**#Czyżby - Nie osądzaj, nie wiesz wszystkiego - nowa kampania Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką walczy z nieświadomymi uprzedzeniami na temat płci i wieku**

**Tylko ¼ Polaków w wieku powyżej 60. roku życia uważa, że jest dobrze traktowana na rynku pracy, zdaniem 72 proc. kobiet stereotypy na temat płci utrudniają im awans zawodowy, a z urlopów rodzicielskich korzysta zaledwie 1 proc. mężczyzn. Klub Champions of Change Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką wystartował z kampanią #Czyżby - Nie osądzaj, nie wiesz wszystkiego, która zwraca uwagę na problem stereotypów związanych z funkcjonowaniem w środowisku biznesowym.**

Każdy z nas działa według pewnych schematów i głęboko zakorzenionych przekonań - to pierwotna cecha, która pozwala instynktownie reagować na zagrożenia i pozwoliła ludzkości ewoluować i przetrwać. Niestety może to również mieć negatywne skutki. Nieświadome uprzedzenia (ang. *unconscious bias*) wobec innych ludzi wpływają na decyzje, które mogą wydawać się obiektywne, a jednak prowadzą do dyskryminacji. Są tak silne, że przejmuje je nawet sztuczna inteligencja, wyłapując pewne niuanse i wzorce zachowań w wypowiedziach, na podstawie których uczy się ludzkich zachowań.

Klub Champions of Change Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką wystartował z kampanią [#Czyżby - Nie osądzaj, nie wiesz wszystkiego](https://sukcespisanyszminka.pl/kampania-czyzby-nieuswiadomione-uprzedzenia/), której celem jest właśnie zwrócenie uwagi na nieświadome uprzedzenia i na fakt, że często nie wszystko jest takie, jakie wydaje się na pierwszy rzut oka. Czasem warto zastanowić się kilka razy przed wydaniem instynktownej opinii. **Klub Champions of Change postanowił skupić się na stereotypach funkcjonujących w środowisku biznesowym** - ocenianiu kandydatów do pracy ze względu na wiek, osądzaniu matek przez pryzmat tego, czy zrezygnowały z kariery na rzeczy opieki nad dzieckiem, czy też ją kontynuują, a także niechętnego podejścia społeczeństwa do brania urlopów rodzicielskich przez ojców.

**Tylko ¼ Polaków w wieku 60+ uważa, że jest dobrze traktowana na rynku pracy**

Jak podaje Polski Instytut Ekonomiczny w swoim najnowszym [raporcie](https://pie.net.pl/wp-content/uploads/2022/02/PIE-Raport_Ageizm.pdf), tylko ¼ osób w wieku powyżej 60 lat uważa, że są dobrze traktowane na rynku pracy, a **blisko 70 proc. osób w wieku 50-59 lat wolałoby zatrudnić 30-letniego mężczyznę niż tak samo wykwalifikowanego 60-latka**. W przeprowadzonym na potrzeby badania eksperymencie 28-letni kandydaci w Warszawie otrzymywali propozycję zatrudnienia czterokrotnie częściej, niż ich 52-letni konkurenci. Jednocześnie, wraz ze wzrostem wymaganych przez pracodawcę kwalifikacji, rosła skala dyskryminacji starszych kobiet.

**14 proc. kobiet przed przyjęciem awansu powstrzymywałaby obawa, że nie dadzą rady pogodzić pracy z wychowaniem dzieci**

Wpływ na sytuację Polek na rynku pracy niewątpliwie ma fakt, że to one zazwyczaj poświęcają kilka lat lub nawet całość swojej kariery na rzecz opieki nad dziećmi, czy starszymi członkami rodziny. Jak podaje [GUS](https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/zasady-metodyczne-rocznik-pracy/wybrane-aspekty-rynku-pracy-w-polsce-aktywnosc-ekonomiczna-ludnosci-przed-i-w-czasie-pandemii-covid-19%2C11%2C1.html), **obowiązki związane z życiem rodzinnym to najczęstsza przyczyna bierności zawodowej kobiet w wieku produkcyjnym**. *Kobiety w Polsce nadal zarabiają mniej niż mężczyźni, dodatkowo po powrocie z urlopu macierzyńskiego przez 2-3 lata nie są brane pod uwagę, kiedy w firmie pojawia się możliwość awansu - socjologowie nazywają to zjawisko "karą za macierzyństwo".* [Zdaniem 79 proc. kobiet](https://think-tank.pl/wp-content/uploads/2022/01/ROSNACA-SILA-KOBIET-FINAL_raport.pdf) *przeszkodę w awansie stanowią dla nich właśnie stereotypy płci. Omija je też tzw. podwyżka inflacyjna, a większość firm tego później nie wyrównuje. Trudno się więc dziwić, że w razie potrzeby to one częściej rezygnują z kariery, bo ma to mniejszy wpływ na domowy budżet. Jednocześnie jednak kobiety, które zdecydują się poświęcić wychowaniu dzieci, są często oceniane przez innych jako pozbawione ambicji* - mówi **Olga Kozierowska, Prezeska Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką i pomysłodawczyni konkursu Bizneswoman Roku**.Według [badania](https://sukcespisanyszminka.pl/wp-content/uploads/2019/01/SPS_Raport_SzanseiBarieryDlaKobietwBiznesie.pdf) Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką 14 proc. kobiet przed przyjęciem awansu powstrzymywałaby obawa, że nie dadzą rady pogodzić pracy z wychowaniem dzieci, a zdaniem 12 proc. istotny wpływ na taką decyzję miałoby wsparcie w opiece nad dziećmi i większe partnerstwo w związku.

Ta ostatnia kwestia wciąż pozostaje problematyczna - według [danych ZUSu](https://www.zus.pl/baza-wiedzy/statystyka/miesieczna-informacja-o-wybranych-swiadczeniach-pienieznych) **z urlopów rodzicielskich korzysta zaledwie 1 proc. mężczyzn**. *Na rynku nadal funkcjonuje silny stereotyp, który przypisuje kobiecie obowiązek brania zwolnienia, kiedy coś dzieje się z dzieckiem. Jeśli chce tak zrobić ojciec, patrzy się na niego "krzywo". A coraz więcej młodych ojców chce angażować się w wychowanie swoich dzieci* - dodaje **Olga Kozierowska, Prezeska Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką i pomysłodawczyni konkursu Bizneswoman Roku** - *Dzieci zaangażowanych obojga rodziców lepiej się uczą, rzadziej mają problemy psychologiczne i psychiatryczne, mają wyższą odporność i są po prostu szczęśliwsze.*

**O kampanii**

Kampania [#Czyżby - Nie osądzaj, nie wiesz wszystkiego](https://sukcespisanyszminka.pl/kampania-czyzby-nieuswiadomione-uprzedzenia/) jest inicjatywą Klubu Champions of Change Fundacji Sukcesu Pisanego Szminką, zrzeszającego prezesów dużych firm działających w Polsce. Jego członkowie chcą m.in. działać właśnie na rzecz upowszechniania urlopów rodzicielskich wśród mężczyzn. Celem Klubu jest inspirowanie siebie i innych do wprowadzania nowych standardów zatrudnienia oraz rozwoju pracowników.

W ramach kampanii Fundacja opublikowała ilustracje autorstwa amerykańskiej graficzki i malarki Mary Catherine Starr, działającej na rzecz równouprawnienia kobiet oraz angażującej się w walkę ze stereotypami, szczególnie tymi na temat macierzyństwa. Ilustracje będą udostępniane w mediach społecznościowych Sukcesu Pisanego Szminką oraz jej partnerów.