

ГЕНДЕРНАЯ СЕГРЕГАЦИЯ НА БЕЛОРУССКОМ РЫНКЕ ТРУДА И СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА КАК СПОСОБ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Мамедова А.М., студентка 5 курса
Научный руководитель - Якимович Е.Б. к.ф.н., доцент
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

На белорусском рынке труда присутствует явление гендерного разделения трудовой деятельности - основанное на признаке пола распределение различных видов деятельности и ролей. Следствием этого явления становится сегрегация рынка труда на «женский» и «мужской» секторы. Так, анализируя данные статистических сборников за 2015 год «Беларусь в цифрах», «Образование в Республике Беларусь» и «Женщины и мужчины Республики Беларусь» (2013), можно сделать вывод, что работающие женщины отстают от мужчин по уровню квалификации и по уровню зарплаты. Такое положение приводит к феминизации бедности и увеличению гендерного неравенства в социально-экономической сфере.

Основными причинами этой разницы являются: дискриминация женщин на рынке труда (когда работодатели применяют к мужчинам и женщинам разные критерии), на рабочем месте, в семье (когда традиционные семейные роли не стимулируют их к достижению высоких показателей на работе или приводят к необходимости работать неполный рабочий день).

Причины гендерного разделения труда являются не только экономическими: во многом ситуация складывается из ряда сопутствующих факторов, среди которых - гендерное разделение профессий. Гендерное разделение в профессиональной сфере отражает традиционно сложившееся неравномерное распределение мужчин и женщин в пределах определенных профессий, имеющее следствием гораздо меньшую профессиональную специализацию женщин, чем мужчин. В нашей стране до сих пор существуют понятия «мужских» и «женских» профессий. На 2012 год из всего числа работающих в организациях женщин более 65%

задействовано в сфере услуг, тогда как мужчин только 35%, и наоборот, в секторе промышленности и строительства это 27% и 50% соответственно. Среди работников бухгалтерского учета доля женщин превышает долю мужчин в несколько десятков раз, среди медицинского персонала - в 10 раз, в группе педагогических работников - в 5 раз.

Уровень образования работающих женщин выше, чем уровень образования работающих мужчин, но это не меняет неэффективного характера использования женского труда. Одной из причин, объясняющих подобное положение женщин, являются патриархальные социогендерные стереотипы, которые образовывались и укоренялись в сознании общества веками и даже тысячелетиями.

На данный момент большую роль в формировании и укреплении гендерных стереотипов играет реклама, которая также имеет различия в зависимости от своей целевой аудитории по признаку пола. Поэтому особую значимость приобретает сегодня социальная реклама, направленная на разрушение устоявшихся норм и стереотипов восприятия "мужских" и "женских" профессий. Она может внедряться как через каналы средств массовой информации, так и посредством профессионально ориентированной работы, проводимой белорусскими вузами при наборе абитуриентов на специальности гуманитарного и технического профилей. Известен опыт стран Евросоюза, где разрабатываются специальные программы для привлечения интереса девушек к техническим и инженерным специальностям, кроме того, формируются агитационные кампании по изменению имиджа типично "женских" профессий.

Список литературы

1. Статистический справочник «Беларусь в цифрах» МИНСК 2015 © Национальный статистический комитет Республики Беларусь ISBN 978-985-7115-16-7.
2. Статистический сборник «Образование в Республике Беларусь» МИНСК 2015 © Национальный статистический комитет Республики Беларусь. ISBN 978-985-7115-19-8.
3. Статистический сборник «Женщины и мужчины Республики Беларусь» МИНСК 2013 © Национальный статистический комитет Республики Беларусь. ISBN 978-985-7015-29-0.