

KOBIETY STEM CICHA REWOLUCJA?



MICHAŁ BIELECKI

STEM WOMEN A SILENT REVOLUTION?

Kwestię obecności kobiet w nauce można bardzo łatwo i szybko strywializować. Od wygłoszenia truizmu – samego w sobie niepoprawnego politycznie, że kobiety nie ustępują nawet na krok mężczyznom w kompetencjach intelektualnych, skończywszy na rozważaniach natury językowej, dlaczego wszyscy mówią „naukowiec”, a nie „naukowczyni”. Refleksje nad tym problemem prowadzą nas jednak dużo dalej – do fascynującego świata kultury, wartości oraz władzy. | The presence of women in science could be easily trivialised: starting from the politically incorrect cliché, that women are as good as men when it comes to intellectual competences, through to linguistic considerations about the tendency to use the masculinised terms ending in “-man” rather than “-woman.” If we look at this issue more closely, we will enter the fascinating world of culture, values and power.

W 2013 r. na cykliczny konkurs organizowany przez firmę LEGO nadesłana została praca autorstwa geochemiczki dr Ellen Kooijman, której projekt przewidywał wprowadzenie na rynek serii dwunastu figurek kobiet naukowców. Pomysł bardzo spodobał się amerykańskiej organizacji Sojusz Odważnych Dziewczyn, które zamieściła w Internecie petycję do koncernu popierającą pomysł dr Kooijman. Niedługo po tym pod petycją widniało już ponad 40 tys. podpisów. Firma przychyliła się do prośby i w swojej najnowszej kolekcji umieściła trójkę pań naukowczyń: astronomkę, paleontolożkę i chemiczkę.

Decyzja producenta klocków dla dzieci, niezależnie od tego, czy wymuszona czy nie, dobrze ilustruje zachodzący we współczesnym świecie istotny proces zmiany stereotypu społecznej roli kobiety, który jest w nas zaszczerpiany od najmłodszych lat. Różowe – niebieskie, lalki – samochodziki, ubranka dla lalek – zestawy małego mechanika itd. Te klisze towarzyszą nam, gdy kupujemy zabawki naszym pociechom. Niejako bezrefleksyjnie kształtujemy dzieci do określonych ról, rozwijamy w nich zainteresowania do takich, a nie innych dziedzin życia, posługując się podświadomie kategoriami „mało męskich” lub „mało kobiecych” zajęć.

Owe klisze nakładane są także na życie szkolne uczniów. Dziewczynki z góry uważane są za uzdolnione w przedmiotach humanistycznych, a chłopcy w ścisłych. To początkowe ukierunkowanie bardzo wyraźnie przekłada się na wybory na kolejnych etapach budowania kariery.

WŁADZA

Po delikatnym sfeminizowaniu nowej kolekcji klocków, relacja ilościowa płci wśród figurek LEGO lekko drgnęła – do tej pory pięć piękna stanowiła zaledwie 16 proc. Niestety w rzeczywistym świecie nauki te proporcje są łudząco podobne. W Polsce na wydziałach inżynieryjno-technicznych kobiety stanowią zaledwie 19 proc. ogółu studentów. Na poszczególnych kierunkach sytuacja ta maluje się jeszcze gorzej, np. na elektryce na Politechnice Śląskiej studentki stanowią zaledwie 3,8 proc. ogółu uczących się, a na kierunkach informatycznych w kraju jedna dziewczyna przypada na ok. 10 kolegów z roku.

Stanowiska kierownicze na uczelniach technicznych w Polsce również skupione są w rękach mężczyzn. Według wyników badania Fundacji Edukacyjnej Perspektywy, mamy w kraju obecnie tylko jedną panią rektor (prof. dr hab. Marię Nowacką-Skowron z Politechniki Częstochowskiej), 4 panie prorektor (ok. 6 proc.) oraz 13 pań dziekan (8 proc.). Na jednej trzeciej uczelni technicznych do poziomu dziekana nie znajdziemy ani jednej kobiety.

Liczyby te mogą martwić tym bardziej, że to właśnie od postępu nauk technicznych i informatycznych w znacznej mierze zależy kształt naszej przyszłości. Absolwenci

her work submitted to LEGO contest in 2013, Dutch geochemist Dr Ellen Kooijman proposed creating a series of twelve minifigures of female scientists. Her idea attracted the attention of an American organisation The Brave Girls Alliance which published an on-line petition addressed to LEGO to support the Kooijman's project. Soon afterwards, the petition gained more than 40,000 signatories. The company responded positively to the request, and its newest collection includes three female scientists: an astronomer, a palaeontologist and a chemist.

The decision, whether forced or not, perfectly reflects the current significant transformation of the stereotypical perception of women we've been taught since we were children. Pink vs. blue, dolls vs. cars, doll clothes vs. young engineer sets etc.: we follow these clichéd patterns when we buy toys for our kids. We don't pay much attention to the fact that we bring them up to fit certain roles, and instil in them interest in pre-defined domains, since we subconsciously use the criteria of "not masculine enough" or "not feminine enough" activities.

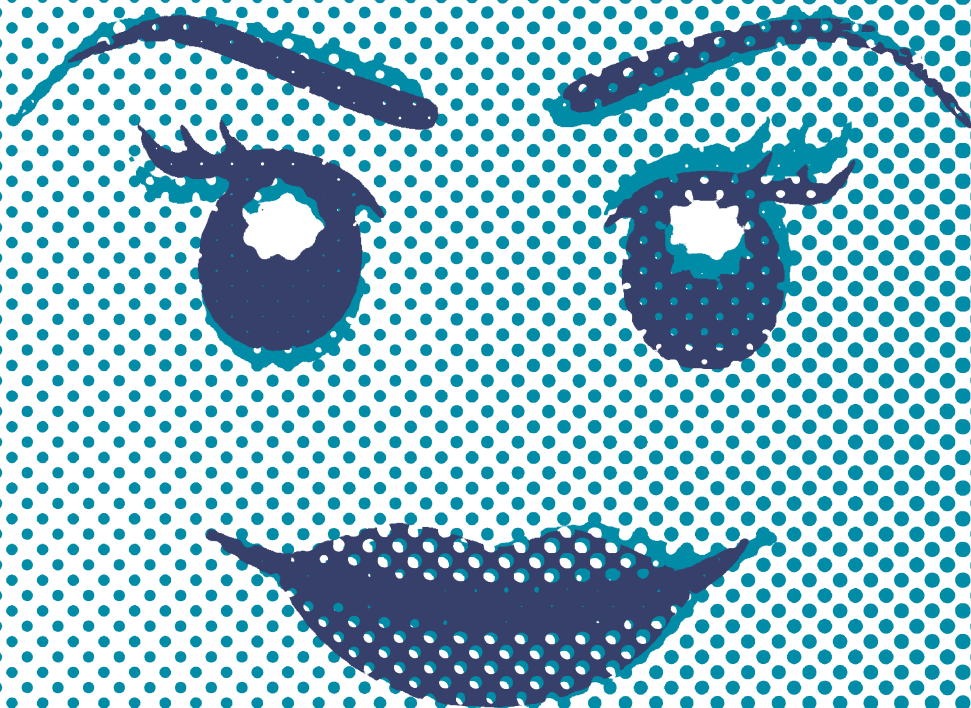
These stereotypes are also being imposed on pupils at schools. Girls are usually considered to be more successful in humanities, while boys are known to outpace them in math and exact sciences. This initial orientation very strongly impacts their decisions made later as adults, as they build their careers.

POWER

With the feminist tinge added to the LEGO collection, the gender proportion within the minifigure population only slightly improved, rising from the previous 16 per cent. Unfortunately, in today's world of science this indicator is very similar. Women make up only 19 per cent of all technology and engineering students in Poland. As for specific study areas, the situation is even less optimistic: women studying electrical engineering at the Silesian University of Technology account for just 3.8 per cent of all students, while the proportion of female to male IT students is 1:10.

Managerial positions at engineering and technology universities in Poland are also held mostly by men. According to research carried out by the Perspektywy Education Foundation, there is only one female vice-chancellor in Poland (Prof. Maria Nowacka-Skowron, PhD, Częstochowa University of Technology), 4 female deputy vice-chancellors (about 6 per cent) and 13 female deans (8 per cent). One third of Polish technology universities do not employ a single woman holding the position of dean or lower.

The numbers are especially worrying, given that the progress of technical and IT sciences has a significant influence on our future. Using their knowledge and skills, graduates of Tech universities can have a real impact



politechnik dzięki swojej wiedzy i umiejętnościom zyskują realny wpływ na rozwój kluczowych sektorów gospodarki globalnej oraz na rozwiązania takich problemów, jak ocieplenie klimatu czy kryzysy w energetyce związane z wyczerpywaniem się zasobów paliw kopalnych.

Nie jest także przypadkiem, że obecnie jedna trzecia prezesów pięciuset największych firm w Polsce (wg zestawienia „Rzeczpospolitej”) to absolwenci kierunków technicznych.

CZY DA SIĘ COŚ ZMIENIĆ?

W ostatnich latach coraz częściej pojawiają się inicjatywy mające na celu zwrócenie uwagi na problem niskiej reprezentacji kobiet w świecie nauk STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics). Włączają się w nie zarówno sektor administracji publicznej, świat akademicki jak i NGO oraz biznes.

Przykładem tego typu kampanii, z polskiego podwórka, jest inicjatywa zapoczątkowana w 2007 r. przez Fundację Edukacyjną Perspektywy o wiele mówiącym tytule „Dziewczyny na Politechnikę!”. Inspiracją do jej powstania był organizowany od ponad dekady przez władze państwowe w Niemczech tzw. „Girls’ Day” – swego rodzaju targi pracy, na które zaproszone są jedynie dziewczyny. W polskim formacie realizowany jest natomiast Ogólnopolski Dzień Tylko Dla Dziewczyn na wydziałach technicznych. Organizatorzy chwalą się, że (także dzięki ich wysiłkom) liczba studentek na tytułowych politechnikach wzrosła od początku trwania akcji o 24 tys. (o 7 proc. do poziomu 36,8 proc.).

W Polsce na wydziałach inżynierjno-technicznych kobiety stanowią zaledwie 19 proc. ogółu studentów | Women make up only 19 per cent of all technology and engineering students in Poland

on the key sectors of global economy and help solve such issues, as climate change and energy crises caused by fossil fuel depletion.

It shouldn't be therefore surprising that, one third of CEOs employed by the 500 biggest companies in Poland, graduated from such schools (according to a ranking published by “Rzeczpospolita”).

CAN ANYTHING BE CHANGED?

In recent years there has been an increase in the number of initiatives aimed at raising awareness of the under-representation of women in STEM fields (Science, Technology, Engineering, Mathematics). These activities bring together public administration, academia, NGOs and business.

One such campaign in Poland, entitled “Girls as Engineers!” was launched in 2007 by the Perspektywy Education Foundation. The authors of this initiative were in-

Jak zauważa prof. Katarzyna Chasińska-Mecukow, w niedawnej wypowiedzi dla radia TOK FM, na niektórych kierunkach ścisłych czy przyrodniczych proporcja studentek do studentów jest już praktycznie równa. Problemem natomiast pozostaje fakt, że niewiele kobiet zostaje potem na uczelni lub nie awansuje na wyższe szczeble w biznesie. W powszechnej opinii mechanizm, który doprowadza do takiej sytuacji, zdaje się być postrzegany dość jednostronnie – kobiety rodzą dzieci, idą na urlopy macierzyńskie, a w tym czasie awansują ich koledzy z pracy, których kariera nabiera tym samym rozpędu. Gdy przyjrzymy się jednak bliżej, zauważymy, że część „winy” leży także po stronie samych kobiet.

Ciekawą diagnozę problemu przedstawia Sheryl Sandberg, amerykańska bizneswoman, autorka książki „Lean In: Women, Work and the Will to Lead” (pol. „Włącz się do gry”), obecnie szef operacyjny firmy Facebook. Sandberg daje kobietom, które decydują się na pracę zawodową, trzy główne rady:

1. „SIADAJ PRZY STOLE” Kobiety powinny nabrać pewności siebie. W przeciwieństwie do mężczyzn, mają dużo silniejszą tendencję do przypisywania swoich sukcesów czynnikom zewnętrznym niż samym sobie. Rezygnują też z „walki” o lepsze warunki zatrudnienia – w USA jedynie 7 proc. młodych kobiet wchodzących na rynek pracy negocjuje swoje wynagrodzenie, podczas gdy w przypadku mężczyzn wskaźnik ten wynosi

57 proc. Problem ten wynika jednak nie tylko z niskiej samooceny kobiet, ale także z bardzo istotnego mechanizmu, wedle którego asocjacje z „kobietami sukcesu” wykazywane przez większość badanych są o wiele bardziej negatywne niż w przypadku „mężczyzn sukcesu” (case Heidi Roizen, Harvard Business School).

2. „UCZYŃ SWOJEGO PARTNERA PRAWDZIWYM PARTNEREM” To rada dotycząca życia rodzinnego. Nie jest tajemnicą, że kobiety wykonują dużo więcej prac domowych (wg przywołanych badań – ok. trzykrotnie) i przeznaczają więcej czasu na opiekę nad dziećmi niż ich partnerzy,

3. „NIE WYCHODŹ ZANIM NIE WYJDZIESZ” Wiele pracujących

inspired by the “Girls’ Day,” a girls-only job fair organised by the German government for over a decade. In Poland, faculties of technical sciences hold a National Open Day - For Girls Only. The organisers are proud that, with their contribution, the number of female students at Tech universities has increased by 24,000 since the beginning of the campaign (up 7-per cent from 36.8 per cent).

In her recent interview with TOK FM radio station, Prof. Katarzyna Chasińska-Mecukow said that the proportion of female to male students of exact and natural sciences is practically 1:1. Nevertheless, the fact that only a very small group of women stay at the universities, while others

cannot progress to higher positions in business remains an unresolved issue. There is a commonly perceived mechanism behind this situation: while women have babies and go on maternity leaves, their male colleagues get promoted and boost their career momentum. However, if we take a closer look it will become clear that women are also to blame.

Sheryl Sandberg, an American businesswoman, author of the book “Lean in: Women, Work and the Will to Lead,” and the COO of Facebook, presents an interesting approach to the problem. She gives three main points of advice to women who want to start their careers:

1. “SIT AT THE TABLE” Women should become more self-confident. Unlike men, they are more likely to believe their success resulted

from external factors rather than credit themselves with what they achieve. They also give up their “fight” for better employment conditions: only 7 per cent of young women starting out in the labour market in the US negotiate their remuneration, compared to 57 per cent per cent of men. Women’s low self-esteem is one reason, another is the much more negative associations that the majority of respondents have with “women of success” (case Heidi Roizen, Harvard Business School).

2. “MAKE YOUR PARTNER A REAL PARTNER” This advice refers to family life. It is not rocket science that women do more housework than men (about three times as much, based

ANNA GROSIK, HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT, SUSTAINABILITY OFFICER, SIEMENS

Zaangażowaliśmy się w projekt Lean in STEM z wielu powodów. Między innymi dlatego, że jako spółka technologiczna zatrudniamy wielu specjalistów inżynierów, technologów, a poza tym idea wspierania dziewczyn, młodych kobiet, które rozpoczynają karierę, jest zarówno mi jak i wielu moim koleżankom bardzo bliska. W Siemensie pracuje wiele wspaniałych doświadczonych kobiet, które z chęcią dzielą się swoją wiedzą nie tylko zawodową, ale też osobistą, w projekcie Lean In STEM reprezentuje nas Katarzyna Ochocińska. Ten projekt to kontynuacja współpracy z Fundacją Perspektywy. W naturalny sposób wpisuje się w przedsięwzięcie, nad którym pracujemy wspólnie, a mianowicie badanie „Potencjał technologiczny kobiet”. Siemens obecny jest nie tylko w dyskusjach gospodarczych, ale również w wielu ważnych kwestiach społecznych, dlatego jesteśmy partnerem wspomnianego projektu. Jako odpowiedzialna firma chcemy mieć swój udział w obalaniu barier hamujących dostęp kobiet do branży technologicznej. Nasz udział jako partnera w badaniu oraz wypracowanie wspólnie z Fundacją Edukacyjną Perspektywy zestawu rekomendacji w obszarze polityki publicznej sektora biznesowego oraz organizacji pozarządowych pozwoli na wypracowanie rozwiązań wspierających ten obszar. Mamy też nadzieję, że dzięki temu projektowi zachęcimy wiele młodych dziewczyn do studiowania na kierunkach ścisłych i technicznych oraz podejmowania wyzwań zawodowych w tej branży. Zatem Lean In Stem dla mnie to naturalna kolej rzeczy.

kobiet, mając na uwadze plany macierzyńskie, niejako wycofuje się z życia zawodowego na długo przed tym zanim faktycznie zajdą w ciążę czy nawet znajdą stałego partnera. Brak awansu przed urlopem macierzyńskim może z kolei rodzić ryzyko obniżonej motywacji powrotu do życia zawodowego po dłuższej przerwie.

W swojej książce Sheryl Sandberg, oprócz propagowania postaw przywódczych wśród pań, zachęca do praktyki networkingu i „mentoringu kobiecego” w branży technologicznej. Ta ostatnia metoda wydaje się właściwą odpowiedzią na złożoność problemów o charakterze nie tylko systemowym, jak brak miejsc w przedszkolach czy żłobkach, ale także społecznym oraz psychologicznym, z którymi przychodzi się mierzyć kobietom rozwijającym karierę zawodową. Mentoring kobiecy staje się w ostatnich latach coraz częstszym elementem akcji społecznych, wspierających panie na drodze kariery zawodowej. Przykładem polskiej adaptacji tej idei jest zainicjowany przez Fundację Edukacyjną Perspektywy w partnerstwie z instytucjami publicznymi i firmami z branży technologicznej program „Lean In STEM”. Projekt tworzy pięć elementów:

1. Program Mentoringu Kobiecego Lean In High Tech dla studentek i absolwentek uczelni technicznych. 10 menterek – wybitnych przedstawicieli świata nauki z Polski i USA, wesprze swoje podopieczne w planowaniu i budowaniu kariery.
2. Akademia Inspiracji Girls go STEM! – seria webinarów dla gimnazjalistek, które wysłuchają mów inspiracyjnych wygłoszonych przez Female Role Models – kobiety, które zrobiły karierę w branży technologicznej.
3. Podwieczorki technologiczne Lean in STEM – spotkania „offline” w partnerskich firmach technologicznych dla dziewczyn zainteresowanych nowymi technologiami i karierą w tej branży.
4. Konferencja Lean in STEM, która odbędzie się w Warszawie w czerwcu 2015 r. i w ramach której odbędą się liczne warsztaty, dyskusje i sesje networkingu kobiecego.
5. Aktywny Krąg Lean in STEM POLAND na platformie amerykańskiej Mightybell (www.leanin.org) – networking wirtualny.

on the above mentioned research) and spend more time taking care of children than their partners.

3. “DON'T LEAVE BEFORE YOU LEAVE” As they plan to become mothers, a lot of working women give up their professional life long before they actually become pregnant or find the right partner. Also, if they don't get promoted before going on maternity leave, they run a risk of losing motivation to return to their professional life after a longer break.

Apart from promoting leadership behaviours among women, Sheryl Sandberg promotes networking and “women's mentoring” in the technology industry. The latter method seems to be the right solution to systemic

problems, such as the insufficient accommodation capacity of day care centres and kindergartens, but also to social and psychological issues, encountered by women willing to progress in their careers. In recent years, women's mentoring has been a frequent element of community initiatives aimed at supporting women in pursuing their career ambitions. In Poland, this idea has been implemented under the programme “Lean in STEM,” held by the Perspektywy Education Foundation in cooperation with public institutions and technology companies. The project comprises five components :

1. Lean In High Tech Women's Mentoring Programme for female students and graduates of technology

universities. A group of 10 female mentors representing academic circles from Poland and the USA will support the beneficiaries in planning and developing their careers.

2. Inspiration Academy Girls go STEM!: a series of webinars for junior high school students, conducted by Female Role Models - women who have built successful careers in the technology industry.

3. Lean in STEM Technological Teatime: “off-line” meetings in partner technology companies for girls interested in new technologies and building their careers in the industry.

4. Lean in STEM conference, which will take place in Warsaw in June 2015, and will include numerous workshops, discussions and networking sessions for women.

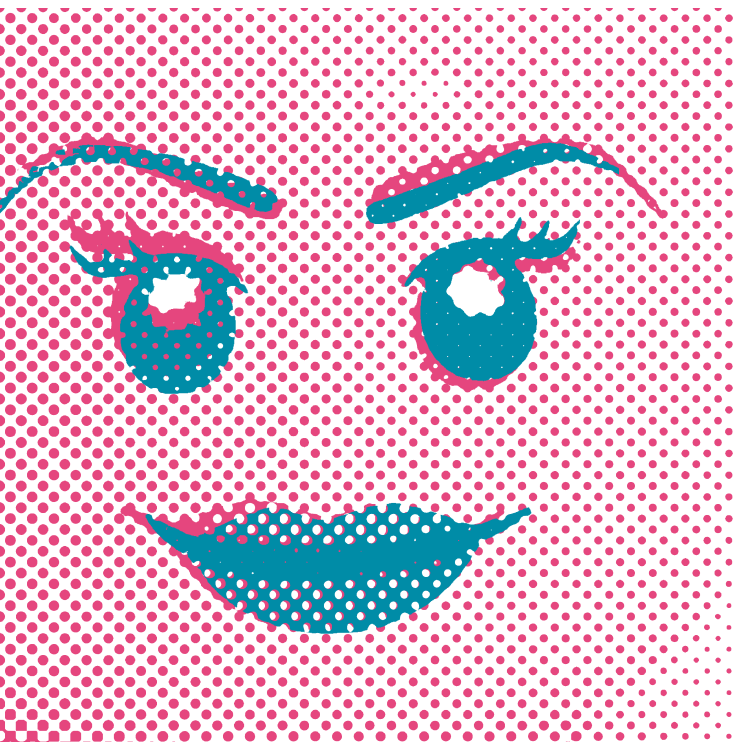
5. Active Circle Lean in STEM in Poland on a US platform Mightybell (www.leanin.org) - virtual networking.

ANNA GROSIĄK, HEAD OF BUSINESS DEVELOPMENT, SUSTAINABILITY OFFICER, SIEMENS

We have joined the Lean in STEM project for a number of reasons. Being a technology company, we employ many professional engineers and technology specialists. Also, the idea of helping young women to start their careers is important not only to me, but also to my female colleagues. We have a lot of great experienced women at Siemens, and they share their expertise and personal knowledge with others. In the Lean In STEM project we are represented by Katarzyna Ochocińska. This initiative allows us to further cooperate with the Perspektywy Foundation. Naturally, it is in line with our common undertaking, “The technological potential of women.” Siemens participates not only in economic discussions, but also in resolving serious social issues, which is why we are a partner in this project. Being a responsible company, we want to contribute to reducing the barriers to women accessing the technology industry. Being a partner in the research, as well as developing public policy recommendations for business and NGOs in cooperation with the Perspektywy Education Foundation, will help us offer useful solutions applicable to this area. We also hope that this project will encourage many young women to study exact sciences and technology, and to set career goals around those fields. Therefore, Lean In STEM is such a natural thing for me.

Jednym z partnerów biznesowych „Lean in STEM” w Polsce jest m.in. światowy lider rynku nowych technologii – firma Siemens, która w 2014 r. wraz z Fundacją Edukacyjną Perspektywy postanowiła przeprowadzić badanie pt. „Potencjał kobiet dla branży technologicznej” wśród kobiet reprezentujących środowiska: licealistek, maturzystek, studentek oraz kobiet z wybranych innowacyjnych przedsiębiorstw technologicznych. Jest to pierwsze tego typu badanie, ukazujące to zagadnienie z tych 4 perspektyw. Publikację raportu z badania przewidziano na wrzesień 2015 r.

Wyniki badania mają przybliżyć odpowiedzi na pytania związane z uwarunkowaniami, aspiracjami i oczekiwaniami, które stoją za wyborami ścieżki edukacyjnej przez kobiety. Celem inicjatywy jest także lepsze poznanie rzeczywistości realizacji owych aspiracji na rynku pracy. Raport będzie stanowił podstawę dla stworzenia rekomendacji przez specjalnie do tego powołaną ekspercką Radę Programową. Diagnoza dokonywana w ramach badania, jak również proces tworzenia rekomendacji mają przyczynić się do stworzenia mechanizmów, które odblokują i zdynamizują potencjał technologiczny kobiet w Polsce.



JESZCZE WIĘKSZA ZMIANA?

Kobiety są niedoreprezentowane nie tylko w nauce. Ta sytuacja dotyczy wysokich szczebli praktycznie większości dziedzin życia społecznego, od polityki zaczynając, na biznesie skończywszy. Dla przykładu, powróćmy na chwilę do „magicznych” 16 proc. – właśnie tyle średnio

Mentoring kobiecy staje się w ostatnich latach coraz częstszym elementem akcji społecznych, wspierających panie na drodze kariery zawodowej | In recent years, women's mentoring has been a frequent element of community initiatives aimed at supporting women in pursuing their career ambitions

Siemens, a global leader in the hi-tech market is one of the business partners in “Lean In STEM” project for Poland. In 2014, together with the Perspektywy Education Foundation, the company conducted research on “Women’s potential for the technological industry,” covering: female high school students, female high school graduates, female university students and women from selected innovative technology businesses. This was the first study to present the issue from all four perspectives. The report is scheduled to be published in September 2015.

The results are expected to provide more insight into the motives, aspirations and expectations influencing women in choosing their educational paths. Through the initiative, we want to better understand how these aspirations are fulfilled in the labour market. The report will serve as a basis for developing recommendations by an expert Programme Council. With the help of a diagnosis carried out during the research, and through the developed recommendations, we want to build mechanisms to unlock and boost the technological potential of women in Poland.

WHAT ELSE CAN CHANGE?

Women are under-represented not only in science. This issue affects social life across most of its high levels: from politics through to business. Let’s look again at the “magical” 16 per cent: this is the average proportion of female board members in EU companies (for Poland, this indicator was at a low 10 per cent). Although it may seem more feminised, even the third sector has only 20 per cent of women in managerial positions. Those who call for more women to be present in technology universities, government, boards and anywhere else, not only want to help women move through a system of social hierarchy, but also hope for improved management in these areas. Perhaps, they hope for “better” in general?

In 2012, John Gerzema and Michael D’Antonio published the results of their two-year research, carried out on a group of 64,000 individuals from 13 countries on 4 con-

stanowiły kobiety w zarządach spółek w UE (dla Polski ten współczynnik wyniósł jeszcze mniej – 10 proc.). Nawet w świecie trzeciego sektora, który intuicyjnie nazwalibyśmy bardziej sfeminizowanym, kobiety na kierowniczych stanowiskach stanowią zaledwie 20 proc. Postulaty wprowadzenia kobiet na politechniki, do rządu, do zarządów i gdziekolwiek indziej, oprócz intencji poprawy szans poruszania się kobiet w „hierarchii” społecznej, są nierzadko poparte nadzieją na jakościową zmianę zarządzania w tych dziedzinach życia. A może nadzieją na „lepsze” w ogóle?

W 2012 r. John Gerzema i Michael D'Antonio opublikowali wyniki swoich dwuletnich badań, przeprowadzonych na próbie 64 tys. osób z 13 państw położonych na 4 kontynentach, które doprowadziły ich do stworzenia Doktryny Ateny. Najogólniej rzecz ujmując, w myśl tego paradygmatu w XXI w. na skutek wzrostu powiązań globalnych oraz transparentności procesów społecznych i ekonomicznych dojdzie do zmiany postaw i wartości ludzi, którzy odchodząc od tradycyjnych form życia społecznego, staną się bardziej współpracujący, elastyczni, rzeklibyśmy – bardziej kobiecy.

Bardzo ciekawy był proces dochodzenia do powyższych wniosków. Pierwszym etapem badań była ankieta, której wyniki pokazały dość dużą spójność poglądów respondentów we wszystkich krajach, w których prowadzono badanie. 57 proc. ankietowanych wyraziło niezadowolony, że władzę w ich krajach sprawują w większości mężczyźni (najwięcej, bo 79 proc. niezadowolonych było w Japonii, ok. dwóch trzecich w USA czy Indonezji). Również większość, bo aż 66 proc., wyraziła opinię, że świat byłby lepszy, gdyby mężczyźni myśleli bardziej jak kobiety (75 proc. we Francji i Brazylii). W kolejnych etapach badania grupę 64 tys. respondentów podzielono na pół. Pierwszą połowę poproszono o zakwalifikowanie 125 cech charakteru do trzech kategorii: męskie, żeńskie, neutralne. Następnie drugą połowę zapytano (bez wdawania się w kwestie płci), które z tych samych cech mają silniejszy – pozytywny lub negatywny – związek z dobrym przywództwem, sukcesem, moralnością i szczęściem. Okazało się, że ludzie poszukiwaliby lidera posiadającego w większości cechy, które zostały przez pierwszą grupę zakwalifikowane jako żeńskie. Widzieliby w jej/jego osobie gotowość do dzielenia się uczuciami, otwartość i szczerść, umiejętność współpracy i budowania konsensusu, cierpliwość, racjonalność, tendencję do przedkładania długoterminowych celów ponad krótkoterminowe. Podobnie z moralnością, cechy zakwalifikowane jako męskie (jak duma, agresja, niezależność) wykazały negatywną korelację, podczas gdy żeńskie (lojalność, skromność, empatia czy cierpliwość) były najczęściej kojarzone jako moralne. Cechy kobiece w odpowiedziach ankietowanych wykazały również silniejszą relację pozytywną z kategorią szczęścia.

tinents. Based on the results, they developed the Athena Doctrine. Generally speaking, the paradigm assumes that global relationships and transparent social and economic processes of the 21st century will lead to a change in behaviours and values, as people will give up traditional forms of social life to become more flexible and willing to cooperate or, in other words, more effeminate .

The process of reaching these conclusions was very interesting. During the first stage, the researchers conducted a survey, whose results showed that the respondents from all countries covered by the research had very similar opinions. For instance, 57 per cent were dissatisfied with the fact that their countries are ruled mostly by men (the biggest proportion, 79 per cent, in Japan, and about two-thirds in the US and Indonesia). Also, the majority of respondents (66 per cent) believed that the world would be a better place if men thought in a way similar to women (75 per cent in France and Brazil). In subsequent stages, the respondents were divided into two groups of 32,000 each. Those in the first half were asked to categorise 125 traits as: masculine, feminine and neutral. The second group's task was to determine (without referring to gender issues) which of those traits are more closely aligned (positive or negative) with good leadership, success, morality and happiness. It turned out that people expect a leader to have mainly those characteristics that the first group categorised as "effeminate." In their view, such a person should be: able to share emotions; open and sincere; willing to cooperate and reach a consensus; patient; reasonable; and likely to give priority to long-term objectives rather than short-term ones. Similarly, the traits considered masculine (pride, aggression, independence) negatively correlated with morality, while the feminine ones (loyalty, modesty, empathy and patience) were most often considered moral. Based on the respondents' answers it was found that the feminine traits also more positively correlated with happiness.

Interestingly, this is a self-fulfilling prophecy: those countries, whose citizens tend to think more like women (giving preference to feminine traits), are more developed economically and offer better standards of living.

Speaking at TEDx, John Gerzema underlined that the Athena Doctrine is not about comparing women and men, since it could have a detrimental effect on development effected by cooperation, but it rather focuses on the values we believe in.

Is it the case that the change that we've been expecting is oriented around values that both women and men adhere to, rather than replacing one gender with another? Is a female boss the only solution to the problems faced by working mothers? Perhaps the key to building a "better" world is empathy, loyalty and cooperation based on dialogue and diversity? Will the mentors teach those things to the project's participants? We will find out soon. ☺

Wyniki te, co ciekawe, zdają się samospełniającą przepowiednią – państwa, których obywatele zdradzają bardziej „kobiece myślenie” (mocniej premiując żeńskie cechy jako pozytywne), są bardziej rozwinięte gospodarczo i mogą pochwalić się lepszym standardem życia.

John Gerzema w swoim wystąpieniu na TEDx zwraca uwagę, że w Doktrynie Ateń nie chodzi o przeciwstawienie kobiet mężczyznom, gdyż w ten sposób tracimy perspektywę rozwoju, który możemy osiągnąć dzięki współpracy, ale o wartości, które wyznajemy.

Czyżby zatem w sercu zmiany, której oczekujemy, nie znajdowała się chęć zastąpienia przedstawicieli jednej płci przedstawicielami drugiej, ale prawdziwa zmiana na poziomie wartości, jakie wyznają zarówno kobiety jak i mężczyźni? Czy odpowiedzią na problemy pracujących matek jest faktycznie tylko szef-kobieta? A może kluczem do „lepszego” świata jest właśnie empatia, lojalność i chęć otwartej na dialog i różnorodność współpracy? Czy tego będą mogły nauczyć się od mentorek ich podopieczne? Dowiemy się zapewne już wkrótce. 🍀

WYWIAD Z KATARZYŃĄ OCHOCIŃSKĄ, INŻYNIERKĄ, SPECJALISTKĄ DS. SPRZEDAŻY, SIEMENS

CR NAVIGATOR: Dlaczego w programie Lean in STEM zdecydowano się na formę wsparcia, jaką jest mentoring? Jakie są jego zalety? Na czym polega wyjątkowość relacji mentorki i jej podopiecznej?

KATARZYŃA OCHOCIŃSKA: Zdecydowaliśmy się na mentoring dlatego, że jest to rzeczywista praca z ludźmi, którzy na co dzień są częścią świata STEM. Owszem, możemy w ramach rozmaitych kampanii promować nauki ścisłe i wykształcenie inżynierskie wśród młodych kobiet mówiąc, że to jest interesujące, iż dziewczyny to potrafią itd. Niemniej, spotkanie w ramach mentoringu z kobietą nauki czy biznesu, panią inżynier, która ma swoje sukcesy i swoją osobą udowadnia, że jest możliwe wejście w ten świat i że warto jest to zrobić – to zupełnie inna płaszczyzna do budowania porozumienia i inicjowania wspólnej pracy.

CR NAVIGATOR: Czego Pani zdaniem będą mogły nauczyć się od mentorek ich podopieczne?

K.O.: Myślę, że obie będziemy się uczyły. Mentoring to swego rodzaju wymiana. Nie chodzi tu o przekazywanie wiedzy, którą można zdobyć bez problemu innymi kanałami. Mentor nie jest po to, żeby nauczać. Według mnie jest to osoba, która zadaje właściwe pytania i pomaga swojej podopiecznej znaleźć własne odpowiedzi, odkryć własne zasoby. Ta relacja ma służyć poszerzeniu świadomości

16 proc. – właśnie tyle średnio stanowiły kobiety w zarządach spółek w UE (dla Polski ten współczynnik wyniósł jeszcze mniej – 10 proc.) | 16 per cent: this is the average proportion of female board members in EU companies (for Poland, this indicator was at a low 10 per cent)

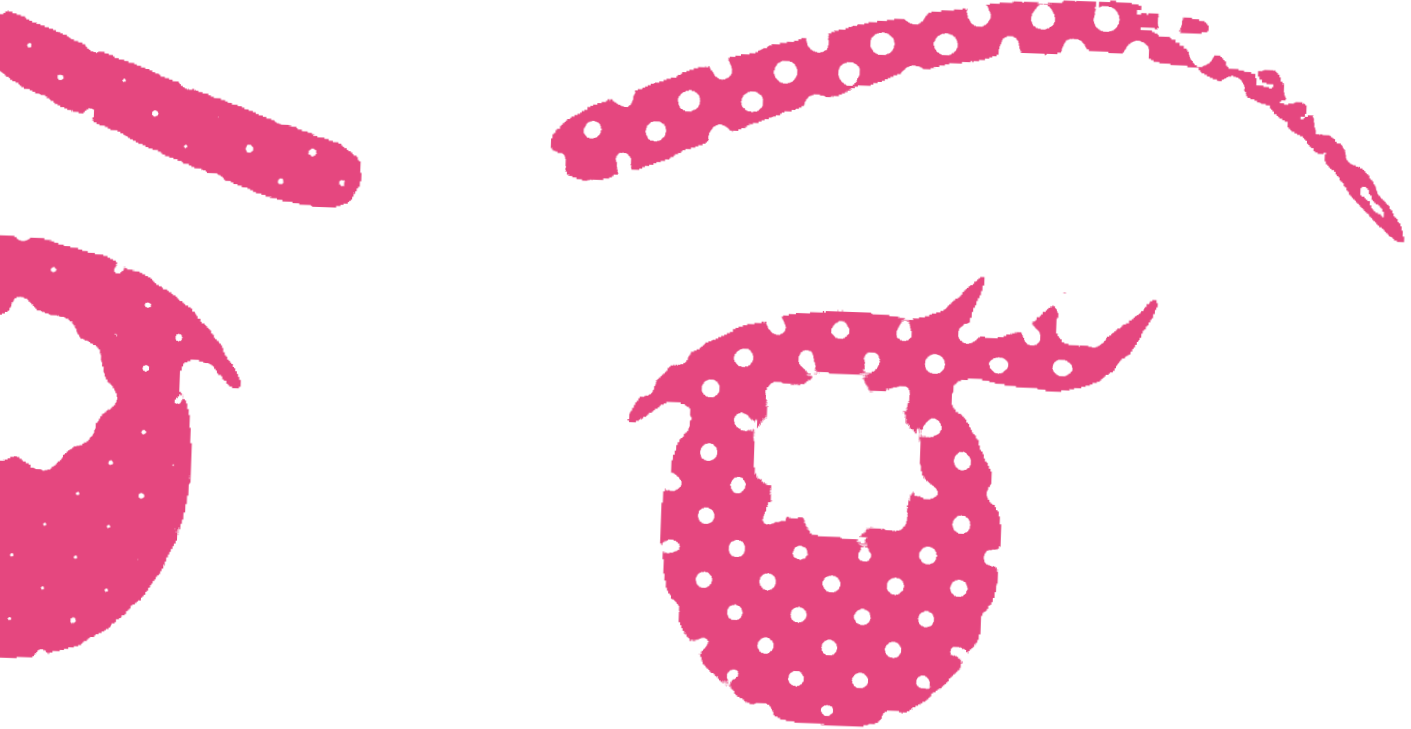
INTERVIEW WITH KATARZYŃA K. OCHOCIŃSKA, ENGINEER AND SALES SPECIALIST FROM SIEMENS

CR NAVIGATOR: Why did you decide to build the Lean In STEM programme around mentoring? What are the benefits? What is special about the relationship between the female mentor and the mentee?

KATARZYŃA OCHOCIŃSKA: We chose mentoring, because it gives us the opportunity to work with people who live in the STEM reality. Of course, we can promote exact sciences and engineering education among young women during different campaigns, by telling them that it is interesting and that they are good at it. Nevertheless, as they meet a female mentor from academia or business, a successful woman who proves that it is possible and worthwhile for other women to enter this world, we offer them an absolutely new platform for dialogue and cooperation.

CR NAVIGATOR: What, in your opinion, will the participants learn from their mentors?

K.O.: I think both of us will learn something. Mentoring is based on sharing with others. It's not about sharing knowledge that is easily available elsewhere. A mentor is not here to teach. In my opinion, the mentor's task is to ask the right questions and guide the mentee to find answers and discover their own potential. This relationship should serve to raising awareness of one's skills, strengths, passions, wishes and available resources. In fact, I won't teach, but I will ask questions.



na temat tego, jakimi umiejętnościami dysponujemy, jakie są nasze mocne strony, co lubimy robić, czego pragniemy, z jakich zasobów możemy korzystać. Tak naprawdę, nie będę nauczać, będę zadawać pytania.

CR NAVIGATOR: Czy istnieje jakaś główna myśl, przesłanie, które będzie chciała Pani przekazać swojej podopiecznej?

K.O.: Z pewnością to, że w śmiałości jest siła. Jeżeli czegoś chcemy, to trzeba odważnie po to sięgać. Rozejrzeć się, co mam, czego potrzebuję, i po to sięgać. Śmiałość to potęga, która potrafi wszystko.

CR NAVIGATOR: Patrząc z perspektywy czasu, czy gdyby Pani miała możliwość wzięcia udziału w takim mentoringu jako podopieczna, na wczesnym etapie kariery czy studiów, czy Pani losy mogłyby się inaczej potoczyć? Czego Pani chciałaby się nauczyć wcześniej?

K.O.: Myślę, że chętnie skorzystałabym z takiej możliwości. Na którymś etapie mojego życia zawodowego zabrakło mi takiej osoby. Po dwóch latach studiów filologicznych, które wybrałam także dlatego, że wydawały mi się bardziej „kobiece”, okazało się, że w ogóle się w tym nie odnajduję. Sama musiałam przejść przez czas, kiedy nie do końca wiedziałam, co ze sobą zrobić, kiedy nie umiałam się dookreślić. W pewnym momencie znalazła się właściwa osoba, która powiedziała: „dobra w tym jesteś”, i zapytała, czy lubię to robić. Wtedy uświadomiłam sobie, że właśnie to mnie pasjonuje. „No to próbuj iść w tę stronę”. I tak się zaczęło. Zwykle pytanie – „czy lubisz to?”. Obecnie jestem przeszczęśliwa, aczkolwiek mam poczucie, że kilka lat w życiu wtedy gdzieś mi uciekło.

CR NAVIGATOR: Is there any key message you would like your mentee to remember?

K.O.: Yes, that being brave makes us strong. If we want to achieve something, we need courage. We have to determine what we have and what we need to reach our goal. Courage is powerful, it can lead you anywhere.

CR NAVIGATOR: Looking back at your life, do you think that, given the opportunity to participate in such a mentoring programme at the very first stage of your studies or career, you could be in a different place from where you are now? What do you wish you had learnt earlier?

K.O.: I think I would be excited about something like this. At one point in my career I lacked a mentor in my life. I started language studies simply because they seemed more „feminine.” Two years later I realised it was not for me. I was alone when I didn’t know what to do with myself and what I really wanted. Fortunately, I met a person who told me: „You are good at it,” and asked if I liked it. Then, I realised that I finally found my passion. „Then go and try,” I heard. That’s how it all started. A simple question „Do you like it?” Today I am incredibly happy, although I feel that I’ve lost a few years of my life.