16 lipca 2024 r.

**Blisko połowa Polaków chce zmiany określenia „urlop macierzyński” na bardziej neutralną. Określenie „urlop” najczęściej kojarzy się z wypoczynkiem**

**Tylko ⅕ Polaków nie widzi potrzeby zmiany nazwy „urlop macierzyński”, a ⅖ jest zdania, że sugeruje ona, że czas opieki nad niemowlęciem jest czasem odpoczynku. Zdaniem 44 proc. badanych określenie tego okresu powinno brzmieć inaczej. Według 43 proc. Polaków zmiana nazwy „urlop macierzyński” na bardziej neutralną mogłaby wpłynąć na poprawę postrzegania pracy opiekuńczej wykonywanej przez osoby zajmujące się dziećmi w pierwszych miesiącach jego życia. Ruszyła kampania edukacyjna #ToNieUrlop, zmieniająca krzywdzące przekonania społeczne na temat opieki nad małym dzieckiem i urlopów macierzyńskich.**

**„Urlop macierzyński” nie jest czasem odpoczynku**

O ile samo określenie **„urlop” kojarzy się Polakom przede wszystkim z odpoczynkiem** (83 proc.), **relaksem** (74 proc.) oraz **podróżami** (57 proc.) czy też po prostu **robieniem tego, na co ma się ochotę** (57 proc.), tak czas opieki nad niemowlęciem, nazywany obecnie **„urlopem macierzyńskim”, łączony jest raczej z odpowiedzialnością** (69 proc.), **poświęceniem** (64 proc.), **zmęczeniem** (48 proc.) czy też wreszcie – **ciężką pracą** (35 proc.). Tak wynika z badania\* towarzyszącego kampanii **#ToNieUrlop Fundacji WłączeniPlus**, przeprowadzonego przez wspierające akcję twórczynie inicjatywy [**Socjolożki.pl**](https://www.instagram.com/socjolozki.pl/).

*Chcemy wykorzystać wakacje – czas urlopów – aby zderzyć słowo kojarzące się z odpoczynkiem z czasem opieki nad dzieckiem i zajmowania się domem, czyli „urlopem” macierzyńskim i rodzicielskim. Pomoże nam w tym kampania społeczna, mająca na celu łamanie stereotypów i zmianę przekonań społecznych oraz tych „pracowych”, które ograniczają kariery rodziców. Kampanię #ToNieUrlop może natomiast wesprzeć każdy, dokonując wpłaty na naszym* [*Patronite*](https://patronite.pl/z/tonieurlop)*. Każda złotówka pomoże zwiększyć dotarcie akcji i przyczynić się do realnych zmian, których Polacy ewidentnie oczekują –* mówi **Olga Kozierowska,** **prezeska Fundacji WłączeniPlus, założycielka Sukcesu Pisanego Szminką.**

**Kampania #ToNieUrlop**

Fundacja WłączeniPlus ruszyła z kampanią **#ToNieUrlop** na rzecz **zmiany myślenia o opiece nad niemowlęciem oraz krzywdzących przekonań społecznych i zawodowych, które ograniczają kariery matek i ojców**. Jednym z jej elementów będzie zwracanie uwagi na **kompetencje**, jakie pomaga rozwijać opieka nad dzieckiem i zarządzanie domem, by wzmacniać pewność siebie osób powracających do pracy lub szukających nowej po urlopie macierzyńskim. Jest ich wiele i często są to kompetencje uznawane dziś za kluczowe na rynku pracy. Oprócz tego Fundacja WłączeniPlus **wycenia pracę rodziców**, by uświadomić społeczeństwu jej wartość rynkową.

Wybór terminu kampanii nie jest przypadkowy – podczas wakacji, czasu urlopów, jeszcze bardziej rzuca się w oczy rozbieżność między tym kojarzącym się z odpoczynkiem słowem a wymagającym okresem opieki nad małym dzieckiem.

Kampania obejmie posty z dedykowanymi grafikami poświęconymi pracy opiekuńczej rodziców i live’y w social mediach, edukację poprzez pokazywanie wyników badań oraz rozmowy publikowane w mediach i social mediach na temat kompetencji rozwijanych przez matki i ojców.

**„Urlop” z pracą 24 godziny na dobę**

**Dwóch na pięciu respondentów jest zdania, że nazwa „urlop macierzyński” sugeruje, że jest to czas odpoczynku** – uważa tak co druga badana kobieta i blisko co trzeci mężczyzna. Jednocześnie aż 94 proc. ankietowanych zgadza się ze stwierdzeniem, że opieka nad dzieckiem w ciągu pierwszych miesięcy jego życia jest **zajęciem zajmującym całą dobę** – co oznacza, że diametralnie przekracza czas standardowej pracę zawodową. A nie można zapominać, że często osoba przebywająca na „urlopie macierzyńskim” jest odpowiedzialna dodatkowo za zajmowanie się codziennymi domowymi obowiązkami oraz pozostałymi dziećmi.

**Dwóch na pięciu badanych chce innego określenia**

Jedynie co piąty respondent jest zdania, że nazwa „urlop macierzyński” nie wymaga zmiany. Aż **44 proc. badanych uważa, że określenie okresu opieki nad niemowlęciem powinno brzmieć inaczej**. Wyniki badania wskazują, że zdaniem 43 proc. Polaków zmiana nazwy „urlop macierzyński” na bardziej neutralną mogłaby wpłynąć na **poprawę postrzegania pracy opiekuńczej** wykonywanej przez osoby zajmujące się dziećmi w pierwszych miesiącach jego życia.

*Odpowiedzi respondentek i respondentów jednoznacznie wskazują, że w postrzeganiu okresu opieki nad małym dzieckiem nie funkcjonują określenia charakterystyczne dla „urlopu”. Nazwa „urlop macierzyński” jest nieadekwatna, wprowadza w błąd, sugerując, że jest to czas odpoczynku, podczas gdy wyraźnie widać, że jesteśmy świadomi tego, jak niezwykle wymagający jest ten czas w życiu młodego rodzica* – mówi **Katarzyna Krzywicka-Zdunek, socjolożka i współtwórczyni inicjatywy Socjolożki.pl.**

**Co oprócz zmiany określenia?**

Jedynie co ósmy respondent nie widzi potrzeby **zmiany w społecznym postrzeganiu „urlopu macierzyńskiego”**. Wśród kwestii, które mogłyby w niej pomóc, badani najczęściej wskazywali **pokazanie prawdziwego obrazu opieki nad dzieckiem w pierwszych miesiącach jego życia** (50 proc.), **wspieranie osoby decydującej się na zajmowanie się dzieckiem** (44 proc.) oraz **zmianę stereotypu, że to kobiety powinny zajmować się dziećmi i domem** (44 proc.).

Kampanię #ToNieUrlop wspiera **Fundacja Share The Care** z postulatem **zmiany nazwy „zasiłku macierzyńskiego” na „zasiłek rodzicielski”**. Obecne nazewnictwo sugeruje, że jest to świadczenie przeznaczone tylko dla kobiet, co nie jest prawdą.

**Jeśli chcesz wesprzeć kampanię #ToNieUrlop, możesz dokonać wpłaty** [**TUTAJ**](https://patronite.pl/z/tonieurlop)**.**

\*Badanie zostało przeprowadzone przez Socjolożki.pl metodą CAWI w maju br. na reprezentatywnej grupie 1000 Polaków w wieku 18–65 lat.

**Misją Fundacji WłączeniPlus** jest promowanie różnorodności jako fundamentalnej wartości organizacyjnej, uczynienie równości normą, a włączania kluczowym elementem drogi do sukcesu w wymiarze biznesowym i indywidualnym. Tworzymy programy edukacyjne, ogólnopolskie kampanie społeczne i projekty dedykowane indywidualnym potrzebom firm współpracujących.

**Fundacja WłączeniPLus** wyrasta z organizacji Sukces Pisany Szminką, stworzonej przez Olgę Kozierowską w 2008 roku.