

Jeśli róż to w słusznej sprawie

„Rodzice pisali, że nam kibicują, że też nie chcą skazywać córek wyłącznie na różowe falbanki”, mówi **Jagoda Gandziarowska-Ziolecka**, współtwórczyni pisma „Kosmos. Magazyn dla Wszystkich Dziewczyn i Reszty Świata”.

ROZMAWIA
Aleksandra Pezda
ZDJĘCIA
Maciej Zienkiewicz

Prezentujemy kobiety, które działają na rzecz innych kobiet. Oto kolejna bohaterka naszego cyklu. Jeśli i wy znacie taką osobę, piszcie do nas: kobietykobietom@edipresse.pl

C

aty kosmos chcecie dać tylko dziewczynkom?

Mamy córki, dlatego chcemy „przychylić nieba” przede wszystkim dziewczynkom. Brakuje interesujących ofert rozwojowych dla nich, są spychane w nieciekawą, jednostronną rzeczywistość: mają być piękne, ubrane w falbanki i czekać na księcia na białym koniu.

Kto tak uważa?

Producenci wszelkiego asortymentu, to jest wszechobecne. Wchodzisz do sklepu z ubraniami: na półkach dla chłopców jest kolorowo, a na półkach dla dziewczynek dominuje różowy, wzbogacony ewentualnie o brokat. Jeśli napisy, to dla dziewczynki „Córeczka tatusia” albo „Love” czy „Sweet”, za to chłopiec może być „Małym kosmonautą”, „Indianinem” albo „Odkrywcą”. Nawet zwierzęta – poza kotkami, kucykami i motylkami – zarezerwowane są dla chłopców. Złość mnie bierze, kiedy na przykład koszulkę z napisem „Teamwork” koleżanka wygrzebuje dla córki oczywiście w dziale chłopięcym. Nie rozumiem tego – czy dziewczęta nie powinny też się uczyć pracy w grupie? ▶



JACODA GANDZIAROWSKA-ZIOLECKA, socjolożka, współtwórczyni i współwłaścicielka grupy firm w obszarze gier i symulacji szkoleniowych w biznesie: Pracowni Gier Szkoleniowych, Experience Corner i Competence Game. Mama dwóch córek.

I tak, stojąc przy tych różowych półkach, wpadłaś na pomysł oryginalnego czasopisma dla dziewczynki?

Bo nasi wydawcy gazet dla dzieci też hołdują stereotypom i gazetki dla chłopców są różnorodne – jakieś komiksy z potworami, zabawy w mechanika czy logiczne układanki – a te dla dziewczynki koncentrują się głównie na urodzie. A ja przeczytałam artykuł o „Kazoo”, mądrym piśmie dla dziewczynki w USA. To gazetka, która pozwala odkrywać różnorodne pasje, nie ukierunkowuje na jakąś z góry określoną dziewczyni-kość. Od razu zapragnęłam, żeby i moje córki – sześciolatka i dwuipółlatka – mogły tę gazetkę czytać. Wspólnie z Ewą Pietruszczak, mamą siedmioletniej córki i 10-letniego syna, założyłyśmy na Facebooku grupę pod hasłem „Kosmos dla Dziewczynki”. Zaproponowałyśmy stworzenie takiego pisma w Polsce. Na drugi dzień było z nami ponad sto osób! Ludzie pisali, że nam kibicują, że też nie chcą skazywać swoich córek wyłącznie na różowe falbanki.

Ale wasze logo też jest różowe!

Zainspirowały mnie klocki GoldieBlox, które mają stymulować rozwój kompetencji inżynierskich u dziewczynki. Tam jest lalka, która ma fajny strój, iskrę w oku, jest piegowata. Ale ma blond włosy i te klocki są w tych „dziewczyńskich” fioletowo-różowych kolorach. Z jednej strony masz więc taki typowy świat, wdrukowany przez komercję, ale wykorzystany po to, aby zainteresować dzieci czymś wartościowym, ciekawym. To mnie nauczyło, że jeśli chcę trafić z wartościową treścią, nie mogę jej podawać nieatrakcyjnie. Dlatego wkręcamy się z różowym kolorem, bo to nie kolor jest zły, ale jego wykorzystanie.

To o czym będzie wasze pismo?

O wszystkim! Będą m.in. działy nauka, sport, sztuka i nowe technologie. Będą reportaże o inspirujących kobietach, ale też o dziewczynkach z pasjami – o takich „zwykłych” i koniecznie polskich, żeby czytelniczki mogły wziąć z nich przykład i żeby poczuły, że też mogą mieć wpływ na swoje życie. Oczywiście będziemy pisać także o potrzebach ciała i o emocjach, nie chodzi nam przecież o to, żeby dziewczynki nagle

Dziewczynki wierzą w siebie, gdy są małe, ale z wiekiem tę pewnością tracą. Staramy się to zmienić



przypadła chore dziecko, a mama umie ugotować i posprzątać, za to ojciec ciężko pracuje i potrafi dzieciom wyjaśnić cały świat.

W obecnym programie podstawówek jest „Poczet bohaterów narodowych”. Na 18 nazwisk tylko trzy kobiety, w tym dwie z powodu męża – króla.

Mam podobne doświadczenie. Wyszukuję postaci do rubryki o inspirujących kobietach na naszą stronę internetową i napotykam ogromne trudności w dotarciu do takich informacji. Za pierwszym razem weszłam w kalendarium Wikipedii, był 13 kwietnia. Czytam: papież coś powiedział, król coś wygrał, naukowiec opracował. Żadnej kobiety. Niemożliwe! Zaczęłam kopać głębiej. No i trafiłam – na Katarzynę Kobro, współtwórczynię Muzeum Sztuki w Łodzi. To przecież jedna z największych polskich artystek, dlaczego nie została wymieniona w tym kalendarium? A w USA jest portal Mighty Girl, który piórem najlepszych dziennikarek przypomina sylwetki silnych, wpływowych kobiet, i przedstawia inne – jeszcze młode, a już starające się z pasją zmienić świat.

W jaki sposób chcecie uniknąć komercji?

Nad tym, jak uniknąć komercji, myślałyśmy bardzo długo. W manifestie „Kosmosu...” zapisałyśmy w końcu, że nie będzie w nim żadnych reklam. Taki model nie ma więc szans na biznesową rentowność, dlatego założyłyśmy fundację i chcemy jej działania finansować z pieniędzy darczyńców. Tym bardziej że zależy nam na propagowaniu naszego podejścia szeroko, nie tylko wśród zasobnej klasy średniej z dużych miast. Część nakładu będzie szła do placówek opieki zastępczej i świetlic środowiskowych – wszędzie tam, gdzie rodzice nie mogliby sobie z różnych przyczyn pozwolić na kupienie takiego pisma.

Kto działa w fundacji?

Nad projektem ściśle pracuje dziewięć osób, nie znałyśmy się wcześniej. To też jest ciekawe – ten nasz doświadczalny „poligon”. Tworzą go dziewczyny z różnych światów: dziennikarki Sylwia Szwed i Joanna Woźniczko-Czczott, graficzki, m.in. Basia Piotrowska i Kaja Makacewicz, ekspertka od marketingu i komunikacji Ewa Pietruszczak, od finansów i rozwoju – Krysia Wilk, aktywistka ze styku sektora biznesowego i pozarządowego Mirella Panek-Owsiańska i Eliza Trzęsiewicz, która jest złotym organizatorem wszystkiego.

Tylko kobiety?

Jest wielu ojców, którzy z nami współpracują. Na zasadzie: jestem historykiem, będę o tym pisać albo jestem prawnikiem, pomogę wam z wymaganiami formalnymi. Zupełnie nieoczekiwanie i w kosmicznym tempie wokół projektu zaczęła się budować sieć osób. Na pierwsze spotkanie organizacyjne – już po tygodniu od naszego pierwszego wpisu na Facebooku – przyszli ludzie, którzy się nawzajem nie znali, i otwarcie mówili o swoich motywacjach. Przyszli też ludzie, którzy nie mają dzieci! Najwięcej było głosów w obronie prawa dziewczynki do swobodnego rozwoju. Zaskoczyła nas skala odzewu: 6,5 tysiąca fanów na Facebooku w dwa miesiące. Codziennie dostajemy listy od kobiet i mężczyzn, którzy mówią, że wykupią prenumeratę na lata, byle tylko magazyn istniał, aż ich córki do niego dorosną. Kayah, Martyna Wojciechowska, minister Anna Streżyńska – i wiele innych znanych kobiet – bez naszej ingerencji udostępniają o nas informacje. Pytają nas media – od lewicowej „Krytyki Politycznej” po konserwatywne Radio Chrześcijanin. Widać wszyscy marzymy o pełniejszej edukacji małych dziewczynki.

Chcecie ją budować na kontrze do edukacji dla chłopców?

Zupełnie nie. Prawdę mówiąc, edukacja chłopców też pozostawia dużo do życzenia. Obie płcie zasługują na więcej mądrej uważności. Wiele mam pisze do nas, że chciałyby „Kosmos dla Chłopców”, bo oferta robotów, potworów i karabinów maszynowych też nie trafia w zainteresowania ich dzieci. Jednak w grupie wiekowej, do której kierujemy pismo,

czyli od siedmiu do 11 lat, istnieje potrzeba identyfikacji płciowej. Tego nie mamy ambicji zwalczać. Problem pojawia się wtedy, gdy dziewczynki szukają czegoś „dla dziewczynki” i trafiają na przekaz konsumpcyjny, które je ogranicza.

A czemu akurat kosmos? Bo to też kulturowo domena chłopców?

Córka twórczyni amerykańskiego „Kazoo” po powrocie z przedszkola zauważyła: „Kosmos jest tylko dla chłopaków”. To było iskrą zapalną do stworzenia wartościowej gazety w USA. A dla nas stało się hasłem przewodnim. Poza tym chodzi nam o wszechświat możliwości – chcemy, aby dziewczynki miały poczucie, że posiadają do niego dostęp. Bo przeraziły nas dane,



To one tworzą „Kosmos...” (od lewej): Jagoda Gandziarowska-Ziolecka, Krystyna Wilk, Joanna Woźniczko-Czczott, Barbara Piotrowska, Mirella Panek-Owsiańska, Sylwia Szwed, Ewa Pietruszczak, Kaja Makacewicz



„KOSMOS...”

to pomysł matek na pismo dla dzieci w wieku 7–11 lat. Skrzyknęły się na Facebooku, zawiązały fundację i na platformie Polak Potrafi zebrały fundusze. Potrzebowały 93 tys. zł, a zgromadziły ponad 130 tys. zł, co oznacza, że „Kosmos...” ukaże się już jesienią. Magazyn ma wzmacniać poczucie wartości dziewczynki, wyzwolić je ze stereotypów i pokazać różnorodność świata.

że pięciolatki na pytanie, czy są mądre i silne, odpowiadają: „Tak, wierzymy w siebie”, a jako nastolatki przestają w to wierzyć i aż 60 proc. odchudza się, mimo że nie ma nadwagi. Bo na banknotach brakuje kobiet, pociągi i samoloty noszą męskie imiona. Bo z różnych badań wynika, że z wiekiem dziewczynki tracą pewność siebie i poczucie, że bycie dziewczynką jest fajne. Aż jedna czwarta dziewczynki w wieku od siedmiu do dziewięciu lat ma wątpliwości, czy lepiej być dziewczynką czy chłopcem! Część z nich nawet uważa, że lepiej być chłopcem. Tymczasem 100 proc. chłopców uważa, że dobrze być chłopcem.

Dawniej tak nie było?

Widzę dużą różnicę między światem, w jakim byłam wychowywana, a tym teraz. Na niekorzyść. W moim dzieciństwie chłopcy i dziewczynki chodzili w takich samych rajtuzach i w takich samych kolorach. Mieli takie same zabawki i piórniki, nie było tak ścisłego podziału na chłopięce i dziewczęce jak dzisiaj. Ten dzisiejszy konsumpcyjny podział jest sztuczny i ogranicza. Dlaczego nauczycielka po wygranej konkursie matematycznym chłopcom w nagrodę sprawiła kostkę Rubika, a dziewczynkom szkatułki na biżuterię? To przykład ze szkoły córki jednej z wspierających nas kobiet. Chłopcy dostali więc sygnał: sprawdź się, rozwijaj się dalej intelektualnie. A dziewczynki? Umiesz liczyć, to uporządkuj swoje koraliki. To pokazuje, jak głęboko tkwią stereotypy.

Chłopców ostatecznie zostawiacie z tyłu?

Pismo nazywa się „Kosmos. Magazyn dla Wszystkich Dziewczyn i Reszty Świata”. Zapraszamy więc także „resztę świata”. Organizujemy m.in. warsztaty dla rodziców i dla uczniów szkół podstawowych o „edukacji mocy”, czyli o tym, jak pomagać dzieciom „sięgnąć gwiazd”. Chcemy też rozwijać projekty badawcze i społeczne, które zachęcą do zmiany stereotypów dotyczących tego, co dziewczynskie, a co chłopięce.

ROZMAWIAŁA Aleksandra Pezda

Zdjęcia Maciej Zienkiewicz
Makijaż i fryzury Aneta Kacprzak
Produkcja Tomek Kocewiak