

**Możesz być,
kim tylko zechcesz!**



Wyzwaniem, z którym mierzy się obecny rynek pracy w Polsce jest rosnące zapotrzebowanie na osoby po szkołach zawodowych, które posiadają wysokie kwalifikacje zarówno w zawodach tradycyjnych, jak i tych związanych z rozwojem nowoczesnych technologii.

Wykorzystanie potencjału dziewcząt poprzez zachęcenie ich do wyboru zawodów deficytowych, które są tradycyjnie uznawane za męskie, jest jednym ze sposobów sprostania temu wyzwaniu. Brakuje działań przełamujących bariery w dostępie dziewcząt do szkolnictwa zawodowego. Dzięki wieloletnim kampaniom i odpowiednim strategiom udało się zwiększyć liczbę studentek wyższych szkół technicznych. Podobny efekt przyniosłyby akcje promujące wśród dziewcząt nietradycyjne dla nich kierunki kształcenia zawodowego.

Więcej kobiet w męskich zawodach?

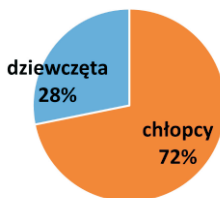
Dlaczego nie?

Kobiety, które mimo różnych barier wybierają zawody, w których stanowią zdecydowaną mniejszość, kierują się najczęściej pasją przekładającą się w praktyce na wysoką motywację i jakość ich pracy. Wykazują się też siłą charakteru, nie bojąc się wyzwania związanych z przezwyciężaniem stereotypów płci w podejściu do zawodów.

TYMCZASEM:

♦ Szkolnictwo zawodowe jest bardzo zmaskulinizowane

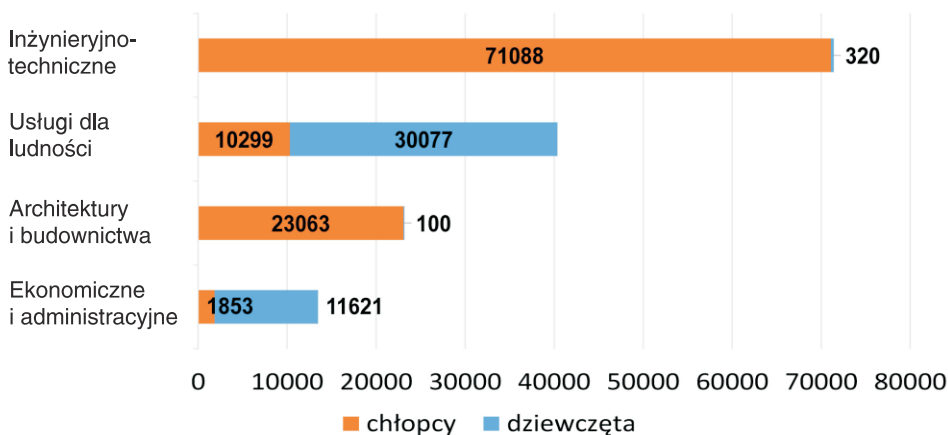
Dziewczęta i chłopcy
w zasadniczych szkołach zawodowych dla młodzieży



♦ Kierunki kształcenia zawodowego są silnie podzielone ze względu na płeć

Płeć silnie determinuje wybór profilu kształcenia. W zasadniczych szkołach zawodowych na kierunkach inżynieryjno-technicznych, architektonicznych i budowlanych kształcą się w praktyce tylko chłopcy. Dziewczęta przeważają na kierunkach ekonomicznych, administracyjnych i związanych z usługami. Profile kształcenia, gdzie dominują dziewczęta nie są tak silnie sfeminizowane jak zmaskulinizowane są profile, w których dominują chłopcy.

Uczniowie ZSZ dla młodzieży według wybranych kierunków kształcenia



Segmentacja rynku pracy

Wykonywany zawód jest najczęściej uwarunkowany wyborem profilu kształcenia. Konsekwencją tych wyborów jest silna segregacja rynku pracy ze względu na płeć. W szczególności dotyczy to osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Kobiety pracują głównie w zawodach sfeminizowanych, a mężczyźni w tzw. zawodach męskich. Zawody sfeminizowane, w porównaniu z zawodami zdominowanymi przez mężczyzn są znacznie częściej nadwyżkowe, gorzej wynagradzane (przeszło 30% różnica płacowa) i cieszą się niższym prestiżem społecznym. W przeciwieństwie do nich wiele zawodów zmaskulinizowanych dużo częściej bywa deficytowymi, co w wyraźny sposób zwiększa szanse zdobycia lepiej płatnej pracy.

Dlaczego niektóre zawody są domeną mężczyzn?

- ◆ Przyczynia się do tego polityka szkół zawodowych, które nie zachęcają dziewcząt do nauki tych zawodów.
- ◆ Dużą rolę odgrywają tu powszechnie funkcjonujące stereotypy płci. Mimo zmieniającej się rzeczywistości, rozwoju technologii i narzędzi pracy, przekonanie, że pewne zajęcia przeznaczone są dla mężczyzn, a inne dla kobiet, jest wciąż głęboko zakorzenione w naszym społeczeństwie. Utrzymujące się schematy wyraźnie nie nadążają za postępującym rozwojem technologicznym.
- ◆ Tradycyjnie męskie nazewnictwo zawodów także nie pomaga w podjęciu wyzwania, jakim jest zachęcenie dziewcząt do nauki i wykonywania nietradycyjnych dla nich zawodów. Próby utworzenia żeńskich odpowiedników spotykają się z oporem, nie zawsze uzasadnionym. W sytuacji odwrotnej, gdy zawód zdominowany przez kobiety wykonuje mężczyzna, dość szybko znajduje się zgrabny odpowiednik.



Kampania „Możesz być, kim tylko zechcesz”

Przełamanie barier w dostępie kobiet do nietradycyjnych zawodów wymaga działań na wielu płaszczyznach. Stowarzyszenie Koalicja Karat i Instytut Spraw Publicznych podejmowały działania, których celem było zainteresowanie państwowych instytucji i biznesu tym problemem.

Obecnie obie organizacje planują kampanię w mediach społecznościowych „Możesz być, kim tylko zechcesz!” promującą niestereotypowe podejście do zmaskulinizowanych zawodów. Zakres kampanii będzie zależał od tego, ile środków uda się pozyskać. Jednak nawet niewielka ich ilość pozwoli zrealizować konkretne działania.

Założenia kampanii:

Cel: Promocja niestereotypowego podejścia do zawodów zmaskulinizowanych

Grupa docelowa: Dziewczynki, dziewczęta, młode kobiety

Metoda działania: wykorzystanie mediów społecznościowych (Facebook, YouTube)

Formy działania: Produkcja i upowszechnianie filmików, memów, komiksów, itp. w celu:

- ♦ podważenia stereotypów dotyczących zawodów „odpowiednich” dla kobiet i mężczyzn,
- ♦ promowania sylwetek kobiet pracujących w nietradycyjnych dla nich zawodach,
- ♦ promowania żeńskich nazw zawodów lub zachęcanie do dyskusji nad tym, jak mogłyby one brzmieć.

Koalicja Karat zajmuje się m.in. sytuacją kobiet na rynku pracy, a ostatnio sytuacją kobiet z wykształceniem zawodowym. Więcej informacji na stronie Koalicji www.karat.org.pl.



Stowarzyszenie Koalicja Karat, ul. Walecznych 26 m. 3, 03-916 Warszawa

tel. +48 22 628 20 03 KRS 0000056447

Kontakt: kinga.lohmann@karat.org.pl, aleksandra.solik@karat.org.pl

Dotacje na kampanię można wpłacać na konto: 66 1050 1012 1000 0090 3106 2681



OBSERWATORIUM
RÓWNOŚCI PŁCI

Obserwatorium Równości Płci działające w ramach Instytutu Spraw Publicznych od lat analizuje, monitoruje i promuje równość płci w Polsce.

Po więcej informacji zapraszamy na stronę www.rownoscplici.pl



Przygotowania do kampanii są możliwe dzięki
programowi Demokracja w Działaniu Fundacji im. Stefana Batorego