



Νέα από τό ΚΕΤΕΜΕ

ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ & ΜΕΛΕΤΩΝ

ΓΥΝΑΙΚΕΙΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ

ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΜΑΣ

Σεξισμός και Μικρές Αγγελίες

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Όπως είχαμε αναφέρει και σε προηγούμενο τεύχος του περιοδικού, του περασμένου Σεπτεμβρή το ΚΕΤΕΜΕ πήρε μέρος —μετά από πρωτοβουλία της γυναικείας οργάνωσης Solidarité - Femmes - Emploi που εδρεύει στις Βρυξέλλες— σε έρευνα που έγινε στις χώρες της Ευρωπαϊκής Κοινότητας από διάφορες κατά τόπους γυναικείες οργανώσεις.

Η έρευνα ήταν σχετικά με τη διάκριση μεταξύ ανδρών - γυναικών στην προσφορά εργασίας μέσα από τις μικρές αγγελίες των εφημερίδων. Για την έρευνα αυτή εργάστηκαν δυο από τα μέλη του ΚΕΤΕΜΕ, οι κυρίες Δέσποινα Μπαχατουρίδου και Χριστίνα Κούρκουλα. Βάσει οδηγιών που δόθηκαν από την Solidarité - Femmes - Emploi, για να υπάρχει ομοιογένεια στον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας μεταξύ των χωρών που πήραν μέρος σ' αυτήν και να γίνει έτσι δυνατή η σύγκριση και η επεξεργασία όλων μαζί των αποτελεσμάτων.

Έτσι δουλέψαμε με 450 περίπου αγγελίες από τις εφημερίδες «ΤΑ ΝΕΑ» και «ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ» από φύλλα τους που είχαν κυκλοφορήσει μεταξύ τέλους Αυγούστου και αρχών Σεπτεμβρή. Τις αγγελίες αυτές τις κατατάξαμε σύμφωνα με τον τομέα δραστηριότητας και τον βαθμό διάκρισης ή προκατάληψης κατά του ενός ή του άλλου φύλου που περιέκλειε το περιεχόμενό τους. Οι συνοπτικοί πίνακες στάλθηκαν στις Βρυξέλλες στις αρχές του Οκτώβρη όπου, μαζί με τα αποτελέσματα της έρευνας από τις άλλες χώρες γνωστοποιήθηκαν στην Επιτροπή των Κοινοτήτων.

Όπως φαίνεται και από τους συγκριτικούς πίνακες, η Ελλάδα παρουσιάζει έναν από τους υψηλότερους δείκτες διάκρισης μεταξύ ανδρών - γυναικών στην αγορά εργασίας, όπως αυτή εμφανίζεται μέσα από τις μικρές αγγελίες.

Και παρότι η διάκριση αυτή φαίνεται, μέσα από τους αναλυτικούς πίνακες που αφορούν την Ελλάδα, να ευνοεί τις γυναίκες, μια προσεκτικότερη εξέταση του είδους της προσφοράς εργασίας μπορεί να μας πείσει για το χαμηλό επίπεδο κοινωνικού γοήτρου και εξειδίκευσης που εμπεριέχουν συνήθως οι θέσεις που διαφημίζονται στις μικρές αγγελίες και που απευθύνονται στις γυναίκες: δεσποινίδες και κυρίες εμφανίσιμες για ντήλερ, κορίτσια «χωρίς υποχρεώσεις» για

μπαρ, γραμματείς ευπαρουσίαστες κάτω των τριάντα και διάφορα άλλα προσόντα που ελάχιστα έχουν να κάνουν με την πνευματική καλλιέργεια και τις πραγματικές δυνατότητες των υποψηφίων.

Πρέπει να επισημάνουμε επίσης ότι η παραπάνω έρευνα έγινε πριν από την ψήφιση του νόμου 1414 που απαγορεύει γενικά την διάκριση στα δύο φύλα στην προσφορά εργασίας μέσα από τις αγγελίες (άρθρο 3, παράγραφος 2). Και ενώ ο νόμος έχει τεθεί σε ισχύ από τις αρχές του χρόνου (2/2/84), οι μικρές αγγελίες δεν έχουν αλλάξει στο ελάχιστο, ούτε στη διατύπωση, ούτε και στο είδος της εργασίας που προσφέρουν στις γυναίκες.

Γεγονός που επιβάλλει την επέμβαση των κυβερνητικών οργάνων και μάλιστα του Συμβουλίου Ισότητας σε δύο στάδια: πρώτον για ενημέρωση των διαφημιζόμενων εργοδοτών όσον αφορά στον παραπάνω νόμο και δεύτερον για την επιβολή κυρώσεων των εργοδοτών εκείνων που ανρούνται να συμμορφωθούν.

Παρακάτω παραθέτουμε αυτούσιο το κείμενο που μας έστειλε η οργάνωση Solidarité - Femmes - Emploi με τα συμπεράσματα της έρευνας στην Ελλάδα και στις λοιπές χώρες της ΕΟΚ και ορισμένες προτάσεις για να ξεριζωθεί ο σεξισμός και η προκατάληψη στην προσφορά εργασίας.

ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΧΩΡΩΝ ΠΟΥ ΠΗΡΑΝ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ*

ΧΩΡΕΣ	Έγκυρες αγγελίες				Άκυρες αγγελίες				Σύνολο
	A + Γ	Ουδέτερες	Εξαφάνσεις	Σύνολο	A	Γ	Ασαφείς	Σύνολο	
Γερμανία	105	24%	-	129	279	201	13	493	622
%	17%	4%	0%	21%	45%	32%	2%	79%	100%
Βέλγιο	206	106	12	324	389	226	120	735	1060
%	19%	10%	2%	31%	37%	21%	11%	69%	100%
Ολλανδία	42	439	2	483	6	4	7	17	500
%	8,5%	88%	0,5%	87%	1%	1%	1%	3%	100%
Γαλλία	74	59	12	145	184	110	11	305	450
%	16%	13%	3%	32%	41%	24,5%	2,5%	68%	100%
Ελλάδα	44	13	10	67	130	330	56	516	583
%	7%	2%	2%	11%	29%	57%	10%	89%	100%
Ιρλανδία	58	799	32	889	47	14	14	75	979
%	6%	82%	4%	92%	5%	1,5%	1,5%	8%	100%
Λουξεμβούργο	101	23	-	124	136	245	9	390	514
%	20%	4%	0%	24%	26%	48%	2%	76%	100%
Ενωμένο Βασίλειο	245	364	1	610	4	5	22	31	641
%	39%	57%	0%	96%	0,5%	0,5%	3%	4%	100%
Σύνολο	875	1827	69	2771	1175	1135	252	2562	5333
%	17%	34%	1%	52%	22%	21%	5%	48%	100%

* Η έρευνα που έγινε στην Ολλανδία δεν περιλαμβάνει συγκριτικά στοιχεία. Τα στοιχεία σχετικά με την Ιταλία δίνονται στον παρακάτω πίνακα από έρευνα που έκανε η VERA SQUARCIALUPI τον Αύγουστο του 1980.

Ιταλία	Έγκυρες αγγελίες		Άκυρες αγγελίες			Σύνολο
	A + Γ + ασαφείς		A	Γ	Σύνολο	
	1385		6747	1983	8686	10050
	14%		67%	19%	86%	100%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΚΑΙ ΕΠΕΞΗΓΗΣΕΙΣ

Αναλύθηκαν συνολικά 5.333 αγγελίες από οκτώ χώρες (η Ολλανδία και η Ιταλία έχουν μελετηθεί χωριστά). Ο συνολικός μέσος όρος των αγγελιών που έγιναν σύμφωνα με τον Κανόνα Συμπεριφοράς για ίσες ευκαιρίες έφτασε το 52%, ενώ το 48% παρενέβη τον νόμο.

Εν τούτοις αυτά τα αποτελέσματα δεν έχουν και μεγάλη σημασία καθώς προσπαθούν να καλύψουν διάφορες καταστάσεις. Αν συγκρίνουμε τους πίνακες των διαφόρων χωρών θα παρατηρήσουμε ότι οι Κανόνες Συμπεριφοράς που έχουν σχέση με τις κενές θέσεις στην αγορά εργασίας εφαρμόζονται καλύτερα στο Ενωμένο Βασίλειο.

Πράγματι, από ένα σύνολο 96% αμερόληπτων αγγελιών, το 39% αυτών απευθύνεται -χωρίς αμφιβολία σε άντρες και γυναίκες.

- Το Ενωμένο Βασίλειο, η Ολλανδία και η Ιρλανδία είναι οι χώρες που προηγούνται. Όσο για τις άλλες χώρες τα ποσοστά των αμερόληπτων αγγελιών είναι τρεις φορές μικρότερα ή και εντελώς ανύπαρκτα.
- Το Βέλγιο και η Γαλλία βρίσκονται στο ίδιο επίπεδο. Όμως το ποσοστό με ασαφείς αγγελίες είναι υψηλότερο στο Βέλγιο από οποιαδήποτε άλλη χώρα - μέλος της ΕΟΚ.
- Στη Γερμανία και στο Λουξεμβούργο το ποσοστό αμερόληπτων αγγελιών αντιπροσωπεύει λιγότερο από το ένα τέταρτο του συνόλου των αναλυθέντων αγγελιών. Τα στατιστικά μεγέθη δείχνουν το βαθμό απροθυμίας των δυο παραπάνω χωρών να επιβάλλουν κυρώσεις.
- Η Ελλάδα και η Ιταλία είναι οι χώρες με το μικρότερο ποσοστό αμερόληπτων αγγελιών.

Όμως πρέπει να έχουμε υπόψη τα εξής για τις δυο αυτές χώρες:

Στην Ελλάδα οι νόμοι που αφορούν την εφαρμογή του Κανόνα Συμπεριφοράς όταν γινόταν αυτή η έρευνα βρίσκονταν ακόμα στο στάδιο του νομοσχεδίου.

Τα στοιχεία που αφορούν την Ιταλία χρονολογούνται από τον Αύγουστο του 1980. Έτσι θα ήταν ενδιαφέρον να γίνει νέα ανάλυση της αγοράς εργασίας για να μετρηθεί ο αντίκτυπος μετά την επιβολή του Κανόνα Συμπεριφοράς και να αξιολογηθεί κάποια πιθανή εξέλιξη της Ιταλικής επαγγελματικής σκηνής.

Στις χώρες με ψηλό ποσοστό αγγελιών που δεν συμμορφώνονται στην νομοθεσία για ίσες ευκαιρίες και στα δυο φύλα (Βέλγιο, Γαλλία, Λουξεμβούργο, Γερμανία, Ιταλία, Ελλάδα). Ο αριθμός των επαγγελματιών που απευθύνονται σε άντρες είναι, σε γενικές γραμμές, μεγαλύτερος από τον αριθμό των επαγγελματιών που είναι προσιτά σε γυναίκες εκτός από την Ελλάδα και το Λουξεμβούργο όπου έχουμε καταγράψει 22% «αντρικών» θέσεων εργασίας και 57% «γυναικείων» θέσεων για την Ελλάδα και 26% «αντρικών» θέσεων με 48% «γυναικείων» για το Λουξεμβούργο.

Αυτή η ανακολουθία μεταξύ της αντρικής και της γυναικείας αγοράς εργασίας γίνεται πιο εύκολα κατανοητή αν προσέξουμε το είδος των θέσεων που προσφέρονται: στις γυναίκες προσφέρονται ευκαιρίες εργασίας σαν οικιακοί βοηθοί, σερβιτόρες, εμποροϋπάλληλοι, κυβερνάντες, καμαριέρες καθαρίστριες, κλπ., δηλαδή σε επαγγέλματα με χαμηλό κοινωνικό γόητρο όπου τα εργατικά χέρια εύκολα αντικαθίστανται.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από τους πίνακες που προέκυψαν από την έρευνά μας μπορούμε να κάνουμε τις παρακάτω παρατηρήσεις:

1. Όπως τονίζεται στην έκθεση της Κομισιόν η ύπαρξη μιας νομοθεσίας που να υπερασπίζεται την ίση αμοιβή μεταξύ αντρών και γυναικών έχει έναν άμεσο αντίκτυπο. Και αυτό το γεγονός το έχουμε αποδείξει μέσα από τις αγγελίες. Πράγματι, οι χώρες που έχουν θεσμοθετήσει την ίση αμοιβή παρουσιάζουν υψηλότερο ποσοστό αμερόληπτων -ως προς το φύλο- αγγελιών. (Βλέπε τα αποτελέσματα από την ανάλογη έρευνα στο Λουξεμβούργο και στην Γερμανία που έχουν αναβάλει την εφαρμογή της σχετικής νομοθεσίας, και στην Ελλάδα που δεν είχε ψηφιστεί το νομοσχέδιο μέχρι το χρόνο διεξαγωγής της έρευνας, σε σύγκριση με τα αποτελέσματα στην Ιρλανδία, Δανία και Ενωμένο Βασίλειο). Η διατύπωση του νόμου είναι πολύ σημαντική. Η νομοθεσία μερικών χωρών (π.χ. Ιρλανδία, Δανία) απλά απαγορεύει οποιαδήποτε αναφορά σε συγκεκριμένο φύλο και θεωρεί επαρκείς τις ουδέτερες αγγελίες. Το Βέλγιο υποχρεώνει τους εργοδότες να διευκρινίζουν ότι οι ευκαιρίες εργασίας είναι εξίσου προσιτές σε άντρες και γυναίκες. Έτσι η διατύπωση των αγγελιών αυτών γίνεται όργανο δράσης για την αλλαγή της υπάρχουσας νοοτροπίας. Τα αποτελέσματα δείχνουν 11% ασαφείς αγγελίες, απόδειξη ότι οι εργοδότες υποστηρίζουν την νομοθεσία τουλάχιστον σε μίνιμουμ επίπεδο. Όσο πιο «απαιτητικός» είναι ο νόμος, τόσο πιο δύσκολο είναι για τους εργοδότες να τον παραβούν. Τέτοιο χαρακτήρα έχει ο νόμος στη Μεγάλη Βρετανία όπου διαπιστώνει κανείς μια καλύτερη ισορροπία μεταξύ των αγγελιών που απευθύνονται ξεχωριστά στα δύο φύλα και των αμερόληπτων.
2. Η αποτελεσματικότητα μιας νομοθεσίας ενισχύεται από την δυνατότητα παρέμβασης των συμβουλίων ισότητας εφόσον υπάρχει δικαίωμα προσφυγής σ' αυτά. Η ύπαρξη του δικαιώματος προσφυγής καταξιώνεται μόνον όταν χρησιμοποιείται. Η χρήση αυτού του δικαιώματος είναι πιο συχνή στις χώρες - μέλη της ΕΟΚ όπου τα συμβούλια ισότητας παρεμβαίνουν. Στην Ιρλανδία το συμβούλιο ισότητας έχει τη δυνατότητα να πάρει νομικά μέτρα κατά των αγγελιών που κάνουν διάκριση. Στη Μεγάλη Βρετανία, το αντίστοιχο σώμα έχει αποκλειστικά δικαιώματα και ειδικές λειτουργίες στο πρόβλημα της διάκρισης μεταξύ αντρών - γυναικών.
3. Όσον αφορά τις κυρώσεις είναι αναπόφευκτες για την σωστή εφαρμογή του νόμου. Ακολουθώντας το παράδειγμα της Ολλανδίας πρέπει να συμφωνήσουμε ότι οι κυρώσεις αυτές δεν είναι απαραίτητο να είναι σοβαρές. Οι αγγελίες για την κάλυψη κενών θέσεων εργασίας έχουν κάποια διαφημιστική χροιά και συμβάλλουν στην καλή φήμη του διαφημιζόμενου εργοδότη. Γι' αυτό ίσως αρκεί κάποια μορφή επίπληξης. Στην Ολλανδία η μορφή είναι συχνά μια επιστολή προς τον εργοδότη που κάνει χρήση μιας μεροληπτικής αγγελίας, μέσω τις οποίας του ζητείται να διορθώσει την διατύπωση της αγγελίας. Από 1783 διαφημιζόμενους εργοδότες που ειδοποιήθηκαν μ' αυτόν τον τρόπο μόνον 80 περιπτώσεις επανάληψης της παράβασης παρατηρήθηκαν (ποσοστό 4,5%). Αυστηρές κυρώσεις πρέπει να επιβληθούν μόνον σε εργοδότες που επιμένουν να κάνουν διακρίσεις.

4. Είναι φανερό ότι δεν υπάρχει καμιά σχέση μεταξύ της αγγελίας και της διαδικασίας πρόσληψης.
Αυτό αποδείχτηκε με μια έρευνα που έγινε πάλι στην Ολλανδία. Η έρευνα έδειξε ότι μόνον τα Ολλανδικά γραφεία ευρέσεως εργασίας χρησιμοποιούν κατά πλειονότητα αγγελίες που κάνουν διάκριση στις ευκαιρίες εργασίας μεταξύ των δυο φύλων. Πρέπει όμως να καταλάβουμε ότι αυτά τα γραφεία πληρώνονται μόνον εφόσον προσληφθεί ο ενδιαφερόμενος, έτσι η φρασεολογία των αγγελιών αντικατοπτρίζει τις απαντήσεις των εργοδοτών. Τούτο δεν σημαίνει ότι η δράση μέσα από την διερεύνηση των αγγελιών είναι άχρηστη αλλά μόνον ανεπαρκής.
5. Για να γίνει αποτελεσματική, οι νομοθετικές ρυθμίσεις πάνω σ' αυτό το πρόβλημα πρέπει να ενισχυθούν με τη λήψη θετικών μέτρων, σε διαφορετικά επίπεδα.
Έχουμε παρατηρήσει πως οι αγγελίες που από παράδοση απευθύνονται σε άντρες παραμένουν τέτοιες και ότι σε εποχές κρίσης οι παραδοσιακά γυναικείες θέσεις εργασίας τείνουν να «ανοίγονται» κάπως και προς τους άντρες.
Έχουμε λοιπόν να αποφασίσουμε αν θα πρέπει να αγωνιστούμε για την είσοδο των γυναικών σε φθίνοντες τομείς δραστηριότητας, όπως για παράδειγμα, ο οικοδομικός.
Είναι αληθινή πρόοδος να εκπαιδεύσουμε γυναίκες χτίστες και σοβατζήδες; Δεν θα πρέπει να αγωνιστούμε για να μπούμε σε σύγχρονους και γρήγορα αναπτυσσόμενους κλάδους εργασίας;
6. Είχαμε δηλώσει στην Βελγική και στην Γαλλική μονογραφία μας ότι υπήρξε ένα υψηλό ποσοστό αγγελιών που συμμορφώνονται με τις αρχές ισότητας και απευθύνονται σε νέους πτυχιούχους ανωτάτων σχολών. Πιστεύουμε πως είναι καιρός να δουλέψουμε για την **προώθηση** των γυναικών σε διευθυντικές θέσεις παρά για την είσοδό τους σ' **όλους** τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας.
Γιατί έχουμε παρατηρήσει ότι ακόμα και οι κατ' εξοχήν γυναικείες θέσεις στην υφαντουργία είναι πολύ συχνά κάτω από τον αντρικό έλεγχο.
7. Ένας εναλλακτικός τρόπος στη λήψη θετικών μέτρων μπορούσε να είναι (όπως υπάρχει πρόβλεψη και στην Ολλανδική νομοθεσία) η αποδοχή αγγελιών που απευθύνονται στο ένα από τα δύο φύλα, με την προϋπόθεση ότι διατηρείται η ίση αναλογία αντρών - γυναικών ανά τομέα σε μια εταιρία ή σε βιομηχανία, και τούτο φαίνεται μέσα από την διατύπωση της αγγελίας.
8. Στη μελέτη της Ολλανδικής και Ιρλανδικής αγοράς εργασίας αντιμετωπίσαμε την αληθινή σημασία της αμερόληπτης αγγελίας. Διαπιστώσαμε ότι αυτή η μορφή αμερόληπτης διατύπωσης δεν επαρκεί για να απαλλάξει ένα επάγγελμα από τον σεξισμό που το συνοδεύει.
Γι' αυτό νομίζουμε πως είναι πιο λογικό να ενθαρρύνεται η χρήση ολόγκαν που να προσκαλούν τη γυναικεία συμμετοχή σε παραδοσιακά αντρικά επαγγέλματα (Ολλανδία).
Στη Βρετανία επίσης πολλοί εργοδότες αυτοαποκαλούνται «εργοδότες των ίσων ευκαιριών».
9. Στα συμπεράσματά μας δεν έχουμε περιλάβει τα γλωσσικά προβλήματα που συνδέονται με την διατύπωση των αγγελιών ή σε σεξισμό στη γλώσσα.
Πιστεύουμε πως αυτό το θέμα μπορεί να συζητηθεί σ' ένα σεμινάριο που σχεδιάζουμε να πραγματοποιήσουμε όπου κάθε εκπρόσωπος θα μπορέσει να αναπτύξει τις σχετικές δυσκολίες που αντιμετωπίζει η μητρική της γλώσσα.
Έπειτα σκοπεύουμε να μελετήσουμε τις εργασίες και τις έρευνες που έχουν γίνει στις διάφορες χώρες με την προοπτική να τροποποιηθεί το λεξιλόγιο που χρησιμοποιείται στη ζήτηση εργασίας και να γίνουν κατάλογοι επαγγελμάτων που δεν μεροληπτούν υπέρ του ενός από τα δύο φύλα.

Ε λ λ ά θ α

- Δυο ομάδες έχουν βοηθήσει την έρευνά μας στην Ελλάδα που κι οι δυο έχουν έδρα την Αθήνα:
Το Κέντρο μελετών Γυναικείων Προβλημάτων του Συνδέσμου για τα Δικαιώματα της Γυναίκας και η Ένωση Γυναικών Ελλάδας.
- Τα δείγματα πάρθηκαν ως εξής: 400 αγγελίες από την εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ (μέση ημερήσια κυκλοφορία 80.000 φύλλα περίπου) και την ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ (μέση ημερήσια κυκλοφορία 60.000 φύλλα περίπου), δυο από τις γνωστότερες εφημερίδες στην Ελλάδα, κατά το διάστημα τέλη Αυγούστου - αρχές Σεπτέμβρη.
- Μια επιπλέον δειγματοληψία από 183 αγγελίες στα τέλη του Σεπτέμβρη - αρχές Οκτώβρη από τις εφημερίδες ΜΕΣΗΜΕΡΙΝΗ και ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΗ δεν χρησιμοποιήθηκε λόγω της καθυστερημένης παραλαβής της. Τα στατιστικά στοιχεία αυτής της δειγματοληψίας προστέθηκαν στα τελικά αποτελέσματα που αφορούν την Ελλάδα.

Τομείς και κλάδοι δραστηριότητας

1. Γεωργία και αλιεία

Σύνολο

2. Βιομηχανία

- Εξόρυξη (αυχρεία)
- Ενέργεια (νερό, αέριο, ηλεκτρισμός, πετρέλαιο, πυρηνική ενέργεια)
- Παραγωγή τοιμάτων (γυαλιού) πηλού
- Μεταλλουργία
- Χημική βιομηχανία
- Μηχανικές και μεταλλικές κατασκευές
- Ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές κατασκευές
- Βιομηχανία αυτοκινήτων και άλλων μέσων μεταφοράς
- Βιομηχανία τροφίμων
- Βυρσοδεψία
- Βιομηχανία υποδημάτων και ένδυσης
- Βιομηχανία επεξεργασίας ξύλου / επιπλαοσία
- Βιομηχανία χάρτου, εκτύπωση, εκδόσεις
- Άλλες μεταποιητικές βιομηχανίες
- Οικοδομική δραστηριότητα και πολεοδομία

Σύνολο

3. Εμπόριο και παροχή υπηρεσιών

- Χονδρικό εμπόριο και πολυκαταστήματα
- Λιανικό εμπόριο:
 - Αρτοποιία - ζαχαροπλαστική
 - εμπορία κρέατος
 - κομμωτική αρωματοποιία
 - καταστήματα ενδυμάτων / υποδημάτων
- Ξενοδοχεία
- Υπηρεσίες:
 - Επισκευές και συντήρηση
 - τουρισμός
 - θέαμα
 - οικιακή βοήθεια
- Ιατρικός και παρα-ιατρικός τομέας
- Κοινωνικές υπηρεσίες
- Εκπαίδευση
- Μεταφορές και επικοινωνίες
- Δημόσια διοίκηση
- Τράπεζες και ασφαλιστικές εταιρίες
- Παροχή Υπηρεσιών προς επιχειρήσεις:
 - Μάρκετινγκ
 - Δημόσιες σχέσεις
 - Πληροφορική
 - Λογιστική
- Οικιακή οικονομία
- Καθαρισμός

Σύνολο

Συμπλήρωμα της έρευνας

Συνολικά αποτελέσματα Ελλάδας

Ποσοστιαία αναλογία

	Έγκυρες		Άκυρες			Εξαιρέσεις		ΣΥΝΟΛΟ
	A + Γ	Ουδέτερες	A	Γ	Αμφίβολες	σαφείς	ασαφείς	
	0	0	0	0	0	0	0	0
-	-	-	-	-	-	-	-	0
-	-	-	2	-	-	-	-	2
-	-	-	-	-	1	-	-	1
-	-	-	2	-	-	-	-	2
-	-	-	1	4	2	-	-	7
-	-	-	-	-	-	-	-	0
-	-	-	-	-	-	-	-	0
-	1	-	3	-	-	-	-	4
-	-	-	1	-	-	-	-	1
-	9	-	4	66	1	-	-	80
-	1	-	10	1	10	-	-	22
-	3	-	-	4	10	-	-	17
-	-	1	-	-	3	-	-	4
-	-	-	3	2	1	-	-	6
Σύνολο	14	1	26	77	28	0	0	146
1	-	6	3	1	-	-	-	11
3	-	3	16	1	-	-	-	23
-	-	6	9	4	-	1	-	20
-	-	1	-	3	-	-	-	4
1	2	-	57	-	-	-	-	60
-	-	-	-	-	-	-	-	0
-	-	-	-	-	-	-	-	0
-	1	-	5	-	2	1	-	9
-	-	-	-	-	-	-	-	0
6	1	1	19	11	-	1	-	39
-	-	-	1	1	-	-	-	2
-	-	-	1	-	-	-	-	1
3	1	1	-	1	-	-	-	6
-	-	-	2	5	-	5	-	12
-	-	-	17	1	-	-	-	18
-	-	1	1	-	-	-	-	2
Σύνολο	14	5	19	131	28	2	8	207
	16	7	85	122	-	-	-	230
	44	13	130	330	56	2	8	583
	8%	2%	22%	57%	10%	0%	1%	100%

ΕΛΛΑΔΑ - ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ						
Έγκυρες αγγελίες			Άκυρες αγγελίες			Σύνολο
A + Γ	Ουδέτερες	Εξαιρέσεις	A	Γ	Ασαφείς	
44	13	10	130	330	56	
	67			516		583
	11%			89%		100%

Ανάλυση αποτελεσμάτων

- Η αγορά εργασίας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από έντονη μεροληπτική διάθεση προς τα δυο φύλα –μόνον 11% «σωστές» αγγελίες- ο δε διαχωρισμός μεταξύ της αντρικής και της γυναικείας αγοράς εργασίας είναι φανερός. Το καταπληκτικό όμως είναι ο εντυπωσιακά μεγάλος αριθμός ευκαιριών για τις γυναίκες σε σχέση με τους άντρες (330 προς 130). Νομίζουμε πάντως πως το γεγονός αυτό δεν αποδεικνύει ότι υπάρχει μικρότερη ζήτηση εργασίας για τους άντρες αλλά ότι αυτοί προσφέρονται στην αγορά μέσα από άλλα κανάλια (γνωριμίες προφανώς, κ.ά.).
- Η προσφερόμενη εργασία διαφέρει ανάλογα με το φύλο: οι γυναίκες είναι παραδοσιακά περιορισμένες στα γυναικεία επαγγέλματα (γραμματέας - δασκάλα - σερβιτόρα - κομμώτρια - πωλήτρια - εργάτρια στην βιομηχανία ενδυμάτων - οικιακή βοηθός). Επιπλέον, υπάρχει ακόμα ζήτηση για εμφανίσιμες γραμματείς.
- Η εξειδικευμένη εργασία τεχνικού ή διοικητικού χαρακτήρα προορίζεται αποκλειστικά για τους άντρες. Για παράδειγμα η βιομηχανία ενδυμάτων και υποδημάτων που χρειάζεται μικρό ποσοστό εξειδικευμένης εργασίας χρησιμοποιεί κατά πλειοψηφία γυναίκες (66 αγγελίες για πλήρωση κενών θέσεων από γυναίκες, από 80 συνολικά). Το υπόλοιπο του βιομηχανικού τομέα προορίζεται για τους άντρες. Ωστόσο η κατάσταση βελτιώνεται στον εκπαιδευτικό τομέα (8

«σωστές» αγγελίες 39 συνολικά), όπως και στον τραπεζικό και ασφαλιστικό τομέα (4 «σωστές» αγγελίες από σύνολο 6).

Εξαιρέσεις

Υπάρχουν διάφορες εξαιρέσεις που αφορούν τα μοντέλα και τη φύση της εργασίας όπως π.χ. η δουλειά του αχθοφόρου προϋποθέτει κάποια σωματική δύναμη. Τέτοιες εξαιρέσεις παρατηρούνται στα παραϊατρικά επαγγέλματα, στην εκπαίδευση και στα επαγγέλματα που έχουν σχέση με την παιδική φροντίδα, υπάρχει δε σχετική μέριμνα του κράτους. Οι αγγελίες, λοιπόν, έχουν ταξινομηθεί παίρνοντας υπόψη κι αυτό το γεγονός.

Συμπεράσματα

Όταν μιλάμε για φεμινιστικό κίνημα στην Ελλάδα πρέπει να θυμόμαστε γεγονότα όπως την πρόσφατη ιστορία της Ελλάδας –εφτά χρόνια δικτατορίας και συντηρητισμού. Έτσι οι Ελληνίδες σιγά - σιγά αποκτούν επίγνωση των φεμινιστικών θέσεων.

Νέα «επαναστατικά» νομοθετικά μέτρα έχουν αρχίσει να εφαρμόζονται και οι Ελληνίδες πρέπει να μάθουν να τα χρησιμοποιούν.

Το κείμενο του προλόγου και η μετάφραση του κειμένου είναι της Χριστίνας Κούρκουλα.