercki 100

6. (NIE)RÓWNOŚĆ PŁCI 102
6.1 Warunki osiągnięcia równości płci – perspektywa kobiet i mężczyzn 104
6.2 Seksizm – dyskryminacja ze względu na płeć 108
6.3 Równościowy język – feminatywy 110
6.4 Molestowanie seksualne w środowisku pracy 111
6.5 Równowaga praca-dom 112
Wnioski 114
Rekomendacje 115
Komentarze eksperckie 116

7. PANDEMIA COVID-19 120
Wnioski 122
Rekomendacje 122

BIBLIOGRAFIA 124
SPIS WYKRESÓW 127



FOT. Ennbow

Bianka Siwińska

prezeska Fundacji Edukacyjnej Perspektywy

Perspektywy WOMEN IN TECH

O nadziei

Świat zmienia się gwałtownie na naszych oczach. Ponad dwa lata pandemii wywracające życie do góry nogami, wojna w Ukrainie łamiąca nasze serca każdego dnia, bliskość przesilenia klimatycznego – to wszystko powoduje, że próbujemy definiować na nowo ramy, w których się poruszamy. W tym specyficznym momencie zadajemy sobie pytanie o to, jak ma wyglądać nasza wspólna przyszłość, i o kierunek, w jakim powinniśmy iść, jeżeli chcemy uniknąć katastrofy klimatycznej. Pytamy o potrzebę nowego, zrównoważonego przywództwa i realne szanse na ukształtowanie się tutaj silnego trendu. O przyszłość w podejściu do Planety. I o system świeżych wartości i opartych na nich sposobów działania – takich, dzięki którym da się odpowiedzieć na wyzwania współczesności.

I o nadzieję. A nadzieja jest w Młodych. Bo to młode pokolenie kształtować będzie już niedługo naszą rzeczywistość. I podejmować kluczowe decyzje.

A jacy są młodzi ludzie z pokolenia Z? Roszczeniowi, niechętni pracy, egocentryczni? Niekoniecznie.

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami badania „Young Values" przeprowadzonego przez Fundację Edukacyjną Perspektywy we współpracy z Fundacją Kronenberga w ramach projektu „Shesnnovation Academy" finansowanego przez Citi Foundation. Przedstawiamy tu oczekiwania pokolenia Z wobec pracodawców i rynku pracy, ich stosunek do nowych technologii, wizję przywództwa i gotowość do brania na siebie odpowiedzialności, wartości i przekonania leżące u podstaw ich stosunku do kryzysu ekologicznego i klimatycznego, ich doświadczenia i refleksje związane z dyskryminacją i nierównością. Mówimy tu także o roli, jaką w ich życiu odegrała pandemia COVID-19. Bo dla nich to doświadczenie z pewnością formatywne.

Zapraszamy do lektury i do refleksji nad tym, jak możemy wesprzeć Młodych w dążeniu do realizacji ich celów i dążeń. I nad tym, kto tak naprawdę uratuje świat.

Bo że zostanie uratowany, nie mam najmniejszych wątpliwości.

Dorota Szostek-Rustecka

prezeska Fundacja Citi Handlowy
im. Leopolda Kronenberga

Fundacja Kronenberga

citi handlowy

Shesnnovation ACADEMY

„Rozglądam się i widzę jak młodzież stoi na przystanku
A ja lubię młodzież, bo młodzież jest nadzieją
Bo młodzież jest nadzieją tego świata"

Fisz Emade Tworzywo, Ok Boomer

Ten raport to lektura obowiązkowa dla większości z nas. Dzisiaj jeszcze posiadających wpływ na to, jak potoczą się losy młodego pokolenia i w jaki sposób to pokolenie ukształtuje już wkrótce naszą codzienność. Myślę tu o pracodawcach, biznesie i usługodawcach, o instytucjach edukacji, politykach, organizacjach pozarządowych czy wreszcie – o rodzicach. Warto przyjrzeć się młodym z Pokolenia Z i lepiej poznać ich świat wartości oraz motywacje, jakie stoją potem za życiowymi decyzjami.

Ostatnie kilka lat wystawiło nas na najwyższą próbę, ale otworzyło też oczy na to, że bez odpowiedzialności za planetę, solidarności oraz bez wiary w siebie nawzajem i żywej nadziei, że świat można uratować – trudno budować lepszą przyszłość. Trzeba przy tym pamiętać, że oddajemy Pokoleniu Z świat tysiąca wyzwań. I to na nie w większości zrzucimy tytaniczną pracę, by ten świat ratować.

Czy można zatem mieć jakiekolwiek powody, by w Pokolenie Z wątpić?

Nie.

Powinniśmy raczej zrobić wszystko, by jeszcze lepiej rozumieć i zmieniać codzienność w taki sposób, który pozwoli mu na jak największe wykorzystanie swojego potencjału. Z badań, jakie realizujemy wraz z naszymi partnerami społecznymi, wynika, że Pokoleniu Z wciąż brakuje nieco odwagi i wiary w swoją moc sprawczą. Przytłoczone przez kolejne kataklizmy klimatyczne, społeczne i gospodarcze wybiera raczej bezpieczne środowisko. Nie zdecyduje się na start-up z uwagi na wysokie ryzyko porażki, nie zaangażuje się w akcję ekologiczną ze względu na niską wiarę, że może to coś zmienić. Spoglądać będzie raczej w kierunku struktur państwowych, na biznes i na instytucje odpowiedzialne za kreowanie polityki niż na siebie w kwestii np. zapobieżenia katastrofie klimatycznej.

To z jednej strony sygnał dla decydentów, jak wielka odpowiedzialność na nich spoczywa, z drugiej zaś– wielka potrzeba cross-generation mentoringu. Bo dzisiaj to, o co warto zadbać, to kultura buntowniczości i podważania status quo. Ta, która pozwoli młodym uwierzyć w siebie i siłę ich głosu, moc ich talentów i da wiarę, że są w stanie uratować nasz wspólny świat.

Czas na Pokolenie Z.

STRESZCZENIE

Raport pt. *Młode wartości. Jakiego świata chce pokolenie Z reprezentujące obszar ICT i STEM?*, przygotowany przez Fundację Edukacyjną Perspektywy, powstał przy wsparciu merytorycznym Fundacji Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga i we współpracy z badaczkami z Uniwersytetu im. A. Mickiewicza w Poznaniu. Jest poświęcony wartościom w życiu młodych ludzi uczących się, studiujących lub pracujących w sektorze ICT (*information and communication technologies*) i STEM (*science, technology, engineering, mathematics*). Badanie przeprowadzono na kilkusetosobowej próbie, przy pomocy ankiety on-line z wykorzystaniem kwestionariusza Google.

Raport obejmuje 7 obszarów tematycznych: rynek pracy, technologie, przywództwo, dyskryminację i nierówność (w tym poświęcono odrębny panel na dyskryminację i nierówność płci), ekologię, pandemię. W każdym z wyznaczonych obszarów pytano o przekonania, aspiracje, opinie, oceny, doświadczenia i zachowania. Pozwoliło to zrekonstruować świat, w jakim żyją i pragną żyć młodzi ludzie, w większości zaliczający się do pokolenia Z.

Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że badana młodzież chce świata, który charakteryzuje stabilność zawodowa (umowa o pracę), możliwość rozwoju i używania nowych technologii; świata zrównoważonego ekologicznie, wolnego od dyskryminacji i pozwalającego łączyć karierę z obowiązkami domowymi i życiem prywatnym. Europejski rynek, praca poza granicami jest dla niej na wyciągnięcie ręki, to opcja atrakcyjna i dostępna dla planów związanych z życiem i karierą.

Jednocześnie jest to pokolenie bierne społecznie i obywatelsko, przekonane o braku wpływu na rzeczywistość i skuteczność dostępnych środków przebudowy świata, takich jak protesty, głosowanie, aktywność w NGO.

Świat przyszłości, który wyrasta z jego wartości, jest zaawansowany technologicznie, uporządkowany, ekologiczny i równościowy, ale jednocześnie jego przedstawiciele nie czują się odpowiedzialni ani zdolni do zmiany obecnej rzeczywistości na taką, która im bardziej odpowiada.

Są bardziej niż starsze pokolenia wrażliwi na kwestie ekologii, równości, sprawiedliwości i realizują te wartości w życiu prywatnym, nie przenoszą ich jednak na wyższy poziom organizacji życia społecznego. Wybierają najlepsze dostępne opcje ze świata już urządzonego przez "onych" – rządy, organizacje międzynarodowe, korporacje; świata, na który – tak czują – nie mają żadnego wpływu.

W wizjach przyszłości i ocenie teraźniejszości, a także podejmowanych działaniach, wśród badanej młodzieży rysuje się wyraźna luka płciowa. Kobiety są bardziej niż mężczyźni proekologiczne i prorównościowe. Są także w większym stopniu zdeterminowane, by realizować karierę zawodową oraz podejmować role przywódcze w modelu partycypacyjnym.

Choć są entuzjastycznie nastawione do nowych technologii, kobiety skromniej oceniają własne możliwości i kompetencje z nimi związane, a równocześnie są bardziej niż mężczyźni otwarte na szkolenia i poznawanie nowej wiedzy w ramach doskonalenia zawodowego. Bardziej też wierzą w moc sprawczą instytucji, organizacji, biznesu i społeczeństwa obywatelskiego oraz samych siebie, jeśli chodzi o kształtowanie rzeczywistości. Zdecydowanie częściej także angażują się w działania mające na celu taką zmianę. Młodzi mężczyźni wydają się w większym stopniu zakładnikami tradycyjnych wzorców i idei –zarówno w bliskich relacjach, jak i w pracy.

Kobiety w większym stopniu niż mężczyźni są obecne, uczestniczą i starają się wpływać na rzeczywistość. Można powiedzieć, że czują się bardziej współautorkami scenariuszy realizowanych przez świat – zarówno obecny, jak i świat przyszłości. Wciąż jednak napotykają na bariery wynikające ze stereotypów i uprzedzeń związanych z płcią, które – co istotne – dostrzegają i uważają za niesprawiedliwe w coraz większym stopniu także mężczyźni.

Poniżej przedstawiamy streszczenie najważniejszych ustaleń raportu, oddzielnie dla każdego z badanych obszarów.

1. Rynek pracy

1 Badana młodzież najchętniej pracowałaby w średniej wielkości przedsiębiorstwie, rzadziej w małej firmie lub start-upie, jeszcze rzadziej w korporacji. Niewielki odsetek, bo tylko 7%, chce pracować w urzędzie lub instytucji państwowej. Od pracodawców oczekują stabilnych warunków zatrudnienia (umowa o pracę), możliwości pracy on-line i rozwoju zawodowego (konferencje, szkolenia). W dalszej kolejności wśród oczekiwań pojawiają się zadania adekwatne do kompetencji i dopiero na kolejnym miejscu wysokie zarobki. Atmosfera w pracy nie jest ważna dla badanych. Niewielu też (nieco ponad 13%) oczekuje poszanowania równości płci.

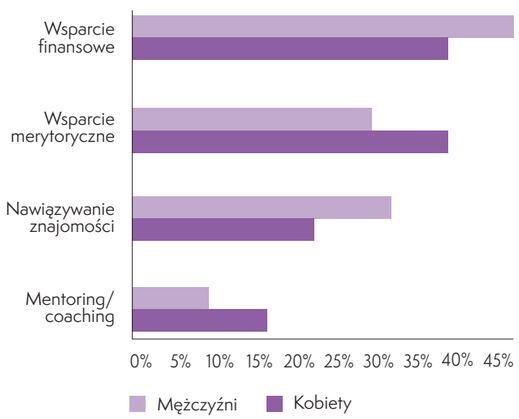
2 Własny start-up nie jest pierwszym wyborem badanej młodzieży. Tylko kilka procent pracuje nad jego założeniem, a mniej niż 1 % ma już własny start-up. Wśród barier wymieniają trudności w znalezieniu inwestorów, wysokie ryzyko porażki i konkurencję na rynku. Około 30% chciałoby mieć własny start-up w przyszłości, ale obecnie jeszcze nad tym nie pracują. Przy zakładaniu start-upu oczekiwaliby pomocy. Jakiej? Przede wszystkim finansowej. W dalszej kolejności badani wymieniali pomoc merytoryczną i w budowaniu sieci kontaktów.

3 Ponad połowa badanej grupy deklaruje, że chce wyjechać z Polski. Motywacją jest lepsza oferta pracy za granicą oraz możliwości, jakie daje wspólny rynek europejski, a także sytuacja społeczno-polityczna w kraju.

4 We wszystkich badanych obszarach pojawiły się statystycznie istotne różnice płciowe. Kobiety częściej niż mężczyźni wskazywały jako atrakcyjną pracę w korporacji, częściej oczekiwały możliwości pracy on-line i rozwoju zawodowego oraz 6 razy częściej niż mężczyźni chciały widzieć w pracy poszanowanie równości płci. Przy zakładaniu start-upów, częściej oczekują wsparcia merytorycznego, mentoringu i coachingu, podczas gdy mężczyźni zgłaszają potrzebę pomocy przede wszystkim w finansowaniu przedsięwzięcia oraz budowaniu sieci kontaktów. Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują zamiar opuszczenia Polski z powodu sytuacji społeczno-politycznej – prawie 2/3 z badanych kobiet zgłosiło taki zamiar, w porównaniu z 46,2% mężczyzn.

Wykres 1

OCZEKIWANE FORMY POMOCY ZWIĄZANE Z ZAŁOŻENIEM START-UPU



2. Technologie

1 Pokolenie Z entuzjastycznie podchodzi do (nowych) technologii. Około 70% deklaruje, że zna się na nich i czuje się w nich pewnie. Badani powszechnie używają chmury, komunikatorów, mediów społecznościowych, platform komunikacyjnych, bankowości elektronicznej, płatności telefonem, zabezpieczeń biometrycznych, lubią testować i poznawać dostępne technologie.

2 Trudności pokoleniu Z sprawiają technologie przyszłości (5G, blockchain, kryptowaluty, NFT, Metaverse, autonomiczne pojazdy, komputery kwantowe). Tylko niewielki odsetek badanych (około 10%) zaznaczał, że dużo o nich wie i się nimi interesuje.

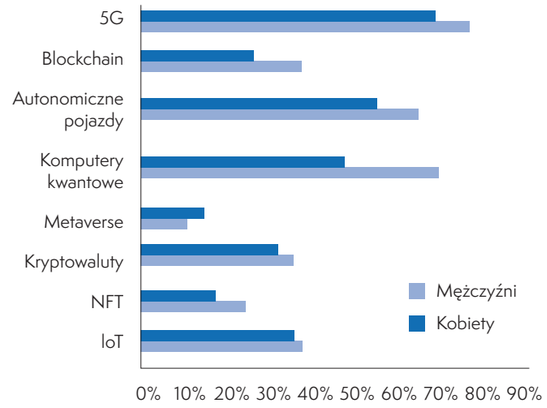
3 Około 60% badanej młodzieży jest przekonanych, że będzie rozwijać technologie w przyszłości i mieć wkład w ich kształtowanie. Prawie 17% nie widzi siebie w takiej roli, a 23,7% nie ma w tej sprawie zdania.

4 Źródłem wiedzy o technologiach dla pokolenia Z jest przede wszystkim szkoła lub uczelnia, YouTube, media społecznościowe i strony www. Nie są nimi kursy/szkolenia, konferencje ani czasopisma naukowe czy branżowe (korzysta z nich, odpowiednio, 16,8%, 7,6% i 4,5% badanych), choć istnieją w tej kwestii różnice związane z wiekiem i płcią.

5 Płeć wpływa na używanie i stosunek do technologii. Kobiety częściej niż mężczyźni lubią obecnie funkcjonujące technologie i używają ich (co obala stereotyp o niechęci kobiet do techniki) – ale rzadziej niż mężczyźni zgłaszają, że mają wiedzę i interesują się technologiami przyszłości, jak 5G, kryptowaluty, NFT, Metaverse, autonomiczne pojazdy czy komputery kwantowe. Płeć determinuje też źródła wiedzy o nowych technologiach: kobiety dwukrotnie częściej niż mężczyźni korzystają w tym celu z konferencji, kursów i szkoleń, a także z YouTube niż mężczyźni.

Wykres 2

ODSETEK KOBIET I MĘŻCZYZN POZYTYWNIE NASTAWIONYCH DO WYBRANYCH TECHNOLOGII PRZYSZŁOŚCI



3. Przywództwo

1 Większość badanych młodych osób z pokolenia Z jest przekonana o wrodzonym charakterze cech przywódczych, które można w ciągu życia jedynie rozwijać.

2 Tylko co czwarta badana młoda osoba preferuje progresywny – partycypacyjny – styl przywództwa. Częściej takie preferencje mają kobiety niż mężczyźni.

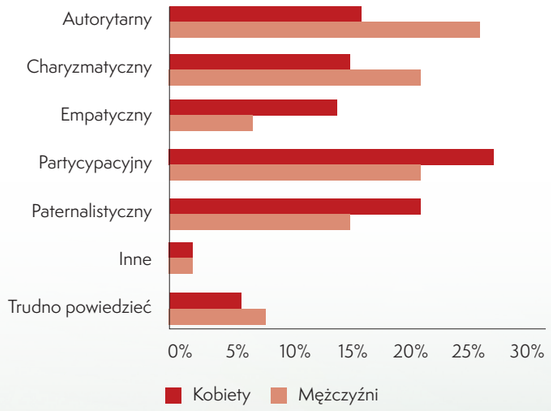
3 70% badanych osób aspiruje do roli liderki/lidera, jednak 60% nigdy się w tym zakresie nie szkoliło.

4 W kontraście do często deklarowanej gotowości podejmowania ról przywódczych stoi niski poziom angażowania się i podejmowania działań w przestrzeni publicznej. Kobiety częściej niż mężczyźni podejmują działania prospołeczne, takie jak wolontariat czy praca w organizacji pozarządowej.

5 Na poziomie ogólnych deklaracji większość badanych kobiet i połowa mężczyzn wyraziła przekonanie, że przywództwo kobiet ma i będzie miało znaczenie dla rozwoju świata, jednak w kontekście konkretnych problemów – takich jak utrzymanie pokoju, większe respektowanie praw człowieka czy rozwiązanie kryzysu klimatycznego – w pozytywną i znaczącą rolę kobiet wierzy dużo mniej osób.

Wykres 3

PREFEROWANE STYLE PRZYWÓDZTWA – PERSPEKTYWA KOBIET I MĘŻCZYZN



4. Ekologia

1 Badana młodzież jest w dużej mierze nastawiona do życia proekologicznie: zarówno w sferze samego stosunku do przyrody, jak i ekologicznego stylu życia. Zasady ekologii powszechnie wdrażają w życie na poziomie jednostkowym.

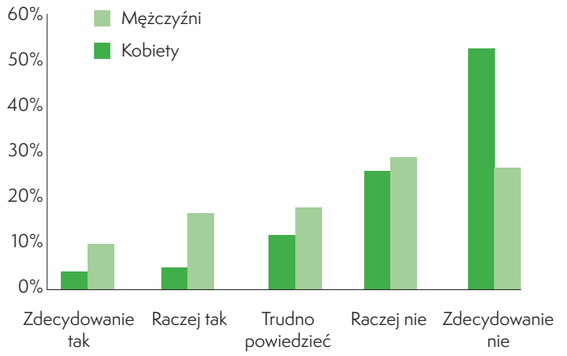
2 Trudności badanej grupie sprawiają działania wykraczające poza sferę prywatną. Ponad 70% badanej grupy nigdy nie angażuje się w działania proekologiczne na poziomie obywatelskim, np. aktywność w ekologicznych organizacjach pozarządowych; 80% nie bierze udziału w protestach ulicznych takich jak Strajk Klimatyczny.

3 Niskie jest poczucie sprawstwa w kwestiach ekologicznych. Aż 82% badanej grupy jest przekonanych o tym, że nie ma żadnego wpływu na pokonanie kryzysu ekologicznego lub ma niewielki wpływ.

4 W badanej grupie kobiety okazały się zdecydowanie bardziej proekologiczne w myśleniu i działaniu niż mężczyźni. Nieomal w każdym z kilkudziesięciu pytań w tym dziale proekologicznych odpowiedzi częściej udzielały kobiety niż mężczyźni, a różnice między płciami sięgały nawet 20 punktów procentowych.

Wykres 4

RÓŻNICE PŁCIOWE W OCENIE KRYZYSU EKOLOGICZNEGO. ODPOWIEDZI NA TEZĘ: „TAK ZWANY KRYZYS EKOLOGICZNY STOJĄCY PRZED LUDZKOŚCIĄ JEST MOCNO PRZESADZONY"



5. Dyskryminacja

1 Badana młodzież zauważa w swoim otoczeniu powszechność zjawiska dyskryminacji. Doświadczyło jej lub było świadkiem, w zależności od przesłanki, od 25 do 68% badanych (pochodzenie etniczne 41,9%; kolor skóry 34,45%; niepełnosprawność fizyczna 29,2%; niepełnosprawność intelektualna 38,4%; stan zdrowia/choroba 38,3%; wygląd 68%; religia, wyznanie 44,5%; bezwyznaniowość 25,3%; światopogląd 57,7%; płeć 61,3%; orientacja seksualna 47,1%; niski status materialny 44,2%; sytuacja rodzinna 37,3%).

2 Różnice płciowe w częstości doświadczenia lub bycia świadkiem dyskryminacji były niewielkie, z wyjątkiem dyskryminacji ze względu na płeć, która zdecydowanie częściej dotyka kobiety niż mężczyzn.

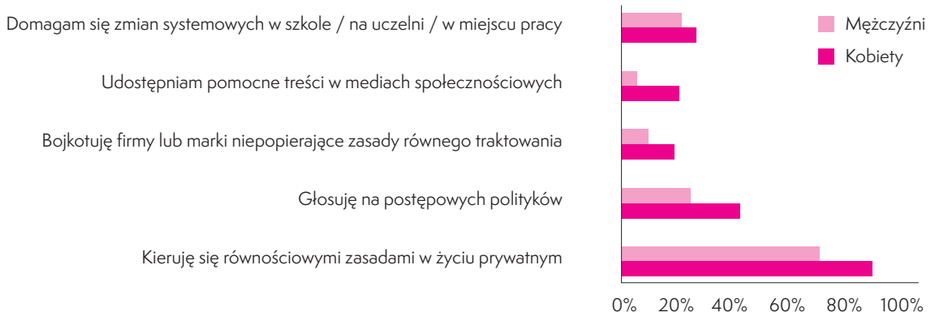
3 Badani młodzi ludzie, pomimo powszechnej deklaracji kierowania się równościowymi zasadami w życiu prywatnym (80-90%), charakteryzują się niską gotowością i doświadczeniem zaangażowania się w sprawy równości w sferze publicznej. Mniej niż połowa (36,2%) głosuje na postępowych polityków i polityczki; udostępnia treści w mediach społecznościowych 15%; domaga się szkoleń równościowych 20,4%; szkoli się równościowo 24,2%; bojkotuje firmy czy domaga się systemowych rozwiązań na terenie szkoły/uczelni/firmy 20,4%. Kobiety wykazują większą niż mężczyźni wrażliwość i aktywność prorównościową w sferze publicznej oraz częściej niż mężczyźni zwiększają swoje kompetencje i wrażliwość w tym temacie.

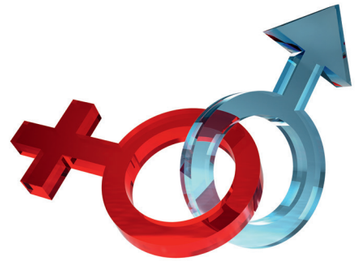
4 W badaniu połowa kobiet i tylko 23% mężczyzn deklarowała, że okazjonalnie wspiera społeczność LGBT+. Regularne działania sojusznicze deklaruje dużo mniej młodych ludzi – szczególnie mało mężczyzn (3,1%).

5 Osoby identyfikujące się jako nieheteronormatywne częściej niż reszta badanych doświadczały dyskryminacji ze względu na płeć i orientację seksualną. Częściej brały udział w działaniach mających na celu przeciwdziałania dyskryminacji w swoim najbliższym otoczeniu. Osoby LGBT+ znacznie częściej rozważały wyjazd za granicę w związku z sytuacją społeczno-polityczną w kraju oraz częściej twierdziły, że pandemia COVID-19 radykalnie zmieniła ich życie.

Wykres 5

PODEJMOWANE DZIAŁANIA PRZECIWKO DYSKRYMINACJI – DEKLARACJE KOBIET I MĘŻCZYZN





6. Równość płci

1 Dla młodych ludzi równość płci jest ważna i nie postrzegają jej jako zagrożenia dla życia rodzinnego. Mężczyźni częściej niż kobiety są przekonani, że równość płci została już osiągnięta.

2 Kobiety częściej niż mężczyźni wskazują na konieczność spełnienia wielu warunków, aby równość płci stała się faktem, a nie tylko deklaracją. Chodzi o równe szanse na awans zawodowy, równe zarobki, równość wobec prawa, opieranie związku na szacunku i partnerstwie oraz równym podziale obowiązków, a także, w nieco mniejszym stopniu, docenianie pracy domowej i opieki nad dziećmi. Największa różnica płci dotyczyła wyrównania reprezentacji kobiet i mężczyzn wśród rządzących – połowa badanych kobiet i zaledwie 14% mężczyzn wyraziło przekonanie, że jest to ważny warunek osiągnięcia pełnej równości płci.

3 Ponad połowa badanych (56%) doświadczyła seksizmu w domu, szkole lub w przestrzeni publicznej. Nieco mniej, bo 27%, badanych zaznaczyło, że doświadczyło seksizmu w pracy. Seksizmu, we wszystkich badanych przypadkach znacząco częściej doświadczały kobiety niż mężczyźni.

4 Badana młodzież jest oswojona z równościowym zastosowaniem języka, czyli używaniem feminatywów; konotacje żeńskich końcówek z niższą wartością stanowisk i funkcji dostrzega mniejszość badanych (31,7% mężczyzn i 23,7% kobiet).

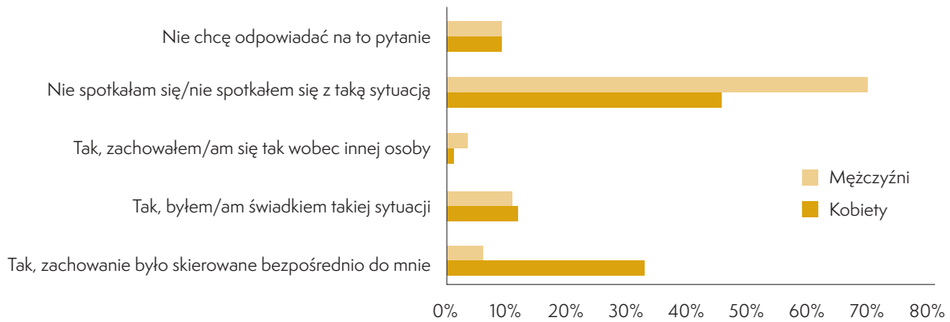
5 Około 1/3 badanych kobiet i 7% badanych mężczyzn doświadczyło molestowania seksualnego w pracy lub było świadkiem takich sytuacji.

6 Około 40% badanych zadeklarowało, że nie zareagowało w żaden sposób na molestowanie, którego doświadczyło osobiście lub było świadkiem; tylko 7 % zgłosiło tę sytuację do instytucji, osób lub komisji powołanych do wsparcia ofiar lub odpowiedzialnych za przestrzeganie prawa w pracy.

7 Badana młodzież w większości pragnie równowagi pomiędzy swoim życiem zawodowym i rodzinnym (70% badanych kobiet i 60% mężczyzn). W przypadku konfliktu ważniejsza dla nich byłaby rodzina. Jeśli chodzi o podział obowiązków w domu, wciąż większość z nich wykonują kobiety, zarówno w domach rodzinnych respondentek i respondentów, jak i ich obecnych związkach.

Wykres 6

ODPOWIEDZI NA PYTANIE „CZY KIEDYKOLWIEK DOŚWIADCZYŁAŚ/EŚ OSOBIŚCIE LUB BYŁAŚ/EŚ ŚWIADKIEM MOLESTOWANIA SEKSUALNEGO W ŚRODOWISKU PRACY?”. DOŚWIADCZENIA KOBIET I MĘŻCZYZN



7. Pandemia

1 Badana młodzież jest świadoma prewencyjnego działania szczepień. Ponad 85% z nich zaszczepiło się na koronawirusa – to zdecydowanie wyższy wynik niż dla całej polskiej populacji i porównywalny z wynikiem charakterystycznym dla środowisk akademickich. Świadczy on o szacunku badanej grupy do nauki, która jest podstawą ich decyzji w o wiele większym stopniu niż przeciętnie w populacji.

2 Dla niemal połowy badanych z pokolenia Z pandemia był doświadczeniem trudnym lub bardzo trudnym. Połowa kobiet i co trzeci mężczyzna doświadczył załamania nerwowego lub podobnych problemów.

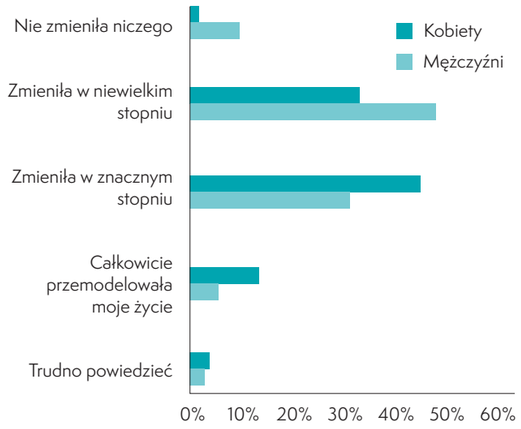
3 Ponad połowa badanych zaznaczyła, że pandemia całkowicie lub w znacznym stopniu zmieniła ich życie.

4 Kobiety dotkliwiej odczuły konsekwencje pandemii: częściej doświadczały załamania nerwowego i innych jej negatywnych skutków, a także częściej niż mężczyźni mają poczucie, że pandemia całkowicie przemodelowała ich życie.

5 Tylko niewielki odsetek badanych stracił z powodu pandemii pracę (4,8%). Środowiska ICT i STEM są z wielu powodów bardziej odporne na pandemię niż inne sektory, w których doszło do załamania ekonomicznego, bankructw i zwolnień pracowników.

Wykres 7

JAK PANDEMIA ZMIENIŁA NASZE ŻYCIE



O BADANIU. WPROWADZENIE DO RAPORTU

PRZEDMIOT I CEL BADAŃ

Raport poświęcony jest wartościom w życiu młodych ludzi uczących się, studiujących lub pracujących w sektorze STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics – nauki techniczne i ścisłe) i ICT (informatyka, technologie i komunikacja). Obejmuje 7 obszarów tematycznych: rynek pracy, technologie, przywództwo, dyskryminację i nierówność (w tym poświęcono odrębny panel na dyskryminację i nierówność płci), ekologię, pandemię.

W każdym z wyznaczonych obszarów pytano o aspiracje, przekonania, wartości, opinie, oceny (w tym samoocenę), doświadczenia i zachowania młodych ludzi.

KOGO BADAŁYŚMY?

Przedstawione w raporcie badanie przeprowadzono na próbie 701 osób urodzonych w latach 1990-2008. Do dalszych analiz zakwalifikowano wypowiedzi 685 osób.

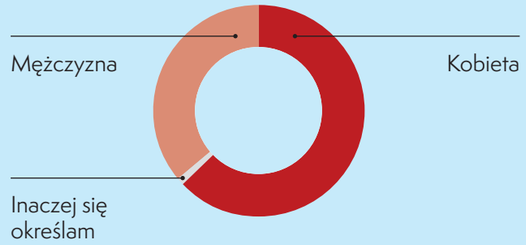
Większość, bo 60,4% procent badanych, stanowiły kobiety, 38,3% – mężczyźni, a 1,3% badanej populacji zaznaczyło, że inaczej określa swoją płeć.

Najmłodsze badane osoby miały 14 lat, najstarsze – 32. Średnia wieku badanych wyniosła 23 lata, co oznacza, że respondentki i respondenci należą do "pokolenia Z" (ludzie urodzeni w latach 1996-2010).

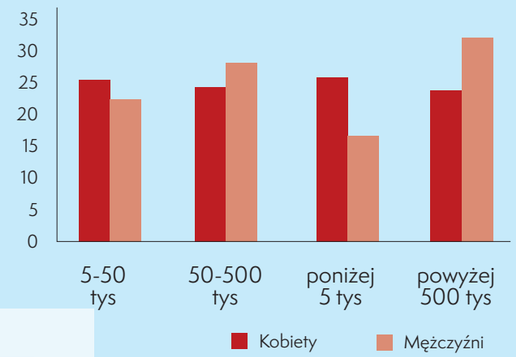
Spośród badanych 78% zadeklarowało się jako osoby heteronormatywne, a 14,7% – jako LGBT+. Ponad 7% badanych nie chciało odpowiadać na pytanie o identyfikację ze społecznością LGBT+. W badanej próbie kobiety ponad dwukrotnie częściej niż mężczyźni identyfikowały się jako LGBT+ – zaznaczyło tę kategorię odpowiedzi 18,4% kobiet wobec 7,6% mężczyzn.

Wielkość miejscowości, w których badane osoby urodziły się i wychowały, była bardzo zróżnicowana. W każdej z kategorii było 22-27% badanych, przy czym mężczyźni częściej niż kobiety wywodzili się z dużych miast. Jednak obecnie większość badanych (61,8%) mieszka w dużych miastach aglomeracyjnych powyżej 500 tys. mieszkańców, a dalsze 9,8% – w miastach liczących 100-500 tys. mieszkańców. Nieco ponad 10% – przeciwnie – mieszka w małych miejscowościach poniżej 5 tys. mieszkańców. Pozostałe zakresy wielkości miejscowości zebrały po kilka procent badanych. Można powiedzieć, że badana młodzież, niezależnie od tego, gdzie się urodziła i wychowała, na miejsce do życia wybrała środowisko dużego miasta. I tu znowu pojawiły się różnice płciowe. Ponad 80% badanych mężczyzn, wobec 50,5% kobiet, mieszkało w chwili badania w dużych miastach aglomeracyjnych powyżej 500 tys. mieszkańców.

Wykres 8
ROZKŁAD PŁCI W PRÓBIE

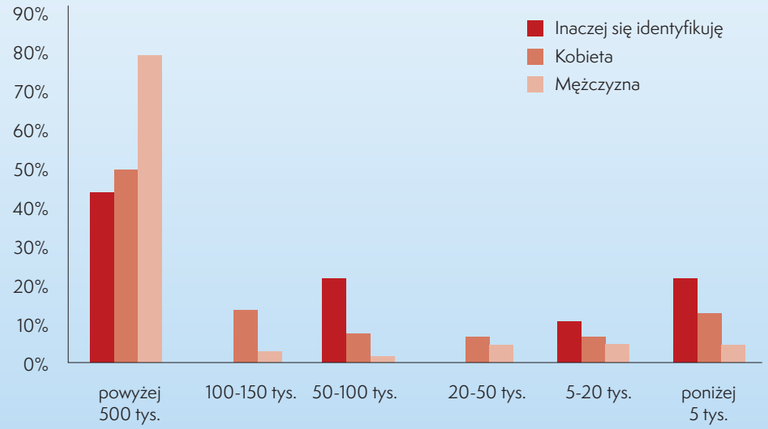


Wykres 9
WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI URODZENIA I DZIECIŃSTWA BADANYCH



Wykres 10

MIEJSCE ZAMIESZKANIA OBECNIE Z ROZBICIEM NA PŁEĆ



W odniesieniu do statusu edukacyjno-zawodowego badanych 17,7% zaznaczyło, że pracuje w pełnym wymiarze godzin, a 4,1% – w niepełnym wymiarze godzin. Prawie 3% prowadzi własną firmę, 46% studiuje lub uczy się dziennie, a 29,3% – zaocznie.

Osoby badane na ogół zaznaczały, że mają dobre (39%) lub bardzo dobre (33%) wyniki w nauce. Mniej niż jedna piąta (19%) oceniła je jako „przeciętne", a 3% – poniżej przeciętnych. Kobiety częściej niż mężczyźni deklarowały, że ich wyniki w nauce są bardzo dobre. Zaznaczyło tę kategorię osiągnięć 37,9% kobiet wobec 24,8% mężczyzn.

Znaczna część badanych (37%) mieszka z rodzicami, 23% – z partnerem/partnerką/mężem/żoną, a 15% – samodzielnie. Pozostałe osoby mają inną sytuację mieszkaniową (akademik, mieszkanie z rodzeństwem). Jedynie ośmioro badanych miało dzieci – około 1% próby.

METODY ZBIERANIA I OPRACOWANIA DANYCH

Badanie przeprowadzono metodą CAWI (Computer-Assisted Web Interview) przy pomocy kwestionariusza on-line sporządzonego z wykorzystaniem formularza Google i zamieszczonego na portalu fundacji Perspektywy. Do wypełnienia ankiety zachęcano dodatkowo mailami w środowiskach akademickich i wśród uczestniczek i uczestników wydarzeń organizowanych przez Fundację wiosną 2022. Zebrane dane wyeksportowano do programu Excel, a następnie poddano oczyszczeniu i obróbce statystycznej z wykorzystaniem programu statystycznego Stata, wersja 16.0.

W raporcie przedstawiono jedynie podstawowe statystyki częstości dla pojedynczych zmiennych lub dla tabel krzyżowych uwzględniających kategorie płci, wieku i przynależności (bądź jej braku) do społeczności LGBT+ (orientacja seksualna i tożsamość płciowa). W analizach opartych o kategorie płci ze względów metodologicznych wykorzystywano dwie kategorie, kobiety i mężczyzn. W analizach opartych o wiek badanych wyłoniono dwie kategorie: uczniów oraz osoby studiujące/pracujące. Różnice wynikające z płci lub kategorii wieku były testowane przy pomocy testu różnic chi-kwadrat Pearsona. W raporcie przytoczono tylko te z nich, które były istotne statystycznie, z poziomem istotności $p<0,05$.

Większość zaobserwowanych różnic była związana z płcią. Zróżnicowanie wyników ze względu na wiek było najczęściej statystycznie nieistotne lub kierunek tych różnic był niekonsekwentny i przez to trudny do interpretacji. Dlatego w raporcie odwołujemy się głównie do różnic płciowych. Pozwoliło to zbudować spójny i kompatybilny z wynikami dotychczasowych badań obraz młodzieży z pokolenia Z, wśród której perspektywa płci odgrywa rolę we wszystkich badanych sferach życia zawodowego, prywatnego czy obywatelskiego.

W przedstawionym raporcie mogą Państwo zapoznać się z oczekiwaniami pokolenia Z wobec pracodawców i rynku pracy, ich stosunkiem do nowych technologii, preferencjami i gotowością do przywództwa. W dalszej części raportu przeczytają Państwo o wartościach i przekonaniach leżących u podstaw stosunku pokolenia Z do kryzysu ekologicznego i klimatycznego, ich doświadczeń i refleksji związanych z dyskryminacją i nierównością, z uwzględnieniem płci i orientacji seksualnej. Końcowe rozdziały raportu dotyczą gotowości pokolenia Z do godzenia ról zawodowych i rodzinnych przez oboje rodziców, a także roli, jaką w ich życiu odegrała pandemia COVID-19.

1

RYNEK PRACY

Rynek pracy to jedna z tych przestrzeni rzeczywistości, które podlegają dynamicznym zmianom w związku z rozwojem technologii. Informatyzacja, automatyzacja i robotyzacja oraz postępy w telekomunikacji, leżące u podstaw transformacji cyfrowej, wpływają na organizację i formy pracy, zmieniają zapotrzebowanie na umiejętności i oczekiwania pracodawców, ale też zmieniają oczekiwania i aspiracje pracowników. Pojawiają się nowe obszary wymagające refleksji i analizy, np. w odniesieniu do pracy zdalnej, która umożliwia kontakt z pracodawcą i świadczenie pracy z dowolnego miejsca w dowolnej porze dnia i nocy.

Europejski rynek pracy, oparty na zaawansowanych technologiach, może się rozwijać dzięki postępom w nauce i technice, innowacjom, a także dzięki wysokiej jakości edukacji, która powinna wyposażać młodzież w odpowiednie umiejętności (myślenie krytyczne, elastyczność, kreatywność, umiejętność pracy w grupie itp.). W praktyce, w obszarze umiejętności, od lat obserwowany jest rozziew pomiędzy zapotrzebowaniem pracodawców a tym, co potrafią poszukujący pracy, co rodzi napięcia i zwiększa bezrobocie, przy jednoczesnym wzroście wakatów w niektórych sektorach rynku.

Jednym z paradoksów współczesnego rynku pracy w Europie jest niespójność pomiędzy działaniami legislacyjnymi, ukierunkowanymi na coraz wyższy poziom ochrony pracowników i zapewnienia im bezpieczeństwa socjalnego, a rosnącym poziomem umów śmieciowych i niestabilną sytuacją młodzieży wkraczającej na rynek (Young People and Precarious Work, n.d.; Youth on globalised labour markets, n.d.). Może to wzmacniać w pracownikach z pokolenia Z poczucie niepewności, braku stabilności, zmienności, tak charakterystyczne dla współczesności. Już pokolenie urodzone w latach 80., a więc starsze od pokolenia Z, zostało nazwane przez socjologa Zygmunta Baumana „płynnym pokoleniem" (Bauman et al., 2019), a czasy niepewności, nieustających przemian, wzrastającego tempa życia i jego fragmentacji – płynną rzeczywistością (Bauman, 2007). Baumanowska płynność życia dotyka pokolenie Z w znacznie większym stopniu niż starsze od niego pokolenie Y. Czy jednak ten brak stabilności faktycznie przeszkadza młodzieży z pokolenia Z? Czego oczekują od pracodawcy, co cenią w pracy, na ile są przygotowani do uczestnictwa w rozwoju technologicznie zaawansowanego rynku pracy?

1.1 Ogólne oczekiwania zawodowe

ZETY CHCĄ UMÓW O PRACĘ

Na pytanie „Jakim rodzajem pracy jesteś zainteresowana/y w przyszłości?" 45,5% badanych odpowiedziało „umowa o pracę w pełnym wymiarze godzin", 19,4% preferuje założenie własnej działalności gospodarczej, a 18,7% wybiera umowę w niepełnym wymiarze godzin. Mniej osób chciałoby założyć własny start-up (6,7%) czy mieć pracę dorywczą (freelance – 6%). Wyniki pokazują, że młodzi ludzie zdecydowanie preferują stałą umowę o pracę ponad zlecenia czy własną działalność. Tylko 1/5 z nich myśli o własnej firmie, a kluczowe dla rozwoju współczesnego rynku start-upy są w planach niewielkiego odsetka badanych.

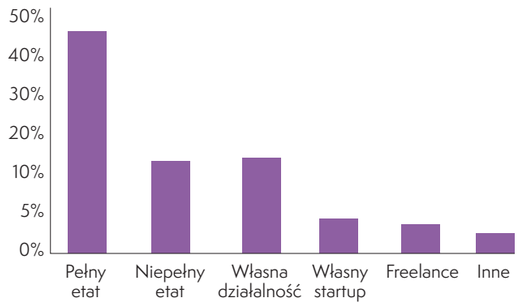
Płeć nie różnicowała tych wyników, za to zauważono różnice związane z wiekiem: uczniowie 2,5 raza częściej wskazywali *freelance* jako preferowaną formę zatrudnienia niż studiujący i pracujący, a także znacznie rzadziej niż starsze koleżanki i koledzy myśleli o zatrudnieniu na pełen etat (31,5% uczniów wobec 47,7% studentów i pracujących). Ponadto prawie 2 razy częściej niż starsze koleżanki i koledzy wskazywali, że są zainteresowani założeniem własnej firmy (29,1% uczniów wobec 17,7% studentów i pracujących). Nie wiadomo, czy ta różnica wynika z nadchodzących wraz z młodszymi rocznikami zmian preferencji wobec formy zatrudnienia czy też jest efektem braku doświadczenia młodszych Zetów, które nie miały okazji skorygować wcześniejszych pomysłów na życie i pracę.

POTRZEBY POKOLENIA Z: MOŻLIWOŚĆ PRACY ZDALNEJ I WŁASNEGO ROZWOJU. ATMOSFERA W PRACY? BEZ ZNACZENIA

W pytaniu o oczekiwania wobec przyszłego pracodawcy pokolenie Z wskazuje przede wszystkim możliwość pracy zdalnej – taką odpowiedź zaznaczyło aż 90,9% procent badanych. Ten warunek jest ważniejszy dla kobiet niż dla mężczyzn: zaznaczyło go 93,7% kobiet wobec 86,6% mężczyzn.

Wykres 11

ODPOWIEDZI NA PYTANIE: JAKIM RODZAJEM PRACY JESTEŚ ZAINTERESOWANA/Y W PRZYSZŁOŚCI?



W dalszej kolejności pokolenie Z oczekuje od pracodawcy zapewnienia możliwości rozwoju (udział w szkoleniach, konferencjach). Odpowiedź tę zaznaczyło 77,2% badanych, znowu był to warunek ważniejszy dla kobiet niż mężczyzn. Zaznaczyło tę odpowiedź 81,9% kobiet wobec 70,2% mężczyzn.

Trzecie najbardziej popularne wskazanie – 47,0% badanych – to otrzymywanie zadań odpowiadających kompetencjom. Na tym warunku bardziej zależy mężczyznom z pokolenia Z – zaznaczyło go 57,6% mężczyzn wobec 40,1% kobiet. Tę odpowiedź zaznaczali też częściej studenci i pracujący niż uczniowie (50,0% studiujących lub pracujących wobec 38,6% uczniów). Około 1/5 badanych oczekuje kompetentnego zespołu pracowników i wysokich zarobków (odpowiednio 21,3% oraz 23,8%). Przy czym wysokie zarobki są bardziej istotne dla mężczyzn niż dla kobiet (30,1% mężczyzn wobec 19,8% kobiet).

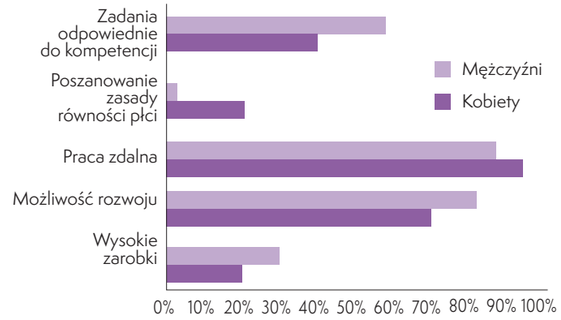
Mniej wskazań zebrał warunek poszanowania zasad równości płci (13,9%), a najmniej – przyjaznej atmosfery w pracy (0,1%). Przy czym poszanowanie równości płci było zdecydowanie ważniejsze dla kobiet niż dla mężczyzn – kobiety wskazywały go prawie 6 razy częściej niż mężczyźni.

MĘŻCZYŹNI LUBIĄ START-UPY, KOBIETY WOLĄ KORPO

W kolejnym pytaniu, dotyczącym wielkości i charakteru firmy, w jakiej chciałoby pracować pokolenie Z, większość osób, bo aż 59%, wskazało średnie przedsiębiorstwo. Dla 39,7% byłoby to mikro- lub małe przedsiębiorstwo, a dla 32,4% – duże przedsiębiorstwo/korporacja. Najmniej osób zaznaczyło opcję „urząd, instytucja państwowa" – 7,1%. W tym pytaniu na wyniki wpływ miała płeć badanych. Więcej mężczyzn niż kobiet uważa, że najlepszym miejscem pracy byłaby dla nich mała firma lub start-up

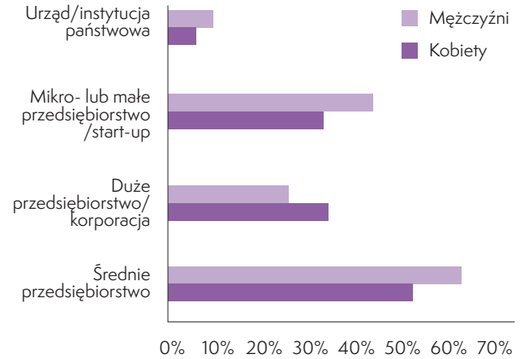
Wykres 12

OCZEKIWANIA KOBIET I MĘŻCZYZN WOBEC PRZYSZŁYCH PRACODAWCÓW/CZYŃ



Wykres 13

WIELKOŚĆ I CHARAKTER FIRMY W JAKIEJ CHCIAŁOBY PRACOWAĆ POKOLENIE Z



(46,2% mężczyzn wobec 34,5% kobiet). Średnie przedsiębiorstwa są również bardziej popularne wśród badanych mężczyzn niż kobiet (chce tam pracować 66% mężczyzn wobec 54,8% kobiet). Kobiety zaś są bardziej skłonne do wybierania dużych korporacji jako optymalnego miejsca pracy (36,5% kobiet w porównaniu do 27,1% mężczyzn).

POKOLENIE Z LUBI PRACĘ, ALE BEZ PRZESADY

Według 51,5% badanych ludzie pracują, żeby żyć pełnią życia. Znacznie mniej, bo 17,1%, traktuje pracę jako konieczność – ludzie pracują po to, aby przetrwać. Najmniej osób – 3,6% – odpowiedziało, że ludzie żyją po to, żeby pracować. Dla pokolenia Z praca nie jest celem życia ani koniecznością. Traktują ją jako istotną część życia, bez której byłoby ono niepełne.

1.2 Prowadzenie własnego start-upu

WŁASNY START-UP? NIE WIEM, MOŻE?

Na pytanie, czy był(a)byś zainteresowana/y założeniem start-upu, tylko 6,3% odpowiedziało, że pracuje już nad tym, natomiast 34,6% osób odpowiedziało, że tak, ale nie pracują jeszcze nad tym. Własny start-up posiadają 4 osoby (0,6%). Nie wie, nie myślało o tym 39,1% badanych.

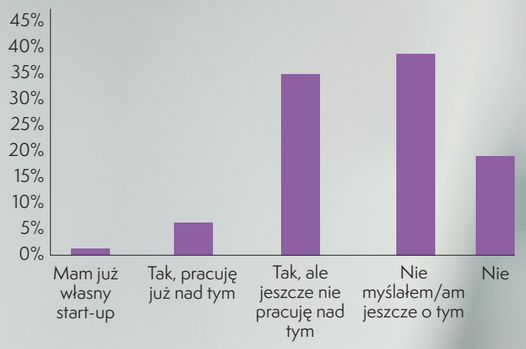
Na pytanie wielokrotnego wyboru „dlaczego chciał(a)byś założyć własny start-up?" 33% badanych odpowiedziało, że chce mieć wpływ na rzeczywistość, 42% chce robić coś kreatywnego. Zakładanie start-upu, aby mieć własną firmę, wskazało 19,7%, a 11,4% z powodu świetnego pomysłu na produkt do wdrożenia. W odpowiedziach zauważono statystycznie istotne różnice wiekowe i płciowe. Więcej kobiet niż mężczyzn motywację w założeniu start-upu widzi w możliwości wpływania na rzeczywistość (37,7% kobiet wobec 26,1% mężczyzn). Z kolei uczniowie częściej niż studenci lub pracujący chcieliby założyć start-up, aby mieć własną firmę.

INWESTORZY PILNIE POSZUKIWANI

Za największe wyzwania związane z założeniem własnego start-upu 54,2% respondentów uważa znalezienie inwestorów oraz wysokie ryzyko porażki – 51,2%, a także dużą konkurencję – 35,% (pytanie wielokrotnego wyboru). Prawie 1/4 (24,8%) zaznaczyła, że jest to dobranie wspólników, a prawie 19% – brak zrozumienia i wsparcia w najbliższym otoczeniu. Wiek i płeć nie miała wpływu na te wyniki, z wyjątkiem wariantu odpowiedzi „brak zrozumienia i wsparcia w najbliższym otoczeniu", gdzie zauważono różnice wiekowe. Uczniowie znacznie częściej zaznaczali tę odpowiedź niż studenci i pracujący (26,7% uczniów wobec 18,1% studentów lub pracujących).

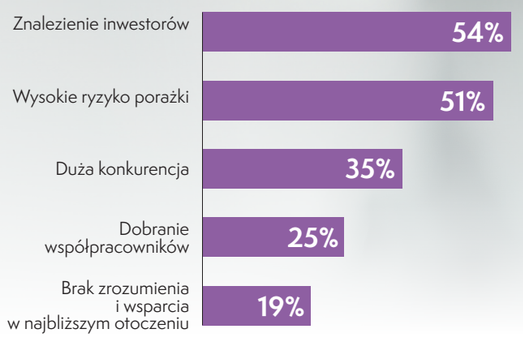
Wykres 14

ODPOWIEDZI NA PYTANIE: CZY JESTEŚ ZAINTERESOWANA/Y ZAŁOŻENIEM WŁASNEGO START-UPU?



Wykres 15

WYZWANIA ZWIĄZANE Z ZAŁOŻENIEM WŁASNEGO START-UPU



WŁASNY START-UP? POMOCY!

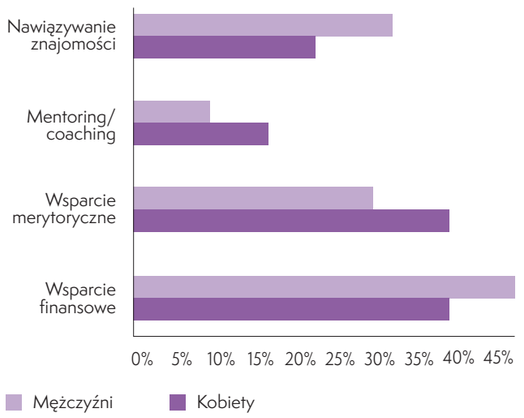
Kolejne pytanie, „Jakiego rodzaju wsparcie byłoby Ci potrzebne aby założyć własny start-up?", dostarcza następujących odpowiedzi. Najwięcej osób (36,5%) oczekuje wsparcia finansowego. Wsparcia merytorycznego potrzebowałoby 29,3% badanych, a 22% pomocy w nawiązywaniu znajomości. Mniejszy odsetek badanych – 11,2% – zaznaczył „mentoring i coaching". Tylko jedna odpowiedź wskazała, że byłaby to pomoc z dokumentami, formalnościami oraz wsparcie techniczne. Odpowiedzi na to pytanie okazały się zróżnicowane płciowo. Wsparcia finansowego częściej oczekują mężczyźni niż kobiety (39,7% mężczyzn i 33,3% kobiet); również mężczyźni oczekują większej niż kobiety pomocy przy rozwijaniu sieci kontaktów (26,7% mężczyzn wobec 19,3% kobiet). Z kolei pomocy merytorycznej, a także mentoringu i coachingu częściej oczekują kobiety. Potrzebę wsparcia merytorycznego zaznaczyło 32,9% kobiet i 24,8% mężczyzn, zaś mentoringu i coachingu oczekuje 13,8% kobiet wobec 7,6% mężczyzn.

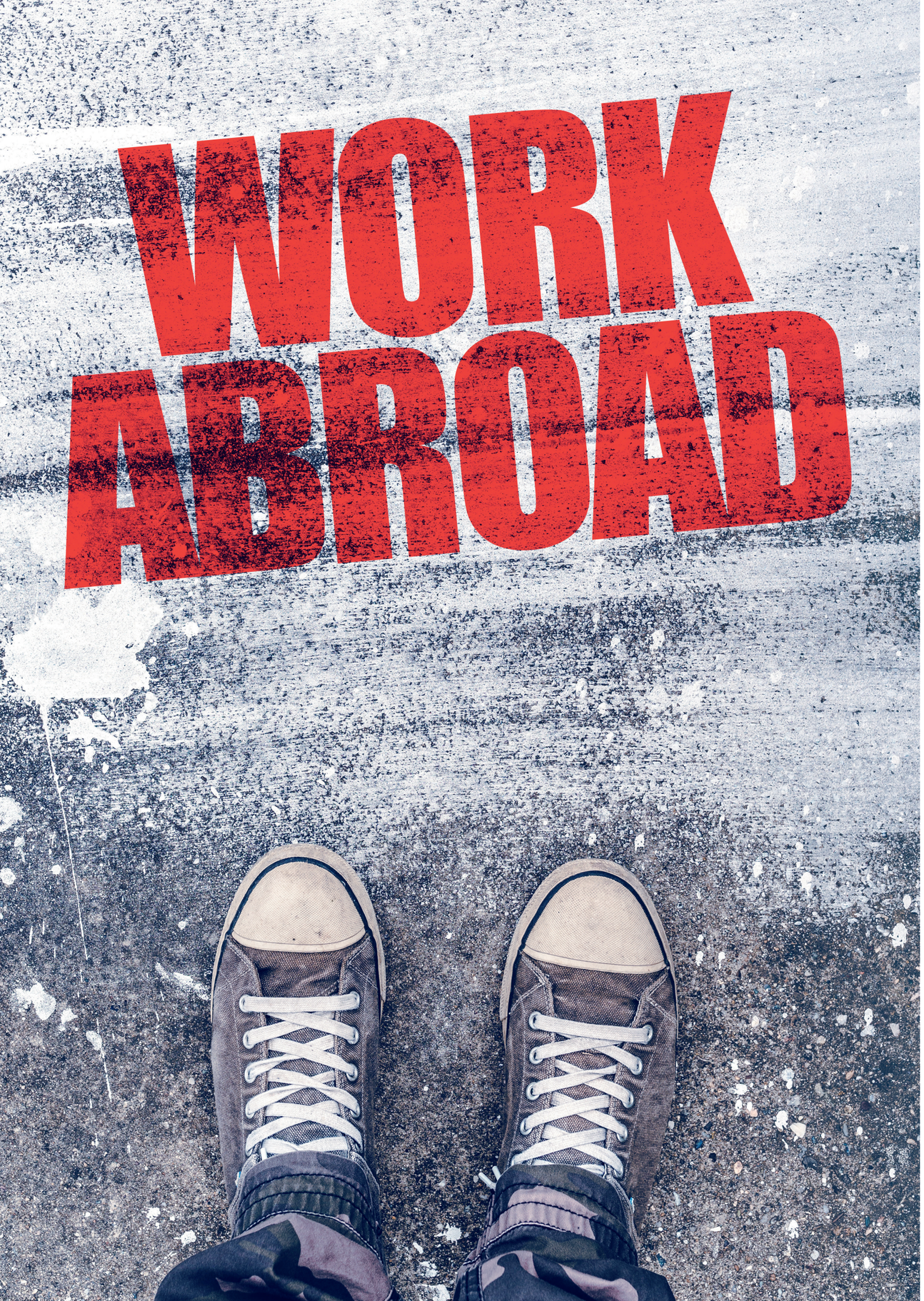
Fakt, że kobiety częściej niż mężczyźni wskazują potrzebę pomocy merytorycznej, niekoniecznie musi oznaczać, że są w porównaniu z mężczyznami gorzej przygotowane merytorycznie do prowadzenia start-upów. Liczne badania prowadzone na przestrzeni ostatnich kilkudziesięciu lat dowiodły, że kobiety inaczej niż mężczyźni oceniają swoją wiedzę i umiejętności: zazwyczaj niedoszacowują swoje kompetencje i możliwości, podczas gdy mężczyźni odwrotnie – przeceniają swoją wiedzę i umiejętności (Exley & Kessler, 2019). Odmienne zapotrzebowanie wśród kobiet i mężczyzn na poszczególne formy wsparcia przy zakładaniu start-upu może więc mieć swoje źródło w różnicach w samoocenie.

„Za największe wyzwania związane z założeniem własnego start-upu 54,2% respondentów uważa znalezienie inwestorów oraz wysokie ryzyko porażki"

Wykres 16

OCZEKIWANE FORMY POMOCY ZWIĄZANE Z ZAŁOŻENIEM START-UPU





1.3 Postawy wobec migracji

PRACA ZA GRANICĄ? OCZYWIŚCIE, CZEMU NIE

W Unii Europejskiej wspólny rynek jest jednym z kluczowych filarów spajających kraje członkowskie. Teoretycznie daje on możliwość swobodnej migracji w celach edukacyjnych i zawodowych. W praktyce migracja w UE jest 10-krotnie niższa niż np. w USA, a jak wykazano w badaniach prowadzonych na ten temat, najważniejszą barierą jest niedostateczna znajomość języków obcych ('Lack of Language Ability Hindering Labor Mobility in the EU', 2017). Jak na pytania o emigrację zarobkową odpowiada polska młodzież z pokolenia Z?

Na pytanie „Czy rozważasz pracę w innym kraju niż Polska?" 84% badanych odpowiedziało „tak". Jako motywację najwięcej osób wskazało, że w innych krajach mogą otrzymać bardziej atrakcyjne oferty pracy, a 27,7% zaznaczyło, że wspólny rynek pozwala łatwo migrować za pracą. Tylko 15,9% badanych odpowiedziało, że nie rozważa pracy poza Polską. Niewielki odsetek badanych zgłasza brak znajomości języka jako przeszkodę wyjazdu za pracą, który i w tym przypadku jest jednak rozważany.

POLITYKA NIEZNOŚNA DLA KOBIET Z POKOLENIA Z

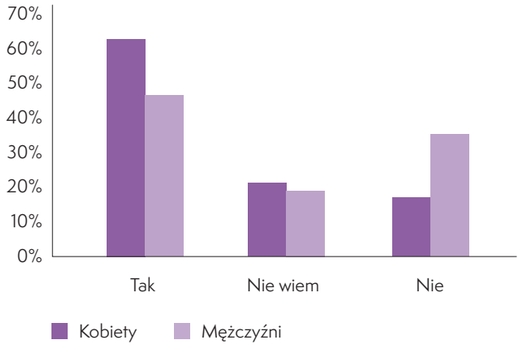
Na pytanie: „Czy planujesz wyjazd z kraju w związku z sytuacją społeczno-polityczną?" ponad połowa, bo 54,5%, respondentów zaznaczyła odpowiedź „tak". Ta motywacja jest bardziej powszechna wśród kobiet niż wśród mężczyzn. Udzieliło takiej odpowiedzi 61,8% kobiet wobec 46,2% mężczyzn. Te wyniki świadczą o tym, że pokolenie Z obecnie prowadzoną politykę w kraju uważa za uciążliwą tak bardzo, że skłania ich do wyjazdu, oraz że jest ona znacznie bardziej uciążliwa w percepcji kobiet niż mężczyzn.

Wykres 17

EMIGRACJA ZAWODOWA – ODPOWIEDZI NA PYTANIE: CZY ROZWAŻASZ PRACĘ W INNYM KRAJU NIŻ POLSKA?

Wykres 18

CZY PLANUJESZ WYJAZD Z KRAJU W ZWIĄZKU Z SYTUACJĄ SPOŁECZNO-POLITYCZNĄ?



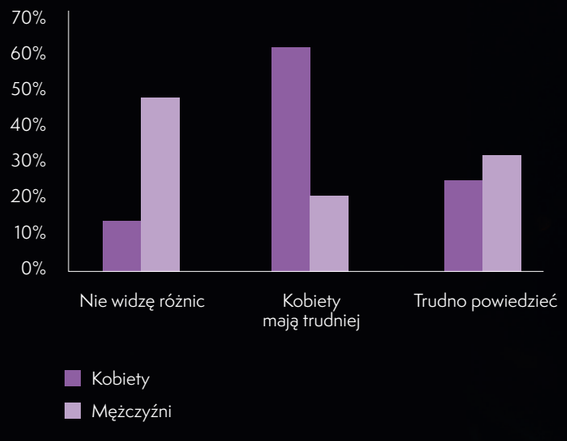
1.4 Kobiety w branży TECH/IT. Wciąż pod górkę?

45% badanych osób jest przekonanych, że kobiety robiące karierę w branży TECH/IT napotykają na więcej barier niż mężczyźni. Takie zdanie trzy razy częściej podzielają kobiety (62%) niż mężczyźni (21%).

Niemal połowa badanych mężczyzn i tylko 14% kobiet nie widzi różnicy w tym względzie. A co czwarta badana kobieta i co trzeci mężczyzna nie potrafili udzielić jednoznacznej odpowiedzi.

Wykres 19

ODPOWIEDZI NA PYTANIE: CZY ZGODZISZ SIĘ Z TEZĄ, ŻE KARIERA KOBIET W BRANŻY TECH/IT NAPOTYKA NA WIĘCEJ BARIER NIŻ KARIERA MĘŻCZYZN?



Wnioski

1 Młodzież z pokolenia Z najchętniej pracowałaby w średniej wielkości przedsiębiorstwie, mniej chętnie w małej firmie lub start-upie, jeszcze mniej w korporacji. Niewielki odsetek chce pracować w urzędzie lub instytucji państwowej. Od pracodawców oczekują stabilnych warunków zatrudnienia, możliwości pracy on-line i rozwoju zawodowego. W dalszej kolejności wśród oczekiwań pojawiają się zadania adekwatnie do kompetencji i – dopiero na kolejnym miejscu – wysokie zarobki. Atmosfera w pracy nie jest ważna dla pokolenia Z. Niewielu też oczekuje poszanowania równości płci.

2 Własny start-up nie jest pierwszym wyborem badanych. Tylko kilka procent z nich pracuje nad jego założeniem, a mniej niż 1% ma już własny start-up. Wśród barier wymieniają wysokie ryzyko porażki, trudności w znalezieniu inwestorów i konkurencję na rynku. Z odpowiedzi wynika, że najbardziej pożądaną formą pomocy przy zakładaniu startupu jest pomoc finansowa, w dalszej kolejności pomoc merytoryczna i w nawiązywaniu znajomości.

3 Ponad połowa badanej grupy deklaruje, że chce wyjechać z Polski. Motywacją jest lepsza oferta pracy za granicą, możliwości jakie daje wspólny rynek europejski oraz sytuacja społeczno-polityczna w kraju.

4 We wszystkich badanych obszarach płeć wpływała na otrzymane wyniki. Kobiety częściej częściej oczekiwały możliwości pracy on-line i możliwości rozwoju zawodowego oraz 6 razy częściej niż mężczyźni chciały widzieć w pracy poszanowanie równości płci. Przy zakładaniu start-upów częściej oczekują wsparcia merytorycznego, mentoringu i coachingu, podczas gdy mężczyźni zgłaszają potrzebę pomocy w finansowaniu przedsięwzięcia oraz budowaniu sieci znajomości. Częściej niż mężczyźni uważają, że kobiety napotykają bariery w realizacji kariery w branżach ICT/STEM. Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują zamiar opuszczenia Polski z powodu sytuacji społeczno-politycznej – prawie 2/3 z badanych kobiet zgłosiły taki zamiar.

Rekomendacje

1 Młodzież z pokolenia Z potrzebuje stabilizacji w zatrudnieniu i pracy. Kodeks pracy powinien być modyfikowany w kierunku eliminacji umów śmieciowych oraz pracy na czarno. Należy również pilnie przeprowadzić analizę wydolności systemu emerytalnego dla osób z pokolenia Z w sytuacji obecnie wysokiego odsetka zatrudnienia na umowach śmieciowych.

2 Oczekiwanie pokolenia Z, że praca będzie miejscem zapewniającym rozwój zawodowy, wymaga rozwijania sektora edukacji, szkoleń i doskonalenia zawodowego oraz budowania mostów pomiędzy sektorem edukacji a rynkiem pracy. W związku z dynamiką rozwoju sektorów ICT/STEM edukacja przez całe życie stanie się koniecznością i jako taka powinna znaleźć należne miejsce w polityce edukacyjnej państwa.

3 Powszechne oczekiwanie (90% badanych) możliwości pracy online wymaga, aby rozwijać w kraju polityki związane z transformacją cyfrową, informatyzacją i telekomunikacją, tak aby to oczekiwanie było technicznie możliwe do spełnienia dla pracodawców i pracobiorców. Konieczna jest również rewizja przepisów prawa pracy w odniesieniu do pracy w systemie zdalnym.

4 Zakładanie własnych start-upów przez młodzież z pokolenia Z wymaga systemowego wsparcia. Programy wspierające startupy powinny obejmować pomoc finansową, zarządzanie ryzykiem, doradztwo merytoryczne, coaching i mentoring oraz networking.

Patrycja Kublik

Poland Country Talent Acquisition Manager, Citibank Europe plc
Global Talent Acquisition & People Insights
Od wielu lat związana z branżą Rekrutacji i Employer Branding, zaangażowana w tworzenie i wdrażanie strategii pozyskiwania talentów na rzecz globalnych marek. Skutecznie buduje interdyscyplinarne zespoły rekrutacyjne łącząc kompetencje z zakresu candidate experience, marketingu rekrutacyjnego i direct search.

Komentarz ekspercki

Zmiany demograficzne i rosnąca presja na optymalizację wykorzystania zasobów ludzkich będą w dalszej perspektywie kształtować rynek pracy i zawody przyszłości, z jednej strony kreując miejsca pracy w obszarze digitalizacji i robotyzacji, z drugiej natomiast – uwalniając przestrzeń dla zawodów kreatywnych w wyniku automatyzacji usług.

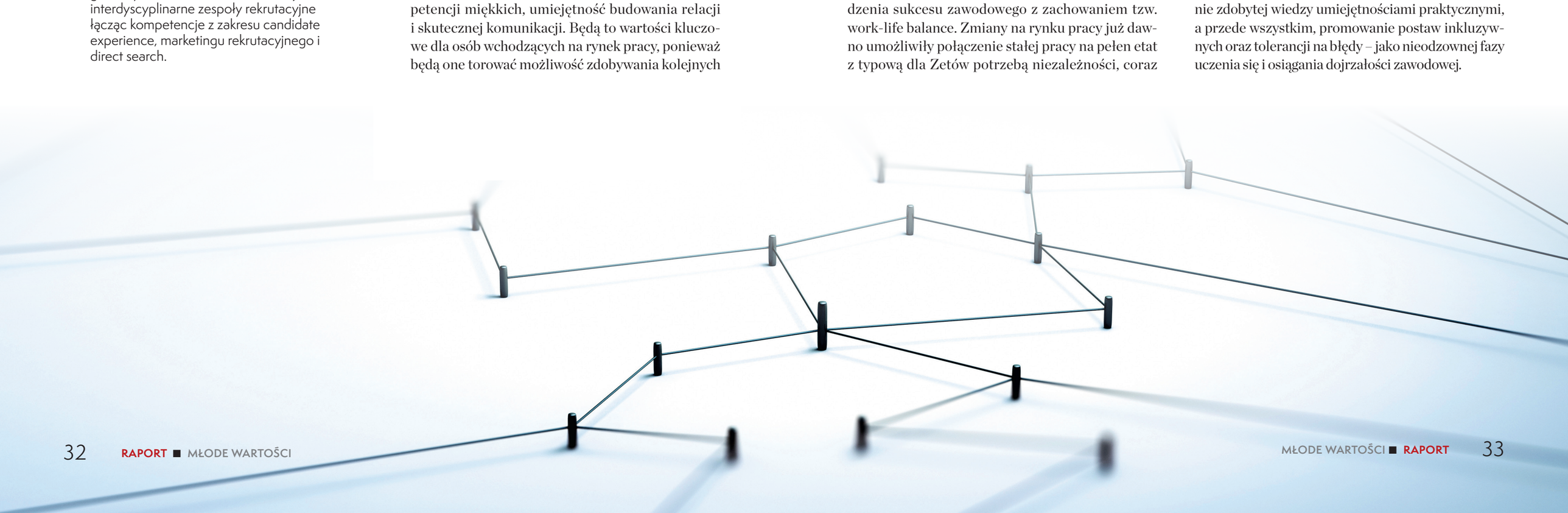
To stawia młodych ludzi przed sporym dylematem – jak pokierować swoją ścieżką edukacji i późniejszego rozwoju, aby oferować pracodawcom odpowiednią wiedzę i umiejętności, które będą w cenie i zapewnią im stabilizację na turbulentnym rynku w dobie zmian społecznych, klimatycznych i geopolitycznych.

Tempo zmian sprawia, że na wartości zyskują nie tyle konkretne umiejętności, co sztuka adaptacji, szybkiego uczenia się i otwartość na zmiany. Mimo docenienia wartości, jakie niesie ze sobą praca zdalna – młodzi ludzie zdają się coraz bardziej doceniać doświadczenie, jakiego mogą nabyć poprzez interakcje ze starszymi kolegami w miejscu pracy. Uczelnie dają przygotowanie teoretyczne, ale pozostaje wciąż ogromna potrzeba rozwijania kompetencji miękkich, umiejętność budowania relacji i skutecznej komunikacji. Będą to wartości kluczowe dla osób wchodzących na rynek pracy, ponieważ będą one torować możliwość zdobywania kolejnych kompetencji w miarę kształtowania swojej ścieżki zawodowej i zmieniających się potrzeb rynku. Tym samym, na znaczeniu będą zyskiwały staże i praktyki zawodowe oraz otwartość pracodawców do zatrudniania młodych ludzi i wspierania ich w rozwoju.

Jak wynika z badań, pokolenie Z oczekuje od pracodawców przede wszystkim zapewnienia możliwości szkoleń i rozwoju. Już sama ta deklaracja wskazuje na gotowość do nauki i otwartość na zmiany. Jednakże praktyka pokazuje, że podnoszenie kwalifikacji szybko prowadzi do oczekiwań wobec pracodawcy w zakresie ich wykorzystania w praktyce oraz pokonywania kolejnych etapów w ścieżce kariery. To z kolei potwierdza tezę, że wiedza merytoryczna bez praktyki zawodowej nie jest celem samym w sobie, a umiejętności sprawnego poruszania się w społeczności koleżanek i kolegów z pracy, skutecznych interakcji, pracy w grupie, realizacji stawianych celów i odnalezienie celów jednostki na tle służbowej społeczności – pozostają kluczowe dla odniesienia zawodowego sukcesu.

Pokolenie Z chce również umów o pracę. To zdecydowanie wskazuje, że do łask wraca docenienie stabilności, sukcesywna ścieżka rozwoju, próba godzenia sukcesu zawodowego z zachowaniem tzw. work-life balance. Zmiany na rynku pracy już dawno umożliwiły połączenie stałej pracy na pełen etat z typową dla Zetów potrzebą niezależności, coraz częściej dość literalnie rozumianej jako praca zdalna. Fascynacja tą formą pracy będzie jednak również ewoluowała. Z biegiem czasu, do głosu coraz silniej wracać będą potrzeby budowania więzi i solidarności z otoczeniem, potrzeba kulturowego identyfikowania się z pracodawcą i wartościami firmy. To sprawi, że w naturalny sposób praca z biura będzie postrzegana nie tylko jako konieczność – ale wartość sama w sobie oraz element wspierający tak wysoko ceniony rozwój przez interakcję.

Nadążenie za rynkiem pracy jeszcze nigdy nie było tak trudne jak obecnie, kiedy to rozwój nowych technologii, klimat, okoliczności geopolityczne czy sytuacja pandemiczna wywierają natychmiastowe piętno na preferencjach i zachowaniach pracowników. Tym bardziej, sporo czasu upłynie zanim system szkolnictwa odpowie na potrzeby kształcenia przez całe życie. Dlatego kluczowe dla sukcesu zawodowego w przyszłości pozostaną kompetencje miękkie, łatwość nawiązywania relacji służbowych, ciekawość świata czy otwartość wyrażona entuzjastycznym podejściem do technologii i zmian. Rolą pracodawców będzie wspieranie młodzieży w rozwoju poprzez stwarzanie możliwości do nauki przez interakcje, uzupełnianie zdobytej wiedzy umiejętnościami praktycznymi, a przede wszystkim, promowanie postaw inkluzywnych oraz tolerancji na błędy – jako nieodzownej fazy uczenia się i osiągania dojrzałości zawodowej.



2

TECHNOLOGIE

Nastawienie pokolenia Z do nowych technologii ma ogromne znaczenie ze względu na wysoko zaawansowany technicznie charakter europejskiej gospodarki. Transformacja cyfrowa i ekologiczna, która kształtuje obecnie europejski rynek, wymaga wysoko kwalifikowanej siły roboczej. Jednocześnie rozwój sektorów ICT/STEM jest na tyle dynamiczny, że raz uzyskane kwalifikacje i umiejętności szybko muszą być poddane doskonaleniu, a pracownicy powinni być zmotywowani do ciągłego szkolenia, doskonalenia i rozwoju zawodowego, aby nadążyć za zmianami.

Sektor ICT/STEM charakteryzuje także wysoka luka płciowa i wiekowa w zatrudnieniu. Dominują osoby młodsze wiekiem, a odsetek zatrudnionych kobiet nie przekracza 20%. Bariery stojące przed kobietami w wejściu do branży związane są przede wszystkim ze stereotypami płci, które wpływają na ścieżki edukacji i kariery. Kobiety zainteresowane edukacją i pracą w sektorach ICT/STEM stanowią wciąż niewykorzystany potencjał, co jest paradoksalne w kontekście bardzo wysokiego i rosnącego niedoboru pracowników w tych sektorach i dużej ich rotacji.

Wiedza na temat tego, jak do technologii odnosi się wchodzące właśnie na rynek pracy pokolenie Z, ma ogromne znaczenie dla przewidywań związanych z funkcjonowaniem i rozwojem fundamentalnych dla Europy obszarów rynku pracy.

2.1 Pokolenie Z – entuzjastki i entuzjaści nowych technologii

W pierwszej serii pytań sprawdzano nastawienie pokolenia Z do nowych technologii – emocje towarzyszące korzystaniu z nowych technologii i poziom pewności, z jaką badani poruszają się po świecie technologii. I tak, na technologiach zna się i czuje się w nich pewnie 68,5% respondentów. Tylko 15% badanych zaznaczyło odpowiedź „nie" lub „raczej nie". Pewniej w technologiach czują się mężczyźni – ponad 75% z nich zaznaczyło „zdecydowanie tak" lub „raczej tak" w tym pytaniu, wobec 65% kobiet. W odpowiedzi na to pytanie rolę odgrywał także wiek: 81,9% studentów czuje się pewnie w technologiach, wobec 70,9 % uczniów.

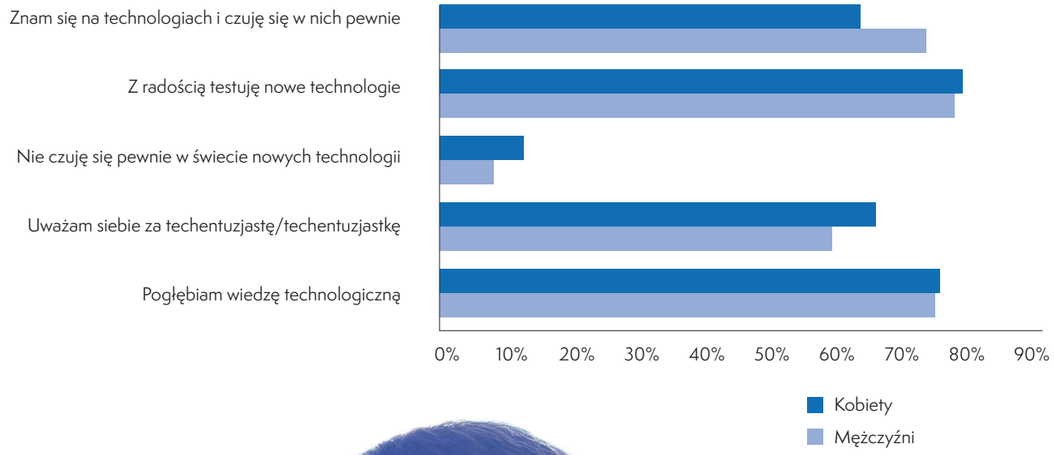
Z radością testuje nowe narzędzia i rozwiązania technologiczne 79% badanych, bez róznicy płci. Wiedzę na temat technologii pogłębia natomiast 75,8% badanych osób, a tylko niecałe 13% badanych nie robi tego. Częściej wiedzę pogłębiają studenci niż uczniowie – 37,9% studentów zaznaczyło tu „zdecydowanie tak" wobec 20,5% uczniów.

Tech entuzjast(k)ami określa się 64,2% badanych, częściej są to studenci niż uczniowie (33,8% studentów, wobec 15% uczniów). Nieco mniejszy odsetek badanych, bo 59,4%, wyraża przekonanie, że w przyszłości będzie rozwijać technologie i mieć twórczy wkład w ich kształtowanie – myśli tak dwa razy więcej studentów niż uczniów. Prawie 17% uważa, że nie będzie brać udziału w rozwijaniu technologii, a 23,7% badanych zaznaczyło „trudno powiedzieć". Jakkolwiek większość badanych deklaruje udział w kształtowaniu technologii w przyszłości, to 40% odsetek badanej młodzieży, która nie widzi siebie w roli osoby partycypującej w budowaniu przyszłości, należy uznać za niepokojąco wysoki. Ciekawe byłoby dowiedzieć się, jakie jest uzasadnienie tych przekonań.

> *Z radością testuje nowe narzędzia i rozwiązania technologiczne 79% badanych*

Wykres 20

NASTAWIENIE DO NOWYCH TECHNOLOGII. ZSUMOWANE ODPOWIEDZI "ZDECYDOWANIE TAK" I "RACZEJ TAK" W GRUPACH PŁCI



2.2 Nowe rozwiązania technologiczne lubię i używam

Kolejna seria pytań dotyczyła stosunku do wybranych rozwiązań technologicznych. Warianty możliwych odpowiedzi to „używam, lubię", „używam, nie lubię", „obojętny", „nie lubię i nie używam".

CHMURA

I tak, „chmury" używa i lubi ją aż 69,6% respondentów; taki stosunek do chmury częściej mają kobiety (71,7%) niż mężczyźni (66,8%). Tylko 3,6% badanych nie lubi i nie używa „chmury".

KOMUNIKATORY

Komunikatorów takich jak Messenger i Whatsapp używa i lubi je 77,1% badanych, natomiast – co ciekawe – aż 18,4% ich używa, ale ich nie lubi. Kobiety częściej niż mężczyźni lubią i używają komunikatorów – taką odpowiedź zaznaczyło 83,3% kobiet wobec 67,9% mężczyzn. Do komunikatorów alternatywnych typu Telegram, Signal respondenci mają głównie stosunek obojętny (49,6%), część z nich (29,3%) używa i lubi, a część (13,9%) nie używa i nie lubi. Mężczyźni częściej niż kobiety lubią komunikatory alternatywne – odpowiedź „używam, lubię" zaznaczyło 35,5% populacji badanych mężczyzn, wobec 25,4% populacji kobiet. Częściej tę odpowiedź zaznaczali studenci niż uczniowie. Do komunikatorów, za pomocą których prowadzi się wieloosobowe spotkania oraz zajęcia lekcyjne, typu Zoom, Teams, Google Meet, przekonanych jest 60,0% respondentów (używa ich i lubi je), natomiast nieprzekonanych jest 27,3% (używa ich i nie lubi). Obojętny stosunek do nich ma 10,5% badanych. Kobiety częściej niż mężczyźni zaznaczały w tym pytaniu odpowiedź „używam, lubię" – zrobiło tak 66,7% kobiet wobec 50, 4% mężczyzn.

PŁATNOŚCI ELEKTRONICZNE

Bankowość elektroniczną lubi i używa 87,9% osób, przy czym płacenie telefonem ma nieco mniej użytkowników – 66,6%. Za bankowością elektroniczną nie przepada i jej nie używa tylko 1,9% respondentów, natomiast płacenia telefonem nie lubi i nie stosuje 13% badanych. BLIK-iem lubi płacić 86,1% respondentów. Płeć nie miała wpływu na te wyniki. Wiek różnicował wyniki dwóch ostatnich pytań. Telefonem wolą płacić częściej uczniowie niż studenci, a studenci częściej używają BLIK-a niż uczniowie.

MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE

W odpowiedzi na pytanie „Jaki masz stosunek do poszczególnych rozwiązań technologicznych?" 55,5% badanych zadeklarowało, że lubi Facebooka i z niego korzysta. Co ciekawe, aż 1/3 badanych deklaruje, że używa Facebooka, ale go nie lubi. Natomiast Tik-Toka nie używa i nie lubi aż 48,3% badanych w stosunku do 29,2% osób, które go lubią i używają.

Z Instagrama korzysta natomiast i lubi go 56,5% badanych, co daje nieco wyższy odsetek niż w przypadku Facebooka. Zdecydowanie mniej osób (13,9%) deklaruje natomiast, że używa Instagrama, nie lubiąc jednocześnie tego medium społecznościowego.

Media społecznościowe częściej lubią kobiety niż mężczyźni. Wysoce istotne statystycznie różnice dotyczą Facebooka, Instagrama, Tik-Toka. W każdym przypadku różnica płciowa jest wyższa niż 10 punktów procentowych. Jeśli chodzi o wiek, uczniowie wyraźnie bardziej niż studenci lubią Tik-Toka („używam i lubię" zaznaczyło 55,9% uczniów wobec 24,1% studentów) oraz Instagrama (70,1% uczniów wobec 52,7% studentów). Mniejszym, ale też dużym uznaniem cieszy się wśród uczniów Facebook – lubi go i używa 60,6% uczniów wobec 52,9% studentów.

INNE TECHNOLOGIE

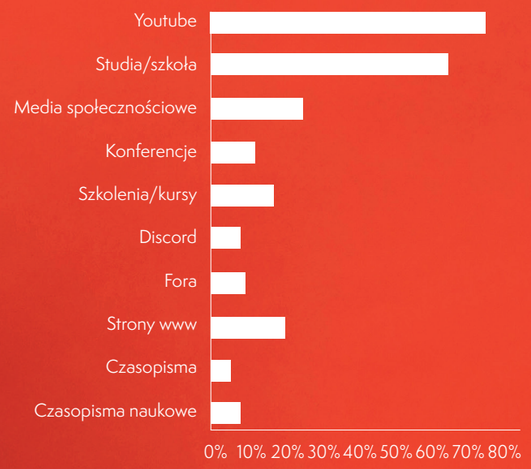
Dużą popularnością cieszą się zabezpieczenia biometryczne – 62,5% osób deklaruje, że ich używa i je lubi. Chatboty natomiast są raczej nielubiane i w związku z tym nie korzysta z nich 33,4% badanych, a 37,5% osób ma do nich stosunek obojętny.

W tym ostatnim przypadku ujawniły się istotne statystycznie różnice płciowe. Kobiety częściej niż mężczyźni używają i lubią chatboty (17,4% kobiet wobec 12,6% mężczyzn). Częściej także używają, choć nie lubią (17,4% kobiet wobec 7,2% mężczyzn). Jeśli chodzi o wiek, studenci częściej niż uczniowie nie lubią i nie używają chatbotów.

Spośród nowoczesnych technologii dronów używa 26,7% osób, przy czym aż 54,3% ma do nich stosunek obojętny.

2.3 Źródła wiedzy o nowych technologiach

Wykres 21
ŹRÓDŁA WIEDZY POKOLENIA Z NA TEMAT NOWYCH TECHNOLOGII



Najczęściej wiedzę o nowych technologiach badani czerpią ze studiów/szkoły (64,23%), Youtube (25,7%) i mediów społecznościowych (25,8%).”

Na pytanie wielokrotnego wyboru „skąd czerpiesz wiedzę na temat nowych technologii” najwięcej osób odpowiedziało, że ze studiów/szkoły (64,23%), na drugim miejscu niemal ex aequo uplasowała się odpowiedź „Youtube” (25,7%) i „media społecznościowe” (25,8%). Prawie jedna piąta badanych śledzi w tym celu strony www takie jak Antyweb czy Spider's Web. Nieco mniej badanych odpowiedziało, że swoją wiedzę czerpie z konferencji (11,8%), szkoleń i kursów (16,8%). Jeszcze rzadszym źródłem wiedzy o nowych technologiach dla osób badanych są fora (9,0%) oraz Discord (8,0%) i czasopisma naukowe (7,6%). Najmniejszą popularnością (4,53%) cieszą się wśród badanych czasopisma typu „Wired”, „Komputer Świat”.

Kobiety częściej niż mężczyźni czerpią wiedzę z YouTube'a (41,9% kobiet wobec 16,0% mężczyzn) i mediów społecznościowych (ponad 6 punktów procentowych różnicy). Dwa razy więcej kobiet niż mężczyzn czerpie wiedzę z konferencji i szkoleń. Jeśli chodzi o wiek, uczniowie ponad 2 razy częściej niż studenci czerpią wiedzę z YouTube'a (43,3% uczniów i 20,6% studentów) i mediów społecznościowych (46,5% uczniów i 18,3% studentów). Zdecydowanie rzadziej niż studenci uczniowie wskazują jako źródło wiedzy szkołę oraz konferencje.

2.4 Kompetencje w zakresie technologii przyszłości

W tej sekcji badani pytani o to, jak oceniają swoją wiedzę na temat technologii, które nie weszły jeszcze do powszechnego użytku, mieli do dyspozycji odpowiedzi: „dużo wiem i się interesuję”, „wiem trochę”, „wiem niewiele”, „nie wiem nic”.

5G

W odniesieniu do tej technologii najwięcej, bo 59% osób, udzieliło odpowiedzi „wiem trochę”. Dużo wie i interesuje się tą technologią 14% badanych – dwa razy więcej mężczyzn niż kobiet zaznaczyło tę odpowiedź. Tylko niespełna 1% badanych nie ma zaufania do tej technologii. Na pytanie „Jaki masz stosunek do 5G?” 73,7% osób odpowiedziało, że pozytywny.

BLOCKCHAIN

Na temat Blockchaina nie wie nic 27,6% osób, przy czym wie niewiele 33,6% badanych. Zaufania do tej technologii nie ma jedynie 1,6%. Tylko 8,5% badanych zaznaczyło, że dużo wie o tej technologii i się nią interesuje. Częściej zachowywali się tak mężczyźni niż kobiety (13,4% mężczyzn wobec 5,3% kobiet). Wśród tych, którzy dużo wiedzą i się interesują, było ponad dwa razy więcej studentów i pracujących niż uczniów.

KRYPTOWALUTY

W przypadku kryptowalut dużo wie i się interesuje oraz wie trochę łącznie 62,5% respondentów. 33,9% ma do nich pozytywny, a 32% obojętny stosunek. Kategorie „dużo wiem i się interesuję” oraz „wiem trochę” częściej zaznaczali mężczyźni niż kobiety. Różnice wynosiły kilka punktów procentowych.

NFT

O technologii NFT dużo wie i interesuje się nią oraz wie o niej trochę łącznie 48,7% osób. Częściej są to mężczyźni niż kobiety (53,4% mężczyzn wobec 45,4% kobiet). Uczniowie częściej niż studenci i pracujący zaznaczali, że dużo o tym wiedzą i się interesują (15,8% uczniów wobec 10,42% studentów i pracujących).

METAVERSE

O Metaverse nie wie nic lub wie niewiele łącznie 66% badanych, ale ta niewiedza nie oznacza, że badani nie mają zaufania do tej technologii, ponieważ brak zaufania zadeklarowało tylko 6,7%. Mężczyźni częściej zaznaczali, że wiedzą o tym świecie dużo i się interesują lub że wiedzą trochę. Różnice płciowe nie są duże, sięgają kilku punktów procentowych.

POJAZDY AUTONOMICZNE

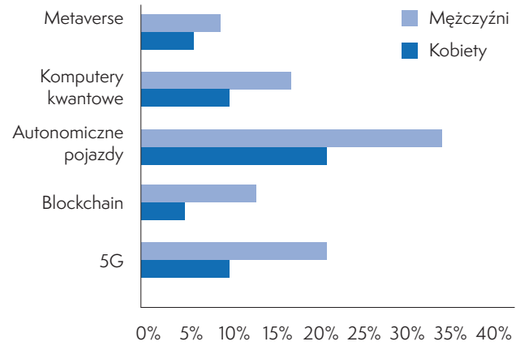
Jedna czwarta badanych dużo wie i się interesuje pojazdami autonomicznymi; 46,6% osób zaznaczyło, że wie trochę. To w sumie 72,1% osób zorientowanych w tej technologii. Mężczyźni znacznie częściej niż kobiety zaznaczali kategorię odpowiedzi „Dużo wiem i się interesuję” – 34% mężczyzn wobec 20,5% kobiet. Uczniowie częściej niż studenci i pracujący zaznaczali, że nic nie wiedzą o tej technologii (15% uczniów wobec 5,8% studentów i pracujących).

KOMPUTERY KWANTOWE

Tylko 12,7% badanych zaznaczyło, że dużo wie i się interesuje tymi rozwiązaniami, a 43% zaznaczyło odpowiedź „wiem trochę”. Mężczyźni prawie dwa razy częściej niż kobiety zaznaczali kategorię „dużo wiem i się interesuję”. 40,2% uczniów zaznaczyło, że „nie wie nic” o tej technologii, wobec 17,1% studentów i pracujących, którzy tak się oceniają.

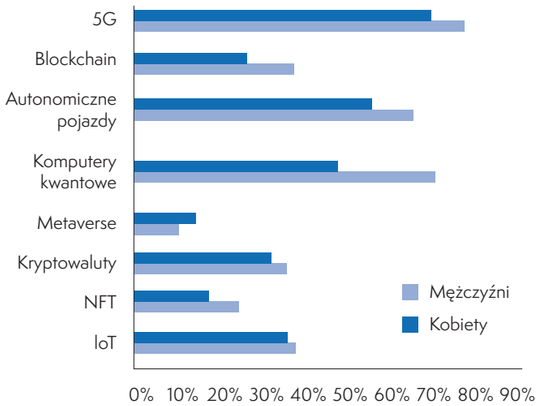
Wykres 22

ODSETEK KOBIET I MĘŻCZYZN DEKLARUJĄCYCH SZEROKĄ WIEDZĘ I ZAINTERESOWANIE WYBRANYMI TECHNOLOGIAMI PRZYSZŁOŚCI



Wykres 23

ODSETEK KOBIET I MĘŻCZYZN POZYTYWNIE NASTAWIONYCH DO WYBRANYCH TECHNOLOGII PRZYSZŁOŚCI



UWAGA METODOLOGICZNA

Należy podkreślić, że wyniki tego rozdziału dotyczą samooceny, a nie obiektywnie sprawdzanej wiedzy czy umiejętności, dlatego ich interpretacja powinna być ostrożna. W wielu badaniach dowiedziono, że kobiety mają tendencje do zaniżania własnej wiedzy i umiejętności, a mężczyźni – do ich zawyżania. To samo dotyczy uczniów w porównaniu ze studentami i osobami dorosłymi: ich samoocena może być mniej adekwatna w związku z generalnie mniejszym doświadczeniem życiowym, mniejszą dojrzałością i samowiedzą w stosunku do starszej o kilka lat generacji badanych.

Wnioski

1 Pokolenie Z entuzjastycznie podchodzi do technologii. Większość badanych jest przekonana, że zna się na nich i czuje się w nich pewnie. Powszechnie używają chmury, komunikatorów, mediów społecznościowych, platform komunikacyjnych, bankowości elektronicznej, płatności telefonem, zabezpieczeń biometrycznych, lubią testować i poznawać dostępne technologie.

2 Trudności pokoleniu Z sprawiają technologie przyszłości. Tylko niewielki odsetek badanych (zwykle około 10-15%) zaznaczało, że dużo o nich wie i się interesuje. Duży odsetek młodzieży nie widzi siebie jako osób współtworzących i rozwijających technologie przyszłości.

3 Płeć wpływa na używanie i pozytywne emocje wobec technologii. Kobiety częściej niż mężczyźni lubią obecnie funkcjonujące technologie i używają ich (co obala stereotyp o niechęci kobiet do techniki) – ale znacznie rzadziej niż mężczyźni zgłaszają, że mają wiedzę i interesują się technologiami przyszłości, jak 5G, kryptowaluty, NFT, Metaverse, autonomiczne pojazdy czy komputery kwantowe. Płeć determinuje też źródła wiedzy o nowych technologiach: kobiety dwukrotnie częściej niż mężczyźni korzystają w tym celu z konferencji, kursów i szkoleń, a także z YouTube'a.

4 Źródłem wiedzy o technologiach dla pokolenia Z jest przede wszystkim szkoła lub uczelnia, YouTube, media społecznościowe i strony www. Nie są nimi kursy/szkolenia, konferencje, ani czasopisma naukowe czy branżowe, choć istnieją w tej kwestii różnice związane z wiekiem i płcią.

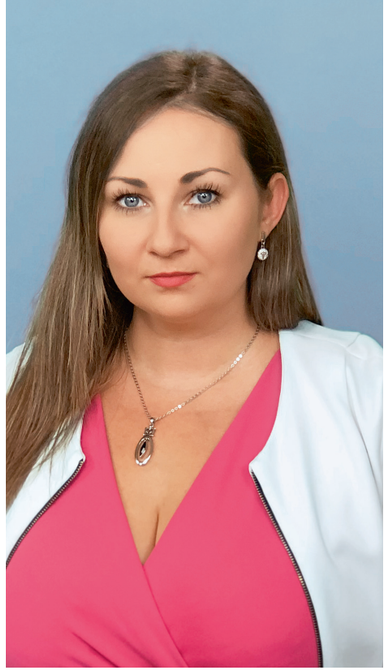
Rekomendacje

1 Należy zwiększyć dostępność informacji i szkoleń w zakresie technologii przyszłości. Stosunkowo niewielki odsetek badanej młodzieży, ma wiedzę i interesuje się nimi. Taki stan stwarza ryzyko marginalizacji gospodarczej, edukacyjnej i kulturowej w świecie przyszłości. To zadanie dla uczelni i biznesu sektora ICT/STEM.

2 Należy w większym stopniu wspierać młodzież w jej osobistym rozwoju i budowaniu poczucia sprawczości oraz rozwoju ich aspiracji zawodowych. W przeciwnym razie istnieje ryzyko samowykluczenia z szans i możliwości, jakie niesie rozwój technologii. Taką psychologiczną pracę powinny wykonać szkoły i organizacje pozarządowe, budując poczucie wartości młodzieży i ich świadomość co do ról społecznych w przyszłości.

3 Konieczne jest monitorowanie i zmniejszanie luki płciowej, dostrzegalnej w używaniu nowych technologii. Szczególnie dotyczy to technologii przyszłości, gdyż one zdeterminują przyszłą gospodarkę Europy i świata. To wyzwanie powinno być częścią polityki równościowej państwa realizowanej przede wszystkim za pośrednictwem systemu edukacji.

4 Młodzież prawie w ogóle nie korzysta ze specjalistycznych czasopism i artykułów naukowych. Należy zbudować mosty pomiędzy światem nauki i światem technologii i biznesu poprzez instytucje mogące pełnić rolę brokerów, upowszechniających badania naukowe w świecie praktyków i łączących potrzeby świata nauki ze światem techniki i technologii.



Mgr inż. Elżbieta Wyraz

Wykładowczyni w Katedrze Pojazdów Szynowych i Transportu na Politechnice Krakowskiej. Ekspertka ds. startupów w STEM budowanych przez kobiety. Autorka raportu i księgi rekomendacji z zakresu internacjonalizacji ekosystemu innowacji. Koordynatorka programów startupowych.

Komentarz ekspercki

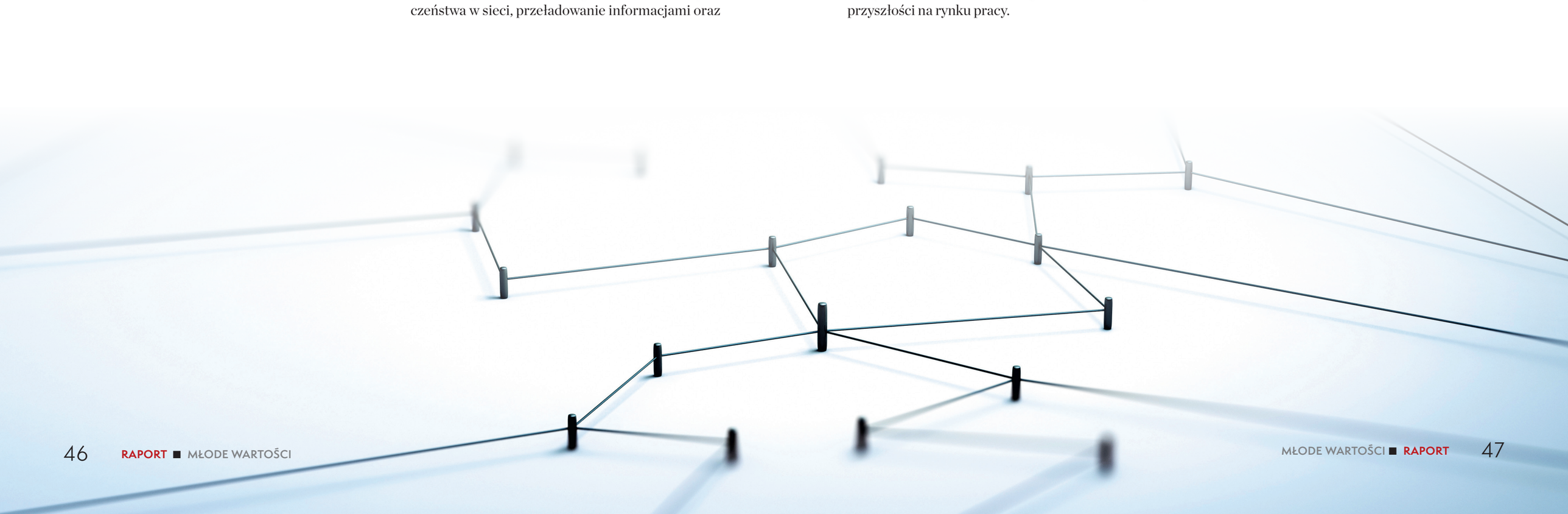
Pędzący postęp technologiczny" to jedna z kluczowych determinant XXI wieku, która warunkuje rozwój życia społecznego czy gospodarczego. Czynniki te, w szczególności technologia cyfrowa, stały się nieodłączną częścią sfery prywatnej i zawodowej każdego żyjącego pokolenia. Może się wydawać, że najsilniej związani z nowymi technologiami będą przedstawiciele pokolenia Z, którzy „technologię mają we krwi". Urodzone w latach rozwoju Internetu, telekomunikacji, uczenia maszynowego, sztucznej inteligencji i firm takich jak Google, Amazon, Facebook czy Netflix pokolenie Z świat cyfrowy traktuje tak naturalnie jak proces oddychania. Dostępne technologie są dla nich nie tylko narzędziami, ale i warunkiem koniecznym do prawidłowego funkcjonowania, co potwierdza badanie firmy Sparks & Honey oraz ankietowani niniejszego raportu.

Żyjąc w dwóch światach (cyfrowym i rzeczywistym), generacja Z jest bombardowana informacjami, które potrafi w szybki sposób wyselekcjonować i zaadaptować dla siebie. Ale świat cyfrowy niesie ze sobą wiele zagrożeń, takich jak fakenewsy, iluzja wykreowanego "instagramowego" życia, brak bezpieczeństwa w sieci, przeładowanie informacjami oraz stres czy rosnący odsetek depresji. Niemniej taki powszechny i bezpłatny dostęp do informacji pozwala im rozwijać kreatywność, definiować modele społeczne, obiektywniej patrzeć na obowiązujące normy i szukać nowych rozwiązań oraz redefiniować obecne pojęcia. Przykładowo dla pokolenia Z „komunikacja twarzą w twarz" odnosi się również do korzystania z usług wideokonferencyjnych takich jak FaceTime.

Przedstawiciele pokolenie Z nie boją się nowych technologii i chętnie z nich korzystają. Dzieje się tak, ponieważ dostrzegają w nich coś więcej niż produkt konsumencki czy wykreowaną potrzebę, chcą być ich kreatorami i wpływać na otaczający świat czy nieść zmianę. Jednak pomimo iż wykazują naturalną skłonność do tworzenia innowacji, to nie do końca chcą być inicjatorami konkretnych przedsięwzięć. Z roku na rok spada liczba nowopowstałych startupów technologicznych, w których founderami są osoby poniżej 29 roku życia. Z drugiej strony, uwzględniając potrzebę obcowania z mnogością zmiennych i czasem skupienia, warto zastanowić się, w jaki sposób wykorzystać ich zamiłowanie do nowych technologii, w szczególności technologii przyszłości na rynku pracy.

W badaniu „The Metaverse: A View from Inside" wskazano, że pokolenie Z będzie liderem zmian technologicznych, w szczególności w odniesieniu do uniwersum web3 oraz Metaverse. Zetki spędzają w sieci znacznie więcej czasu niż jakiekolwiek wcześniejsze pokolenie, a tożsamość cyfrowa jest dla nich dokładniejszą interpretacją ich charakteru. Dzięki czemu odgrywają coraz większą rolę w dyktowaniu trendów czy wymuszaniu na markach zmian i budowania zrównoważonego rozwoju.

Jest to nie tylko największa demograficzna grupa wiekowa, licząca 2,6 miliarda osób, ale także pierwsze pokolenie, któremu trudno jest nadać ostateczne „etykiety". Przez wzgląd na swoją elastyczność i holistyczne podejście szybciej utożsamia się z nowymi technologiami i szuka dla nich nowych zastosowań. Można zatem wysunąć wniosek, że gdyby odpowiednio stymulować, zapewnić pożądane środowisko pracy (uwzględniające wartości jakimi kieruje się pokolenie Z) i postawić wyzwanie, z jakim będą się utożsamiać, zetki być może dokonałyby przełomu technologicznego, jakim dla ludzkości było wynalezienie koła.



3

PRZYWÓDZTWO

W szerokim rozumieniu przywództwo to społeczny proces, w ramach którego jedna osoba wywiera wpływ na inne dla osiągnięcia wspólnych celów. Wciąż brakuje nie tylko spójnej koncepcji przywództwa, ale też odpowiedzi na pytanie, czy istnieje jakiś uniwersalny mechanizm/model efektywnego i równocześnie etycznego przywództwa w kontekście różnorodności wyzwań i kontekstów. Z pewnością ze względu na demokratyzację społeczeństw, rozwój nowych technologii, dynamiczne zmiany kulturowe i społeczne, a także globalne kryzysy, istnieje zapotrzebowanie na nowe sposoby realizowania roli liderki i lidera.

Przywództwo to nie tylko cechy osobowości, charyzma, umiejętności i zachowania, ale także skomplikowane relacje międzyludzkie, różne konteksty sytuacyjne i kulturowe, czyli unikatowe procesy społeczne. Decyzje, zdarzenia i zachowania liderek i liderów, zarówno te zaplanowane, jak i improwizowane, dotyczą bardzo wielu aspektów: wyznaczania celów, kreowania wizji, wypracowywania strategii, zarządzania realizacją zadań, budowania zespołu i koalicji, zarządzania różnorodnością, ukierunkowania aktywności ludzi, komunikowania celów, angażowania, motywowania, pobudzania i inspirowania ludzi do działań, delegowania uprawnień i zadań oraz zaspokajania potrzeb grupy związanych z komunikacją, współpracą czy rozwiązywaniem sytuacji trudnych.

Współcześnie zwraca się uwagę na zmienny, dynamiczny charakter praktyki przywódczej, etyczną odpowiedzialność podejmowanych wyzwań, egalitaryzm i partycypację oraz szeroki katalog możliwych do rozwijania liderskich kompetencji.

W badaniach respondentki i respondentów zapytano o przekonania na temat charakteru przywódczych cech, preferowanych stylów przywództwa, poczucia gotowości do podejmowania przywódczych ról oraz doświadczeń życiowych, które mają związek z kompetencjami liderskimi. Zbadano również przekonania dotyczące roli płci w pełnieniu funkcji przywódczych.

Ścierające się tradycyjne i współczesne koncepcje przywództwa

- Przywództwo jako cechy osobowości i umiejętności vs przywództwo jako procesy i zachowania.
- Przywództwo jako uzyskiwanie celów w obrębie istniejącego prawa (transakcyjne) vs kwestionowanie obecnego porządku i proponowanie nowego (transformacyjne).
- Przywództwo z nadania vs osiągnięte w wyniku oddolnych procesów.
- Przywództwo „nad" vs przywództwo „do".

3.1 Kompetencje przywódcze – wrodzone czy nabyte?

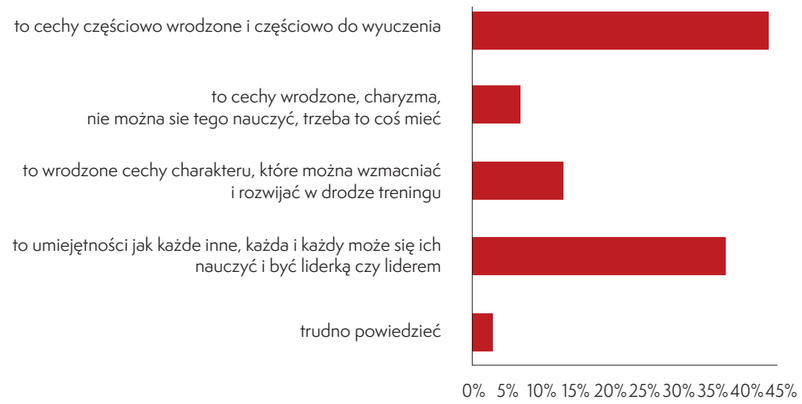
Na pytanie „Jak myślisz, czy cechy przywódcze to wrodzony talent czy umiejętności, których można się wyuczyć?” 41,7% badanych (w tym 43,2% kobiet oraz 39,7% mężczyzn) odpowiedziało, że są to cechy częściowo wrodzone i częściowo do wyuczenia się.

Ponad 40% badanych osób z pokolenia Z – zarówno kobiet, jak i mężczyzn – jest przekonanych o wrodzonym charakterze cech przywódczych. Aż 35,9% (35,5% kobiet oraz 36,6% mężczyzn) wyraziło przekonanie, że „to wrodzone cechy charakteru, które można wzmacniać i rozwijać w drodze treningu”, a 7% (6% kobiet i 9% mężczyzn) uważa, że przywództwo to rodzaj wrodzonej charyzmy i nie można się go nauczyć.

Jedynie 12,8% badanych osób twierdzi, że są to „umiejętności jak każde inne”.

Wykres 24

PRZEKONANIA NA TEMAT CHARAKTERU CECH PRZYWÓDCZYCH



3.2 Preferowany styl przywództwa

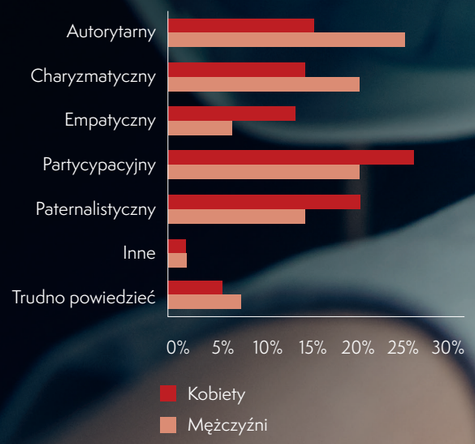
Respondentki i respondenci zostali poproszeni o wybranie z listy i wskazanie najbliższego im, preferowanego stylu przywództwa.

Dla 24,2% osób badanych osób z pokolenia Z najbliższy okazał się partycypacyjny styl przywództwa. Jednocześnie średnio co piąta osoba udzielająca odpowiedzi wskazała jako preferowany styl autorytarny, paternalistyczny lub charyzmatyczny.

Mężczyźni i kobiety z pokolenia Z różnią się wyraźnie w kwestii preferowanych stylów przywództwa. Mężczyźni przejawiają bardziej tradycyjne nastawienia. Autorytarny styl preferuje 26% mężczyzn i 15% kobiet, charyzmatyczny 21% mężczyzn i 15% kobiet. Styl paternalistyczny bliski jest 21% kobiet i 15% mężczyzn, a empatyczny 14,5% kobiet i 7,3% mężczyzn. Równocześnie kobiety częściej niż mężczyźni wskazywały jako preferowany styl partycypacyjny (27% vs 21%).

Podsumowując: mężczyźni preferują najczęściej styl autorytarny (26%), charyzmatyczny (21%) oraz partycypacyjny (21%). Kobiety wskazują najczęściej na styl partycypacyjny (27%) i paternalistyczny (21%).

Wykres 25
PREFEROWANE STYLE PRZYWÓDZTWA KOBIET I MĘŻCZYZN



Style przywództwa

- styl charyzmatyczny – lider/ka prowadzi ludzi za sobą do celów, które sama wyznacza.
- styl autorytarny – lider/ka potrafi zorganizować działania wielu ludzi w celu osiągnięcia wyznaczonych wcześniej celów.
- styl paternalistyczny – lider/ka sprawnie odczytuje potrzeby innych ludzi i pomaga im je zrealizować.
- styl partycypacyjny – lider/ka razem z ludźmi definiuje najważniejsze cele i organizuje ich wspólne osiąganie.

3.3 Rola liderki/lidera

Na pytanie „Czy chciałbyś/chciałabyś pełnić funkcję liderki/lidera?" 70,3% badanych osób – w tym 76% kobiet i 61% mężczyzn – zadeklarowało chęć pełnienia przywódczej funkcji.

Obecnie liderką/liderem czuje się 45,7% badanych (w tym 48,1% kobiet i 42% mężczyzn).

Co piąty respondent i respondentka pomimo chęci pełnienia roli przywódczej obawia się, że nie mają ku temu predyspozycji/talentu, a 15% osób odpowiedziało definitywnie, że przywództwo nie jest dla nich.

Generalnie badane kobiety i mężczyźni wykazali podobne nastawienia i gotowość pełnienia liderskich ról. Kobiety najczęściej wykazywały zainteresowanie zarządzaniem firmą lub grupą (30%) oraz zadaniem (23%). U mężczyzn tendencja była podobna, z tym że o wiele mniejszy procent był zainteresowany zarządzaniem zadaniem (odpowiednio 21% i 12%). Kobiety nieco rzadziej niż mężczyźni uważały, że zarządzanie jest nie dla nich (14% w porównaniu do 17%). Co ciekawe, mężczyźni dwukrotnie częściej niż kobiety nie mieli zdania w tej kwestii (16% w porównaniu do 8%).

61,7% badanych pomimo aspiracji i aktualnie pełnionej funkcji nigdy nie brało udziału w warsztatach i szkoleniach kształcących liderów/liderki. 21% ma pojedyncze doświadczenie tego typu, a 17,2% wielokrotnie brało udział w zajęciach zwiększających kompetencje przywódcze.

Kobiety (20%) znacznie częściej niż mężczyźni (12%) biorą udział w warsztatach podnoszących kompetencje liderskie.

Wykres 26

ODPOWIEDZI NA PYTANIE: CZY CHCIAŁ(A)BYŚ PEŁNIĆ FUNKCJĘ LIDERKI/LIDERA?

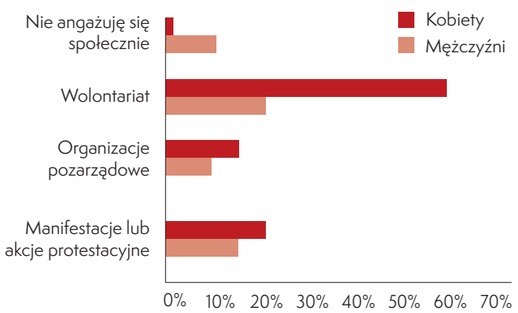
3.4 Zaangażowanie społeczne

W kontraście do deklarowanej gotowości podejmowania ról przywódczych stoi gotowość oraz praktyka angażowania się i podejmowania działań w przestrzeni publicznej.

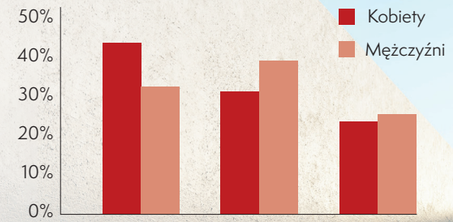
Mimo że 94,4% badanych osób (97,6% kobiet i 89,3% mężczyzn) stwierdziło, że angażuje się społecznie, to tylko 13,7% respondentek i respondentów działa w organizacjach pozarządowych i zaledwie 5,5% podejmuje aktywność wolontariacką. Co piąta badana osoba (19,3%) bierze udział w akcjach manifestacyjnych lub protestacyjnych. Najczęstszą deklarowaną formą zaangażowania obywatelskiego jest doświadczenie działalności w ramach organizacji studenckich lub uczniowskich – ma je 58,7% respondentów i respondentek.

Pojawiły się znaczące różnice pomiędzy płciami. Znacznie większy odsetek mężczyzn (11%) w porównaniu do kobiet (2%) w ogóle nie angażował się w działania społeczne. Kobiety trzykrotnie częściej brały udział w wolontariacie (61%) – w tej formie działalności uczestniczyło zaledwie 22% mężczyzn. Kobiety także częściej włączały się w prace organizacji pozarządowych (16% w porównaniu do 10% mężczyzn).

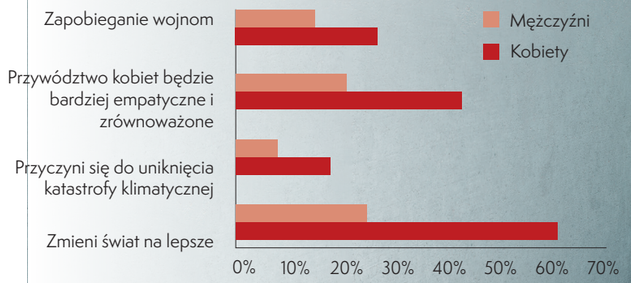
Wykres 27
ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE KOBIET I MĘŻCZYZN



Wykres 28
CZY PRZYWÓDZTWO KOBIECE RÓŻNI SIĘ OD MĘSKIEGO?



Wykres 29
NADZIEJE ZWIĄZANE Z PRZYWÓDZTWEM KOBIET



3.5 Czy liderki uratują świat?

40% badanych osób jest przekonanych, że przywództwo kobiet i mężczyzn różni się w swoim charakterze. 35% z nich nie dostrzega różnic związanych z płcią.

Częściej na różnicę w przywództwie kobiet i mężczyzn wskazywały respondentki (44,5%) niż respondenci (33,2%). Równocześnie co trzecia respondentka i 40% respondentów uważało, że płeć w pełnieniu funkcji przywódczych nie ma znaczenia.

Co piąta osoba nie miała na ten temat zdania.

Respondentki częściej niż respondenci wierzą w potencjał i szczególną rolę przywództwa kobiet.

67% badanych osób, w tym 77,5% kobiet i 50,76% mężczyzn, wyraziło przekonanie, że przywództwo kobiet ma i będzie miało znaczenie dla rozwoju świata. Przeciwnego zdania jest co trzecia osoba – czyli 49,2% badanych mężczyzn i 22,5% kobiet.

Niemal połowa badanych osób – 61% kobiet i 26% mężczyzn – jest przekonana, że nowy typ zrównoważonego przywództwa otwiera szansę na to, aby świat się zmienił i szedł w innymi kierunku niż dotychczas.

Siła tych przekonań jednak dramatycznie się zmniejsza, gdy stawiane są konkretne tezy dotyczące różnych wyzwań, przed którymi stoi świat.

Z określeniem „przywództwo kobiet będzie bardziej empatyczne i zrównoważone" zgadza się 34,9% badanych osób. 22,2% respondentów i respondentek jest przekonanych, że w świecie z większym udziałem kobiet w decyzjach nie będzie wojen i mocniej będą respektowane prawa człowieka. Równocześnie aż 85,5% badanych uważa, że przywództwo kobiet nie przyczyni się do rozwiązania problemu katastrofy klimatycznej.

O tym, że przywództwo kobiet będzie bardziej empatyczne i zrównoważone, przekonanych jest 43% kobiet w porównaniu do 21% mężczyzn. Ze zdaniem, że przywództwo kobiet zapobiegnie wojnom i doprowadzi do większego respektowania praw człowieka, zgodziło się 33% respondentek i 27% respondentów. W możliwość wpływu kobiet na rozwiązanie problemu katastrofy klimatycznej ufa zaledwie 18% kobiet i 8% mężczyzn.

Wnioski

1 Większość młodych osób jest przekonana o wrodzonym w dużej mierze charakterze cech przywódczych, które można w ciągu życia jedynie rozwijać.

2 Tylko co czwarta badana młoda osoba preferuje progresywny – partycypacyjny – styl przywództwa. Mężczyźni częściej niż kobiety opowiadają się za tradycyjnymi stylami – autorytarnym i charyzmatycznym – skoncentrowanymi na jednostce. Równocześnie ponad połowa badanych kobiet i jedynie jedna czwarta mężczyzn jest przekonana, że nowy typ zrównoważonego przywództwa otwiera szansę na to, aby świat się zmienił i szedł w innymi kierunku niż dotychczas.

3 70% badanych osób aspiruje do roli liderki/lidera, jednak 60% nigdy się w tym zakresie nie szkoliło.

4 W kontraście do często deklarowanej gotowości podejmowania ról przywódczych stoi niski poziom angażowania się i podejmowania działań w przestrzeni publicznej. Kobiety częściej niż mężczyźni podejmują działania prospołeczne, takie jak wolontariat czy praca w organizacji pozarządowej.

5 Na poziomie ogólnych deklaracji większość badanych kobiet i połowa mężczyzn wyraziła przekonanie, że przywództwo kobiet ma i będzie miało znaczenie dla rozwoju świata, jednak w kontekście konkretnych problemów, takich jak utrzymanie pokoju, większe respektowanie praw człowieka czy rozwiązanie problemu katastrofy klimatycznej, w pozytywną i znaczącą rolę kobiet wierzy dużo mniej osób.

Rekomendacje

1 Potrzebna jest edukacja i zwiększanie świadomości na temat kompetencji liderskich w kontekście współczesnych wyzwań i celów zrównoważonego rozwoju oraz nowych modeli, w których za kluczowe uznaje się partycypację oraz kompetencje emocjonalne i społeczne.

2 Potrzebne jest promowanie przywództwa jako procesu, w którym wiedzę, kompetencje i doświadczenie nabywa się współpracując z ludźmi, bez konieczności sprawowania nad nimi władzy. Lider/ka mogą koncentrować się równocześnie na realizacji zadań, pozytywnych relacjach społecznych oraz współpracy i partycypacji.

3 Należy zadbać, aby doświadczone liderki i doświadczeni liderzy mogli skuteczniej przekazywać swoje doświadczenie młodszym pokoleniom.

4 Ważne, by istniały usługi i programy publiczne, np. w ramach systemu oświaty, które pozwolą na wczesnych etapach rozwoju kształtować kompetencje przywódcze i sprawczość oraz zachęcą młodych ludzi do obywatelskiej aktywności i brania odpowiedzialności za zmianę świata.

5 Ważne jest demaskowanie szkodliwych stereotypów płci oraz docenianie i uznanie dla pracy liderek – nagłaśnianie ich sukcesów szczególnie w branżach i obszarach, które nadal uznawane są za „męskie”.

Prof. UAM dr hab.
Iwona Chmura-Rutkowska

Zakład Socjologii Edukacji, Wydział Studiów Edukacyjnych UAM. Interdyscyplinarne Centrum Badań Płci Kulturowej i Tożsamości UAM. Autorka publikacji, warsztatów i materiałów edukacyjnych dotyczących stereotypów płci oraz kompetencji przywódczych dziewcząt i kobiet.

Komentarz ekspercki

W tradycyjnych ujęciach, które, jak wskazują rezultaty powyższych badań, są wciąż dosyć powszechne wśród młodych ludzi, przywództwo jest efektem wrodzonych predyspozycji i szczególnych cech charakteru. Obecnie jednak podważa się koncepcję czy mit „urodzonych liderek/ów", zwracając uwagę, że nawet tzw. charyzma jest skumulowanym efektem wielu różnych cech i kompetencji, które można kształtować przez całe życie.

Młodzi z pokolenia Z w praktyce życia codziennego doświadczają bardzo różnych stylów przywództwa, zarówno tych tradycyjnych, jak i nowoczesnych. Wciąż także dotyczą ich stereotypowe przekonania na temat „specyfiki" ról społecznych i cech związanych z płcią, w tym także na temat różnic przywództwa kobiet i mężczyzn. Ów filtr kulturowy nadal realnie wpływa na sposoby myślenia, postrzegania, nastawienia, zachowania, a więc różne doświadczenia kobiet i mężczyzn w sferze zawodowej.

W stereotypowym ujęciu egalitarny, partycypacyjny, empatyczny i zrównoważony "kobiecy" styl zarządzania przeciwstawia się autorytarnemu, hierarchicznemu, zadaniowemu i eksploatującemu stylowi określanemu jako "męski".

Tradycyjne stereotypy i wzorce męskości (indywidualizm, siła, rywalizacja, wysoka pozycja, pewność siebie itp.) oraz wychowanie do roli męskiej mają wpływ na to, że młodzi mężczyźni (nadal) częściej niż kobiety preferują tradycyjny styl autorytarny, w którym lider bierze jednoosobową odpowiedzialność, wydaje polecenia, kontroluje, sankcjonuje oraz domaga się posłuszeństwa, szacunku i poważania. Ten styl jednak już od dawna nie jest adekwatny ani wobec problemów świata, ani wobec rosnącej ludzkiej świadomości i kapitału kulturowego. W nowym modelu partycypacyjnym, który, jak wynika z badań, szczególnie preferują kobiety, ważny jest egalitaryzm, płaska struktura organizacji, docenianie różnorodności, włączenie osób współpracujących w podejmowanie decyzji oraz etyczną odpowiedzialność.

W rzeczywistości wobec wyzwań współczesnego dynamicznego świata oraz zróżnicowania współpracujących ze sobą ludzi za najbardziej efektywne w przywództwie uznaje się podejście odrzucające schematyczne podziały „męskie vs. kobiece", a więc elastyczny styl przywództwa skoncentrowany równocześnie na realizacji zadań, pozytywnych relacjach społecznych oraz współpracy i partycypacji.

Jednocześnie, jak pokazują między innymi badania Fundacji Perspektywy i Citi Foundation „Przywództwo kobiet 2021. Technologie, biznes, nauka" z 2021 roku, stereotypy związane z płcią, szczególnie na temat kobiet w roli liderek, są nadal powszechną i skuteczną blokadą rozwojową – w sensie indywidualnym oraz na poziomie rozwoju organizacji. W obliczu nierówności i małej reprezentacji kobiet w gremiach decyzyjnych ważne jest, by dbać o równowagę płci wśród osób pełniących role przywódcze – ponieważ jest to jedyna szansa na włączenie, reprezentatywność i uwzględnianie punktów widzenia, poglądów, doświadczeń i potrzeb połowy świata. Dziewczęta i kobiety nadal też potrzebują na różnych etapach życia edukacji, programów liderskich oraz mentoringu, które zniwelują efekty tradycyjnego wychowania, uprzedzeń, dyskryminujących praktyk oraz systemowych barier.

Zauważając różnicę doświadczeń życiowych oraz perspektyw kobiet i mężczyzn, warto równocześnie podważać mity o różnicach płciowych w predyspozycjach do pełnienia ról przywódczych. To pomaga zmienić perspektywę i skupić się na kompetencjach osobistych, które są przydatne w rozwoju profesjonalnym – niezależnie od tego, czy uważane są za „kobiece" czy „męskie". Na przykład asertywność i odwaga, a także empatia i komunikatywność to jedne wielu z kluczowych kompetencji w przywództwie, niezależnie od płci biologicznej, z jaką przyszło nam się urodzić – warto je kształtować oraz wykorzystywać.

Przywództwo w zglobalizowanym świecie, w którym – coraz bardziej to czujemy i rozumiemy – jesteśmy ze sobą połączeni oraz od siebie zależni, musi być oparte na innych niż tradycyjne (bardziej włączających i etycznych) sposobach podejmowania decyzji oraz realizacji grupowych celów. Rola liderki i lidera formalnie i nieformalnie może być pełniona z sukcesem przez bardzo różne osoby, które mają szansę wykorzystać w ważnym dla społeczności celu swój unikatowy potencjał i zasoby. Kluczowe zatem wydaje się przygotowywanie młodych ludzi do tej roli poprzez stwarzanie sprzyjających warunków do współpracy oraz odwagi do angażowania się społecznego i obywatelskiego wokół ważnych dla nich spraw.

4

EKOLOGIA

Rozdział „Ekologia” poświęcony jest wartościom i przekonaniom leżącym u podstaw stosunku pokolenia Z do środowiska naturalnego. Zaczynamy go od odpowiedzi na 15 pytań wchodzących w skład skali NEP (New Ecological Paradigm Scale) opracowanej przez socjologa środowiska, prof. Riley E. Dunlapa wraz z zespołem. Skala służy do pomiaru poparcia dla ekologicznego postrzegania świata i jest szeroko używana w całym świecie (Anderson, 2012; Dunlap et al., 2000; Dunlap & Liere, 2008; Kopnina, 2011; Ntanos et al., 2019).

Następnie sprawdzamy kolejno:

- poziom denializmu klimatycznego (nieuznawania lub dystansowania się wobec zmiany klimatycznej i wywołanego nią kryzysu klimatycznego);
- stopień zintegrowania zasad ekologicznego stylu życia w sferze prywatnej;
- poziom zaangażowania obywatelskiego w rozwiązywanie problemów ekologicznych (aktywizm ekologiczny);
- poczucie wpływu na proces pokonywania problemu kryzysu klimatycznego;
- przekonania na temat roli organizacji międzynarodowych, rządów i biznesu w pokonaniu kryzysu ekologicznego / klimatycznego.

4.1 Skala NEP – podstawowe wartości i przekonania o relacji człowiek-środowisko

Pytania ze skali obejmują kilka obszarów związanych z myśleniem o środowisku i relacji człowiek-środowisko, które tworzą 5 stałych komponentów skali:

1 **LIMITY WZROSTU** – pytania 1, 6, 11 – dotyczą stopnia uznania skończoności zasobów Planety i wynikających stąd granic wzrostu. Nawiązują do wczesnych raportów Klubu Rzymskiego ostrzegających przed kryzysem ekologicznym, oraz ich późniejszych omówień[1].

2 **WYJĄTKOWOŚĆ CZŁOWIEKA** – pytania 4, 9, 14 sprawdzają, na ile respondentki i respondenci uznają człowieka za jeden z wielu gatunków istot żywych, podlegających tym samym prawom natury, a na ile są przekonani o jego wyjątkowości w świecie istot żywych i wynikających z niej specjalnych praw wobec przyrody.

3 **ANTROPOCENTRYZM** – pytania 2, 7, 12 sprawdzają, na ile badani zgadzają się z tezą o dominującej pozycji człowieka w przyrodzie i jego prawie do nieograniczonej eksploatacji środowiska naturalnego na potrzeby własnego gatunku.

4 **DELIKATNOŚĆ RÓWNOWAGI EKOSYSTEMÓW PLANETY** – pytania 3, 8, 13 skali badają stopień uznania skomplikowania i kruchości biologicznej równowagi Planety opartej na wzajemnych powiązaniach wszystkich elementów przyrody, oraz ryzyk związanych z naruszeniem tej równowagi.

5 **RYZYKO KRYZYSU EKOLOGICZNEGO** – pytania 5, 10, 15 sprawdzają, w jakim stopniu respondentki i respondenci uznają sytuację ekologiczną Planety za krytyczną, na ile postrzegają obserwowane zmiany środowiskowe w kontekście kryzysu lub katastrofy.

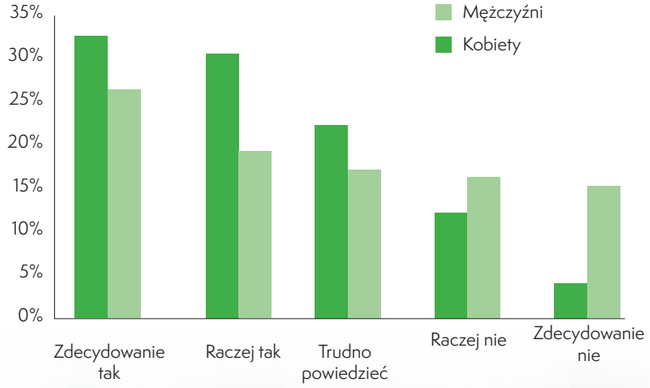
1 Chodzi tu zarówno o przełomowy raport Klubu Rzymskiego z początku lat 70. (Meadows & Club of Rome, 1972), jak i bardziej współczesne analizy tematu skończoności zasobów na Planecie i możliwych scenariuszy rozwoju (Bardi & Alvarez Pereira, 2022; Fuchs et al., 2021; Meadows et al., 2004).

4.1.1 LIMITY WZROSTU

Pytanie 1
ZBLIŻAMY SIĘ DO LIMITU LICZBY LUDNOŚCI JAKĄ PLANETA ZIEMIA JEST W STANIE UTRZYMAĆ/POMIEŚCIĆ

Analizując odpowiedzi na wyżej przedstawioną tezę, zauważamy, że 2/3 badanych uznaje limity wzrostu. Ponad 30% respondentów zaznaczyło przy tym pytaniu „zdecydowanie tak", a dalsze 26,1% - „raczej tak". Odpowiedzi „zdecydowanie nie" i "raczej nie" zgromadziły w sumie 23,8% respondentek i respondentów. W tym pytaniu kobiety były znacznie bardziej ekologiczne niż mężczyźni – ponad 62% z nich odpowiedziało „zdecydowanie" lub „raczej tak", wobec 46% mężczyzn, którzy zaznaczyli te kategorie odpowiedzi.

Wykres 30
TEZA: ZBLIŻAMY SIĘ DO LIMITU LICZBY LUDNOŚCI JAKĄ PLANETA ZIEMIA JEST W STANIE UTRZYMAĆ / POMIEŚCIĆ



Pytanie 6
PLANETA ZIEMIA OFERUJE NAM BOGACTWO ZASOBÓW NATURALNYCH, POWINNIŚMY NAUCZYĆ SIĘ ODPOWIEDNIO NIMI GOSPODAROWAĆ

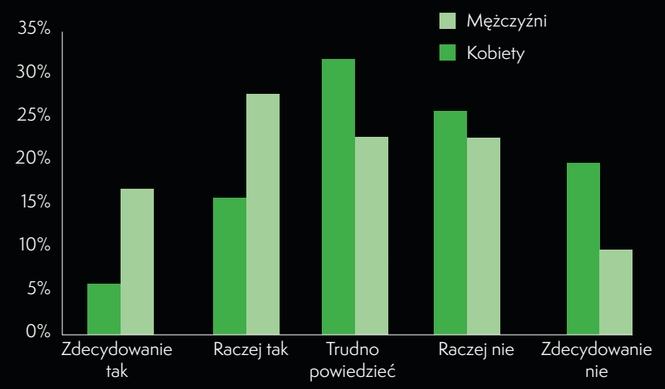
Aż 77,4% pytanych mówi zdecydowane „tak" tezie, że planeta Ziemia oferuje nam bogactwo zasobów naturalnych, powinniśmy nauczyć się odpowiednio nimi gospodarować, a dalsze 16,8% – „raczej tak". Tylko 2% badanych się z tym nie zgadza.

Pytanie 11
PLANETA ZIEMIA JEST JAK STATEK KOSMICZNY Z OGRANICZONA ILOŚCIĄ MIEJSCA I ZASOBÓW

Z tą tezą zgadza się 72,7% badanych (36,06% odpowiedzi „zdecydowanie tak" i 36,64% „raczej tak"), 10,5% ma odmienne zdanie (odpowiedzi nie i zdecydowanie nie). Odpowiedzi „tak" w pytaniach 1 i 11 potwierdzają uznanie limitów zasobów i limitów wzrostu, zaś w pytaniu 6 świadczą o antropocentrycznej akceptacji prawa do (odpowiedzialnej) eksploatacji planety. Tylko w pytaniu (1) zauważalne są duże różnice płciowe – kobiety odpowiadały bardziej proekologicznie. W żadnym z pytań tej kategorii nie zauważano różnic wiekowych.

Wykres 31

TEZA: ZIEMIA ZAWSZE BĘDZIE DOBRYM MIEJSCEM DO ŻYCIA DZIĘKI POMYSŁOWOŚCI CZŁOWIEKA



4.1.2 WYJĄTKOWOŚĆ CZŁOWIEKA

Pytanie 4 Skali NEP.

TEZA: ZIEMIA ZAWSZE BĘDZIE DOBRYM MIEJSCEM DO ŻYCIA DZIĘKI POMYSŁOWOŚCI CZŁOWIEKA.

Z tak postawioną tezą zgadza się 30,4% badanych (odpowiedzi „zdecydowanie tak" i „raczej tak"), zaś 41,2% ma zdanie przeciwne (16,35% „zdecydowanie nie", 24,82% „raczej nie"). Stosunkowo wysoki poziom odpowiedzi „tak" może świadczyć o przekonaniu, że innowacje i technologie zawsze pozwolą pokonać problemy takie jak wyczerpywanie się surowców czy negatywne skutki degradacji środowiska naturalnego. Ciekawe, że to przekonanie podzielają przede wszystkim mężczyźni (44,7% mężczyzn zaznaczyło odpowiedzi „tak" wobec 21,5% kobiet). Kobiety są bardziej ostrożne w ocenie sytuacji – aż 46,2% kobiet zaznaczyło odpowiedź „nie" (innowacyjność człowieka nie wystarczy, aby pokonać problemy ekologiczne), wobec 32,8% mężczyzn.

Z tezą z pytania nr 9 skali NEP, „Pomimo swoich wyjątkowych zdolności, człowiek nadal podlega prawom natury.", zdecydowanie zgadza się 58,5% badanych, a następne 32% raczej się zgadza. To bardzo wysoki wynik uznania człowieka jako elementu przyrody i związanych z tym ograniczeń.

Jednocześnie mniejsze, ale jednak stosunkowo wysokie, jest przekonanie badanych o możliwości kontrolowania natury: 16,5% badanych zdecydowanie, a dalsze 22,9% raczej zgadza się z tezą, że „Ludzie nauczą się kiedyś wystarczająco dużo na temat praw rządzących naturą, aby być w stanie ją kontrolować". W sumie prawie 40% badanych jest przekonanych o tym, że wyjątkowość człowieka ma swoje ograniczenia. Nieco częściej takie przekonanie wyrażają kobiety niż mężczyźni (7% przewagi na rzecz kobiet).

W pytaniu 14 skali, „Ludzie nauczą się kiedyś wystarczająco dużo na temat praw natury, aby być w stanie ją kontrolować", 16,5% respondentów mówi „zdecydowanie tak", a 22,9% – „raczej tak". Nieco mniejszy odsetek badanych nie zgadza się z tą tezą (9% odpowiedzi „zdecydowanie nie" i 22,8% „raczej nie"). Przekonanie o możliwości kontrolowania natury w przyszłości częściej wyrażają mężczyźni – tezie tej mówi „tak" 55,7% mężczyzn wobec 29,2% kobiet.

4.1.3. ANTROPOCENTRYZM

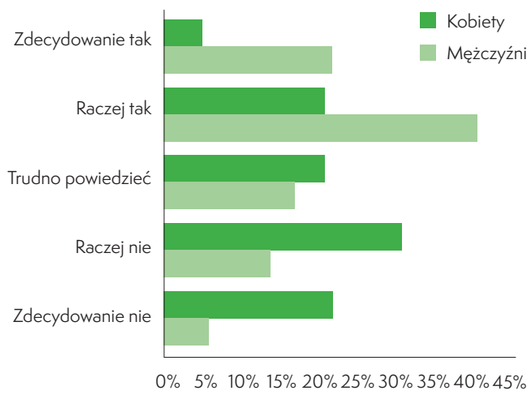
Z tezą „Ludzie mają prawo poddawać środowisko naturalne modyfikacji, aby zaspakajać swoje potrzeby" nie zgadza się 40% pytanych, ale podobna liczba, bo 40,7%, zgadza się z nią. Na świadczącą o antropocentrycznym podejściu do przyrody odpowiedź „tak" wpływają przede wszystkim przekonania mężczyzn. Aż 63% mężczyzn zaznaczyła w tym pytaniu „tak" i „raczej tak", wobec 26,3% kobiet.

Natomiast w pytaniu 7, zawierającym bardziej radykalne stwierdzenie „Rośliny i zwierzęta mają takie samo prawo do życia jak ludzie", aż 57,7% badanych mówi „zdecydowanie tak", a dalsze 23,5% „raczej tak". W sumie 81,2 % badanych mówi "zdecydowanie tak" lub „tak" tezie o równym prawie do życia człowieka i innych istot żywych. Częściej myślą tak kobiety niż mężczyźni (88,3% kobiet wobec 68,7% mężczyzn).

Klasycznie antropocentryczne zdanie pytania 12 „Ludzkość ma przywilej rządzenia naturą/środowiskiem naturalnym" spotyka się ze sprzeciwem 37,4% badanych, ale większa ich liczba – 40,73% – zgadza się z tak postawioną tezą. Kobiety są tu znacznie bardziej proekologiczne niż mężczyźni. Sprzeciw wobec przekonania o naturalnym prawie człowieka do rządzenia naturą wyraża 49,25% kobiet i tylko 18,1% mężczyzn. Większość mężczyzn (58,7%) zgadza się z tezą postawioną w pytaniu, przy czym ponad 30% mężczyzn zgadza się z nią zdecydowanie.

Wykres 32

TEZA: LUDZIE MAJĄ PRAWO PODDAWAĆ ŚRODOWISKO NATURALNE MODYFIKACJOM, ABY ZASPAKAJAĆ SWOJE POTRZEBY



4.1.4 DELIKATNOŚĆ RÓWNOWAGI

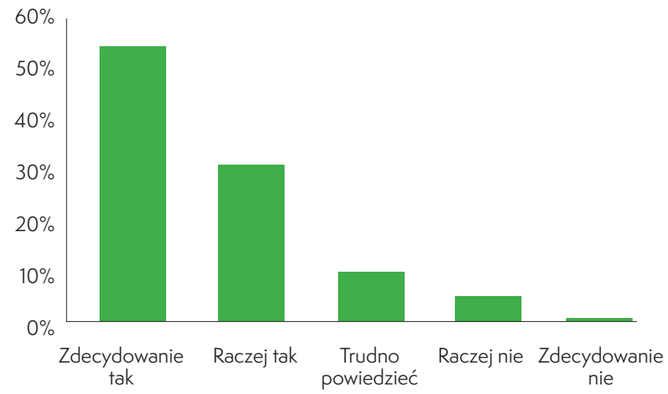
Prawie 54% badanych wyraża zdecydowane przekonanie, że „Ludzka ingerencja w naturę często przynosi katastrofalne skutki", a dalsze 30,7% mówi tej tezie „raczej tak". To świadczy o powszechnej (prawie 85% badanych) wrażliwości wśród młodzieży na potencjalne zagrożenie, jakie niesie przyrodzie człowiek wraz ze swoją cywilizacją. Ta wrażliwość jest częstsza wśród kobiet. Aż 90,8% kobiet mówi „tak" tezie o katastrofalnych skutkach ingerencji człowieka w naturę, wobec 75,2% mężczyzn.

Większość pytanych nie wierzy, że „natura zawsze sobie jakoś poradzi". Zawarta w pytaniu 8 teza „Równowaga w naturze jest na tyle silna, by radzić sobie z negatywnym wpływem nowoczesnych gospodarek przemysłowych" napotkała 30% odpowiedzi „zdecydowanie nie" oraz 31% odpowiedzi „raczej nie". To znaczy, że większość badanych jest świadoma, jak krucha jest równowaga planetarnego ekosystemu wobec wyzwań środowiskowych związanych z rozwojem cywilizacyjnym, a w zasadzie, że jest zbyt krucha, aby udźwignąć presję wynikającą z rozwoju cywilizacji ludzkiej. To przekonanie nieco częściej wyrażają kobiety niż mężczyźni (66,2% kobiet wobec 53,2% mężczyzn).

Jeszcze bardziej zdecydowane poparcie zyskała podobna, choć bardziej zgeneralizowana teza „Równowaga w naturze jest delikatna i łatwo ja utracić". Aż 42,3% badanych mówi tej tezie „zdecydowane tak", a dalsze 34,2 – „raczej tak". Młodzież zdaje sobie sprawę, że biologiczna równowaga Planety może być łatwo utracona z powodu działalności człowieka. Można powiedzieć, że młodzież żyje w świecie, który z ich perspektywy w każdej chwili może runąć. Przekonania o kruchości równowagi ekosystemów częściej wyrażają kobiety niż mężczyźni – odpowiedzi „zdecydowanie tak" lub „raczej tak" udzieliło w sumie 82,4% kobiet oraz 66,8 % mężczyzn.

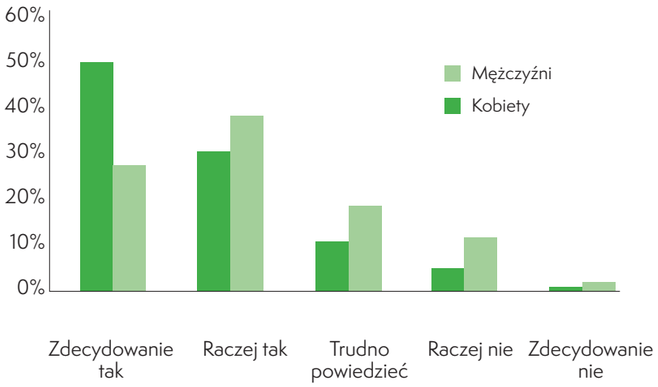
Wykres 33

TEZA: LUDZKA INGERENCJA W NATURĘ CZĘSTO PRZYNOSI KATASTROFALNE SKUTKI



Wykres 34

TEZA: RÓWNOWAGA W NATURZE JEST DELIKATNA I ŁATWO JĄ UTRACIĆ



Aż 3 razy częściej w kryzys ekologiczny wątpią mężczyźni niż kobiety – takie przekonania ma 26,3% mężczyzn, wobec 8,9% kobiet

4.1.5 RYZYKO KRYZYSU EKOLOGICZNEGO

Znakomita większość badanych wyraża przekonanie, że ludzie zbyt mocno eksploatują środowisko naturalne.

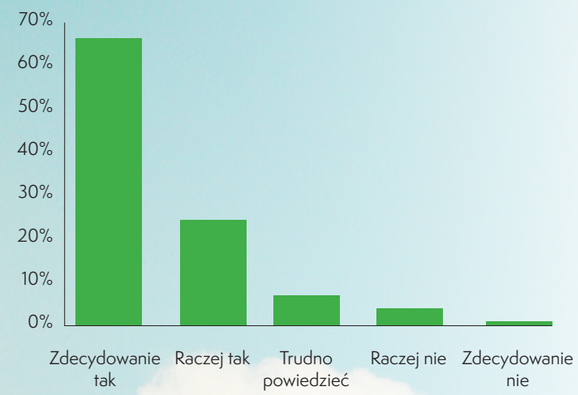
Aż 65,3% badanych zdecydowanie zgadza się tezą pytania 5 skali NEP, że ludzie poważnie nadużywają środowisko naturalne, a kolejne 23,7% raczej się zgadza. To daje wynik prawie 90% badanej młodzieży, która zauważa, że człowiek wobec środowiska naturalnego postępuje źle. Kobiety są o tym silniej przekonane – odpowiedzi „zdecydowanie tak" na to pytanie udzieliło 73% kobiet wobec 52,3% mężczyzn.

Z kolejną tezą, mówiącą że „tak zwany kryzys ekologiczny stojący przed ludzkością jest wysoce przesadzony", zdecydowanie nie zgadza się 42,5% badanych, a kolejne 27,2% badanych raczej się nie zgadza. W sumie prawie 70% badanej grupy dostrzega powagę sytuacji w odniesieniu do stanu środowiska naturalnego. Jednocześnie 6,4% zdecydowanie, a 9,5% raczej zgadza się tezą z pytania 10 skali NEP. To w sumie 16% badanych, którzy kwestionują fakt, że środowisko naturalne jest w stanie krytycznym. Aż 3 razy częściej w kryzys ekologiczny wątpią mężczyźni niż kobiety: takie przekonania ma 26,3% z nich wobec 8,9% kobiet.

Nieco mniej, bo 11,3%, nie zgadza się ze stwierdzeniem: „Jeśli sytuacja nie ulegnie zmianie, wkrótce będziemy świadkami poważnej katastrofy klimatycznej". Aż 47,6% badanych przy tej tezie zaznaczyła „zdecydowanie tak", a dalsze 26,1%– raczej tak. To oznacza, że 73,7%, czyli około 3/4 badanych jest świadomych, że bierność w sprawie środowiska i klimatu oznacza katastrofę, że działania są konieczne, by zapobiec najgorszemu. Takie myślenie częściej charakteryzuje kobiety niż mężczyzn. „Zdecydowanie tak" w tym pytaniu zaznaczyło 59,4% kobiet wobec 29,0% mężczyzn; raczej tak – 23,1% kobiet i 29,8% mężczyzn.

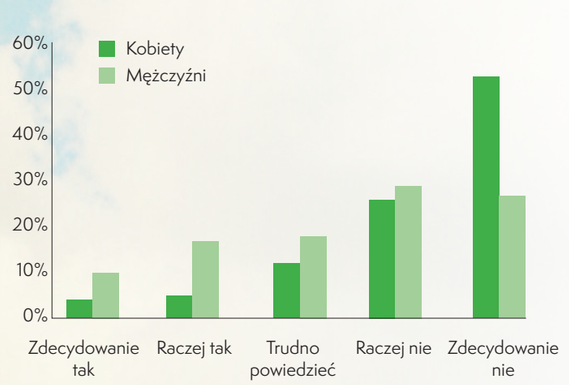
Wykres 35

TEZA: LUDZIE MOCNO / POWAŻNIE NADUŻYWAJĄ ŚRODOWISKO NATURALNE



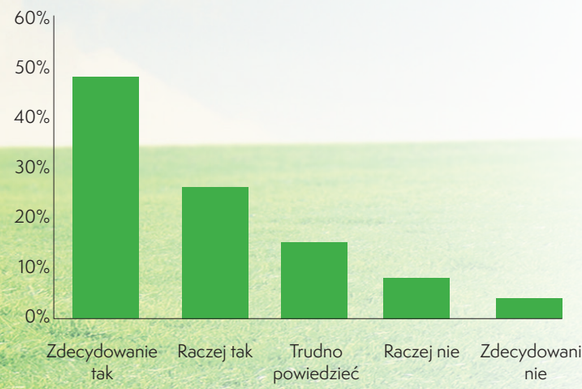
Wykres 36

TEZA: TAK ZWANY KRYZYS EKOLOGICZNY STOJĄCY PRZED LUDZKOŚCIĄ JEST MOCNO PRZESADZONY



Wykres 37

TEZA: „JEŚLI SYTUACJA NIE ULEGNIE ZMIANIE, WKRÓTCE BĘDZIEMY ŚWIADKAMI POWAŻNEJ KATASTROFY KLIMATYCZNEJ"



4.2 Denializm klimatyczny

KOMENTARZ EKSPERCKI:

Zmiana klimatu to jedno z najpoważniejszych wyzwań cywilizacyjnych, przed jakimi stanął człowiek. Bez odpowiedniego zaadresowania tego problemu, życie na Ziemi jakie znamy, przestanie istnieć. Niestety, mimo sześciu już wychodzących co kilka lat obszernych raportów sygnowanych przez IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change – Międzyrządowy Zespół ds. Zmiany Klimatu), działający przy ONZ, każdy napisany i podpisany przez setki naukowców, na podstawie przeglądu tysięcy recenzowanych prac naukowych - wciąż stosunkowo duża grupa obywateli kwestionuje zmianę klimatu, lub odpowiedzialność człowieka za jej wywołanie i trwanie. Do denialistów klimatycznych zalicza się wielu czołowych polityków, zazwyczaj związanych z prawą populistyczną stroną sceny politycznej; istnieją organizacje, a nawet instytuty, zatrudniające osoby z tytułami naukowymi, które trudnią się kwestionowaniem ustaleń naukowego konsensusu publikowanego przez IPCC. Mimo, że zmiana klimatu to zjawisko opisywane na gruncie fizyki, chemii, geografii, biologii, w oparciu o zaawansowane modele matematyczne zaciągające ogromne ilości informacji i danych przyrodniczych, traktuje się je często nie jako obszar wiedzy, ale jako kwestię poglądów. Według autorytetów zajmujących się zmianą klimatu, takich jak matematyk Peter Stott, który jako pierwszy zbudował i opublikował model matematyczny potwierdzający antropogeniczne źródła obserwowanej zmiany klimatu,[2] a także socjologów i politologów publikujących na ten temat, sytuację mogą zmienić akcje i protesty obywatelskie, oddolna presja na decydentów, aby bardziej zdecydowanie tworzyć i wdrażać polityki klimatyczne.

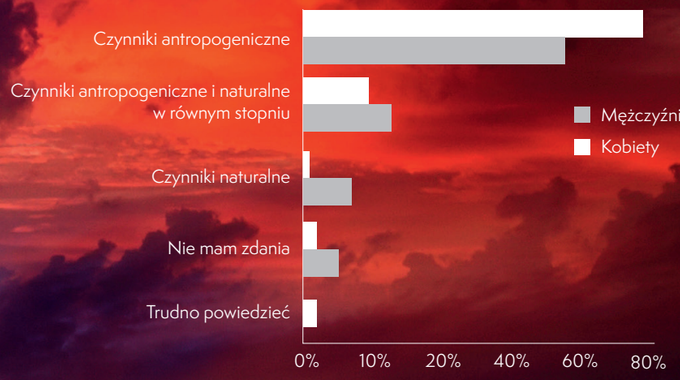
JAK NA TE KWESTIE ZAPATRUJE SIĘ BADANE POKOLENIE Z?

Pierwsze pytanie: „Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że katastrofa klimatyczna jest obecnie największym wyzwaniem ludzkości”?, 65% zaznaczyło 4 lub 5 poziom skali, gdzie 1 oznaczało „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 – „zdecydowanie się zgadzam”. To znaczy, że 2/3 badanej populacji postrzega zmianę klimatu jako absolutny priorytet wśród współczesnych problemów ludzkości wymagających działania. Na ten wynik składają się przede wszystkim przekonania kobiet. W sumie, 75% kobiet zaznaczyło 4 lub 5 poziom skali, wobec 49,6 % mężczyzn. Dodatkowo, 20% zaznaczyło środek skali, co oznacza że nie ma w tej sprawie wyrobionego zdania, a 15% nie zgadzało się z przedstawioną tezą. Wśród tych, którzy nie widzą w kryzysie klimatycznym największego wyzwania ludzkości, dominują mężczyźni: w sumie, aż 27,5% mężczyzn i tylko 7,3% kobiet myśli w ten sposób.

W pytaniu o przyczyny katastrofy ekologicznej, większość, bo 70% zaznaczyło, że są to przede wszystkim czynniki antropogeniczne, czyli wywołane działalnością człowieka; ok 17% uważa, że za kryzys klimatyczny czynniki antropogeniczne i naturalne odpowiedzialne są po równo, 5% - że tylko czynniki naturalne. Około 7% nie miało zdania w tej sprawie lub nie potrafiło określić stopnia odpowiedzialności czynników antropogenicznych i naturalnych. Choć 70% to większość, jest to zdecydowanie mniej niż w środowisku naukowym, gdzie 99,9% uczonych zajmujących się tematem zmiany klimatu uważa, że bez żadnej wątpliwości działalność człowieka jest głównym źródłem obserwowanego kryzysu klimatycznego (Stott, 2021)[3]. Wśród osób mających zdanie podobne jak specjaliści od zmiany klimatu, przeważają kobiety. 77,8% z nich zaznaczyło, że za kryzys klimatyczny odpowiadają głównie czynniki antropogeniczne, wobec 59,9% mężczyzn. Więcej mężczyzn (20%) niż kobiet (15%) uważa, że zmiany klimatu wywołane są w równym stopniu czynnikami antropogenicznymi, co naturalnymi. O tym, że działalność człowieka nie ma nic wspólnego ze zmianami klimatu jest przekonanych 10 razy więcej mężczyzn niż kobiet: myśli tak 11,5% badanych mężczyzn wobec 1,2% kobiet.

Wykres 38

PYTANIE: KTÓRE CZYNNIKI PRZEDE WSZYSTKIM ODPOWIADAJĄ ZA OBSERWOWANY OBECNIE KRYZYS KLIMATYCZNY?



2 Peter Stott w swojej książce „Hot air” rozprawia się z denializmem klimatycznym, odkrywając kulisy prac międzyrządowych nad dokumentami ONZ, na których pojawiali się sceptycy zmiany klimatu. Pokazuje źródła finansowania antyklimatycznych organizacji i instytutów, przedstawia historię powstania i dyskusje naukowe nad najważniejszymi opracowaniami, oraz wskazuje na rolę obywateli w procesie kształtowania odpowiedzialnych polityk środowiskowych. Podobne rozwiązania, oparte na aktywności obywatelskiej, wskazują socjolog Anthony Giddens i politolog Andrew Dobson (Dobson, 2003; Giddens, 2011; Stott, 2021)

3 W języku opisującym zmiany klimatu, używa się określeń jak „likely”, „very Likely”, extremely likely”. Po opublikowaniu raportu IPCC w 2013 roku, doniesienia medialne skupiały się na niemal całkowitej zwiększonej pewności uczonych co do dominującej roli człowieka w wywołaniu obserwowanych zmian klimatu (Scientists can now say with extreme confidence that human activity is the dominant cause of the global warming observed since the 1950s), patrz artykuł w The Globe and Mail „what likely and extremely likely really mean in climate-speak” (Hui, 2013).

4.3 Ekologiczny styl życia

Kryzys ekologiczny jest wywołany przez rozwój cywilizacji. Spirala produkcji i konsumpcji dóbr materialnych i niematerialnych, przemysły i usługi z których korzysta rosnąca wciąż populacja ludzka prowadzą do pogłębiającej się degradacji środowiska naturalnego. Wiele z tych dóbr i usług, nie jest produktem pierwszej potrzeby; wiele ulega zepsuciu lub jest marnowana, a niektóre używane są tylko raz, zanim zostaną wyrzucone. Skala marnotrawstwa w krajach rozwiniętych, np. żywności, sięga średnio 30%. Jest oczywiste, że muszą być podejmowane środki związane z ograniczeniem zużycia energii, emisji CO_2 czy zanieczyszczeń, zarówno przez osoby prywatne, jak i firmy czy instytucje. Choć znaczenie zachowania pojedynczego człowieka wydaje się kroplą w morzu potrzeb, skala zachowań proekologicznych, związana z wielkością globalnej populacji ludzkiej, jest ogromna. I choć indywidualne zachowania ekologiczne nie zastąpią działań instytucjonalnych, pro-środowiskowej legislacji wprowadzającej ograniczenia na wszystkie podmioty gospodarcze i instytucje, mają one również ogromne znaczenie dla stanu środowiska naturalnego.

JAK NA TE KWESTIE ZAPATRUJE SIĘ BADANA MŁODZIEŻ Z POKOLENIA Z?

Na pytanie „Jak ważną wartością jest dla Ciebie zrównoważony styl życia neutralizujący negatywny wpływ człowieka na środowisko?”, 29,9% osób odpowiedziało, że bardzo ważną (tak myśli 38,4% kobiet i 16,4% mężczyzn), a 46,9% - że dosyć ważną. To daje w sumie prawie 77% osób, częściej kobiet niż mężczyzn, które w swoim planie na życie ekologię stawiają wysoko w agendzie. Co dokładnie robią? Poniższy wykres ilustruje zbiorczo, jakie zachowania badani podejmują, aby żyć ekologicznie.

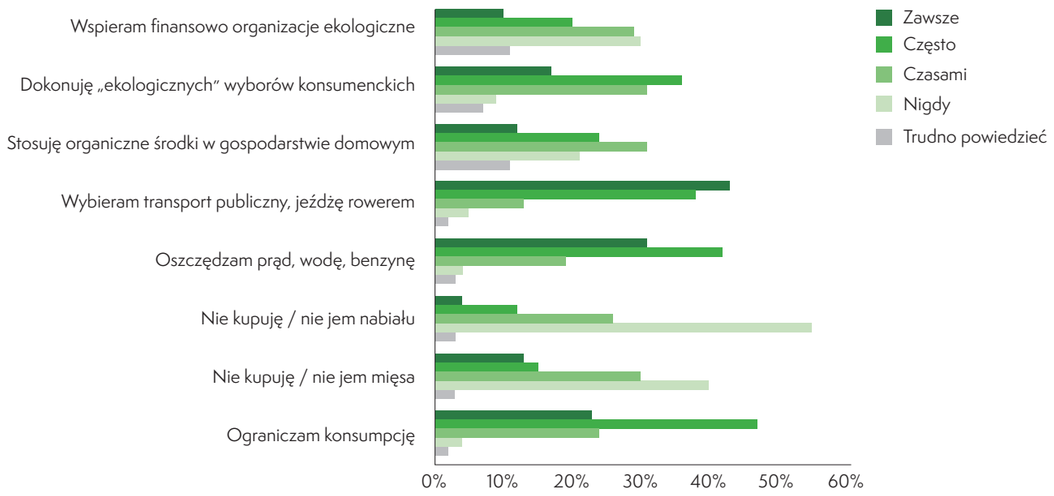
Widać na nim, że ok. 70% badanych często lub zawsze pamięta, aby ograniczać konsumpcję - nie kupować nowych rzeczy, naprawiać stare i minimalizować liczbę przedmiotów wokół siebie. Robi tak 75,1% kobiet i 62,6% mężczyzn. Niektóre osoby (12,7% zawsze, 14,7% często), nie kupują i nie jedzą mięsa. Znowu, częściej tak postępują kobiety: 18,2% z nich nigdy nie kupuje i nie je mięsa, wobec 4,2% mężczyzn. Dalsze 16,7% kobiet robi tak często, wobec 9,9% mężczyzn.

Mniej osób decyduje się, aby nie kupować i nie jeść także nabiału (jaja, mleko, masło, śmietana, jogurty, sery) – zawsze tak robi 4,2% badanej młodzieży (4,6% kobiet i 3,8% mężczyzn), a 11,5% robi tak często 16,7% kobiet i 3,8% mężczyzn). Można więc określić, że ok 13% badanej populacji to wegetarianie, a 4% - weganie. Spory odsetek badanej młodzieży stara się zmienić swoje nawyki (odpowiedzi często, czasami). Jednak aż 40% badanych nigdy nie podejmuje takich działań w odniesieniu do mięsa, a 55% nigdy nie rezygnuje z zakupu i konsumpcji nabiału. W tych ostatnich odpowiedziach dominują mężczyźni. 59,5% mężczyzn wobec 27,8% kobiet zaznaczyło, że nigdy nie rezygnuje z jedzenia mięsa; 69,9% mężczyzn wobec 46,4% kobiet nigdy nie rezygnuje z zakupu i jedzenia nabiału.

Dla prawie 3/4 badanych oczywistym działaniem proekologicznym jest oszczędność prądu, wody i paliwa. Aż 31,4% robi to zawsze (36,5% kobiet i 22,9% mężczyzn); 42,3% osób - często, a 19,4% - czasami. Nigdy nie oszczędza prądu, wody i paliwa tylko 3,9% badanych – robią tak dwa razy częściej mężczyźni niż kobiety.

Wykres 39

ZACHOWANIA ISTOTNE DLA OCHRONY ŚRODOWISKA – SFERA PRYWATNA



Transport publiczny lub rower zamiast samochodu wybiera podobnie duża grupa badanych. Zawsze robi to aż 43,1% ankietowanych, często - 37,5%, a czasami 12,5% osób. Nigdy nie podejmuje takiej aktywności proekologicznej tylko 4,5% badanych. W tej kategorii zachowań, nie widać różnic płciowych.

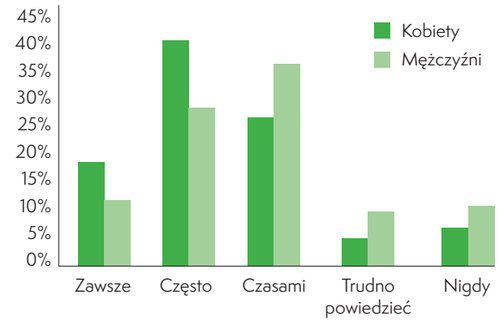
Prawie 12% badanych zawsze używa w swoim gospodarstwie domowym organicznych środków czyszczących takich jak soda czy ocet zamiast chemii; 24,5% robi to często, a czasami - 31,1% respondentów. Nigdy nie zamienia chemii gospodarczej na bardziej proekologiczne środki 21,3% osób badanych: robi tak 29,8% mężczyzn wobec 15,7% kobiet.

Dokładnie 16,5 % osób deklaruje, że zawsze dokonuje proekologicznych wyborów konsumenckich, kupując lokalnie, sezonowo, wybierając produkty organiczne. Często robi tak 36,2% osób, a czasami - 31,4% badanych. Jedynie 9,0% osób nigdy nie kupuje w proekologiczny sposób. W kategoriach „”zawsze” i ”często”, jest więcej kobiet niż mężczyzn. W sumie, 60,4% kobiet zawsze lub często kupuje ekologicznie, wobec 40,8% mężczyzn.

Ostatnim aktem ekologicznych zachowań w sferze prywatnej, o które pytano respondentki i respondentów było wsparcie finansowe organizacji i instytucji proekologicznych np. ratujących dzikie zwierzęta czy walczących o wyłączanie z działalności ludzkiej obszarów chronionych. Z odpowiedzi wynika, że 9,9% osób robi to zawsze; często wspiera finansowo organizacje 19,7% badanych, a 29,3% robi to czasami. Nigdy nie wspiera finansowo organizacji ekologicznych prawie 1/3 ankietowanych – taką odpowiedź zaznaczyło 43,5% mężczyzn i 20,3% kobiet.

Wykres 40

PYTANIE: JAK CZĘSTO DOKONUJESZ EKOLOGICZNYCH WYBORÓW KONSUMENCKICH W CODZIENNYM ŻYCIU?



4.4 Aktywizm ekologiczny

Zmiana stanu środowiska naturalnego zależy nie tylko od indywidualnych zachowań obywateli, głównie w sferze konsumpcji, ale od ich wspólnych działań na poziomie obywatelskim, które adresują lokalne i ponadlokalne problemy ekologiczne, wywierając wpływ na lokalne i ponadlokalne polityki i programy ekologiczne. Na ile pokolenie Z zaangażowane jest w takie obywatelskie działania?

Pytana o wspieranie akcji i organizacji ekologicznych w mediach społecznościowych, poprzez lajkowanie, szerowanie, komentowanie, 17% badanych zaznaczyło, że robi to zawsze, a 24,% - często. Prawie ¼zaznaczyła, że nigdy tego nie robi. Jeszcze więcej, bo 31,7% badanych zaznaczyło, że nigdy nie podpisuje internetowych lub „analogowych" petycji ekologicznych. Zawsze robi to 13%, a często – 19,5%. W tych zachowaniach, występują duże różnice płciowe. 22,2% kobiet wobec 8% mężczyzn zaznaczyło odpowiedź „zawsze"; 30,7% kobiet wobec 14,9% mężczyzn – często. W kategorii „nigdy" znalazło się 42,0% mężczyzn i 13,8 % kobiet.

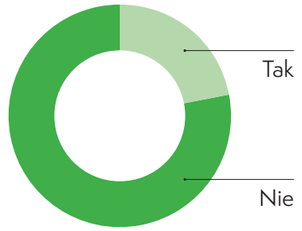
Prawie 72% badanych nigdy nie tworzy postów o tematyce ekologicznej; tylko 3,5% robi to zawsze, a 4,7% - często. Podobnie prawie 70% badanych zaznaczyło „nigdy" przy pytaniu o działanie w organizacjach ekologicznych (zbieranie podpisów, tworzenie petycji). Tylko 3,8% robi to zawsze, a 5,3% - często. Ponad 76% badanych nigdy nie lideruje aktywnym działaniom pro-eko; 2,6% zaznacza, ze robi to zawsze, a 4,8%- czasami. W każdym z tych pytań, kategorię „nigdy" zaznaczał większy odsetek mężczyzn, niż kobiet. Różnice płciowe wynosiły około 10 punktów procentowych.

Najbardziej znaną aktywnością młodzieży w działaniach proekologicznych są rozpowszechniające się protesty uliczne i strajki klimatyczne. Spośród badanych osób, 22,2% brało udział w takich akcjach – około 1/5 pokolenia Z. To najwyższy wskaźnik spośród wszystkich aktywności proekologicznych o charakterze obywatelskim, o które pytaliśmy w badaniu.

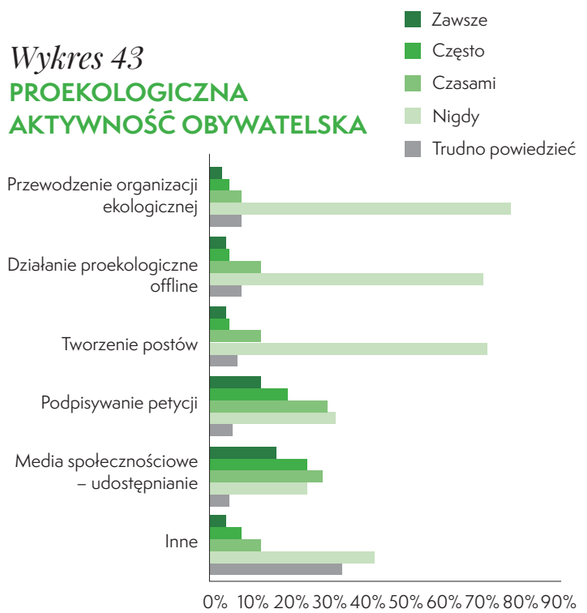
Uczestnictwo w strajkach klimatycznych i manifestacjach częściej deklarowały kobiety niż mężczyźni: „tak" zaznaczyło 28,9% kobiet wobec 13,7% mężczyzn. Ta trzykrotna przewaga kobiet w aktywizmie ekologicznym jest kolejnym, z serii dowodów na tezę, że kobiety są bardziej eko niż mężczyźni zarówno w myśleniu, jak i działaniu, tak w sferze prywatnej, jak i na poziomie działań obywatelskich.

Dane dotyczące aktywizmu ekologicznego ilustrują, że im wyższy poziom wymagań wobec zaangażowania obywatelskiego, tym niższy poziom uczestnictwa w tych działaniach osób z badanego pokolenia Z. Aż 3/4 badanej młodzieży nigdy nie angażuje się w proekologiczną działalność obywatelską, taką jak choćby tworzenie postów czy zbieranie podpisów pod petycją, jeszcze mniej lideruje takim akcjom. Dane dotyczące aktywizmu ekologicznego (aktywności obywatelskiej, grupowej) widocznie różnią się od zachowań indywidualnych, w sferze prywatnej, w których pro-ekologiczna orientacja była wyraźnie widoczna i dotyczyła czasami 90% grupy.

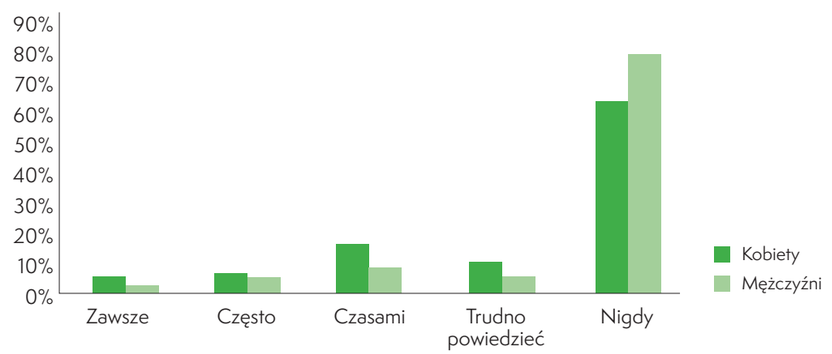
Wykres 42
UCZESTNICTWO W MŁODZIEŻOWYM STRAJKU KLIMATYCZNYM



Wykres 43
PROEKOLOGICZNA AKTYWNOŚĆ OBYWATELSKA



Wykres 41
JAK CZĘSTO ANGAŻUJESZ SIĘ EKOLOGICZNIE NA POZIOMIE OBYWATELSKIM (DZIAŁANIA PRO-EKO, TWORZENIE PETYCJI, ZBIERANIE PODPISÓW)



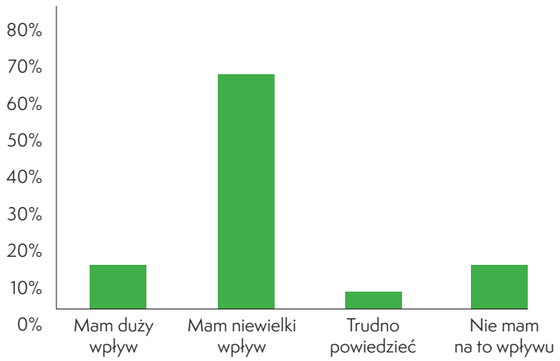
4.5 Poczucie wpływu

Jednym z istotnych czynników wpływających na ludzkie zachowanie jest subiektywne przekonanie związane z możliwością zmiany danej sytuacji poprzez podejmowane działania – poczucie wpływu. Badani, zapytani o to, jaki mają wpływ na zapobieganie, ograniczanie lub odwracanie zmiany klimatu najczęściej zaznaczali odpowiedź „Mam niewielki wpływ" (68,8%), lub „Nie mam na to wpływu" (13,2%). Oznacza to, że aż 82% populacji badanej młodzieży nie wierzy, że ich działanie może wpłynąć na zmianę sytuacji związanej ze zmianą klimatu. Takich osób jest więcej wśród mężczyzn (87,4%) niż kobiet (78,8%). Tylko 12.9% badanych zaznaczyło, że ma duży wpływ na sytuację. Częściej tak myślą kobiety (16,4% kobiet) niż mężczyźni (7,3%).

W pytaniu o to, czy wiążą swoją przyszłość z firmą, której misją jest przywracanie równowagi ekologicznej w świecie ponad 31% zaznaczyło „tak" – chce tego 40,4% badanych kobiet i tylko 16,8% badanych mężczyzn. Dla 18,4% respondentek i respondentów ekologiczna orientacja firmy nie ma znaczenia, a 16% zaznaczyło, że nie planują pracy w takiej firmie. Wśród tych, ostatnich, jest duża przewaga mężczyzn (28,2% spośród badanych mężczyzn wobec 7,7% spośród badanych kobiet).

Wykres 44

POCZUCIE WPŁYWU BADANYCH NA POKONANIE KRYZYSU KLIMATYCZNEGO



4.6 Kto uratuje świat?

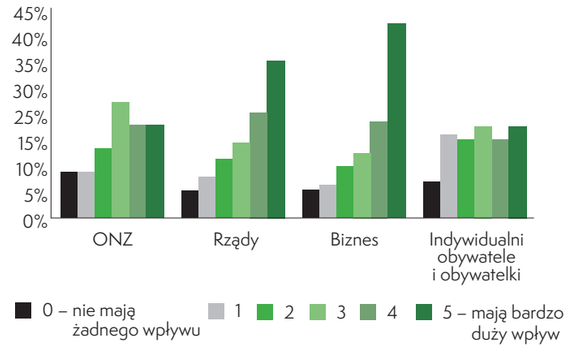
Ciekawych informacji o badanej grupie dostarczają odpowiedzi na pytania o znaczenie różnych poziomów organizacji i instytucji w pokonywaniu kryzysu ekologicznego/klimatycznego.

W odniesieniu do organizacji międzynarodowych jak ONZ, 19,8% badanych uważa, że mają one bardzo duży wpływ na pokonanie kryzysu ekologicznego; podobna grupa, bo 19,6% zaznacza na skali oczko niżej (duży wpływ). Tylko 10,% uważa, że takie organizacje nie mają żadnego wpływu na rozwiązanie problemów ekologicznych, a dalsze 10%, że mają wpływ bardzo mały.

Wyżej oceniane są działania rządów, bo 1/3 badanej populacji zaznacza, że mają one bardzo duży wpływ na pokonanie kryzysu ekologicznego/klimatycznego, a kolejne 23,3% - oczko niżej na 6-stopniowej skali. Tylko 5,6% badanych zaznaczyła, że nie mają one żadnego wpływu na sytuację.

Wykres 45

OCENA WPŁYWU PODMIOTÓW NA POKONANIE KRYZYSU KLIMATYCZNEGO



Największą wiarę badane Zety pokładają w biznesie. Prawie 42% badanych zaznaczyła, że biznes ma bardzo duży wpływ na pokonanie kryzysu ekologicznego / klimatycznego. Dalsze 20,8% zaznaczyła odpowiedź oczko niżej (duży wpływ). 6% badanych uważa, że biznes nie ma na kryzys ekologiczny żadnego wpływu.

Najniżej badani oceniają wpływ samych obywateli, poprzez konsumpcję, na sytuację ekologiczną. Najwyższy poziom wpływu na 6-stopniowej skali zaznaczyło 20,1% badanych, 16,8% - zaznaczyło poziom 5. Najwyraźniej, młodzież nie zauważa, jak bardzo efekt skali powoduje, że zachowania konsumpcyjne indywidualnych ludzi sterują procesem eksploatacji i degradacji środowiska przez człowieka.

W każdym z opisanych pytań, kobiety nieco częściej niż mężczyźni zaznaczały wysoki wpływ działań organizacji międzynarodowych, rządów i biznesu na pokonanie kryzysu ekologicznego. Różnice były jednak niewielkie, sięgające kilku punktów procentowych. Jedynie w pytaniu o wpływ obywateli na zmianę sytuacji kobiety zdecydowanie przeważają. Najwyższy poziom na skali – bardzo duży wpływ zaznaczyło 26,2% kobiet 13,4% mężczyzn. Duży wpływ, odpowiednio – 19,6 i 13,7%.

Wnioski

1 Badana młodzież jest w dużej mierze nastawiona do życia proekologicznie: zarówno w sferze samego stosunku do przyrody, jak i ekologicznego stylu życia. Zdecydowana większość badanych stara się żyć ekologicznie, ogranicza konsumpcję, oszczędza wodę i prąd, wybiera ekologiczny transport. Zdecydowana większość zauważa kruchość równowagi ekosystemów, zagrożenie, jakie dla środowiska stwarza człowiek, oraz odpowiedzialność człowieka za kryzys ekologiczny/klimatyczny.

2 Trudności sprawiają działania na poziomie ponadjednostkowym. Ponad 70% badanej młodzieży nigdy nie angażuje się w działania proekologiczne na poziomie obywatelskim, np. aktywność w ekologicznych organizacjach pozarządowych; 80% nie bierze udziału w protestach ulicznych takich jak Strajk Klimatyczny.

3 Większość badanej grupy jest przekonanych o tym, że nie ma żadnego wpływu na pokonanie kryzysu ekologicznego lub ma niewielki wpływ. Najwięcej nadziei na zmianę pokładają w biznesie; według nich firmy mają największy wpływ na pokonanie kryzysu ekologicznego, większy niż ONZ, rządy czy obywatele.

4 Wśród badanych, kobiety okazały się są zdecydowanie bardziej proekologiczne w myśleniu i działaniu niż mężczyźni. Nieomal w każdym z kilkudziesięciu pytań w tym dziale proekologicznych odpowiedzi częściej udzielały kobiety niż mężczyźni, a różnice sięgały czasami ponad 20 punktów procentowych. Począwszy od skali NEP, przez styl życia, aktywizm ekologiczny, chęć pracy w proekologicznej firmie, po wiarę w sprawczość organizacji i instytucji międzynarodowych i rządowych, biznesu oraz obywateli – odsetek kobiet myślących i działających ekologicznie był widocznie wyższy niż odsetek mężczyzn.

Rekomendacje

1 Wysoki poziom świadomości ekologicznej w pokoleniu Z wymaga korekt w politykach państwa związanych z zieloną transformacją, wzorcami konsumpcji, kierunkami rozwoju miast i edukacją formalną. Pokolenie Z chce żyć ekologicznie i dokonywać ekologicznych wyborów – należy im to umożliwić.

2 Konieczna jest dalsza edukacja ekologiczna młodzieży, szczególnie w odniesieniu do przyczyn i możliwych skutków kryzysu ekologicznego i klimatycznego. Najbardziej skuteczne byłoby wprowadzenie tej tematyki do edukacji formalnej, obecnie pozbawionej treści związanych ze zmianą klimatu czy kryzysem ekologicznym.

3 Edukacja ekologiczna powinna być powiązana z transformacją ekologiczną i edukacją obywatelską, aby zwiększyć wiedzę i przekonanie o możliwościach pokonania obecnego kryzysu ekologicznego. Powinna obejmować wychowanie do partycypacji społecznej i być realizowana poza klasą szkolną, we współpracy z lokalną społecznością i na jej rzecz, w środowisku naturalnym, z wykorzystaniem naturalnego środowiska i dla środowiska.

4 Adresatami edukacji ekologicznej powinni być w pierwszej kolejności chłopcy i mężczyźni, aby zamknąć świadomościową i aktywistyczną lukę płciową związaną z ekologią i zmianą klimatu. Dotyczy to w szczególnym stopniu chłopców i mężczyzn pełniących role liderskie lub uczestniczących we władzy, gdyż skutki ich niższej świadomości ekologicznej są w tych przypadkach poważniejsze.

dr Agnieszka Kozłowska

Badaczka i wykładowczyni na Wydziale Studiów Edukacyjnych Uniwesrytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, specjalistka w zakresie edukacji ekologicznej i równościowej, była parlamentarzystka i europarlamentarzystka

Komentarz ekspercki

Przedstawione w raporcie wyniki badań pozwalają zbudować ekologiczny obraz pokolenia Z, które – jak wynika z analizy skali NEP (New Ecological Paradigm Scale) – w dużej mierze funkcjonuje już w nowym, nieantropocentrycznym paradygmacie ekologicznym, w którym uznaje się skończoność zasobów Ziemi i związane z tym limity wzrostu i konsumpcji, odpowiedzialność człowieka za kryzys ekologiczny i klimatyczny oraz kruchość równowagi ekosystemów. Teza o funkcjonowaniu w nowym paradygmacie ekologicznym w większym stopniu odnosi się do kobiet, które w skali NEP uzyskały średnio ponad 70% wskazań dla proekologicznych wariantów odpowiedzi, wobec niecałych 57% takich wskazań dokonanych przez mężczyzn. Mężczyźni zarówno w sferze prywatnej, jak i na poziomie obywatelskim rzadziej myślą i działają proekologicznie. W większym stopniu wierzą w nieograniczone możliwości technologii w pokonaniu problemów ekologicznych, możliwości nauki w kontrolowaniu zjawisk przyrodniczych, a równocześnie rzadziej niż kobiety uznają odpowiedzialność człowieka za obserwowany kryzys ekologiczny i klimatyczny.

Można powiedzieć, że w przeciwieństwie do kobiet, mężczyźni wciąż tkwią w starych przekonaniach o dominacji człowieka nad naturą i jego prawie do eksploatacji zasobów Planety kosztem innych gatunków – i kosztem następnych pokoleń ludzkich. Ten fakt ma znaczenie w ocenie skuteczności strategii rozwojowych opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju oraz w realizacji transformacji ekologicznej. Ta ostatnia jest oparta na innowacjach i wysokich technologiach, ze szczególnym uwzględnieniem STEM/ ICT. W tych sektorach rynku obecnie dominują mężczyźni. Ich niższa niż u kobiet świadomość ekologiczna i wyższe niż u kobiet przekonanie o tym, że nie mają wpływu na zmianę sytuacji ekologicznej, może osłabić tempo i zakres transformacji ekologicznej. Mężczyźni dominują także wśród osób zarządzających największymi firmami oraz państwem, które podejmują decyzje dotykające dużych grup pracowników i obywateli, tworzą polityki sektorowe i decydują o ich wdrażaniu. Luka płciowa związana ze świadomością ekologiczną i wynikającymi z niej zachowaniami może niebezpiecznie wpłynąć na scenariusze rozwoju związane z kryzysem ekologicznym. Zamknięcie tej luki wymaga położenia większego nacisku na edukację ekologiczną mężczyzn i/ lub radykalnego zwiększenia udziału kobiet we władzy, zarówno w polityce, jak i w biznesie.

Wyższa świadomość ekologiczna kobiet i ich większe zaangażowanie w aktywność proekologiczną na poziomie obywatelskim jest obserwowana w licznych badaniach naukowych. Wynika z nich, że kobiety myślą bardziej ekologicznie niż mężczyźni, chętniej finansują działania proekologiczne innych podmiotów i same częściej niż mężczyźni działają społecznie na rzecz środowiska. Kobiety częściej kupują ekologicznie; te, które są aktywne w polityce, częściej niż ich koledzy z partii głosują za proekologicznymi propozycjami. Podczas wyborów kobiety częściej niż mężczyźni głosują na proekologicznych kandydatów i proekologiczne partie. Wyjaśnienia tych zjawisk oparte są zarówno na teoriach socjalizacji (dziewczynki wychowywane do troski o najbliższych i do działań wspólnotowych, chłopcy do konkurencji i dominacji), jak i mechanizmach psychologicznych związanych z percepcją ryzyka lub przekonaniami o rolach płciowych. Kobiety inaczej niż mężczyźni oceniają ryzyko, są statystycznie rzecz biorąc bardziej ostrożne, widzą w tych samych zjawiskach większe zagrożenie niż mężczyźni. Z tego względu szybciej i na szerszą skalę podejmują działania zaradcze, a także rzadziej decydują się na przedsięwzięcia ryzykowne. Jeżeli spojrzymy na kryzys klimatyczny, który przebiega szybciej, niż zakładano, na większą skalę, niż zakładano, i niesie poważniejsze konsekwencje, niż zakładano, widać, że bardziej ostrożnościowe podejście w polityce klimatycznej byłoby jak najbardziej wskazane.

Świadomość, wiedza i ostrożne podejście kobiet do zagrożeń ekologicznych czynią z nich obiecujące kandydatki do pracy w sektorach związanych z polityką środowiskową i transformacją ekologiczną. Z kolei teorie wyjaśniające lukę płciową w świadomości ekologicznej związane z przekonaniami o rolach płciowych pokazują, że w percepcji społecznej, ekologia jest „niemęska". W tych badaniach wykazano, że mężczyźni byliby bardziej ekologiczni, gdyby nie wiązali proekologicznych zachowań, np. rezygnacji z mięsa, uznania limitów wzrostu, z utratą męskości.

Na koniec chciałabym skomentować wynik niskiego zaangażowania obywatelskiego pokolenia Z. To bardzo poważne zagrożenie dla świata przyszłości w kontekście wyzwań ekologicznych i klimatycznych. Polityki międzynarodowe i narodowe w tym obszarze są zbyt powolne i konserwatywne, aby zatrzymać nadchodzącą katastrofę. Czynnikiem zmieniającym sytuację mogłyby być ruchy obywatelskie. Naukowcy specjalizujący się w dziedzinie polityki ekologicznej i socjologii środowiskowej pokładają nadzieję na zmianę sytuacji właśnie w buncie obywateli, ich skutecznej presji na władzę, aby zmieniła polityki środowiskowe. Ta nadzieja nie spełni się, jeśli nie zmieni się świadomość obywatelska i poziom partycypacji młodzieży w życiu społeczności lokalnych i ponadlokalnych. Obecny, niski poziom partycypacji, wręcz bierność badanej młodzieży to, niestety, prawdopodobnie efekt niewłaściwej edukacji. Jest ona skierowana na budowanie świadomości ekologicznej nieomal wyłącznie w odniesieniu do sfery prywatnej – konsumpcji, diety, oszczędzania prądu, wyboru transportu. To dalece niewystarczające wobec wyzwań ekologicznych współczesnego świata, które wymagają wiedzy i wyobraźni o działalności człowieka na różnych poziomach organizacji życia społecznego i ich wzajemnych powiązaniach, ale przede wszystkim – motywacji i umiejętności zmiany obieranych kierunków i tempa rozwoju.

Nadzieją na zmianę sytuacji są programy i projekty pozarządowe wykorzystujące wiedzę i energię tych kilku procent młodzieży, która już teraz jest silnie zaangażowana na poziomie działań wspólnotowych. Instytucje międzynarodowe i biznes związany z transformacją ekologiczną to najważniejsi potencjalni liderzy tej zmiany, której powodzenie będzie miało istotny wpływ na pokonanie ekologicznego i klimatycznego kryzysu.

5

(NIE)RÓWNOŚCI I DYSKRYMINACJA

Dyskryminacja to nieusprawiedliwione, nierówne, gorsze traktowanie osób ze względu na ich przynależność do kategorii lub grupy ludzi, wyróżnionej na podstawie jakiejś cechy, takiej jak np.: płeć, wiek, kolor skóry, pochodzenie narodowe i/lub etniczne, wyznanie, światopogląd, wygląd, poziom sprawności, stan zdrowia, orientację seksualną, status i ekonomiczny, sytuację rodzinną, itp.

Dyskryminacja polega na nieuzasadnionym ograniczaniu lub odbieraniu niektórym ludziom dostępu do ważnych i cenionych zasobów społecznych lub korzyści, które równocześnie są dostępne dla innych.

Dyskryminacja karmi się podziałami społecznymi, hierarchią, nierównościami, stereotypami i uprzedzeniami. Opiera się na wytworzonym „poczuciu wyższości" wynikającym z przekonania, że ze względu na posiadane cechy i charakterystyki należy się do kategorii „normalnych" i „lepszych" w opozycji do „innych" i „gorszych".

Stereotypowe przekonania na temat ludzi związane są często z cechami, na które osoba nie ma wpływu, np.: wieku, płci, pochodzenia, wyglądu, sprawności fizycznej lub intelektualnej, orientacji seksualnej, itd. Charakterystyki te i przynależności stają się kryteriami porównań społecznych, nieadekwatnej oceny oraz przesłankami dyskryminacji i przemocy.

Zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej uproszczone i schematyczne przekonania na temat innych ludzi są początkiem swoistej reakcji łańcuchowej: stereotypy stanowią materiał do tworzenia negatywnych nastawień – uprzedzeń, a co za tym idzie, stają się źródłem bodźców i usprawiedliwień dla zachowań dyskryminacyjnych takich jak reagowanie w tendencyjny, negatywny sposób, unikanie kontaktu, wykluczanie, wyrażanie niechęci, pogardy, czy wrogości, wyśmiewanie, zastraszanie, naruszanie granic psychologicznych i fizycznych oraz wszelkich form przemocy.

W badaniach analizowano percepcję i doświadczenia dyskryminacji w odniesieniu do szerokiego spektrum najpowszechniejszych przesłanek oraz deklarowaną gotowość do podejmowania działań na rzecz równego traktowania.

5.1 Osobiste doświadczenie dyskryminacji

Dyskryminacja w świetle zebranych danych jest z perspektywy „pokolenia Z" powszechnym doświadczeniem i zauważanym problemem społecznym.

Na pytanie, czy dostrzegasz w swoim otoczeniu problem dyskryminacji - „tak" odpowiedziało 88% badanych osób, przy czym częściej zauważają ją kobiety (95,7%) niż mężczyźni (75,6%). Znaczące jest, że w swoim otoczeniu i codzienności problemu dyskryminacji nie dostrzega co czwarty mężczyzna (24%) i zaledwie 4% kobiet.

Odpowiedzi badanych kobiet i mężczyzn zapytanych o to „czy kiedykolwiek doświadczyli osobiście lub byli świadkiem dyskryminacji i gorszego traktowania" wskazują na wspólnotę pokoleniowych doświadczeń i wrażliwości.

Czy kiedykolwiek doświadczyłaś, doświadczyłeś osobiście lub w roli świadka dyskryminacji i gorszego traktowania? Zestawienie najważniejszych rezultatów w odniesieniu do poszczególnych przesłanek dyskryminacji.

41,9% ankietowanych osób doświadczyło lub było świadkiem dyskryminacji ze względu na pochodzenie narodowe/etniczne. Natomiast 50,4% osób odpowiedziało, że nie było ani świadkiem ani nie doświadczyło takiej dyskryminacji.

34,4% osób doświadczyło lub było świadkiem gorszego traktowania osób ze względu na kolor skóry. 58,5% nigdy nie było świadkiem ani nie doświadczyło tego rodzaju dyskryminacji.

Zdecydowana większość ankietowanych (63,8%) oświadczyła, że nie miała nigdy doświadczeń ani nie było świadkiem dyskryminacji ze względu na niepełnosprawność fizyczną. Mniej osób – 29,2% potwierdziła że doświadczyła osobiście lub była świadkiem takiej dyskryminacji.

Mniejsze różnice w liczbie odpowiedzi można zaobserwować przy pytaniu o dyskryminację ze względu na niepełnosprawność intelektualną. Doświadczyło jej lub było świadkami 38,4%, przy czym nie doświadczyło 54,9% osób.

Podobne wyniki uzyskano przy pytaniu o dyskryminację ze względu na stan zdrowia/chorobę. 55,2% badanych odpowiedziało, że nie doświadczyło ani nie byli świadkami gorszego traktowania ze względu na ten fakt, przy czym 38,2% potwierdziło tego rodzaju dyskryminację.

Zdecydowana większość – 68,0% ankietowanych doświadczyła lub była świadkami gorszego traktowania ze względu na wygląd. Tylko 27,4% osób zadeklarowało, że nigdy się to nie wydarzyło.

Dyskryminację ze względu na światopogląd zadeklarowało aż 57,7% ankietowanych. 34,9% osób nie zostało nigdy zdyskryminowanych ani nie było jej świadkami.

W przypadku dyskryminacji (gorszego traktowania) ze względu na przekonania religijne i wyznanie. „tak" odpowiedziało 44,5% osób, a „nie" 48,8%.

Zadano pytanie również o dyskryminację ze względu na wyznaniowość. 1/4 osób zadeklarowała, że była jej świadkiem lub doświadczyła jej osobiście przy czym 67,1% osób nie miała takich doświadczeń.

Gorszego traktowania ze względu na płeć doświadczyło osobiście lub było świadkami 61,3% osób. Nie doświadczyła ani nie była świadkiem takiej dyskryminacji 1/3 ankietowanych.

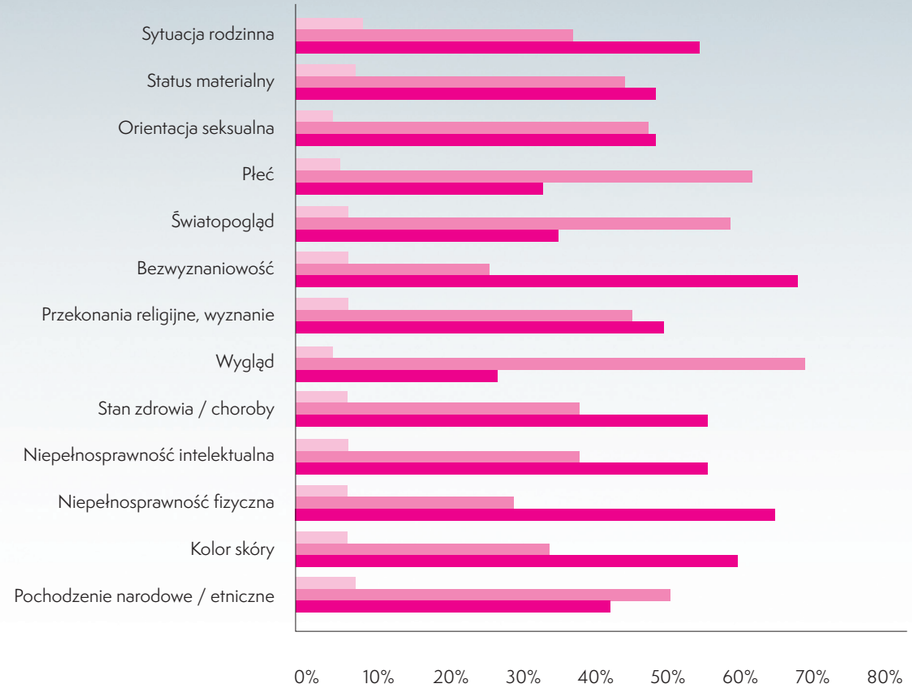
Po równo rozłożyły się odpowiedzi twierdzące (47,1%) i przeczące (47,6%) na pytanie o dyskryminację ze względu na orientację seksualną.

Podobne wyniki uzyskano na pytanie o dyskryminację ze względu na niski status materialny. 44,3% osób zaprzeczyło, a 47,7% potwierdziło, że doświadczyli lub byli świadkami takiej dyskryminacji.

Nie doświadczyło ani nie było świadkami dyskryminacji ze względu na sytuację rodzinną 53,7% ankietowanych. Potwierdziło to natomiast 37,2% osób.

Wykres 46

DOŚWIADCZENIE DYSKRYMINACJI



Najczęściej wskazywane przez „pokolenie Z" przesłanki gorszego traktowania:

67,8%	wygląd	**46,9%**	orientacja seksualna
61,3%	płeć	**44,1%**	niski status materialny
57,5%	światopogląd	**44,1%**	przekonania religijne, wyznanie

RÓŻNICE W DOŚWIADCZENIACH DYSKRYMINACJI KOBIET I MĘŻCZYZN

W odniesieniu do nierównego traktowania ujawniły się jedynie punktowe różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami dotyczące wybranych przesłanek.

Respondentki znacząco częściej niż mężczyźni doświadczają bezpośrednio oraz w roli świadkini dyskryminacji ze względu na płeć. Problem seksizmu dotknął 71% badanych kobiet i 45% mężczyzn. Tego typu dyskryminacji nie doświadczyło jedynie 23,2% kobiet i 48,5% mężczyzn.

Mężczyźni nieco częściej od kobiet deklarowali, że doświadczyli lub byli świadkami dyskryminacji ze względu na pochodzenie etniczne (47% mężczyzn w porównaniu do 38% kobiet) oraz światopogląd (61% w porównaniu do 56%).

Średnio 7% badanych osób nie potrafiła odpowiedzieć na pytanie dotyczące dyskryminacji.

5.2 Gotowość do działań na rzecz równości i przeciwko dyskryminacji

Zgodnie z deklaracjami osób badanych, równościowymi zasadami w życiu prywatnym kieruje się aż 83% z nich. Dotyczy to częściej kobiet - 90% niż mężczyzn 71%.

Tylko 6% kobiet i 14% mężczyzn przyznaje, że mimo iż dostrzegają problem dyskryminacji, to nie podjęli działań w tym kierunku. Zdecydowana większość - 91% ankietowanych (w tym 94,5% kobiet oraz 85,9% mężczyzn) nie zgodziło się z twierdzeniem: „dyskryminacja jest problemem, ale nie zrobiłam/em nic konkretnego aby temu zaradzić" zagłosowało aż 91% ankietowanych.

DEKLARACJE A PRAKTYKI CODZIENNOŚCI

Deklaracje te mocno kontrastują z gotowością do zaangażowania się w sprawy równości w sferze publicznej. Na tle ogólnego niskiego zaangażowania ankietowanych - we wszystkich badanych obszarach i tak kobiety deklarowały większą aktywność niż mężczyźni.

Na postępowych w kontekście równości polityków i polityczki głosuje tylko 36,5% respondentów i respondentek. Kobiety częściej niż mężczyźni oddają swój głos na osoby podejmujące otwarcie działania na rzecz równości (43% kobiet, w porównaniu do 25% mężczyzn głosowało na postępowych polityków).

Wśród działań jakie podejmują badane osoby w związku z dyskryminacją i nierównościami tylko 15,5% (w stosunku do 84,5% biernych w tym zakresie) osób bojkotuje firmy lub marki które nie podzielają ich wartości na temat równego traktowania. Takie działania podejmowało 19% kobiet i 10% mężczyzn.

Podobnie tylko 15,0% osób w stosunku do 85,0% udostępnia pomocne równościowe i antydyskryminacyjne treści na platformach mediów społecznościowych. Robi to jedna piąta kobiet (21%) i jedynie 6% mężczyzn.

Systemowych rozwiązań na terenie szkoły/uczelni/firmy domaga się tylko 1/4 ankietowanych. W tej kwestii kobiety i mężczyźni wykazali się podobnym poziomem aktywności, z lekką przewagą kobiet. (odpowiednio 27%, 22%).

W warsztatach na temat równości i/lub przeciwdziałania dyskryminacji kilkukrotnie wzięło udział 24,2% badanych, jednokrotnie 22,2%, a nigdy 53,58%.

Kobiety częściej niż mężczyźni zwiększają swoje kompetencje i wrażliwość w tematyce równego traktowania i przeciwdziałania dyskryminacji: 66% przynajmniej raz a 30,4% kilka razy uczestniczyło w tego typu szkoleniach w porównaniu do 30% i 14% mężczyzn.

70% mężczyzn i 43,5% kobiet nigdy nie uczestniczyło w szkoleniach o charakterze antydyskryminacyjnym.

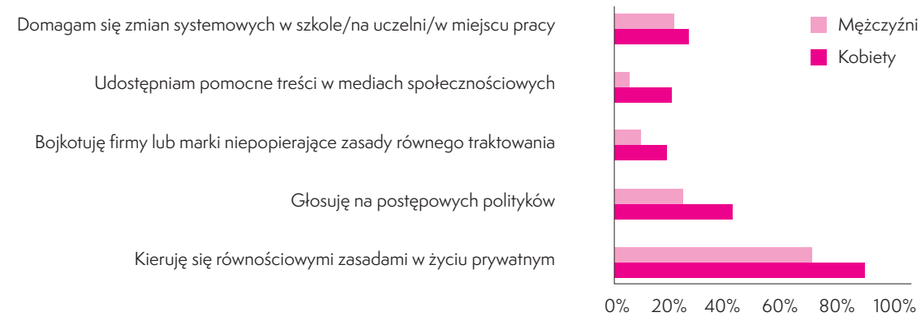
W manifestacjach przeciwko zaostrzeniu prawa aborcyjnego w 2020 roku uczestniczyło choć raz 54,6% osób badanych. Konsekwentnie też kobiety częściej niż mężczyźni angażowały się w protesty (66% w stosunku do 36%).

Połowa badanych kobiet i tylko 23% mężczyzn deklarowała, że wspiera społeczność LGBT+. Regularne działanie sojusznicze deklaruje jednak zaledwie 9,3% badanych osób, w tym 12,3% kobiet i 3,1% mężczyzn.

60,4% badanych osób, w tym połowa kobiet i 77,1% mężczyzn nigdy nie podejmuje żadnych działań wspierających społeczność i prawa osób LGBT+.

Wykres 47

PODEJMOWANE DZIAŁANIA PRZECIWKO DYSKRYMINACJI – DEKLARACJE KOBIET I MĘŻCZYZN



Wykres 48

UDZIAŁ BADANYCH KOBIET I MĘŻCZYZN W PROTESTACH PRZECIWKO ZMIANOM W PRAWIE ABORCYJNYM ORAZ UDZIELANE WSPARCIE SPOŁECZNOŚCI LGBT+

5.3 Perspektywa i doświadczenia osób LGBT+

Spośród wszystkich badanych 14,7% osób określiło się jako osoby nieheteronormatywne, przy czym kobiety ponad dwukrotnie częściej niż mężczyźni identyfikowały się jako osoby LGBT+. Określiło się w ten sposób 18,4% kobiet i 7,6% mężczyzn.

Różnice w doświadczeniach i opiniach pomiędzy osobami hetero- i nieheteronormatywnymi ujawniły się tylko w kilku obszarach.

OSOBY LGBT+

- Częściej doświadczały dyskryminacji ze względu na płeć i orientację seksualną. Do dyskryminacji najczęściej dochodziło w instytucjach edukacyjnych lub miejscach publicznych niż w pracy.
- Częściej niż pozostałe osoby oczekiwały, że ich przyszli pracodawcy/czynie będą przestrzegać zasady równości płci.
- Były bardziej skłonne do udziału w manifestacjach przeciwko zaostrzeniu prawa do aborcji, wsparcia osób LGBT+ oraz podjęcia działań mających na celu przeciwdziałania dyskryminacji w swoim najbliższym otoczeniu.
- Wyrażały większe zaniepokojenie związane z katastrofą klimatyczną i były bardziej skłonne do podjęcia działań mających na celu ograniczenie jej negatywnych konsekwencji, zarówno w sferze prywatnej, jak i obywatelskiej.
- Częściej twierdziły, że pandemia COVID radykalnie zmieniła ich życie.
- Znacznie częściej niż reszta badanych rozważały wyjazd za granicę w związku z sytuacją społeczno-polityczną w kraju.

Wnioski

1 Dyskryminacja jest powszechnym doświadczeniem - 90% młodych osób zauważa problem w swoim otoczeniu. Badane i badani najczęściej doświadczają dyskryminacji ze względu na wygląd, płeć, światopogląd, orientację seksualną, niski status materialny, przekonania religijne lub wyznanie (w tym bezwyznaniowość).

2 Nie zanotowano wielu różnic w doświadczeniach dyskryminacji u badanych kobiet i mężczyzn. Największa różnica dotyczyła dyskryminacji ze względu na płeć. Seksizmu doświadczyło 71% badanych kobiet i 45% mężczyzn. Ponadto mężczyźni nieco częściej od kobiet deklarowali, że doświadczyli lub byli świadkami dyskryminacji ze względu na pochodzenie oraz światopogląd.

3 Badani młodzi ludzie, pomimo bardzo częstej deklaracji dotyczącej świadomości problemu, kierowania się równościowymi zasadami i reagowania w sytuacji nierównego traktowania w życiu prywatnym (80-90%), charakteryzują się bardzo niską gotowością i doświadczeniem zaangażowania się w sprawy równości w sferze publicznej, takich jak: głosowanie na postępowych polityków i polityczki, udostępnianie treści w mediach społecznościowych, udział w szkoleniach, bojkot firm czy domaganie się systemowych rozwiązań na terenie szkoły/uczelni/firmy. Kobiety wykazują większą wrażliwość i aktywność prorównościową w sferze publicznej oraz częściej niż mężczyźni zwiększają swoje kompetencje i wrażliwość w tym temacie.

4 Połowa badanych kobiet i tylko 23% mężczyzn deklarowała, że wspiera społeczność LGBT+. Regularne działanie sojusznicze deklaruje dużo mniej młodych ludzi – szczególnie mało mężczyzn (3,1%).

5 Osoby badane identyfikujące się jako nieheteroseksualne częściej doświadczały dyskryminacji ze względu na płeć i orientację seksualną. Częściej brały udział w działaniach mających na celu przeciwdziałania dyskryminacji w swoim najbliższym otoczeniu. Osoby LGBT+ znacznie częściej niż reszta badanych rozważały wyjazd za granicę w związku z sytuacją społeczno-polityczną w kraju oraz częściej twierdziły, że pandemia COVID radykalnie zmieniła ich życie.

Rekomendacje

1 Należy upowszechniać wiedzę o przyczynach, mechanizmach i skutkach nierównego traktowania ze względu na różne przesłanki, demaskować krzywdzące stereotypy i uprzedzenia leżące u źródeł dyskryminacji, akceptować i doceniać różnorodność, prezentować korzyści płynące z równego traktowania oraz wprowadzać standardy i polityki równościowe w organizacjach – w tym metody stałego monitorowania problemu.

2 Ponieważ seksizm jest najczęściej doświadczaną przez młodych formą dyskryminacji, która przekłada się na ograniczanie możliwości, praw, rozwoju i wolności a także poczucia bezpieczeństwa i dobrostanu przynajmniej połowy społeczeństwa – problem wymaga szczególnych środków zapobiegawczych i interwencyjnych. Konieczne jest stałe zwiększanie świadomości społecznej (szczególnie mężczyzn) na temat szkodliwości uprzedzeń związanych z płcią, równych praw kobiet i mężczyzn we wszystkich obszarach życia, negatywnych konsekwencji i kosztów seksizmu oraz adekwatnego reagowania na naruszenia. Kluczowe na poziomie organizacji jest wprowadzanie mechanizmów skutecznej ochrony osób doświadczających dyskryminacji, sankcjonowania seksistowskich zachowań oraz kreowanie kultury szacunku.

3 Potrzebne jest zwiększanie kompetencji społecznych i obywatelskich w zakresie przeciwdziałania dyskryminacji, reagowania na sytuacje nierównego traktowania oraz gotowości do wspierania osób i grup narażonych na gorsze traktowanie, wykluczanie i przemoc motywowaną uprzedzeniami – zarówno w życiu prywatnym, jak i publicznym.

4 Z powodu wciąż powszechnej homofobii i braku równości praw a w związku z tym, częstego doświadczania dyskryminacji i przemocy przez osoby LGBT+, kluczowe jest zwiększanie świadomości społecznej (szczególnie mężczyzn) i wiedzy na temat nieheteronormatywności, na temat negatywnych skutków homofobii, formalnoprawnych aspektów ochrony przed dyskryminacją a także etycznej odpowiedzialności każdej osoby za budowanie dobrych relacji, szacunek oraz adekwatną reakcję i wsparcie osób doświadczających dyskryminacji.

Prof. UAM dr hab.
Iwona Chmura-Rutkowska

Zakład Socjologii Edukacji, Wydział Studiów Edukacyjnych UAM, Zespół ds. Audytu i Monitoringu Równości oraz Różnorodności UAM, Zespół ds. Polityki Równości i Różnorodności Miasta Poznania

Komentarz ekspercki

Polskie prawo jasno sprzeciwia się dyskryminacji, a jej zakaz zapisany jest w ustawie zasadniczej. Artykuł 32. Konstytucji RP wskazuje, że „nikt nie może być dyskryminowany w życiu politycznym, społecznym lub gospodarczym z jakiejkolwiek przyczyny". Polska przyjęła także 3 grudnia 2010 r. ustawę o wdrożeniu niektórych przepisów Unii Europejskiej w zakresie równego traktowania. Dyskryminacja ponadto jest także określona jako czyn zabroniony przez Kodeks Karny, w którym jasno zabrania się (paragrafy 119., 256. i 257.) stosowania przemocy lub gróźb bezprawnych, nawoływania do nienawiści, a także znieważania „z powodu przynależności narodowej, etnicznej, rasowej, wyznaniowej albo z powodu jej bezwyznaniowości". Kodeks pracy także pozwala pracownikom i pracowniczkom dyskryminowanym z powodu na różne przesłanki zgłaszać szkody, a kodeks cywilny daje możliwość ofiarom dyskryminacji ubiegać się o odszkodowanie pieniężne oraz inne formy zadośćuczynienia. Polska ratyfikowała ponadto szereg międzynarodowych konwencji prawnoczłowieczych, których zapisy odnoszą się do zakazu dyskryminacji i zobowiązują różne podmioty – w tym np. szkoły i pracodawców do działania na rzecz niwelowania niesprawiedliwych praktyk w życiu społecznym.

Dyskryminacja to jednak coś więcej niż naruszenie prawa, czy dowód na to, że pracodawca/czyni lub osoba odpowiedzialna za grupę nie dokłada starań, aby wypełniać swoje ustawowe obowiązki czy innego rodzaju zobowiązania. Nierówne traktowanie, brak szacunku, pogarda, czy wreszcie naruszanie granic i przemoc wpływają destrukcyjnie na kontakty międzyludzkie, poczucie bezpieczeństwa i w końcu na efektywność pracy. Relacje podupadają, znika zaufanie, atmosfera nie sprzyja pracy i rozwojowi, spada poczucie bezpieczeństwa. W rzeczywistości wszyscy doświadczają konsekwencji nierównego traktowania wcześniej czy później.

Dostrzeganie i akceptowanie różnic między ludźmi, docenianie wyjątkowości każdej osoby, jej indywidualnych możliwości i sytuacji oraz sprawiedliwe (według potrzeb) i równe traktowanie bez względu na płeć, wiek, pochodzenie etniczne, status socjoekonomiczny, poziom sprawności, wyznanie, orientację seksualną czy wygląd mają fundamentalne znaczenie dla tworzenia bezpiecznego, wolnego od przemocy i sprzyjającego rozwojowi środowiska uczenia się i pracy dla wszystkich osób bez wyjątku. Równość oznacza możliwość każdej osoby do korzystania ze swoich praw i wolności w życiu prywatnym, politycznym, społecznym, gospodarczym i obywatelskim, a także równy dostęp do ważnych dóbr społecznych, takich jak: bezpieczeństwo, edukacja, kultura czy środki finansowe.

Wszystkim powinno zależeć na równym traktowaniu i każda osoba ma w tej sprawie wiele do zrobienia, jednak szczególną rolę i odpowiedzialność mają w tym obszarze osoby zarządzające organizacjami.

Budowanie i wdrażanie regulacji antydyskryminacyjnych i równościowych jest niezbędną częścią szerszego procesu tworzenia i rozwijania inkluzywnej kultury grupy i organizacji. Rodzajem jasnego sygnału, że w danej społeczności różnorodność jest zauważana i doceniana równocześnie nie akceptuje się zachowań wynikających z uprzedzeń, braku szacunku, mowy nienawiści czy gorszego traktowania oraz, że bezpieczeństwo i komfort oraz dobre relacje między ludźmi są ważnym aspektem i przedmiotem troski.

Standardy i polityki równościowe powinny być budowane partycypacyjnie, czyli przy udziale wszystkich osób należących do grupy i organizacji – w ten sposób różnorodne perspektywy i doświadczenia będą miały szanse przełożyć się na adekwatne i służące wszystkim rozwiązania a sam udział w rozmowie i procesie ma walor edukacyjny i uwrażliwiający na problem dyskryminacji.

W szerszej perspektywie wszyscy, na różnych etapach życia potrzebujemy prorównościowej i antydyskryminacyjnej edukacji, która jest świadomym działaniem podnoszącym wiedzę, umiejętności i wpływające na postawy, które ma na celu przeciwdziałanie dyskryminacji i przemocy motywowanej uprzedzeniami oraz wspieranie równości i różnorodności. Zasadą jest tu dążenie do tego, aby każdy człowiek miał zapewnione warunki życia i rozwoju, równe szanse wpływania na swoje życie i otoczenie, równą możliwość korzystania z publicznych dóbr w poszanowaniu swojej godności, wolności, odrębności, bez względu na jakąkolwiek cechę.

6

(NIE)RÓWNOŚĆ PŁCI

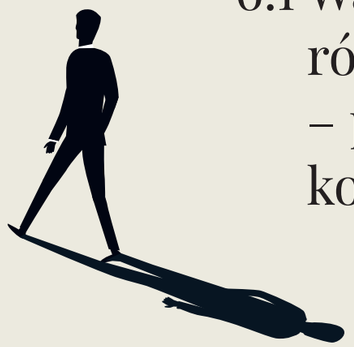
Równość płci odnosi się do równych dla kobiet i mężczyzn: praw, obowiązków, możliwości i dostępu do ważnych i cenionych zasobów społecznych lub korzyści – we wszystkich aspektach życia. Równość płci oznacza także, że perspektywa, potencjał, rozwój, zdrowie, potrzeby, priorytety, praca oraz efekty aktywności dziewcząt i kobiet oraz chłopców i mężczyzn są brane pod uwagę i doceniane w takim samym stopniu.

Kluczowe obszary nierówności płci i równocześnie cele działań na rzecz równości dotyczą przede wszystkim:

- położenia kresu przemocy ze względu na płeć, w tym przemocy seksualnej,
- demaskowania i kwestionowania stereotypów i uprzedzeń dotyczących płci generujących niesprawiedliwe, nierówne i krzywdzące praktyki społeczne,
- niwelowania różnic między płciami w edukacji i na rynku pracy,
- osiągnięcia równego udziału płci w różnych sektorach gospodarki,
- rozwiązania problemu różnic w wynagrodzeniach i emeryturach ze względu na płeć,
- osiągnięcie równowagi płci w społecznych procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach władzy,
- sprawiedliwego i równego podziału pracy i odpowiedzialności w ramach obowiązków domowych oraz opieki nad osobami zależnymi,
- praw reprodukcyjnych.

W badaniach analizowano przekonania na temat wagi problemu równości płci oraz warunków jej osiągnięcia. Ważnym tematem w badaniach były osobiste doświadczenia nierównego, gorszego traktowania ze względu na płeć ze szczególnym uwzględnieniem zachowań o charakterze molestowania seksualnego. Interesujące dane dotyczą również postrzeganej (nie)równości w kontekście życia prywatnego i modelu związku. Ponadto respondentki i respondenci mieli okazję wypowiedzieć się na temat równościowego języka – czyli stosowania feminatywów.

6.1 Warunki osiągniecia równości płci – perspektywa kobiet i mężczyzn



Wykres 49
CZY RÓWNOŚĆ PŁCI ZOSTAŁA OSIĄGNIĘTA? PERSPEKTYWA KOBIET I MĘŻCZYZN

CZY RÓWNOŚĆ PŁCI JEST WAŻNA?

Ze stwierdzeniem „równość kobiet i mężczyzn jest dla mnie ważna" zgodziło się aż 89% ankietowanych osób - w tym 96% kobiet i 77,5% mężczyzn.

Jedynie dla 5,7% równość płci nie jest istotną kwestią a kolejne 5,2% nie ma zdania.

CZY RÓWNOŚĆ PŁCI ZOSTAŁA OSIĄGNIĘTA?

Na stwierdzenie „Równość płci została już osiągnięta w wystarczającym stopniu" – twierdząco odpowiedziało jedynie 28,5% ankietowanych. Niemal połowa badanych osób - w tym 64,5% kobiet i 22,9% mężczyzn nie zgodziła się z tą tezą.

O tym, że równość płci została już osiągnięta w wystarczającym stopniu jest przekonanych aż 48,1% mężczyzn (w tym 21% „zdecydowanie") i jedynie 15,7 % kobiet.

23% ankietowanych nie było w stanie ustosunkować się do tej kwestii.

CZY RÓWNOŚĆ PŁCI ZAGRAŻA POLSKIEJ RODZINIE? PRZEKONANIA KOBIET I MĘŻCZYZN

Zdecydowana większość - 81,8% badanych osób z pokolenia Z nie zgadza się ze stwierdzeniem, że równość płci zagraża polskiej rodzinie. Kobiety znacząco częściej zdecydowanie odrzucają ten pogląd -75% w porównaniu z 59% mężczyzn.

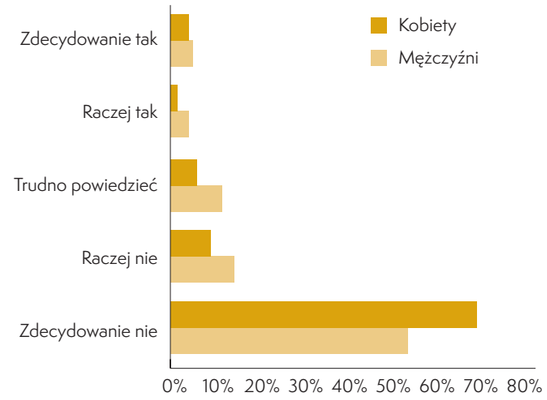
Równocześnie 11,5% mężczyzn oraz 6,8% kobiet wyraziło przekonanie, że równość płci negatywnie wpływa na życie rodzinne a 9,3% nie potrafiło jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie.

RÓWNOŚĆ PŁCI ZOSTANIE OSIĄGNIĘTA WTEDY, GDY...

Do tezy, że równość płci zostanie osiągnięta wtedy, kiedy w związku panować będzie wzajemny szacunek i partnerstwo" przychyla się aż 92% ankietowanych. Natomiast 3% osób nie zgodziło się ze z tym stwierdzeniem, a 5% nie miało zdania.

Na stwierdzenie „Równość płci zostanie osiągnięta wtedy, kiedy kobiety i mężczyźni będą mieć jednakowe szanse na znalezienie pracy zawodowej i awans" 87,7% ankietowanych odpowiedziało, że „tak". Przy czym 4,7%, że „nie", a 7,6% ankietowanych zaznaczyło „trudno powiedzieć".

Wykres 50
CZY RÓWNOŚĆ PŁCI ZAGRAŻA POLSKIEJ RODZINIE – PRZEKONANIA KOBIET I MĘŻCZYZN



Równości płci, jeżeli kobiety i mężczyźni będą jednakowo traktowani przez prawo spodziewa się 90,5% ankietowanych. Jedynie 3,2% nie zgadza się z tym ze stwierdzeniem. Natomiast 6,3% ankietowanych nie opowiedziało się za żadną ze stron.

Równość płci zostanie osiągnięta wtedy, kiedy opieka nad innymi ludźmi i prowadzenie domu będą tak samo ważne jak praca zawodowa – tak twierdzi 73,9% ankietowanych. Z tezą tą nie zgadza się 9,8%, osób, a aż 16,3% ankietowanych zaznaczyło „trudno powiedzieć".

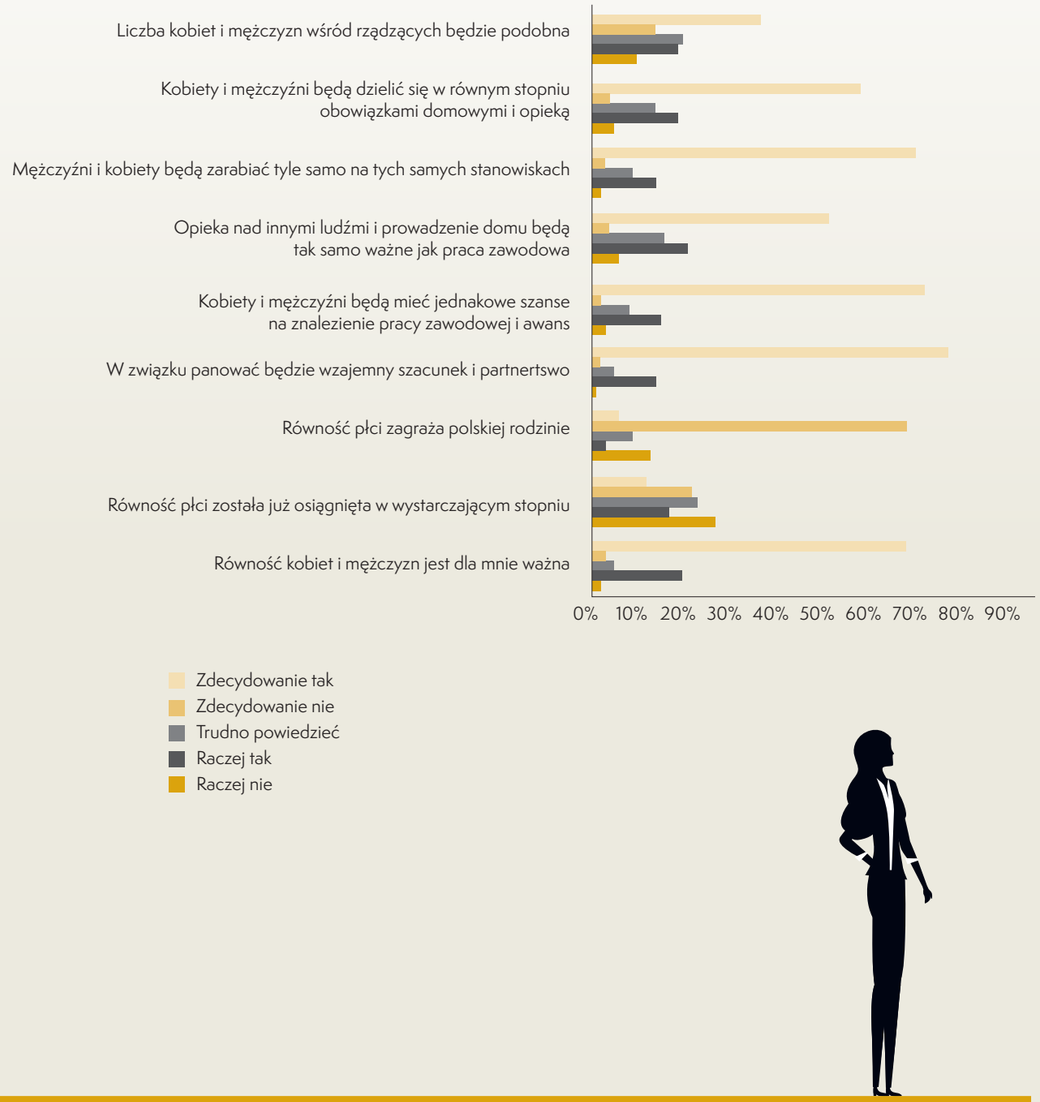
Respondenci są zgodni, że równość płci zostanie osiągnięta wtedy, kiedy mężczyźni i kobiety będą zarabiać tyle samo na tych samych stanowiskach. Twierdząco odpowiedziało 85,4% ankietowanych, natomiast 5,7% osób zaprzeczyło tej tezie. 8,9% respondentów nie miało zdania.

Ankietowani w dużej przewadze (77,8%) twierdzą, że równość płci zostanie osiągnięta wtedy, kiedy kobiety i mężczyźni będą dzielić się w równym stopniu obowiązkami domowymi, w stosunku do liczby osób (8,2%), które odpowiedziały przecząco. Natomiast 14% ankietowanych nie miało zdania.

56,2% ankietowanych zgadza się ze stwierdzeniem, że równość płci zostanie osiągnięta wtedy, kiedy liczba kobiet i mężczyzn wśród rządzących będzie podobna, a 8,2% odpowiedziała przecząco. Natomiast 14% ankietowanych nie miało zdania.

Wykres 51

WARUNKI OSIĄGNIĘCIA RÓWNOŚCI PŁCI



KOBIECA I MĘSKA PERSPEKTYWA KONIECZNYCH WARUNKÓW OSIĄGNIĘCIA RÓWNOŚCI PŁCI

Kobiety i mężczyźni różnie postrzegają warunki brzegowe dotyczące realnej równości - szczególnie gdy przyjrzymy się odpowiedziom, które wskazują, że jakieś kryterium jest postrzegane jako bardzo ważne.

86% kobiet, 66% mężczyzn uważa, że nastąpi to wtedy, kiedy u podstaw związku będzie szacunek i partnerstwo. Dla kobiet tak samo ważne, a nawet ważniejsze są równe szanse na awans zawodowy - zdecydowanie tak odpowiedziało 86% z nich, dla mężczyzn ma to mniejsze znaczenie (56%).

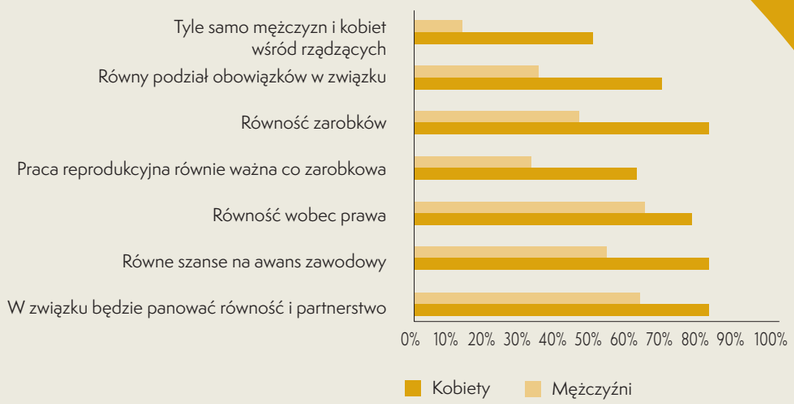
Różnie rozkładały się także odpowiedzi w kwestii równości wobec prawa; „zdecydowanie ważna" była ona dla 81% kobiet i 67% mężczyzn.

Słabsze przekonania dotyczą zwiększania prestiżu pracy opiekuńczej – 65% kobiet, 34% mężczyzn zdecydowanie popiera tezę, że równość nastąpi, kiedy opieka nad innymi ludźmi i prowadzenie domu będą równie ważne, co praca zawodowa.

Kobiety częściej są przekonane, że do równouprawnienia niezbędne są takie same zarobki za zajmowane stanowisko, niezależnie od płci (86% w porównaniu do 48% mężczyzn) i równy podział obowiązków w związku (72 % w porównaniu do 36%).

Wykres 52

WARUNKI OSIĄGNIĘCIA RÓWNOŚCI PŁCI - PERSPEKTYWA KOBIET I MĘŻCZYZN (UWZGLĘDNIONO ODPOWIEDZI „ZDECYDOWANIE TAK")



6.2 Seksizm – Dyskryminacja ze względu na płeć

Średnio ponad połowa 52,1% badanych osób deklaruje, że doświadczyła w swoim życiu seksizmu, czyli gorszego traktowania ze względu na płeć. 41% ankietowanych nie było w ich odczuciu dyskryminowanych ze względu na płeć a 6,9% nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie.

Jak wynika ze zgromadzonych danych, problem seksizmu dotyczy zarówno w sfery prywatnej, zawodowej, jak i funkcjonowania w przestrzeni publicznej.

SFERA PRYWATNA

Na pytanie „Czy kiedykolwiek byłaś/eś gorzej potraktowana/y w sferze prywatnej ze względu na to, że jesteś kobietą lub mężczyzną?" - 55,9% ankietowanych odpowiedziało twierdząco. Doświadczenie dyskryminacji ze względu na płeć w prywatnych relacjach i przestrzeni w różnym natężeniu (zawsze, często, czasami) ma 61% kobiet i 37,8% mężczyzn.

41% ankietowanych (52,7% mężczyzn i 34,3% kobiet) nigdy nie doświadczyła seksizmu w prywatnym życiu, a 6,5% nie potrafiła odpowiedzieć na to pytanie.

SZKOŁA, UCZELNIA

Gorszego traktowania ze względu na płeć w szkole lub na uczelni, w różnym natężeniu (zawsze, często, czasami) doświadczyło 56% ogółu ankietowanych. Seksizm w różnym natężeniu zdecydowanie częściej dotyka kobiet (68%) niż mężczyzn (35%) – przy czym jedna czwarta kobiet i co dziesiąty mężczyzna doświadcza dyskryminacji ze względu na płeć w pracy bardzo często.

38% ankietowanych (26,6% kobiet i 57.3% mężczyzn) nigdy nie doświadczyła seksizmu w szkole lub na uczelni.

6,1% respondentek i respondentów nie potrafiła odnieść się jednoznacznie do tego tematu.

MIEJSCE PRACY

Na pytanie o doświadczenie nierównego traktowania ze względu na płeć w środowisku pracy twierdząco odpowiedziało 27% ankietowanych - z czego 9,5% często i bardzo często.

Podobnie jak w innych kategoriach - doświadczenie dyskryminacji ze względu na płeć w pracy – zarówno w mniejszym, jak i większym natężeniu mają zdecydowanie częściej kobiety niż mężczyźni – odpowiednio 61% i 37,8%.

70.2% mężczyzn i 52,2% kobiet (58,7% ogółu ankietowanych) nigdy nie doświadczyła w pracy gorszego traktowania ze względu na płeć, a 14,1% nie była w stanie tego określić.

PRZESTRZEŃ PUBLICZNA: ULICE, MIEJSCA ROZRYWKI, ŚRODKI TRANSPORTU PUBLICZNEGO

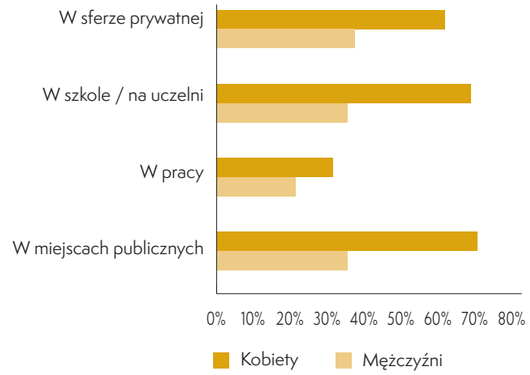
Seksistowskich zachowań i praktyk w miejscach publicznych (na ulicy, w pubach, klubach, w środkach transportu publicznego) doświadczyło 56,8% ogółu ankietowanych - z czego 23,8% przyznała, że dzieje się tak często i bardzo często.

Szczególnie często dyskryminacji ze względu na płeć w przestrzeni publicznej doświadczają kobiety. W różnym natężeniu seksizm dotyka 70,3% kobiet, z czego 30,1% niemal zawsze i często. Dla porównania - seksizmu w przestrzeniach publicznych doświadczyło 35,9% mężczyzn, z czego bardzo często – 13,4%.

Nigdy dyskryminacji w przestrzeni publicznej nie doświadczyło 54,6% mężczyzn i 21,7% kobiet (34,57% ogółu ankietowanych). 8,6% nie potrafiło odnieść się do tej kwestii.

Wykres 53

DOŚWIADCZENIE DYSKRYMINACJI ZE WZGLĘDU NA PŁEĆ W PERSPEKTYWIE KOBIET I MĘŻCZYZN (W WYKRESIE UWZGLĘDNIONO ODPOWIEDZI „ZAWSZE", „CZĘSTO", „CZASAMI")



UWAGA

W zestawieniu uwzględniono odpowiedzi „zawsze", „często", „czasami".

6.3 Równościowy język – feminatywy

JĘZYKOWA NIEWIDZIALNOŚĆ KOBIET

Językowa niewidzialność kobiet to zjawisko, które polega na traktowaniu rodzaju męskoosobowego, jako neutralnego a zatem używania go do opisu lub zwracania się do całej grupy, nawet jeśli są w niej kobiety. Mamy zatem "szkolenia dla liderów", "stanowiska dla informatyków", konkursy dla innowatorów" - tego typu język pogłębia poczucie, że są one skierowane wyłącznie do mężczyzn, z pominięciem kobiet a przy okazji wzmacnia stereotypy związane z płcią. Emancypacja kobiet oraz ich wejście w przestrzenie zawodowe do tej pory zmaskulinizowane, uruchomiły świadomość i potrzebę uznania istnienia i roli kobiet poprzez język - stąd postulat używania feminatywów.

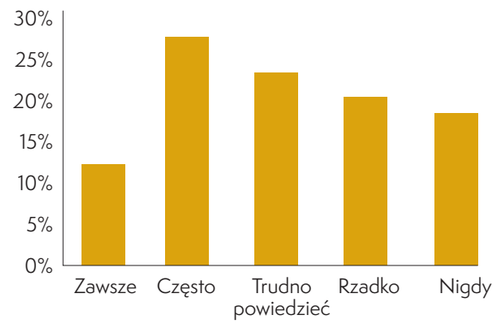
59% ankietowanych – w tym większość kobiet (87%) oraz mężczyzn (76%) zadeklarowało, że przedstawiając siebie lub inne kobiety na oficjalnych spotkaniach, używa feminatywów (żeńskich końcówek), np. biolożka, informatyczka, dyrektorka, asystentka - z czego 39,2% (46% kobiet i 29% mężczyzn) robi to zawsze lub często.

Co czwarty mężczyzna i 13% badanych kobiet a więc 17,6% ankietowanych osób, nigdy nie korzysta z feminatywów, a 23,4% nie była w stanie jednoznacznie się określić w tej kwestii.

INFORMATYCZKA – TO BRZMI ...

Na pytanie „Czy według Ciebie określenie "informatyczka", "programistka" brzmi inaczej, np. mniej poważnie niż "informatyk", "programista?" - 56,9% ankietowanych twierdziło, że ich zdaniem formy żeńskie nazw zawodów i funkcji nie brzmią mniej poważnie, niż męskie.

Wykres 54
UŻYWANIE FEMINATYWÓW



Akceptację i uznanie dla form żeńskich języka wyraziło 60% kobiet i 50% badanych mężczyzn.

Jednocześnie co czwarta ankietowana osoba (26,7%) ma poczucie, że żeńskie końcówki odbierają powagę nazwom zawodów, stanowisk i funkcji. Częściej w ten sposób myślą mężczyźni – 31,7% niż kobiety – 23,7%.

16,4% respondentek i respondentów nie miało na ten temat sprecyzowanego zdania.

6.4 Molestowanie seksualne w środowisku pracy

Przez molestowanie seksualne rozumie się każde niepożądane zachowanie o charakterze seksualnym lub odnoszące się do płci, którego celem lub skutkiem jest naruszenie godności drugiej osoby, w szczególności przez stworzenie wobec niej zastraszającej, wrogiej, poniżającej, upokarzającej lub uwłaczającej atmosfery. Niechciane i nieakceptowane mogą mieć fizyczny, werbalny lub pozawerbalny charakter.

Jak wskazują zebrane dane - molestowania seksualnego w środowisku pracy doświadczyła jedna trzecia badanych kobiet (33%) i 6% badanych mężczyzn. Oznacza to, że kobiety doświadczają molestowania seksualnego w pracy ponad pracy pięć razy częściej niż mężczyźni.

Kobiety i mężczyźni w podobnym wymiarze dotyczy sytuacja bycia świadkiem molestowania seksualnego w pracy – takie doświadczenie dotyczyło 11,6% kobiet i 10,7% mężczyzn.

2,1% badanych - w tym 3,44% mężczyzn i 0,7% kobiet przyznało, że same podejmowały zachowywania o charakterze molestowania w stosunku do innej osoby.

Ogółem, co piąta osoba 21,1% doświadczyła bezpośrednio a 11% w roli świadka zachowania o charakterze molestowania.

Równocześnie 45,5% kobiet oraz 70% mężczyzn, czyli średnio 57% badanych deklaruje, że w swoim otoczeniu zawodowym nigdy nie spotkali się ze zjawiskiem molestowania seksualnego - ani osobiście ani w roli świadka.

Na pytanie „jakie działania podjęłaś/eś w sytuacji, gdy zachowanie było skierowane bezpośrednio do Ciebie lub byłaś/eś świadkiem molestowania seksualnego?" jedynie 37,9% badanych osób zadeklarowało, że w reakcji na zdarzenie otwarcie wyraziło swój sprzeciw. Respondentki i respondenci prezentowali podobną gotowość do tego typu bezpośredniej reakcji - odpowiednio 39,3% kobiet i 34,3% mężczyzn.

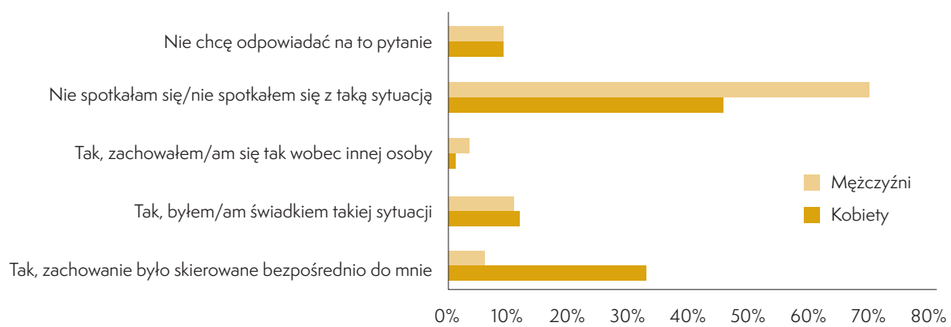
Mężczyźni częściej niż kobiety (odpowiednio 17,4% vs 10,4%) deklarowali asertywne postawy, polegające na rozmowie ze sprawcą/czynią i wyrażeniu wprost oczekiwanie zaprzestania zachowania,

Średnio 7% osób (tylko nieco częściej kobiety niż mężczyźni) skorzystało z systemowego wsparcia np. komisji antymobbingowej, przełożonego, wskazanych osób w HR lub użyło anonimowych lub poufnych kanałów, aby zgłosić nadużycie.

35% kobiet i 39% mężczyzn w obliczu osobistego doświadczania lub bycia świadkiem molestowania seksualnego nie zrobiło nic.

Zarówno w przypadku kobiet, jak i mężczyzn w obliczu naruszeń o charakterze molestowania najczęściej ujawnił się schemat decyzyjny typu „zero-jedynkowego": albo brak reakcji albo otwarte wyrażenie sprzeciwu. Najrzadziej podejmowane były formalne kroki z wykorzystaniem instytucjonalnych procedur i zasobów.

Wykres 55
ODPOWIEDZI NA PYTANIE „CZY KIEDYKOLWIEK DOŚWIADCZYŁAŚ/EŚ OSOBIŚCIE LUB BYŁAŚ/EŚ ŚWIADKIEM MOLESTOWANIA SEKSUALNEGO W ŚRODOWISKU PRACY?". DOŚWIADCZENIA KOBIET I MĘŻCZYZN



Równowaga praca-dom

Głęboko zakorzenione stereotypy płci związane z podziałem obowiązków domowych, wynikające z nich oczekiwania, presje oraz realne nierówne obciążenie kobiet pracą w domu i na rzecz bliskich powoduje, że łączenie pracy zawodowej i aktywności społecznej z życiem prywatnym jest zdecydowanie trudniejsze dla kobiet niż dla mężczyzn. Nieodpłatna praca w domach (reprodukcyjna) i jej niesprawiedliwy podział jest kluczową barierą w rozwijaniu pełnego potencjału kobiet w sferze publicznej i zawodowej. Odejście od tradycyjnych schematów płci w zakresie ról społecznych kobiet i mężczyzn, bardziej równościowy podział obowiązków oraz sprawdzone rozwiązania systemowe w nurcie „równowaga praca-dom" (work-live balance) mają służyć równości płci i przeciwdziałaniu dyskryminacji – zarówno w sferze prywatnej, jak i zawodowej.

SIŁA TRADYCJI. PODZIAŁ OBOWIĄZKÓW W RODZINACH POCHODZENIA.

W większości rodzin, w których wychowywały się respondentki i respondenci pracami domowymi zajmowały się głównie kobiety – tak było w domach 2/3 badanych kobiet (67%) i w ponad połowie domów rodzinnych mężczyzn (55%).

W domach rodzinnych 34,9% respondentów, mężczyźni i kobiety dzielili się obowiązkami domowymi i rodzinnymi po równo. Przy czym przekonanie o partnerskim układzie i podziale obowiązków w domu rodzinnym częściej prezentowali badani mężczyźni - 41% niż badane kobiety - 30%.

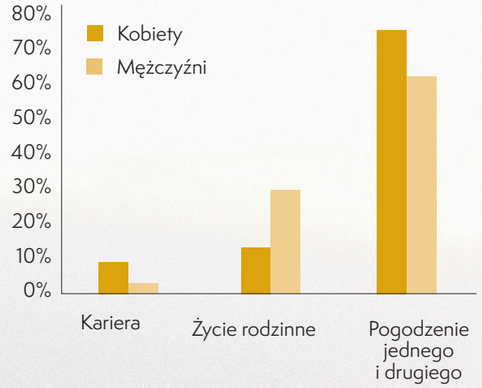
Jedynie w 3,2% przypadków rodzin pochodzenia respondentek i respondentów większość prac domowych spoczywała na barkach mężczyzn.

NOWY MODEL. GOTOWOŚĆ DO ZMIANY.

Wśród badanych osób, 55% kobiet, oraz 38% mężczyzn mieszkało obecnie z partnerką/erem.

Wykres 56

PREFEROWANY MODEL ORAZ PRIORYTET W PRZYPADKU KONFLIKTU PRACY Z ŻYCIEM PRYWATNYM. PREFERENCJE KOBIET I MĘŻCZYZN



74,2% respondentek i 71,1% respondentów z tej grupy określiło model podziału odpowiedzialności i obowiązków w swoim związku jako partnerski.

Przeciwne zdanie miało 10,7% respondentek i 13,4% respondentów a średnio 15% badanych osób miało trudności z jednoznaczną deklarację w tej kwestii.

Weryfikacją deklarowanego modelu były odpowiedzi na pytanie „Jaką część obowiązków domowych wykonujesz, będąc aktualnie w związku?".

Okazało się, że 64% kobiet i tyle samo mężczyzn będących aktualnie w związku zadeklarowało, że wykonuje połowę obowiązków związanych z prowadzeniem gospodarstwa domowego. Jednocześnie nierównego podziału i brania na siebie większej części obowiązków domowych doświadcza 22% badanych kobiet i taki sam odsetek badanych mężczyzn. Kobiety i mężczyźni w równym stopniu – na poziomie 8% deklarowali doświadczenie wykonywania mniejszej części obowiązków w domu. Żadnych obowiązków w grupie osób będących w związkach nie ma 1,6% badanych kobiet i 3,3% badanych mężczyzn.

BALANS

67,7% badanych wierzy że można pogodzić pracę z życiem prywatnym - 73% kobiet, 60% mężczyzn nie chciałoby rezygnować ani z pracy, ani z życia rodzinnego, wierząc że to można zrównoważyć.

W przypadku kolizji pracy zawodowej z życiem prywatnym, 19,1% badanych osób priorytet przyznaje prywatności i rodzinie. Przy czym, życie rodzinne okazało się (przynajmniej deklaratywnie) mocniejszym priorytetem dla mężczyzn (29%) niż dla kobiet (13%).

Tylko 7,3% ankietowanych uważa, że w karierze nie ma miejsca na kompromisy i w sytuacji konfliktu ról skłonni są postawić na życie zawodowe – tak deklarowało 9% kobiet i 3% mężczyzn.

6% osób nie potrafiło odpowiedzieć na to pytanie.

Wnioski

1 Dla zdecydowanej większości badanych osób równość płci jest ważna i nie zagraża ona w ich opinii polskiej rodzinie, przy czym mężczyźni w zdecydowanie większym stopniu niż kobiety są przekonani, że równość płci została już osiągnięta w wystarczającym stopniu. Tak twierdzi połowa badanych mężczyzn i jedynie 16% kobiet.

2 Kobiety częściej niż mężczyźni wyrażały przekonanie, że aby równość płci zaistniała w rzeczywistości – musi być spełnionych szereg warunków. Najważniejsze z perspektywy badanych młodych kobiet są: równe szanse na awans zawodowy, równe zarobki, równość wobec prawa, opieranie związku na szacunku i partnerstwie oraz równym podziale obowiązków a także nieco w mniejszym stopniu docenianie pracy reprodukcyjnej. Największa różnica płci dotyczyła wyrównania reprezentacji kobiet i mężczyzn wśród rządzących – połowa badanych kobiet i zaledwie 14% mężczyzn wyraziło przekonanie, że jest to ważny warunek osiągnięcia pełnej równości płci.

3 onad połowa badanych (56%) doświadczyła seksizmu w domu, szkole lub w przestrzeni publicznej. Nieco mniej, bo 27% badanych zaznaczyło, że doświadczyło seksizmu w pracy. Seksizmu, we wszystkich badanych przypadkach, znacząco częściej doświadczały kobiety niż mężczyźni.

4 Badana młodzież jest oswojona z równościowym zastosowaniem języka, czyli używaniem feminatywów, konotacje żeńskich końcówek z niższą wartością stanowisk i funkcji dostrzega mniejszość badanych (31,7% mężczyzn i 23,7% kobiet).

5 Około 1/3 badanych kobiet i 7% badanych mężczyzn doświadczyło molestowania seksualnego w pracy lub była świadkiem takich sytuacji.

6 Około 40% badanych zadeklarowało, że nie zareagowali w żaden sposób na tę sytuację; tylko 7 % zgłosiło tę sytuację do instytucji, osób lub komisji powołanych do wsparcia ofiar lub odpowiedzialnych za przestrzeganie prawa w pracy (przełożeni).

7 Badana młodzież w większości pragnie równowagi pomiędzy swoim życiem zawodowym i rodzinnym (70% badanych kobiet i 60% mężczyzn). W przypadku konfliktu, ważniejsza dla nich byłaby rodzina. Jeśli chodzi o podział obowiązków w domu, wciąż większość z nich wykonują kobiety, zarówno w domach rodzinnych respondentek i respondentów, jak i ich obecnych związkach.

Rekomendacje

1 Kluczowe jest zwiększanie świadomości i aktualnej wiedzy na temat realnych obszarów oraz skutków nierówności ze względu na płeć a także krzywdzących stereotypów i negatywnych skutków uprzedzeń dotyczących płci.

2 Ważne jest promowanie skutecznych rozwiązań i sprawdzonych praktyk prorównościowych oraz antydyskryminacyjnych. Na poziomie organizacji kluczowe jest uwzględnianie aspektu płci we wszystkich strategiach i działaniach organizacji (gender mainstreaming) oraz budowanie i wdrażanie standardów antydyskryminacyjnych i/lub planów równości płci (Gender Equality Plan).

3 Wysoki poziom doświadczanego seksizmu, szczególnie w szkole i przestrzeni publicznej, wymaga reakcji ze strony instytucji edukacyjnych i zarządzających przestrzenią publiczną (samorząd, rząd). Konieczne jest wprowadzenie edukacji i szkoleń antydyskryminacyjnych oraz uzupełnienie regulaminów i prawa lokalnego o przepisy równościowe.

4 Stosunkowo wysoki poziom akceptacji dla feminatywów stanowi dobry grunt aby żeńskie końcówki zagościły oficjalnie w nazwach stanowisk i tytułów, zarówno w instytucjach państwowych jak i w biznesie czy edukacji. W organizacjach ważne jest stosowanie i promowanie równościowego i włączającego języka w komunikacji wewnętrznej oraz zewnętrznej.

5 Ważne jest upowszechnianie na wszystkich szczeblach organizacji wiedzy oraz zwiększanie świadomości skutków negatywnych, niepożądanych i przemocowych zachowań a także mechanizmów wynikających z nierównych relacji i nadużywania władzy. Należy dążyć do zmiany kultury organizacji i środowiska pracy w kierunku poszanowania równości płci, zapewnienia bezpieczeństwa oraz godności i integralności każdej osoby.

6 Niepokojąco wysoki odsetek osób, które doświadczyły lub były świadkami molestowania seksualnego, a równocześnie marginalny odsetek osób które w tej sytuacji skorzystały ze wsparcia dedykowanych temu zadaniu instytucji, wymaga pilnej interwencji. Przede wszystkim, należy zrewidować system pomocy instytucjonalnej i wewnątrz instytucjonalnej (zakładowe komisje antymobbingowe), gdyż nie budzą one zaufania lub są niewidoczne dla młodych osób. Należy też pracować nad podniesieniem gotowości do adekwatnej reakcji osób doświadczających lub będących świadkami molestowania bądź przemocy seksualnej.

7 Skuteczne byłyby systemowe rozwiązania przeciwdziałające nierównemu obciążeniu obowiązkami domowymi kobiet i mężczyzn. Środki takie jak szkolenia, edukacja równościowa, projekty społeczne czy rozwiązania legislacyjne (dyrektywa work-life balance) i pozalegislacyjne dostępne dla pracodawców powinny być zastosowane na szerszą skalę, zarówno w instytucjach publicznych, edukacyjnych, jak i w biznesie.

Agnieszka Kozłowska

Badaczka i wykładowczyni
na Wydziale Studiów Edukacyjnych
Uniwesrytetu im. Adama Mickiewicza
w Poznaniu, specjalistka
w zakresie edukacji ekologicznej
i równościowej, była parlamentarzystka
i europarlamentarzystka;
w Paelamencie Europejskim VIII kadencji
sprawozdawczyni i negocjatorka
w zakresie dyrektywy work-life balamce

Komentarz ekspercki

Przedstawione w raporcie wyniki pokazują, że młodzież z pokolenia Z jest na drodze do osiągnięcia równości płci, ale jeszcze jej nie osiągnęła. Szczególnym wyzwaniem są bardziej niż w przypadku rówieśniczek stereotypowe i tradycyjne przekonania młodych mężczyzn na temat płci i mniejsza gotowość do podejmowania wysiłku na rzecz równego traktowania.

Doświadczenie seksizmu w sferze prywatnej, szkolno-zawodowej, czy w przestrzeni publicznej, podobnie jak molestowania seksualnego, jest wciąż zbyt częste - wciąż spotyka przede wszystkim kobiety. Rezultaty te są zgodne z wynikami badań prowadzonych w tym zakresie (Chmura-Rutkowska, 2019; Martyński, 2021, CBOS 2021). Teoretycznie, w każdym zakładzie pracy powinny działać komisje antymobinngowe, które rozpatrują skargi pracowników także w odniesieniu do molestowania seksualnego. W praktyce, komisje te nie zawsze są powołane, a jeśli są, nie zawsze działają prawidłowo lub nie są znane pracownikom. Osobną kwestią jest brak zaufania do osób zatrudnionych w takich komisjach. Szczególnie w małych zakładach pracy, gdzie wszyscy się znają, kwestia braku zaufania może być istotną przeszkodą dla zgłoszenia zdarzenia.

Nie pomagają też wyższego rzędu instytucje, inspekcja pracy czy system sądowniczy, które lekceważą kwestie równościowe. Świadczy o tym znikomy odsetek spraw o molestowanie, które są podejmowane i jeszcze mniejszy tych, które są wygrywane przez pokrzywdzonych. Nadzieję na zmianę sytuacji budzi spory odsetek badanych, którzy w sytuacji molestowania płciowego, reagują (choć tych, którzy nie reagują, jest porównywalnie dużo). Seksizm i molestowanie seksualne są trudne do wyrugowania w kulturze patriarchalnej, w jakiej obecnie tkwimy, gdzie poziom akceptacji dla gorszego traktowania kobiet jest wysoki, a poziom kultury prawnej w obszarze równego traktowania – niski.

Osobną kwestią jest problem godzenia ról zawodowych i rodzinnych. Wysoki odsetek młodzieży, która nie chce rezygnować ani z pracy, ani z rodziny, nie zmienia faktu, że wciąż w tym obszarze są wyraźne różnice płciowe. Kobiety w badanej grupie Zetów wykonują więcej prac domowych niż mężczyźni i bardziej niż mężczyźni pragną równowagi praca-dom. To naturalne pragnienie osób, które w wyniku presji kulturowej, nie są tam, gdzie chciałyby być. Nie można być jednocześnie w pracy i w domu. Zwiększona obecność w domu rodzi zwiększoną nieobecność w pracy. W ten sposób marnowany jest potencjał kompetencyjny kobiet, które, statystycznie rzecz biorąc, są lepiej wykształcone niż mężczyźni, i chętniej niż mężczyźni szkolą się i doskonalą zawodowo (Criado-Perez & Wydawnictwo Karakter, 2020).

Rozwiązań systemowych dla problemu różnic w możliwości godzenia pracy i życia rodzinnego jest kilka. Najważniejsze, to dyrektywa work-life balance, która powstała dokładnie w celu obniżenia poziomu dysproporcji pomiędzy kobietami i mężczyznami w ich zaangażowaniu w pracę zawodową i obowiązki rodzinne (Adema et al., 2017; European Commission, n.d.; Directive (EU) 2019/1158 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on Work-Life Balance for Parents and Carers and Repealing Council Directive 2010/18/EU, 2019; Kozłowska & Ratajczak, 2021; Porte et al., 2020). Zgodnie z prawem unijnym, już w sierpniu tego roku powinna ona być zaimplementowana do prawa krajowego.

Zasadniczym elementem dyrektywy jest zwiększenie uprawnień mężczyzn do płatnych urlopów ojcowskich i rodzicielskich. Filarem nowego prawa jest nie-transferowalność urlopu z matki na ojca i odwrotnie i oparcie uprawnień do urlopu na indywidualnych prawach pracownika. To ważny krok w kierunku osłabienia tradycyjnego modelu ról płciowych w rodzinie, w którym akceptowane jest podwójne obciążenie kobiet (pracą zawodową i obowiązkami domowymi). Większe obciążenie kobiet nieodpłatną pracą domową, przynosi straty nie tylko w indywidualnych historiach ludzi, ale też w całej gospodarce. Ponadto, kobiety mają prawo do realizowania swojego potencjału i aspiracji zawodowych tak samo jak mężczyźni. Z drugiej strony, mężczyźni powinni mieć prawo do uprawnień rodzicielskich i realizowania rodzicielskich obowiązków nie w zastępstwie matek ich dzieci, ale indywidualnie, jako ojcowie i pracownicy. Jeśli rodzicielstwo to doświadczenie, które zgodnie z przekazem kulturowym, uszlachetnia kobiety, mężczyźni też powinni móc z tego dobrodziejstwa skorzystać. A jeśli to obowiązek i odpowiedzialność, które wymagają wysiłku, powinien być on dzielony przez oboje rodziców po równo, a dźwigany tylko przez jedno z nich. Emancypacja kobiet zmieniła świat i w konsekwencji, inne modele rodziny stają się bardziej racjonalne i pożądane, także w kontekście trwałości rodziny. Sprawiedliwość jest lepszym spoiwem dla rodziny niż uzasadniana tradycją nierówność (Oliveira et al., 2020)

Większą równowaga z podziale obowiązków domowych oznacza nie tylko redukcję niesprawiedliwości, ale przynosi też korzyści dzieciom, które mogą się wychowywać pod opieką obojga, a nie tylko jednego z rodziców. Większe zróżnicowanie środowiska wychowawczego korzystnie wpływa na rozwój dziecka. Na większej równowadze praca-dom, zyskują więc kobiety, mężczyźni i ich dzieci. Rodzina staje się bardziej spójna i trwała. Wszyscy wygrywają.

Prof. UAM dr hab.
Iwona Chmura-Rutkowska

Zakład Socjologii Edukacji, Wydział Studiów Edukacyjnych UAM, Interdyscyplinarne Centrum Badań Płci Kulturowej i Tożsamości UAM, Zespół Gdy Nauka jest Kobietą UAM, Zespół ds. Audytu i Monitoringu Równości oraz Różnorodności UAM, Zespół ds. Polityki Równości i Różnorodności Miasta Poznania

Komentarz ekspercki

Równość płci postrzega się obecnie nie tylko, jako prawa człowieka, ale jako fundament rozwoju zrównoważonego świata. Jak podkreślono w agendzie Milenijnych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ, badania i metaanalizy wskazują, że zapewnienie dziewczętom i kobietom równego dostępu do edukacji, opieki zdrowotnej i godnie opłacanej pracy a także udziału w procesie decyzyjnym zarówno we własnych sprawach, jak i w kwestiach politycznych i ekonomicznych - wzmocni gospodarki i przyniesie korzyści całym społeczeństwom i ludzkości. W kontekście pracy – zwraca się uwagę zarówno na ramy prawno-formalne dotyczące równego traktowania, jak i na zwalczanie szkodliwych przekonań i praktyk wobec kobiet.

ONZ w ramach Agendy na Rzecz Zrównoważonego Rozwoju 2030 wskazuje na kluczowe zadania, które są niezbędne aby zakończyć dyskryminację ze względu na płeć, wciąż występującą w różnych formach i w różnej skali we wszystkich krajach na świecie. W Polsce w obszarze wszystkich priorytetowych zadań jest wiele do zrobienia.

Agenda Narodów Zjednoczonych na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030

Równość płci – priorytetowe cele:

- Zakończyć dyskryminację we wszystkich formach wobec kobiet i dziewcząt na całym świecie.
- Wyeliminować wszelkie formy przemocy wobec kobiet i dziewcząt w sferze publicznej i prywatnej, w tym handel ludźmi, wykorzystywanie seksualne i inne formy wyzysku.
- Wyeliminować wszelkie krzywdzące praktyki, takie jak wczesne i przymusowe małżeństwa, małżeństwa dzieci, a także okaleczanie żeńskich narządów płciowych.
- Docenić nieodpłatną opiekę i pracę w domu przez zapewnienie usług publicznych, infrastruktury, ochrony socjalnej oraz przez promowanie wspólnej odpowiedzialności w gospodarstwie domowym i rodzinie, zgodnie z krajowymi uwarunkowaniami.
- Zapewnić kobietom pełny i efektywny udział w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach w życiu politycznym, ekonomicznym i publicznym oraz równe szanse w pełnieniu funkcji przywódczych.
- Zapewnić powszechny dostęp do ochrony zdrowia seksualnego i reprodukcyjnego oraz korzystanie z praw reprodukcyjnych, zgodnie z Programem Działań Międzynarodowej Konferencji na Rzecz Ludności i Rozwoju, Pekińską Platformą Działania i dokumentami końcowymi ich konferencji przeglądowych.
- Przeprowadzić reformy zapewniające kobietom równe prawa w dostępie do zasobów ekonomicznych, prawa własności, sprawowania kontroli nad gruntami i innym mieniem, usług finansowych, dziedziczenia oraz zasobów naturalnych, zgodnie z prawem krajowym.
- Upowszechnić korzystanie z technologii, w szczególności technologii informacyjnych i komunikacyjnych, by przyczyniać się do wzmocnienia pozycji kobiet.
- Przyjąć oraz wzmocnić polityki i skuteczne ustawodawstwo promujące równość płci oraz wzmacniające pozycję kobiet i dziewcząt na wszystkich szczeblach.

5

PANDEMIA COVID-19

Badania dowodzą, że wszędzie na świecie kobiety ponoszą większe niż mężczyźni koszty kryzysów, jeśli chodzi o zaangażowanie w życie publiczne, zatrudnienie, osiągnięcia edukacyjne, bezpieczeństwo i stan zdrowia.

Kryzys związany z pandemią COVID-19 wywarł duży wpływ zarówno na życie osobiste, jak i zawodowe wszystkich ludzi. Ponieważ pogłębił nierówności społeczne – dotknął w sposób szczególny kobiet.

Pandemia wpłynęła negatywnie na dochody kobiet oraz równowagę praca-dom, nasilając tradycyjne obciążenie pracą na dwóch etatach: służbowym i prywatnym. Zamknięcie szkół i placówek opieki nad dziećmi oraz osobami zależnymi negatywnie wpłynęło na aktywność zawodową i dobrostan kobiet. Pandemiczne obostrzenia, takie jak lockdown i ograniczenia kontaktów społecznych, dodatkowo negatywnie odbiły się na zdrowiu psychicznym. Odnotowano gwałtowny wzrost domowej przemocy psychicznej i fizycznej wobec kobiet[4].

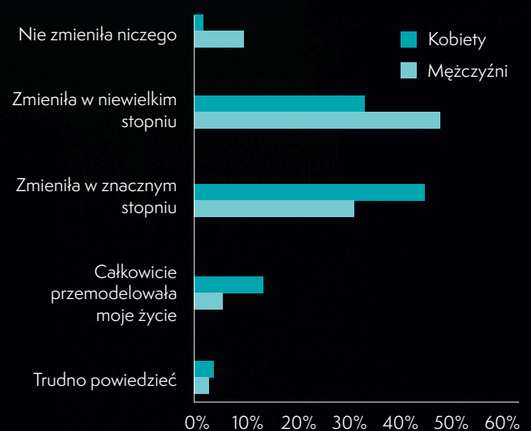
Zebrane dane dotyczące młodych osób wskazują, że:

- 86% badanych osób – równa reprezentacja kobiet i mężczyzn – zaszczepiło się przeciwko COVID,
- 10% badanych doświadczyło osobiście ciężkiego przebiegu choroby, a 40% – choroby bliskiej osoby,
- 5% kobiet i mężczyzn deklaruje, że utraciło na skutek pandemii pracę,
- ponad połowa kobiet (55%) i co trzeci mężczyzna (32,1%) w związku z pandemią przeżył załamanie nerwowe,
- podobny odsetek kobiet i mężczyzn miał jeszcze inne negatywne doświadczenia w związku z COVID-19.

60% kobiet i 38% mężczyzn z pokolenia Z ma poczucie, że pandemia w znacznym stopniu lub całkowicie przemodelowała ich życie – tutaj również widać, że skutki pandemii w większym stopniu dotykają kobiety.

Wykres 57

JAK PANDEMIA ZMIENIŁA ŻYCIE MŁODYCH OSÓB?



4 Women in times of COVID-19. EP Flash Eurobarometer, European Parliament, 2022.

Wnioski

1 Młodzież z pokolenia Z jest świadoma prewencyjnego działania szczepień. Ponad 85% badanej młodzieży zaszczepiło się na koronawirusa – to zdecydowanie wyższy wynik niż dla całej polskiej populacji i porównywalny z wynikiem dla środowisk akademickich.

2 Dla niemal połowy badanych pandemia był doświadczeniem trudnym lub bardzo trudnym. Połowa kobiet i co trzeci mężczyzna doświadczyło załamania nerwowego lub podobnych problemów. Ponad połowa badanych zaznaczyła, że pandemia całkowicie lub w znacznym stopniu zmieniła ich życie.

3 Kobiety dotkliwiej odczuły konsekwencje pandemii: częściej doświadczały załamania nerwowego i innych jej negatywnych skutków, a także częściej niż mężczyźni mają poczucie, że pandemia całkowicie przemodelowała ich życie.

4 Tylko niewielki odsetek badanych stracił z powodu pandemii pracę (4,8%). Środowisko z branży ICT (information and communication technologies) jest z wielu powodów bardziej odporne na pandemię niż inne sektory, w których doszło do załamania ekonomicznego, bankructw i zwolnień pracowników.

Rekomendacje

1 Wiedza pomaga w podjęciu decyzji o szczepieniach – kampanie informacyjne odwołujące się do autorytetu i dorobku nauk ścisłych mogłyby zwiększyć wyszczepialność polskiej populacji.

2 Pandemia stworzyła zwiększone zapotrzebowanie na opiekę psychologiczną i psychiatryczną. Podaż tych usług powinna być dopasowana do potrzeb poprzez dostępne mechanizmy w instytucjach publicznych i zakładach pracy. Deklaracja, że pandemia zmieniła życie badanych, wymaga pogłębionych studiów i identyfikacji obszarów i kierunków zmiany.

3 W związku z bardziej dotkliwymi skutkami kryzysu w życiu kobiet – zarówno środki zaradcze, jak i prewencyjne powinny uwzględniać ten fakt.

4 Odporność branży ICT na kryzys, jakim jest pandemia, jest dodatkowym argumentem za transformacją cyfrową rynku pracy i rozwijaniem infrastruktury dla pracy zdalnej.

Bibliografia

ROZDZIAŁ 1 RYNEK PRACY

- Bauman, Z. (2007). Liquid Times: Living in an Age of Uncertainty. Polity Press.
- Bauman, Z., Leoncini, T. (2019). Płynne pokolenie. Warszawa. Wydawnictwo Czarna Owca.
- Exley, C., & Kessler, J. (2019, December 19). Why Don't Women Self-Promote As Much As Men? Harvard Business Review. https://hbr.org/2019/12/why-dont-women-self-promote-as-much-as-men
- Lack of Language Ability Hindering Labor Mobility in the EU. (2017, December 8). The Economics Review. https://theeconreview.com/2017/12/08/lack-of-language-ability-hindering-labor-mobility-in-the-eu/
- Young people and precarious work. (n.d.). ETUC | European Trade Union Confederation. Retrieved 19 July 2022, from https://www.etuc.org/en/young-people-and-precarious-work
- Youth on globalised labour markets: Rising uncertainty and its effects on early employment and family lives in Europe. von Blossfeld, Hans-Peter [Hrsg.], Dirk [Hrsg.] Hofäcker and Sonia [Hrsg.] Bertolini.: Sehr gut 21cm, Softcover (2011) | Baues Verlag Rainer Baues. (n.d.). Retrieved 19 July 2022

ROZDZIAŁ 2 TECHNOLOGIE

- Europe's Digital Decade: Digital targets for 2030. (n.d.). [Text]. European Commission – European
- Commission. Retrieved 24 July 2022, from https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_en
- Galyani Moghaddam, G. (2010). Information technology and gender gap: Toward a global view. The Electronic Library, 28(5), 722–733. https://doi.org/10.1108/02640471011081997
- Shaping Europe's digital future. (n.d.). [Text]. European Commission - European Commission. Retrieved 24 July 2022, from https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/shaping-europe-digital-future_en
- Siddiq, F., & Scherer, R. (2019). Is there a gender gap? A meta-analysis of the gender differences in students' ICT literacy. Educational Research Review, 27, 205–217. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2019.03.007

ROZDZIAŁ 3 PRZYWÓDZTWO

- Brower, T. (10.2021). New Study On Women In Leadership: Good News, Bad News And The Way Forward. Forbes. https://www.forbes.com/sites/tracybrower/2021/10/10/new-study-on-women-in-leadership-good-news-bad-news-and-the-way-forward/?sh=495176b024b7
- Global Definitions of Leadership and Theories of Leadership Development: Literature Review. University of Cambridge Institute for Sustainability Leadership. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/final_leadership_composite_report_with_references_26-06-17.pdf
- Global Leadership Index. World Economic Forum. https://reports.weforum.org/outlook-global-agenda-2015/global-leadership-and-governance/global-leadership-index/
- Industry 4.0: At the intersection of readiness and responsibility. Deloitte Global's annual survey on business's preparedness for a connected era. (2021). Deloitte Insights. https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/us32959-industry-4-0/DI_Industry4.0.pdf
- Marturano, A., Gosling, J. (eds.) (2007). Leadership: the key concepts. London: Routledge.
- Maxwell, J. C. (2014). Pięć poziomów przywództwa. Warszawa: Logos Oficyna Wydawnicza.
- O'Neil, T., Plank, G., Domingo, P. (2015). Support to women and girls' leadership. A rapid review of the evidence. London: Overseas Development Institute. https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a0897040f0b649740000aa/Support_to_Women.pdf
- Przywództwo kobiet 2021. Technologie, nauka, biznes. Raport. Warszawa: Fundacja Perspektywy, Citi Foundation. https://womenintech.perspektywy.org/documents/shesnnovation-raport-pl.pdf

ROZDZIAŁ 4 EKOLOGIA

- Anderson, M. (2012). New Ecological Paradigm (NEP) Scale. Berkshire Encyclopedia of Sustainability, 6, 260–262.
- Bardi, U., & Alvarez Pereira, C. (Eds.). (2022). Limits and beyond: 50 years on from The limits to growth, what did we learn and what's next?: a report to the Club of Rome. Exapt Press.
- Dobson, A. (2003). Citizenship and the environment. Oxford University Press.
- Dunlap, R., & Liere, K. (2008). The 'New Environmental Paradigm'. The Journal of Environmental Education, 40, 19–28. https://doi.org/10.3200/JOEE.40.1.19-28
- Dunlap, R., Liere, K., Mertig, A., & Jones, R. (2000). Measuring Endorsement of the New Ecological Paradigm: A Revised NEP Scale. Journal of Social Issues, 56, 425–442. https://doi.org/10.1111/0022-4537.00176
- Fuchs, D. A., Gumbert, T., Sahakian, M., Maniates, M., Lorek, S., & Graf, A. (2021). Consumption corridors: Living a good life within sustainable limits (1 Edition). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Giddens, A. (2011). The politics of climate change (2nd ed., rev.updated). Polity Press.
- Hui, A. (2013, September 27). What 'likely' and 'extremely likely' really mean in climate-speak. The Globe and Mail. https://www.theglobeandmail.com/news/world/what-likely-and-extremely-likely-really-mean-in-climate-speak/article14564689/
- Kopnina, H. (2011). Qualitative Revision of the New Ecological Paradigm (NEP) Scale for children. International Journal of Environmental Research, 5, 1025–1034.
- Meadows, D. H., & Club of Rome (Eds.). (1972). The Limits to growth: A report for the Club of Rome's project on the predicament of mankind. Universe Books.
- Meadows, D. H., Randers, J., & Meadows, D. L. (2004). The limits to growth: The 30-year update. Chelsea Green Publishing Company.
- Ntanos, S., Kyriakopoulos, G., Skordoulis, M., Chalikias, M., & Arabatzis, G. (2019). An Application of the New Environmental Paradigm (NEP) Scale in a Greek Context. Energies, 12(2), 239. https://doi.org/10.3390/en12020239
- Stott, P. (2021). Hot air: The inside story of the battle against climate change denial. Atlantic Books.

ROZDZIAŁ 5 (NIE)RÓWNOŚĆ I DYSKRYMINACJA

- Carby-Hall, J. R., Góral, Z., Tyc, A. (red.). (2021) Różne oblicza dyskryminacji w zatrudnieniu. Warszawa: Wolters Kulwer
- Jak mówić i pisać o grupach narażonych na dyskryminację. Etyka języka i odpowiedzialna komunikacja. Poradnik. FleishmanHillard. https://etykajezyka.pl/
- Karta Różnorodności. Forum Odpowiedzialnego Biznesu. https://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/
- Makuchowska, M. (red.). (2021). Sytuacja społeczna osób LGBTA w Polsce. Raport za lata 2019–2020. Warszawa: Przegląd najważniejszych danych, Kampania Przeciw Homofobii i Stowarzyszenie Lambda. https://kph.org.pl/wp-content/uploads/2021/12/Rapot_Duzy_Digital-1.pdf
- Sadowska, D. (red.). Różnorodność i kultura włączająca krok po kroku, Częstochowa: Polski Instytut Praw Człowieka i Biznesu. https://pihrb.org/wp-content/uploads/2021/08/Diversity_Guide-online_spreads-final_01.pdf
- Szafraniec, K., Boni, M. (red.) (2019). Młodzi 2018. Cywilizacyjne wyzwania. Edukacyjne konieczności, Warszawa. http://mlodzi2018.pl/

ROZDZIAŁ 6 (NIE)RÓWNOŚĆ PŁCI

- Adema, W., Clarke, C., Frey, V., Greulich, A., Kim, H., Rattenhuber, P., & Thévenon, O. (2017). Work/life balance policy in Germany: Promoting equal partnership in families: Work/life balance policy in Germany. International Social Security Review, 70(2), 31–55. https://doi.org/10.1111/issr.12134
- Biuro Rzecznika Praw Obywatelskich (2015). Godzenie ról rodzinnych i zawodowych. Równe traktowanie rodziców na rynku pracy, Biuletyn Rzecznika Praw Obywatelskich 2015, nr 7. https://bip.brpo.gov.pl/pl/content/RPO-dzien-koniet-czy-kobiety-w-polsce-sa-dyskryminowane-stereotypy
- Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Równość płci. Platforma SDG UNIC Warsaw. https://www.un.org.pl/cel5
- Chmura-Rutkowska, I. (2019). Być dziewczyną - być chłopakiem i przetrwać. Płeć i przemoc w narracjach młodzieży, Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Criado-Perez, C. (2020). Niewidzialne kobiety: Jak dane tworza świat skrojony pod mężczyzn. Kraków: Wydawnictwo Karakter.
- Directive (EU) 2019/1158 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on work-life balance for parents and carers and repealing Council Directive 2010/18/EU, 32019L1158, CONSIL, EP, OJ L 188 (2019). http://data.europa.eu/eli/dir/2019/1158/oj/eng
- European Commission. (n.d.). Proposal for a DIRECTIVE OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on work-life balance for parents and carers and repealing Council Directive 2010/18/EU. EUR-Lex. Retrieved 7 November 2021, from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52017PC0253
- European Institute for Gender Equality (EIGE). Gender Equality Index. https://eige.europa.eu/gender-equality-index/2021
- European Institute for Gender Equality (EIGE). (2021). The costs of gender-based violence in the European Union. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://eige.europa.eu/publications/costs-gender-based-violence-european-union
- Kozłowska, A., & Ratajczak, Ł. P. (2021). The EU work-life balance directive – will it be a game changer for family policy in Poland? https://doi.org/10.34616/WWR.2021.2.287.304
- Małocha-Krupa, A., Hołojda, K., Śleziak, M., Krysiak, P. (2015). Słownik nazw żeńskich polszczyzny. Wrocław: Uniwersytet Wrocławski.
- Martyński, W. (2021). Molestowanie seksualne w pracy w Polsce. Badanie 2021. InterviewMe. https://interviewme.pl/blog/molestowanie-seksualne-w-pracy-badanie
- Oliveira, A., De la Corte-Rodríguez, M., & Lütz, F. (2020). The New Directive on Work-Life Balance: Towards a New Paradigm of Family Care and Equality? European Law Review, 3, 293–323.
- Opieka rodzinna i praca. Raport (2022) Warszawa: Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- Piotrowska, J., Czerwińska, A. (2008). Niemoralne propozycje: molestowanie seksualne w miejscu pracy. Fundcja Feminoteka. Warszawa. https://feminoteka.pl/9742-2/
- Porte, C. D. L., Larsen, T. P., & Szelewa, D. (2020). A Gender Equalizing Regulatory Welfare State? Enacting the EU's Work-Life Balance Directive in Denmark and Poland. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 691(1), 84–103. https://doi.org/10.1177/0002716220956910
- Rada Europy. Strategia na rzecz równości płci 2018-2023. https://rm.coe.int/gender-equality-strategy-2018-2023-pl/168097fa52
- Szpyra-Kozłowska, J. (2021). Nianiek, ministra i japonki. Eseje o języku i płci. Kraków: TAiWPN UNIVERSITAS.
- Unia równości: Strategia na rzecz równouprawnienia płci na lata 2020–2025. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0152
- Zespół ds. Polityki Równości i Różnorodności Miasta Poznania (2021). Pojęciownik równościowy, Urząd Miasta Poznania. https://www.poznan.pl/mim/main/-,p,35669,59296.html

ROZDZIAŁ 7 PANDEMIA COVID-19

- European Institute for Gender Equality (EIGE). (2021). Gender Equality Index 2021. Health. Luxembourg: Publications Office of the European Union. https://eige.europa.eu/publications/gender-equality-index-2021-health#downloads-wrapper
- Drozdowski R., i in. (2021). Życie codzienne w czasach pandemii. Raport 1-3. Poznań: Wydział Socjologii UAM. https://socjologia.amu.edu.pl/publikacje/671-zycie-codzienne-w-czasach-pandemii-raport-z-trzeciego-etapu-badan
- Wpływ pandemii COVID-19 na sytuację kobiet. Parlament Europejski https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20210225STO98702/wplyw-pandemii-covid-19-na-sytuacje-kobiet-infografiki

Spis wykresów

WYKRES 1 Oczekiwane formy pomocy związane z założeniem start-upu. *8*
WYKRES 2 Odsetek kobiet i mężczyzn pozytywnie nastawionych do wybranych technologii przyszłości..... *9*
WYKRES 3 Preferowane style przywództwa - perspektywa kobiet i mężczyzn..... *10*
WYKRES 4 Różnice płciowe w ocenie kryzysu ekologicznego. Odpowiedzi na tezę: "Tak zwany kryzys ekologiczny stojący przed ludzkością jest mocno przesadzony"..... *11*
WYKRES 5 Podejmowane działania przeciwko dyskryminacji – deklaracje kobiet i mężczyzn. *12*
WYKRES 6 Odpowiedzi na pytanie „Czy kiedykolwiek doświadczyłaś/eś osobiście lub byłaś/eś świadkiem molestowania seksualnego w środowisku pracy?". Doświadczenia kobiet i mężczyzn. *13*
WYKRES 7 Jak pandemia zmieniła nasze życie. *14*
WYKRES 8 Rozkład płci w próbie. *17*
WYKRES 9 Identyfikacja osób należących do LGBT+ z podziałem na płeć. *17*
WYKRES 9 Wielkość miejscowości urodzenia i dzieciństwa badanych *17*
WYKRES 10 Miejsce zamieszkania obecnie z rozbiciem na płeć. *18*
WYKRES 11 Odpowiedzi na pytanie: jakim rodzajem pracy jesteś zainteresowana/y w przyszłości?. *22*
WYKRES 12 Oczekiwania kobiet i mężczyzn wobec przyszłych pracodawców/czyń. *23*
WYKRES 13 Wielkość i charakter firmy w jakiej chciałoby pracować pokolenie Z. *23*
WYKRES 14 Zainteresowanie założeniem start-upu. *24*
WYKRES 15 Wyzwania związane z założeniem własnego start-upu. *24*
WYKRES 16 Oczekiwane formy pomocy związane z założeniem start-upu. *25*
WYKRES 17 Emigracja zawodowa – odpowiedzi na pytanie: czy rozważasz pracę w innym kraju niż Polska? *27*
WYKRES 18 Czy planujesz wyjazd z kraju w związku z sytuacją społeczno-polityczną?..... *27*
WYKRES 19 Odpowiedzi na pytanie: Czy zgodzisz się z tezą, że kariera kobiet w branży TECH/IT napotyka na więcej barier niż kariera mężczyzn?. *28*
WYKRES 20 Nastawienie do nowych technologii. Zsumowane odpowiedzi "zdecydowanie tak" i "raczej tak" w grupach płci. *37*
WYKRES 21 Źródła wiedzy badanej młodzieży z pokolenia Z na temat nowych technologii. *41*
WYKRES 22 Odsetek kobiet i mężczyzn deklarujących szeroką wiedzę i zainteresowanie wybraymi technologiami przyszłości *43*

WYKRES 23 Odsetek kobiet i mężczyzn pozytywnie nastawionych do wybranych technologii przyszłości. *43*
WYKRES 24 Przekonania na temat charakteru cech przywódczych. *51*
WYKRES 25 Preferowane style przywództwa kobiet i mężczyzn. *52*
WYKRES 26 Odpowiedzi na pytanie: czy chciał(a)byś pełnić funkcję liderki/lidera?. *55*
WYKRES 27 Zaangażowanie społeczne kobiet i mężczyzn. *56*
WYKRES 28 Czy przywództwo kobiece różni się od męskiego?. *57*
WYKRES 29 Nadzieje związane z przywództwem kobiet. *57*
WYKRES 30 Teza: Zbliżamy się do limitu liczby ludności jaką planeta Ziemia jest w stanie utrzymać / pomieścić. *66*
WYKRES 31 Teza: Ziemia zawsze będzie dobrym miejscem do życia dzięki pomysłowości człowieka. *68*
WYKRES 32 Teza: Ludzie mają prawo poddawać środowisko naturalne modyfikacjom, aby zaspakajać swoje potrzeby *70*
WYKRES 33 Teza: ludzka ingerencja w naturę często przynosi katastrofalne skutki..... *71*
WYKRES 34 Teza: Równowaga w naturze jest delikatna i łatwo ją utracić. *71*
WYKRES 35 Teza: ludzie mocno / poważnie nadużywają środowisko naturalne. *73*
WYKRES 36 Teza: tak zwany "kryzys ekologiczny" stojący przed ludzkością jest wysoce/mocno przesadzony. *73*
WYKRES 37 Teza: „Jeśli sytuacja nie ulegnie zmianie, wkrótce będziemy świadkami poważnej katastrofy klimatycznej". *73*
WYKRES 38 Pytanie: Które czynniki przede wszystkim odpowiadają za obserwowany obecnie kryzys klimatyczny? *75*
WYKRES 39 Zachowania istotne dla ochrony środowiska – sfera prywatna. *78*
WYKRES 40 Pytanie: Jak często dokonujesz ekologicznych wyborów konsumenckich w codziennym życiu? *79*
WYKRES 41 Jak często angażujesz się ekologicznie na poziomie obywatelskim (działania pro-eko, tworzenie petycji, zbieranie podpisów) *81*
WYKRES 42 Uczestnictwo w Młodzieżowym Strajku Klimatycznym..... *81*
WYKRES 43 Proekologiczna aktywność obywatelska. *81*
WYKRES 44 Poczucie wpływu badanych na pokonanie kryzysu klimatycznego *82*
WYKRES 45 Ocena wpływu podmiotów na pokonanie kryzysu klimatycznego. *83*
WYKRES 46 Doświadczenie dyskryminacji *91*
WYKRES 47 Podejmowane działania przeciwko dyskryminacji – deklaracje kobiet i mężczyzn. *94*
WYKRES 48 Udział badanych kobiet i mężczyzn w protestach przeciwko zmianom w prawie aborcyjnym oraz udzielane wsparcie społeczności LGBT+. *95*
WYKRES 49 Czy równość płci została osiągnięta? Perspektywa kobiet i mężczyzn..... *104*
WYKRES 50 Czy równość płci zagraża polskiej rodzinie – przekonania kobiet i mężczyzn. *105*
WYKRES 51 Warunki osiągnięcia równości płci. *106*
WYKRES 52 Warunki osiągnięcia równości płci – perspektywa kobiet i mężczyzn (uwzględniono odpowiedzi „zdecydowanie tak"). *107*
WYKRES 53 Doświadczenie dyskryminacji ze względu na płeć w perspektywie kobiet i mężczyzn (w wykresie uwzględniono odpowiedzi „zawsze", „często", „czasami"). *109*
WYKRES 54 Używanie feminatywów. *110*
WYKRES 55 Odpowiedzi na pytanie „Czy kiedykolwiek doświadczyłaś/eś osobiście lub byłaś/eś świadkiem molestowania seksualnego w środowisku pracy?". Doświadczenia kobiet i mężczyzn. *114*
WYKRES 56 Preferowany model oraz priorytet w przypadku konfliktu pracy z życiem prywatnym. Preferencje kobiet i mężczyzn. *113*
WYKRES 57 Jak pandemia zmieniła życie młodych osób? *121*

Prof. UAM dr hab.
Iwona Chmura-Rutkowska

dr hab. prof UAM, pedagożka, socjolożka, pracuje w Zakładzie Socjologii Edukacji na Wydziale Studiów Edukacyjnych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Członkini Polskiego Towarzystwa Pedagogicznego, Zespołu Pedagogiki Młodzieży oraz Sekcji Pedagogiki Krytycznej przy Komitecie Nauk Pedagogicznych PAN, Rady Naukowej Interdyscyplinarnego Centrum Badań Płci Kulturowej i Tożsamości UAM, zespołu „Gdy Nauka Jest Kobietą UAM, Zespołu ds. Audytu i Monitoringu Równości oraz Różnorodności UAM. Współzałożycielka i członkini grupy badawczej Płeć i Edukacja – Gender and Education. Kierowniczka, badaczka i konsultantka projektów z zakresu dyskryminacji i przemocy motywowanej stereotypami, edukacji prorównościowej oraz studiów nad historią kobiet.
Współpracowniczka instytucji państwowych, samorządowych oraz organizacji pozarządowych działających na rzecz równego traktowania. Członkini Zespołu ds. Polityki Równości i Różnorodności Miasta Poznania oraz Zespołu sterującego polityki oświatowej dla miasta Poznania 2030. Wiceprezeska Fundacji Muzeum Historii Kobiet, przewodnicząca rady Fundacji Ja,Nauczyciel. Autorka popularnonaukowych artykułów, materiałów szkoleniowych i warsztatów dotyczących równego traktowania dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Autorka i współautorka publikacji naukowych, między innymi: Niegodne historii? (2015), Gender w podręcznikach. Projekt badawczy (2016), Być dziewczyną – być chłopakiem i przetrwać. Płeć i przemoc w narracjach młodzieży (2019), Raport z monitoringu warunków pracy i równego traktowania w UAM (2022).

dr Agnieszka Kozłowska

dr biologii (specjalność: biologia człowieka), adiunkt na Wydziale Studiów Edukacyjnych Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Prowadzi badania i dydaktykę w zakresie: edukacja przyrodnicza i ekologiczna, edukacja klimatyczna, edukacja antydyskryminacyjna, polityka oświatowa. Współzałożycielka i członkini grupy badawczej Płeć i Edukacja - Gender and Education. Członkini Polskiego Towarzystwa Pedagogicznego, stowarzyszenia kształcenia nauczycieli w Europie ATEE (Association for Teacher Education in Europe) oraz Zespołu Pedagogiki Młodzieży przy Komitecie Badań Pedagogicznych PAN. Członkini Zespołu sterującego polityki oświatowej dla miasta Poznania 2030. Była parlamentarzystka i europarlamentarzystka, pracowała w komisjach ds. równości kobiet i mężczyzn, edukacji i rynku pracy.

Shesnnovation Academy to program akceleracyjny kobiecych startupów w obszarze STEM realizowany przez Fundację Edukacyjną Perspektywy przy wsparciu merytorycznym Fundacji Citi Handlowy im. Leopolda Kronenberga. Projekt finansowany ze środków Citi Foundation

www.shesnnovation.pl
www.womenintech.perspektywy.org