



Życie polskich kobiet nie jest usłane różami. Na co dzień muszą zmagać się z szeregiem stereotypów i ram narzucanych im przez społeczeństwo, a podsycanych silnie przez pseudofeministyczne ruchy, głoszące wyzwolenie kobiet spod jarzma patriarchy.

Patrzeć na kobiety ogranicza zazwyczaj się do dwóch skrajnie różnych, dychotomicznych kalek kulturowych – z jednej strony mamy kobietę „Matkę-Polkę” zajmującą się domem i dziećmi, dbającą o spokój domowego ogniska, a z drugiej strony „Herod-Babę”, która nastawiona jest tylko na karierę i nie ulega wszelkim niezdrowym, „kobiecy” emocjom.

Mózg a różnice płci

Takie ujmowanie rzeczywistości społecznej jest nie tylko krzywdzące dla kobiet, ale przede wszystkim jest nieprawdziwe. Nie uwzględnia zarówno badań socjologicznych dotyczących kobiet, jak również czysto biologicznych uwarunkowań funkcjonowania kobiecego mózgu.

Analiza badań socjologicznych przeprowadzanych wśród współczesnych Polek, w tym badań przeprowadzonych na zlecenie marek SILKA i YTONG wskazują, że jedną z największych wartości wyznawanych przez Polki jest przywiązanie do rodziny, jej bezpieczeństwa i stworzenie azylu, którego wyznacznikiem jest własny dom. Jednak te wartości nie wykluczają jednocześnie bardzo dużej i stale rosnącej aktywności kobiet na rynku pracy, szczególnie w sektorze usług. Okazuje się, że macierzyństwo, dom i rodzina nie wykluczają jednocześnie prowadzenia firmy przez kobietę czy zarządzania zespołem w korporacji lub nawet całym przedsiębiorstwem.

I tu dochodzimy do biologicznego sedna sprawy. Ujmowanie rzeczywistości w kategoriach „albo-albo” to typowo męski punkt widzenia. Budowa mózgu kobiet i mężczyzn znacząco się różni, szczególnie w odniesieniu do podejmowanych działań i „organizacji rzeczywistości”. W ciągu ostatnich kilkunastu lat, dzięki wysoce zaawansowanym badaniom funkcji mózgu przy pomocy rezonansu magnetycznego mamy już naukowo potwierdzoną pewność, że mózgi kobiet i mężczyzn rozwijały się w odmienny sposób, a każda z płci inaczej przetwarza informacje, inaczej się zachowuje i inaczej odbiera bodźce z zewnętrznego świata. Największa różnica tkwi w postrzeganiu rzeczywistości przez mózg. Mózg mężczyzn postrzega rzeczywistość „liniowo”, dlatego też są oni w stanie skupić się tylko na jednej rzeczy, którą aktualnie wykonują. Podczas tej pracy dużo słabiej odbierają to co się dzieje dookoła, a każda zmiana wytrąca ich z rytmu. Są bardzo precyzyjni i ich działania mają charakter „skokowy” w myśl zasady: „jak skończę jedno, to zabiorę się za drugie”. Natomiast mózg kobiety cechuje działanie „obwodowe”. Kobiety mogą jednocześnie wykonywać kilka czynności bez straty dla żadnej z nich. Nikogo nie dziwi zatem kobieta rozmawiająca przez telefon, jednocześnie doprowadzająca zupę, sprawdzająca notatki w kalendarzu, podglądająca serial w telewizji i napominająca męża, żeby odszedł wreszcie od komputera. Mózgi kobiet są po prostu bardziej aktywne i rejestrują dużo więcej informacji pojawiających się dookoła. Co więcej, jak pokazują badania profesora Gura z University of Pennsylvania, mózgi kobiet prawie nigdy nie ustają w analizowaniu informacji. Otóż mózg mężczyzny w stanie spoczynku wyłącza około 70% swojej elektrycznej aktywności, zaś mózg kobiety w stanie spoczynku jest zazwyczaj aktywny w 90% (!), czyli de facto bez przerwy analizuje informacje.

Powyższe informacje ostatecznie rozprawiają się z krzywdzącym, dychotomicznym postrzeganiem kobiecych ról i

wskazują na to, że współczesne kobiety, w tym Polki nie mają problemów z łączeniem aktywności zawodowej z rodzinną, a postępujące równouprawnienie kobiet i mężczyzn ułatwia im to zadanie.

Nie ma rzeczy niemożliwych

To co dominuje w postawie polskich kobiet, to zasada, że jeśli nawet czegoś nie wiem, to na pewno za chwilę się tego nauczę. Potwierdzają to badania przeprowadzone na zlecenie marek SILKA i YTONG przez Instytutu Badania Homo Homini i Dom Badawczy Maison dotyczące poziomu świadomości, wiedzy oraz zaangażowania kobiet w budowę domu.¹⁾

Badane kobiety przyznają, że dom to przede wszystkim możliwość stworzenia „prawdziwej” przestrzeni dla najbliższej rodziny, możliwość „bycia u siebie” i „na swoim” (które wzrasta wraz z poziomem wykształcenia i zamożności kobiet), a także zaplanowanie przestrzeni życiowej zgodnie z własnymi wymaganiami i oczekiwaniami.

Największą niespodzianką przeprowadzonych badań jest to, że przysłowiowe „zbudowanie domu” przez mężczyznę nie ma racji bytu w XXI wieku. Decyzja o budowie domu jest podejmowana zazwyczaj wspólnie, podobnie jak wybór projektu czy wiążący się z tym wybór materiałów budowlanych. Niemniej co piąta kobieta budująca, bądź posiadająca dom sama zdecydowała o wyborze projektu domu, a co dziesiąta decydowała również o materiałach budowlanych.

Można domniemywać, że ta tendencja, tak doskonale uchwycona w tych badaniach będzie miała charakter rosnący. To kobiety coraz częściej będą przejmowały odpowiedzialność za budowę domu. Z czego to wynika? Po pierwsze z biologicznej umiejętności organizacji kobiet, o czym wspomniałem wyżej i wiążącego się z tym czasu, który w badaniach stał się słowem kluczem i stanowił wyjaśnienie dla wielu zjawisk.

Czego Jaś się nie nauczył...

Znane porzekadło „Czego Jaś się nie nauczył, tego Jan nie będzie umiał” nie sprawdza się w przypadku kobiet mających doświadczenia przy budowie własnych domów. Badane kobiety podkreślają, że początkowa niewiedza na temat określonych działań czy materiałów nie stanowiła przeszkody. Potrzebowały jedynie czasu na to, żeby nauczyć się określonych rzeczy, o których wcześniej nie miały pojęcia. Główne źródło informacji dotyczące zarówno projektu domu, jak i wykorzystania określonych materiałów budowlanych stanowił internet i specjalistyczna prasa. Im wyższe wykształcenie, tym prasa przegrywała na rzecz internetu. Liczyła się również opinia fachowców i architektów, niemniej prasa branżowa i strony internetowe producentów są głównymi źródłami informacji dla kobiet przy budowie domu. Badane kobiety podkreślają, że internet stanowi również niezastąpione źródło podczas realizacji prac. W przypadku kłopotów z ekipą budowlaną, które dotyczyły co drugiej kobiety napotykającej na problemy przy budowie domu, internet i znajdujące się tam porady fachowców oraz doświadczenia internautów, wytraçały opornym fachowcom klasyczny oręż z ręki pod nazwą „nie da się”.

Czas cenniejszy niż pieniądze

Wolny czas to największa wartość we współczesnym świecie. Każdy kto budował dom wie jak bardzo czas jest potrzebny, poczynawszy od decyzji dotyczącej projektu, poprzez znajdowanie najlepszych materiałów do budowy, kontrolowaniu ekipy budowlanej, skończywszy na aranżacji wnętrza.

Badane kobiety podkreślają, że ich często większe niż mężczyzn/partnerów zaangażowanie w budowę domu wynikało z dwóch rzeczy: z większej ilości czasu oraz z lepszych umiejętności komunikacyjnych.

W pierwszym przypadku Panie tłumaczą, że to one posiadały więcej czasu na to, żeby móc kontrolować ekipę budowlaną czy jeździć po sklepach i kupować materiały do budowy. Mężczyzna jest w tych opowieściach operatem siedzącym w pracy i zarabiającym pieniądze. W wywiadach z respondentkami widać wyraźne potwierdzenie dla „obwodowej” umiejętności funkcjonowania w rzeczywistości charakterystycznej dla kobiet. Mężczyzna mógłby zająć się albo pracą, albo budową, kobieta zajmowała się i pracą i budową.

Kolejna sprawa, na którą kładą nacisk respondentki, to ich lepsza komunikacja z ekipami budowlanymi. Mimo problemów i tego, że dobra ekipa budowlana, to według badanych jeden z najważniejszych problemów przy budowie

domu (twierdzi tak 20% kobiet), „dogadanie się” z ekipą podczas budowy domu spoczywa głównie na kobietach, które podkreślają, że z jednej strony fachowcy są wobec nich „bardziej kulturalni”, a z drugiej strony one są wobec nich bardziej wymagające i, znów z racji biologicznych uwarunkowań, potrafią dostrzec więcej szczegółów i niedociągnięć. Jest to szczególnie istotne w etapie wykończeniowym budowy domu, który jak podkreślają same badane, stanowi ukoronowanie działań i jest polem, na którym szczególnie silnie królują kobiety.

Tradycja i nowoczesność

Badania zrealizowane na zlecenie marek SILKA i YTONG z jednej strony są potwierdzeniem określonych tendencji w społeczeństwie polskim, a z drugiej strony jako pierwsze dobitnie pokazują zmiany jakie dokonały się w ostatnim czasie w naszym kraju.

Od dawna zauważalny jest trend powrotu do tradycji, szczególnie wśród młodszych Polaków, dla których budowa domu, to stworzenie rodzinnego gniazda, w którym może zamieszkać wspólnie kilka pokoleń, wspierając się wzajemnie w trudach codziennego życia i ciesząc się wspólnie z osiągniętych sukcesów. Dochodzi do tego prosty rachunek ekonomiczny, według którego budowa domu jest często bardziej opłacalna niż kupno mieszkania. A względy emocjonalne przeważają niejednokrotnie szalę na korzyść domu.

Szczególnie ważną nowością wynikającą z badań marek SILKA i YTONG jest to, że rolę osób odpowiedzialnych za budowę domu od projektu po wiechę przejęły kobiety. Badane kobiety podkreślały, że nie mają w związku z tym żadnych kompleksów, że chętnie się uczą, że budowa domu, choć czasem trudna, przynosi im dużo satysfakcji, ponieważ dom dla kobiet to nie tylko budynek, ale również nadzieja na lepsze i szczęśliwsze rodzinne życie.

dr Tomasz Sobierajski, socjolog z Uniwersytetu Warszawskiego

Zapraszamy do przeczytania informacji prasowej pt. [Zaangażowana Polka na budowie](#), a także do zapoznania się z prezentacją dotyczącą wyników badania załączoną poniżej.

¹⁾ Badania zostały przeprowadzone w listopadzie i grudniu 2010 metodą o charakterze ilościowym i jakościowym. Badania o charakterze ilościowym zostały przeprowadzone przez Instytut Badania Opinii Homo Homini na losowo wybranej reprezentatywnej grupie 1067 Polek za pomocą standaryzowanych wywiadów CATI, a badania o charakterze jakościowym zostały przeprowadzone przez Dom Badawczy Maison za pomocą 4 zogniskowanych wywiadów grupowych (fokusów) realizowanych w Warszawie i Piotrkowie Trybunalskim.



Firma XELLA Polska Sp. z o.o. oferuje produkty marki YTONG, YTONG MULTIPOR, YTONG ENERGO i SILKA, stosowane w budownictwie mieszkaniowym. Produkcja materiałów odbywa się w 11 nowoczesnych zakładach na terenie całej Polski. Sprzedaż firma Xella prowadzi poprzez sieć dystrybucji na terenie całego kraju oraz w krajach takich jak: Litwa, Łotwa, Ukraina, obwód Kaliningradzki. W grupie zatrudnionych jest około 700 osób.

Więcej informacji w serwisach: www.xella.pl, www.budowane.pl, www.miastonoca.budowane.pl, <http://www.termodom.pl/termodompasywny/>, <http://sklep.xella.pl>, www.inspiracje.budowane.pl, www.multipor.budowane.pl, www.15latYTONG.pl, www.energoscienne.pl oraz na blogach: <http://blog.xella.pl/budujemy>, www.ZdrowaBudowa.pl. **Xella Polska**
Więcej informacji z firmy Xella Polska (PRESS BOX)