



„Równość zaczyna się w domu” - kampania Centrum Praw Kobiet

2020-05-27

26 maja obchodziliśmy Dzień Matki. W tym szczególnym dniu Centrum Praw Kobiet przypomniało, że to właśnie na kobietach i matkach spoczywa największy ciężar dbania o dom. Praca na rzecz domu to także praca, choć często nie jest tak postrzegana. Szacuje się, że kobieta poświęca średnio 160 godzin miesięcznie na „drugi etat” podczas wykonywania zajęć domowych.

W Dzień Matki tradycyjnie obdarowaliśmy nasze mamy upominkami. Czasami towarzyszy im również „zwolnienie” mamy z wykonywania domowych obowiązków, aby odpoczęła w swoje święto. To miły gest, ale utrwała przekonanie, że prace domowe to domena kobiety, a inni domownicy jej „pomagają”. Ideą kampanii „Równość zaczyna się w domu” jest zwrócenie uwagi na konieczność sprawiedliwego dzielenia się obowiązkami.

Kampania, za której koncepcją stoi krakowska agencja Dziadek do orzechów, to przykuwająca uwagę, nieco groteskowa i w oczywisty sposób **przerysowana odłona reklam dla mężczyzn**. Rdzeniem kreacji są fikcyjne środki czystości. Pełnią one funkcję produktów dedykowanych panom, którzy – jak dowodzą statystyki – prawie nigdy nie zajmują się domem w pojedynkę, bez pomocy kobiet. Te zaś w większości biorą wszystkie obowiązki na swoje barki.

Odkurzacz-bolid prosto z Formuły 1, żrący, okrutnie męski płyn do mycia szyb z wyciągiem z meksykańskiego kaktusa czy ważący 55 kilogramów mop chromowo-molibdenowy do łączenia sprzątania z treningiem – oto kreacje, które swoją absurdalnością mają zwrócić uwagę na temat **nierównego podziału obowiązków domowych**.

– Żyjemy w społeczeństwie tradycyjnym, w którym sfera publiczna jest przede wszystkim domeną mężczyzn, a wszystko, co się wiąże z prowadzeniem domu i opieką nad dziećmi, wciąż spoczywa na barkach kobiet. Pomimo kilkudziesięciu lat życia w systemie, który na sztandarach miał równouprawnienie płci, tradycyjny model ról społecznych kobiet i mężczyzn w sferze domowej wciąż opiera się przemianom w szeroko rozumianej kulturze demokratycznej. Model tradycyjny kruszeje, co wiąże się z rosnącą świadomością kobiet i ich awansem w innych sferach życia, wciąż jednak nierówny podział obowiązków domowych ogranicza wielu kobietom możliwości rozwoju zawodowego i udziału w życiu społeczno-politycznym. Przez tę kampanię chcemy zachęcić kobiety do większej asertywności w budowaniu partnerskich relacji z mężczyznami i do stawiania im większych wymagań w zakresie obowiązków domowych. Przede wszystkim jednak chcemy zaapelować do samych mężczyzn, aby w równym stopniu przyjęli odpowiedzialność za dom i byli prawdziwymi partnerami, a nie tylko pomocnikami swoich matek, żon i partnerek. Równość w domu to kwestia elementarnej sprawiedliwości społecznej, ale też inwestycja w lepszy świat dla kobiet i mężczyzn – mówi Urszula Nowakowska, prezeska Fundacji Centrum Praw Kobiet.

Kampania posiłkuje się statystykami CBOS-u, które nie napawają optymizmem. **Pranie w domach wykonuje jedynie 2% mężczyzn, samodzielne sprzątanie - tylko 4%**. Jednym z ważniejszych założeń kampanii jest podkreślanie i uświadamianie, że równość i sprawiedliwy podział obowiązków w domu to warunek sine qua non rzeczywistej równości i podstawa demokracji. Kobiety nie powinny być obciążone wszystkimi obowiązkami, wszak mieszkają z synami, mężami, partnerami, chłopakami. Równość jest tam, gdzie sprawiedliwy podział, stąd pomysł na aktywizację mężczyzn i namawianie ich do partycypowania w obowiązkach.



**Magiczny
Kraków**

Kampanii przyświeca myśl, że **równość zaczyna się w domu** właśnie od spraw przyziemnych.

Więcej informacji o kampanii: cpk.org.pl/rownosc-zaczyna-sie-w-domu