

ABSTRAKT: VÝSLEDKY EVALUAČNÍ PŘÍPADOVÉ STUDIE

Oblast podpory OP LZZ: 3.4 Podpora sociální integrace a sociálních služeb

PROJEKT: TÁTA NA PLNÝ ÚVAZEK

Příjemce: Liga otevřených mužů, o. s.
Výše dotace: 4 783 608 Kč

Místo: Olomouc, Kroměříž
Termín realizace: 1. 11. 2012 – 31. 1. 2015

CÍL PROJEKTU

Projekt byl zaměřen na propagaci modelu sdíleného rodičovství, a jeho záměrem tak bylo zvýšit počet mužů v ČR (konkrétně ve Zlínském a Olomouckém kraji), kteří provozují aktivní otcovství. Hlavními cíli projektu byly:

- Zvýšení informovanosti o rodičovských kompetencích aktivních otců.
- Zvýšení povědomí zaměstnanců, zaměstnavatelů, NNO i státních orgánů o modelu sdíleného rodičovství.
- Optimalizace přístupu zaměstnavatelů k otcům, kteří chtějí čerpat rodičovskou dovolenou nebo se významně zapojit do péče o dítě.
- Vytvoření místních partnerství a tematické sítě.

CO SE V PROJEKTU ODEHRÁLO?

V úvodní fázi projektu proběhlo sociologické šetření, jehož cílem bylo získat informace o potenciálu podpory aktivního otcovství v regionu. Současně proběhl na začátku a na konci projektu kvantitativní průzkum ohledně informovanosti o aktivním otcovství mezi širokou veřejností v regionech realizace. Samotné aktivity projektu se odehrávaly ve třech hlavních rovinách:

- Informační kampaň na podporu aktivního otcovství byla cílená na informování a motivování jak mužů (potenciálních aktivních otců), tak i zaměstnavatelů.
- Poradenství pro aktivní otce v obou krajích (osobně i on-line) a podpora pro zahájení samostatného podnikání pro 6 účastníků - otců na RD.
- Vytváření místních partnerství (se zaměstnavateli, neziskovými organizacemi a orgány samosprávy) a vytváření tematické sítě (se zahraničními partnery).



Součástí aktivit projektu byl také odborný seminář, kterého se účastnili zástupci státní správy, firem i NNO a především zástupci zahraničních organizací, kteří zde prezentovali příklady dobré praxe v oblasti podpory aktivního otcovství.

CO PROJEKT PŘINESL LIDEM?

Zvýšení informovanosti o aktivním otcovství a modelu sdíleného rodičovství; vytvoření místních partnerství

V projektu bylo podpořeno celkem 73 osob (v rámci odborného semináře, poradenství a školení v základech podnikání). Významný byl ale také přínos projektu vzhledem k široké veřejnosti.

Za zásadní přínos projektu lze považovat zvýšení povědomí veřejnosti, samotných mužů i zaměstnavatelů o možnostech a výhodách aktivního otcovství. Srovnávací sociologický průzkum ukázal více než 4% nárůst informovanosti veřejnosti o tématu.

- ✓ V rámci mediální kampaně se podařilo dostat téma aktivního otcovství do celostátních médií, a to do rozhlasu, tisku i televize. Byly mimo jiné uveřejněny články v mainstreamových časopisech o životním stylu a nad původní záměr byl také odvysílán vstup v celostátním vysílání veřejnoprávní televize.
- ✓ Na vytvořených webových stránkách projektu byly (a stále jsou) uveřejňovány příklady dobré praxe v podpoře aktivního

otcovství u zaměstnavatelů, životní příběhy aktivních otců a součástí stránek je také online poradna pro muže-otce.

Sociologický průzkum provedený v rámci projektu (na území celé ČR) přinesl několik zajímavých informací o vůli českých mužů k zapojení se do péče o děti jako primární pečovatelé a také o přetrvávajících stereotypech jak na straně zaměstnavatelů, tak na straně žen - matek. Výsledky ukázaly, že 10 % mužů má jasnou vůli k nástupu na rodičovskou dovolenou a dalších přibližně 33 % uvažovalo o možnosti zapojení se do péče o malé děti jako primární pečovatelé v době RD. Limitem se kromě finanční nevýhodnosti tohoto kroku ukázala i nevěle na straně žen, kdy až 66 % z nich deklarovalo, že by si nepřálo, aby muž, byť jen na chvíli, na RD nastoupil. Jak ukázal další výzkum, určitou roli zde hrají přetrvávající stereotypy o tom, že žena se má postarat o děti. Dalším limitem se ukázala nepřipravenost zaměstnavatelů na větší zapojení otců do péče o děti jako primárních pečovatelů.

Vytváření místního partnerství probíhalo především na úrovni dvoustranné spolupráce příjemce (krajských koordinátorů) a subjektů z oblasti neziskových organizací (rodinná centra), soukromého sektoru i místní/regionální správy

- ✓ Nejintenzivněji se do partnerství zapojila mateřská a rodinná centra, která pomáhala vyhledávat tatínky pro zapojení projektu a zavedla speciální akce pro otce.
- ✓ Naopak zaměstnavatelé i přes získané informace o možnostech podpory nebyli příliš ochotni se zapojit a upravit svůj přístup k otcům, kteří chtějí čerpat rodičovskou dovolenou. V žádné z firem nedošlo k zavedení benefitů pro otce.



Spolupráce v rámci místních partnerství probíhala především v informační rovině v rámci schůzek a kulatých stolů.

Zvýšení informovanosti a kompetencí k aktivnímu otcovství a usnadnění sladování rodinného a pracovního života skrze zahájení podnikání

V rámci projektu úspěšně využilo poradenství celkem 21 osob z cílové skupiny mužů - aktivních otců (či adeptů na aktivní otce). Většinou se jednalo o zodpovězení jednotlivých dotazů.

- ✓ Mužům, kteří poradenství využili, větší informovanost pomohla s rozhodnutím jít na rodičovskou dovolenou, zdvihla jim sebevědomí a utvrdila v tom, že se dokážou postarat o rodinu.

Školení pro zahájení podnikání úspěšně absolvovalo 6 otců na rodičovské dovolené, kteří tak získali základní dovednosti pro řízení podnikání.

- ✓ Celkem 4 muži získali živnostenský list a tři z nich začali podnikat (např. provoz penzionu), někteří formou přivýdělku při zaměstnání. Všichni si podnikání udrželi.
- ✓ Výhodou podnikání pro muže na RD je možnost flexibilní organizace práce z hlediska sladění s péčí o děti.

Jedním z mužů podpořených školením v základech podnikání byl pan Radek, který je rozvedený a stará se o tři děti. Z důvodu nevhodné pracovní doby opustil bývalou práci a více než rok měl problémy sehnat vhodné zaměstnání, kde by dle svých slov „nemusel být do šesti do večera“. A to přesto, že „vlastní podnikání je velké riziko, navíc když člověk živí děti“. V obtížné životní situaci v projektu využil také služby psychologa: „Potřeboval jsem trochu psychickou podporu, paní mě hodně uklidnila“. Nakonec se mu podařilo získat zaměstnání s pracovní dobou od 7 do 15:30, což, jak sám řekl, „na chlapa není až tak normální, je těžké takové zaměstnání sehnat“.

PŘEKÁŽKY

- ❖ Neochota firem zapojit se do místního partnerství – firmy nevnímají aktivní otcovství jako téma, kterým by se měly zabývat.
- ❖ Obtížný nábor mužů na rodičovské dovolené, kteří by chtěli zahájit podnikání – z důvodu ochrany osobních údajů nemohl příjemce získat kontakty na otce na rodičovské dovolené v regionech, kterých je obecně málo a většinou zájem o podnikání nemají.