

المرأة والتمكين الاقتصادي

الدكتورة هيلغا لوكوشات، رئيسة EAF برلين

تشكل المرأة عاملاً هاماً للاقتصاد والقوى العاملة في ألمانيا، فأكثر من نصف خريجي الجامعات هم من النساء، وكذلك الأمر بالنسبة إلى 47% من الموظفين.

رغم ذلك، تعتبر الإمكانيات الكامنة لنمو المرأة الاقتصادي والإبداع غير مُستغلة بشكل كامل، وليست المرأة منخرطة بشكل كامل في عالم الشركات الكبرى في ألمانيا. وتعمل حوالي 40% من النساء بدوام غير كامل، ومن الواضح أن المرأة غير ممثلة في مواقع السلطة. كما لا تشكل المرأة سوى 21% من المراكز القيادية في الإدارة، وترواح نسبة المرأة في مجالس إدارة الشركات المدرجة على قائمة بورصة الأسهم الألمانية مكانها بحوالي 10%.

ما هي أسباب التمثيل الأقل من المعدل للمرأة، وما الذي يمكن عمله لتحسين هذا الوضع؟

لا يوجد تفسير واحد، بل هناك نواح مختلفة تجتمع معاً:

1. ما زال العنصر الذكوري مسيطراً على ثقافة الشركات الألمانية الكبرى، فما زالت المسارات المهنية والأنماط الوظيفية مهيأة لصالح الذكر حسب نموذج رب الأسرة وصاحب الدخل فيها. ونادراً ما يتم القبول بالعمل بنصف دوام أو ترتيبات ساعات عمل مرنة (مثلاً بعد إجازة الأمومة) إذا رغبت المرأة باتخاذ الخطوة التالية على السلم الوظيفي.
2. إضافة إلى ذلك، فإن الإطار المجتمعي لا يساعد في الواقع على تحقيق توازن وتسوية بين الحياة المهنية والأسرية. فكان يُنظر إلى دور المرأة الرئيسي في ألمانيا الغربية ولعقود عديدة على أنه دور الأم والراعية. وبعد إعادة توحيد ألمانيا بدأت الأمور تتحسن ببطء، وقامت الدولة مؤخراً بتوفير مرافق رعاية طفولة أفضل. مع ذلك، يستمر الجدل حول رعاية الطفل خارج إطار الأسرة، كما تريد الأحزاب اليمينية بشكل خاص أن تعكس إنجازات تحرير المرأة.
3. وأخيراً، استوعبت المرأة والرجل أدوارهما التقليدية وهما يتأثران بالإجفافات الثقافية والصور النمطية. إلا أنه في أوساط الجيل الأصغر سناً، ترغب غالبية النساء بالحصول على كلا الأمرين: مهنة مستقبلية وأسرة. والأهم من ذلك أن عدداً متزايداً من الرجال والشباب بدأوا يطورون فهماً جديداً للأدوار، مبنياً على الشراكة والمساواة، ويرغبون بالمشاركة بنشاط في الحياة الأسرية. واليوم يأخذ 30% من الآباء الشباب إجازة أبوية، رغم أنها بشكل عام لمدة شهرين فقط.

لقد مارست حركة المرأة في ألمانيا أعمال التأثير والاستقطاب لسنوات عديدة، وفي السنة الماضية فقط تمت الموافقة على تشريع الكوتا الخاصة بالنوع الاجتماعي للقطاع الخاص من قبل البرلمان الفيدرالي. ووينص هذا التشريع على أن تضع الشركات الكبرى كوتا محددة للنوع الاجتماعي بواقع 30% على الأقل لمجالسها الإشرافية وأن تحدد أهداف مرنة لمزيد من النساء في المناصب القيادية العليا.

إلا أنهم بالإضافة إلى الكوتا، هناك الحاجة للمزيد من المفاهيم والأدوات داخل الشركات ليتم تحقيق تغيير ثقافي مستدام، كإيجاد شبكات بين المديرات وبرامج الرعاية على سبيل المثال، إضافة إلى ترتيبات ساعات العمل المرنة لكل من الرجال والنساء.

وبالطبع، يتوجب على منظمات وجمعيات المرأة المختلفة مواصلة أعمال التأثير من أجل تمكين المرأة.