

РЕШЕНИЯ НА ВСЮ ЖИЗНЬ

РАСШИРЯЯ ВОЗМОЖНОСТИ МОЛОДЫХ РАБОТАЮЩИХ ЖЕНЩИН



© Clarice





Развития на всю жизнь, МКП, 2011

© Фото: МКП

© СОбложка: Clarice, (Концепция: www.clarice-illustrations.be)

Молодые женщины играют ведущую роль «Решения на всю жизнь» меняют жизни

Проект «Решения на всю жизнь» расширил карьерные возможности молодых женщин, привел тысячи молодых женщин в профсоюзное движение, побудил многих из них к тому, чтобы выдвигать свои кандидатуры и занимать ведущие профсоюзные должности, встать на защиту своих прав на работе и дома, вовлекать в профсоюзы новых членов и помогать другим. Он показал молодым и более старшим женщинам, как работать вместе, создавать коалиции между профсоюзами с различными традициями, а также между профсоюзами и НГО. Он изменил профсоюзы, коллективные соглашения и стратегии по вовлечению в профсоюзы, обеспечив улучшение жизни женщин.

Проект «Решения на всю жизнь»...

- Охватил более 90 000 женщин, 30% которых вступили в профсоюз. «Решения на всю жизнь» обладают потенциалом многократно увеличить эти цифры. Значительный рост профсоюзного членства среди молодых женщин наблюдался в Бразилии (5 000) и Индонезии (15 000).
- Больше гендерных вопросов в коллективных договорах: в Бразилии ведутся переговоры по 50 коллективным договорам, содержащим гендерные вопросы; в ЮАР подписаны 5 коллективных договоров с пунктами о сексуальных домогательствах и родительских правах; а в Индонезии на двух пищевых предприятиях, в которых работают более 1 200 женщин, были подписаны договоры, содержащие пункты по гендерным вопросам о равной оплате труда и отпуске по уходу за ребенком.
- Создание профсоюзов: в Казахстане женщины-журналисты, освещавшие в прессе запуск нашей кампании, были так вдохновлены, что создали свой профсоюз, а в Беларуси 1 000 женщин-продавщиц на рынках подали заявку о регистрации профсоюза. Власти не признали профсоюз, но женщины не сдавались: они образовали НГО, и стремятся к тому, что со временем она станет самостоятельным профсоюзом.
- Все больше женщин становятся активистами и занимают лидерские позиции: по состоянию на конец июня 2010 года в ЮАР женщины занимали 40% ведущих положений в SACCAWU. ¹ ■

¹ Профсоюз работников торговли, питания и смежных отраслей

1• Введение

Молодые женщины по всему миру принимают важные решения, которые повлияют на всю их жизнь, когда начинают работать, выходят замуж и становятся матерями. Эти решения – о карьере, выборе партнера, планировании семьи, балансе между семьей и работой – могут показаться тягостными и ставящими в тупик. Многие даже чувствуют, что это не их решения. Тем не менее, эти жизненные решения молодых женщин определяют не только их личное будущее, но и будущее всего общества. Их выбор является ключевым для демографии и развития трудовых ресурсов нации. Кампания «Решения на всю жизнь» посвящена увеличению возможностей молодых женщин, она предоставляет им необходимую информацию и показывает, что у них есть выбор. В ходе кампании женщины структурированно помогают другим женщинам и делают это через профсоюзное движение. Целями кампании являются:

- вовлечение молодых женщин в профсоюз
- развитие их лидерских и переговорных навыков
- приведение большего числа женщин на лидерские позиции
- помощь женщинам во введении большего числа гендерных положений в коллективные договоры
- содействие женщинам в оказании давления с целью изменения законодательства их стран, например, ратификации и применения Конвенций МОТ, включая №183, Конвенцию об охране материнства
- придание женщинам уверенности в себе для поиска лучших возможностей на рабочем месте.

2• «Решения на всю жизнь» в двух словах

Кампания «Решения на всю жизнь» нацелена на молодых женщин (в возрасте 15-29 лет), работающих или ищущих работу в восьми крупных сферах занятости в индустрии обслуживания. Она является частью кампании МКП «Достойная работа и достойная жизнь для женщин» и была разработана в рамках Цели развития тысячелетия 3 (ЦРТ 3) для «Продвижение равенства мужчин и женщин и расширения прав и возможностей женщин».

Сфера обслуживания

Сфера обслуживания является самым быстрорастущим сектором по всему миру. Значительное число трудящихся в нем – молодые женщины, занятые на временной основе (атипичная занятость, временная, по контракту, частичная) со всеми соответствующими проблемами стабильности рабочего места, такими как плохие условия труда, сверхурочная работа, риск стать жертвами злоупотреблений, таких как сексуальные домогательства.

Целевые группы

Операторы телефонных центров	Работники туристических агентств
Секретари	Менеджеры по продажам и кассиры в торговых центрах
Горничные в гостиницах	Бухгалтеры
IT-специалисты	Администраторы
и другие группы - по решению местных организаций, например, работники сферы телекоммуникаций, ищущие работу женщины/студенты университетов	

Кампания «Решения на всю жизнь» проводится в 14 развивающихся странах Америки, Африки, Азии и СНГ. Общее руководство кампании осуществляется МКП в сотрудничестве с глобальной профсоюзной федерацией UNI, Фондом WageIndicator в Амстердаме и Университетом Амстердама. С тех пор к кампании присоединились и другие глобальные профсоюзы, в некоторых странах особенно тесно начали работать IUF и PSI.

К концу кампании (июнь 2011) метод проекта «Решения на всю жизнь» и его наработки будут интегрированы в политику МКП по гендерному равенству, ее программы и мероприятия.

Страны проекта «Решения на всю жизнь» по регионам

- **Америка:** Бразилия
- **Африка:** Ангола, Ботсвана*, Малави*, Мозамбик, ЮАР, Замбия, Зимбабве
- **Азия:** Индия, Индонезия
- **Страны СНГ:** Азербайджан, Беларусь, Казахстан, Украина

*только веб-кампании

В некоторых из стран, выбранных для проведения кампании, профсоюзы встречаются с враждебностью, когда они пытаются вовлекать людей в свои организации. В Зимбабве профсоюзные активисты сталкиваются с постоянными оскорблениями, включая физическую жестокость и наказания. Также в Беларуси профсоюзных лидеров регулярно запугивают, шантажируют и арестовывают, а в Украине за последние годы имели место многочисленные нарушения прав профсоюзов. В Индонезии права профсоюзов плохо защищены законом, а на практике эта защита еще слабее. Во многих штатах Индии права профсоюзов ограничены законом, многие работодатели враждебны по отношению к профсоюзам, а в 2009 году имели место многочисленные случаи жестокости по отношению к лидерам профсоюзов, спонсированные полицией.²

В каждой стране была создана профсоюзная команда, проводившая кампанию, и веб-группа (см. таблицу выше).

Профсоюзные кампании среди рядовых членов профсоюзов на национальном уровне

Команды выделили свои целевые группы и мероприятия, а также наиболее подходящие инструменты и методики. Они сформировали собственный план проведения кампании, обеспечив работу по самым неотложным вопросам и потребностям своих стран и секторов, а также максимальный охват кампанией молодых женщин. Группы, проводящие кампании, лично встречались с молодыми женщинами и организовывали обучение. Они добивались улучшения условий труда и увеличения вовлеченности молодых женщин в профсоюзы. Одним из ключевых мероприятий была подготовка молодых женщин как активистов кампании, так как они должны будут найти общий язык с другими молодыми женщинами.

Веб-команды

Веб-команды готовят свои сайты, разработанные с учетом потребностей местных кампаний. Веб-сайты WageIndicator предоставляют множество инструментов,

специально разработанных, чтобы помочь молодым работающим женщинам получить информацию о выборе карьеры и о семейных вопросах. Они включают опросы, информацию о зарплатах и рабочих местах, информацию о правах работников, интервью и статьи по вопросам семьи и работы, а также исследования Университета Амстердама.

Научные исследования

В исследованиях Университета Амстердама/AIAS представлены обзоры рабочих мест женщин и их занятости. Отчеты включают такие вопросы как гендерный анализ по вопросам труда и занятости, освещающий отраслевую структуру трудового рынка страны, трудовые отношения, формирование заработной платы, средства связи, население и рождаемость, здравоохранение, доля женщин на рынке труда, грамотность, образование девочек, уровень квалификации женщин, и зарплата и условия труда. Отчеты включают исследования (при наличии доступной информации) национального законодательства, национальной системы образования и регулирования на уровне компаний.

Коалиции

Для проведения кампании были сформированы крупные коалиции, например, в ЮАР была создана команда из четырех национальных профцентров, являющихся членскими организациями МКП, в частности, COSATU, NACTU, FEDUSA и CONSAWU, трех профсоюзов-членских организаций UNI - SASBO, SACCAWU и CWU, и трех основных женских НГО. К июню 2010 эта коалиция уже охватила напрямую свыше 5 000 женщин. Кампания в Бразилии тоже основана на коалиции шести профсоюзных конфедераций, CUT, UGT, Forca Sindical, CTB, CGTB и NCST, которые также превзошли свои цели. Профсоюзный исследовательский центр DIEESE ставил целью охватить 500 женщин, работающих в колл-центрах. После проведения кампании в течение одного года они охватили 2 209 женщин в колл-центрах, и также достигли и превысили намеченные цели среди кассиров и промышленных рабочих.

Темы кампании

Отставание прав работников-женщин	Равенство оплаты труда
<ul style="list-style-type: none">• Баланс между работой и семьей, включая права матерей и отцов и отпуск по уходу за ребенком для матери/отца, часы работы, и дошкольные учреждения• Ненадежные рабочие места	<ul style="list-style-type: none">• Жестокость по отношению к женщинам• Сексуальные домогательства• ВИЧ/СПИД• Планирование карьеры

Межрегиональное взаимодействие команд

Представители команд кампании встречаются на региональных и глобальных встречах. Эти встречи позволяют командам различных стран познакомиться, поделиться опытом и узнать о наработках друг друга, создавая крепкое ощущение солидарности между странами. После личного знакомства подобное сотрудничество продолжается через электронную почту, Facebook, Twitter и другие способы связи. ■

3 • Кампания на практике

Группа организаторов кампании осуществляет широкий спектр мероприятий. Они используют различные средства связи в зависимости от страны и создают свои собственные материалы, а также пользуются материалами, предоставленными МКП, UNI и Фондом WageIndicator. Основные даты, такие как Международный женский день 8 марта, Всемирный день действий за достойный труд 7 октября и Международный день борьбы за ликвидацию насилия в отношении женщин 25 ноября, часто используются для проведения мероприятий по проекту «Решения на всю жизнь» и привлечения внимания широкой общественности. В некоторых случаях запуск кампаний проходит на мероприятиях, организованных рядом с этими ключевыми датами. Они зачастую привлекают

широкое внимание средств массовой информации, что оказалось очень важным в привлечении дополнительных участников. Чтобы привлечь внимание молодых женщин, рабочие группы посещают общественные места, такие как торговые центры, организуют массовые мероприятия, обсуждения и обучение, берут интервью у молодых женщин. Иногда используются очень изобретательные способы, такие как театральные постановки. Связь осуществляется через электронную почту, по телефону, посредством профсоюзных сетей и/или сетей негосударственных организаций, а также социальных сетей, таких как Twitter и Facebook. Однако во многих случаях команды называли личное общение самой эффективной формой. Материалы включали в себя брошюры, постеры, опросники, публикации, а также футболки и бейсболки.

Зимбабве

мобилизация женщин для отстаивания своих прав

“П

роект «Решения на всю жизнь» помогает женщинам в профсоюзах подняться до лидерских позиций и мобилизовать рядовых членов. В своей должности я наблюдаю мероприятия профсоюзов-членских организаций по всей стране. Вопросы, поднимаемые кампанией, проходят через профсоюзных лидеров, председателей первичных организаций до рядовых членов профсоюза. Каждый квартал по окончании рабочего дня в местных отделениях ZCTU организовываются трудовые форумы для обсуждения таких вопросов как условия труда, сексуальные домогательства, юридическая защита, сочетание работы и семейных обязанностей. Это открытые обсуждения, не только для членов профсоюза. Такие трудовые форумы проводятся в каждой из 35 членских организаций в различных отраслях. 8 марта, в Международный женский день в каждом из 6 регионов ZCTU в наиболее крупных городах и некоторых отдаленных районах

Федерация организовала демонстрации и дебаты. В одной только Хараре в них принимали участие около 500 женщин. В других местах посещаемость была близкой к этим цифрам, таким образом всего в мероприятиях участвовало несколько тысяч женщин. Мы распространяли брошюры, рассказывающие о том, что такое проект «Решения на всю жизнь», а также футболки, которым женщины были очень рады. Мы получили отчеты от наших женских комитетов во всех регионах. Складывается впечатление, что женщины повсеместно встают на защиту своих прав. Они требуют равных возможностей, пособий по уходу за ребенком и прекращения сексуальных домогательств».



*Фиона Гандива Магайя,
Координатор по женским и
гендерным вопросам, Конгресс
профсоюзов Зимбабве ZCTU.*

ЮАР

Учимся работать вместе

Исследовательский центр труда (LRS) координирует кампанию совместно с четырьмя национальными профцентрами, являющимися членскими организациями МКП и тремя членами UNI. Эта коалиция позднее была расширена, когда они сформировали сети с НГО и культурными группами, расширив охват кампании.



Команда «Решений на всю жизнь» поддерживает забастовку SABC.

На регулярных встречах команды проекта четыре профцентра учились работать вместе, уважая различные традиции и политические взгляды друг друга. В то же время более старшие женщины-профсоюзные активисты делились опытом с молодыми женщинами, недавно занимающимися профсоюзной работой. Одним из важных моментов, выделенных ими, стало прямое вовлечение молодых работающих женщин в планирование, координацию, применение и оценку мероприятий. Нацелив работу на продавщиц, горничных и банковских служащих, а также операторов колл-центров и администраторов, кампания фокусируется на правах женщин, в особенности на сексуальных и репродуктивных правах, балансе между семьей и работой, жестокости по отношению к женщинам и сексуальных домогательствах. Результатом кампании стало то, что ключевые

вопросы в этих отраслях, важные для молодых женщин, сейчас внесены в повестку дня коллективных переговоров для профсоюзов в качестве основных требований. Эти вопросы включают безопасный транспорт для молодых женщин, работающих в вечерние смены, сексуальные домогательства в гостиничном бизнесе, влияние сменной работы в колл-центрах на баланс между работой и личной жизнью и необходимость в субсидируемых детских дошкольных учреждениях.

Поощряя женщин самим защищать себя

Работа команды проведения кампании включала в себя особую кампанию за «Право выбрать использование женского презерватива». У молодых женщин есть лишь немного возможностей рассказать о своих страхах, надеждах и желаниях в том, что касается секса и рождения детей. Тем не менее, право на контроль над собственным телом является ключевым для того, чтобы быть способными принимать решения в других аспектах своей жизни. Кампания за женские презервативы стала важным практическим средством повышения осведомленности, формулировки требований на коллективных переговорах, например, предоставления женских презервативов на рабочих местах и - что самое важное - обретения женщинами контроля над своим телом.

Учим женщин постоять за себя - История Фины

Меня зовут Фина Могоси, мне 29 лет. Когда я была беременна дочерью в 2003 году, мой результат анализа на ВИЧ оказался положительным. Мой муж был потрясен, он обвинял меня в том, что я сама заразилась и передала это заболевание ему. Я была в унынии, зля, отрицала это и начала сильно выпивать. Свекровь забрала мою дочку к себе. Когда я встретила Маму Номвулу, она меня проконсультировала, поддержала, и мне стало лучше. Она сказала, что мне срочно нужно пойти в больницу и сдать анализы на содержание CD4. С ужасом я узнала, что этот показатель был всего лишь 5! Мне сказали, что нужно принимать антиретровирусные препараты. Постепенно мой уровень CD4 поднимается, я чувствую себя гораздо лучше и могу снова работать в парикмахерской. Я бы хотела сказать другим инфицированным молодым женщинам, что после положительного анализа на ВИЧ

жизнь все-таки существует. Да, они будут чувствовать себя ужасно и плохо после анализа, но они должны продолжать позитивно и оптимистично относиться к жизни, потому что с их диагнозом жизнь не заканчивается.

Молодые женщины/матери должны обратить внимание на кампанию «Решения на всю жизнь», быть уверенными в своем выборе и защищать себя от болезней, используя женские презервативы, если им тяжело договориться со своим партнером об использовании контрацепции.

Сохраняйте положительный настрой, будьте осведомленными и подготовленными, сдавайте анализы и узнавайте их результаты, ЗАЩИЩАЙТЕ себя!

Фина Могоси.

Жить позитивно.

побудила их стать более активными в своем профсоюзе, осмелиться претендовать на ведущие позиции и даже стать более напористыми дома. К концу июня 2010 года женщины занимали 40% ведущих должностей в этом профсоюзе. По состоянию на июнь 2010 всего в профсоюзе состояли 259 молодых женщин, большинство из которых стремятся в будущем стать лидерами SACCAWU от лидеров первичных организаций до позиций на национальном уровне. Они считают, что ключевым для успеха кампании стало то, что одни молодые женщины вовлекают других молодых женщин. Такой подход включает наставничество и интеграцию этой кампании в другие кампании их профсоюза. Для обеспечения координации были использованы существующие гендерные структуры. Одной из ключевых тем кампании стали сексуальные домогательства, выделенные в ЮАР как серьезная проблема. Реакция на семинары была очень сильной, ведь женщины поняли, что они могут ответить по-разному. Профсоюзу уже удалось обсудить стратегию по сексуальным домогательствам в крупной розничной сети Lewis и внести поправки в правительственный Кодекс

Осмелиться быть впереди

В SACCAWU молодые женщины, участвовавшие в кампании, отметили, что она изменила их жизни. Кампания

положительной практики в отношении сексуальных домогательств.

«Мы, молодые женщины тоже должны внести свой вклад в построение профсоюза, и нужно, чтобы нас принимали всерьез». Участник кампании «Решения на всю жизнь».

Расширяем охват

Для привлечения внимания женщин к кампании «Решения на всю жизнь» было использовано несколько методов. Запуск кампании в Йоханнесбурге в августе 2009 года широко освещался в прессе, это мероприятие дало женщинам возможность напрямую узнать о кампании. Позднее визиты на рабочие и в общественные места позволили участникам кампании - обычно это были тоже молодые женщины - напрямую контактировать с женщинами, придав кампании молодое и человеческое лицо. Например, посещение торгового центра «Маропуа» позволило участникам кампании поговорить о профсоюзах с женщинами, не состоявшими в профсоюзе, в спокойной и безопасной обстановке. Это общение было позднее продолжено посредством электронной почты, звонков по телефону и СМС-сообщений. Интерактивные способы, такие

как театральные и поэтические постановки, также были использованы и показали себя особенно эффективными, являясь одновременно веселыми и познавательными. Особенно хорошей формой связи стало радио местного значения через работу местных радиостанций в Кейптауне и Йоханнесбурге, а также совместный выпуск эфиров с профсоюзом SABU. Постепенно оказывалась поддержка сетям молодых женщин внутри профсоюза, между профсоюзами, между федерациями и между работающими и неработающими молодыми женщинами. Женщин поощряли рассказывать и писать о своей жизни, принимать решения, которые влияют на их жизнь и брать контроль на себя.

«Молодые женщины зачастую не являются хозяйками своих жизней, принятие решений часто находится в руках мужчин, не знающих о том, какие проблемы испытывают женщины. Мы говорим «Остановите эксплуатацию молодых женщин на рабочем месте!»

Алина Мбетхе, 28 лет, Участник группы проведения кампании «Решения на всю жизнь», ЮАР.

Организаторы кампании сейчас экспериментируют с более неформальными способами привлечения молодых женщин и ищут способы для введения женских вопросов в профсоюзную повестку дня и будут продолжать связи с НГО, фокусирующими свою работу на женщинах.

Выдвижение на первый план

Женщины-профсоюзные активисты в ЮАР продвигали «Решения на всю жизнь» таким образом, что в течение шести месяцев с момента запуска в марте 2009 года он стал частью основной политики профсоюзов. Они считают, что это достижение – уникальное явление в истории их профсоюзов.

Стратегии

Команды проведения кампании в ЮАР использовали широкий спектр инновационных стратегий, включая комитеты в торговых центрах и наставничество.



Комитеты в торговых центрах: Такие комитеты предоставляют возможность для укрепления солидарности рабочих между компаниями, и, что важно, находятся в легкой досягаемости для работающих женщин, которые могут встречаться во время перерыва на обед, а не после рабочего дня, и во время долгой дороги домой.

Наставничество: Другой стратегией по вовлечению женщин является наставничество, при помощи которого команда проведения кампании контактирует с более высокой по положению, и обычно старшей по возрасту женщиной, которая соглашается обеспечить руководство над более молодой женщиной. В свою очередь эти более молодые женщины потом станут наставниками еще более молодых. При помощи такого подхода может быть преодолена проблема конфликта поколений, когда опытные коллеги боятся молодых, тогда как молодые в свою очередь боятся, что их мнение не будет услышано.

Ангола

Информируем и вовлекаем молодых женщин

“**М**еня вдохновляет систематичное занятие новой деятельностью. В августе, октябре и декабре 2009 года мы проводили семинары по обучению работающих женщин по вопросам «Решений на всю жизнь». Результатом этого стало соглашение профсоюзных лидеров о направлении усилий к молодым работающим женщинам, преследовавшее двойную цель – информировать их и вовлечь их в профсоюз в качестве новых членов».



Луция Тунгуика, Вице-президент Женского комитета UNTA.

Женщины как равные партнеры

«Женщины Анголы уже показали, что они способны принимать участие во всех сферах деятельности и являются партнерами в построении более справедливого и братского общества».

Из речи Марии Фернанды Карвальо Франциско, председателя женского комитета UNTA-CS Анголы, на открытии кампании, Луанда, август 2009.



Мозамбик

«Решения на всю жизнь» помогают вам в достижении своих собственных целей

“Проект «Решения на всю жизнь» оказал на меня сильное влияние. За последний год, с тех пор как все пять членских организаций Uni в Мозамбике выбрали меня своим координатором, я почувствовала, что выросла как личность. Я научилась выступать на публике, и в прошлом декабре я, а не кто-нибудь еще, даже успешно выступила в роли модератора одной встречи. Так что для меня как для работающей женщины ясно, что «Решения на всю жизнь» помогают достичь собственных целей быстрее и эффективнее.

С момента начала кампании «Решения на всю жизнь» в октябре 2009 года я создала комитет молодых женщин-членов SNEB. Мы совместно разрабатывали стратегию, включающую обучающие семинары, ряд тем для дискуссии на дебатах во время различных заседаний и мероприятий, а также



активное участие в международных и национальных мероприятиях. Эта стратегия также включает в себя средства массовой информации. В тесном сотрудничестве с веб-группой Meu Salario мы стремимся к максимально широкому освещению мероприятий».

Хагира Факир, координатор женщин в национальном профсоюзе банковских служащих Мозамбика (SNEB).

Замбия

Проблемы, поднимаемые проектом «Решения на всю жизнь» включены в коллективные переговоры

“В рамках профсоюза я использую свое положение и свободу для проведения моей собственной тренинговой Проблемы, поднимаемые проектом «Решения на всю жизнь», включены в коллективные переговоры, поднимаемые кампанией, уже включены в повестку дня обычных программ для молодежи и женщин. Женщины постепенно принимают руководство профсоюзом на себя. А это означает, что вопросы, поднимаемые в ходе кампании, будут структурно отражены в коллективных переговорах».



*Сильвия Чимпапе,
председатель
национального женского
движения Замбии и глава
женской
образовательной
программы Профсоюза
финансовых институтов
и смежных отраслей
ZUFIAW.*

**DECISIONS
FOR
LIFE**
WHAT WORKING WOMEN WANT

Бразилия

Гендерные вопросы в коллективных договорах

D IEESE - организация, занимающаяся профсоюзными исследованиями в Бразилии - концентрирует свою деятельность на включении гендерных вопросов в коллективные договоры. По их расчетам к концу кампании будет заключено 50 новых коллективных договоров, включающих гендерные вопросы. В ходе проведения кампании им удалось охватить тысячи женщин, особенно в колл-центрах, на производстве и в сфере торговли, что явилось мощным инструментом по привлечению женщин в профсоюзы. Для того чтобы донести основной призыв кампании

до такого значительного количества женщин использовался ряд средств. Кампании была оказана поддержка профсоюзами, а также ее продвигали на общественных мероприятиях, наиболее крупные из которых стали платформой для обсуждения вопросов, поднимаемых кампанией «Решения на всю жизнь», а все бразильские конфедерации и члены Uni организовывали семинары. Очень эффективной оказалась информационная рассылка, в которой представителям профсоюза сообщалось о кампании, а также веб-сайт Meu Salário, предоставлявший подробную информацию о содержании кампании и ее мероприятиях.



Бразильский профсоюз CUT поддерживает кампанию «Решения на всю жизнь».

Uni-Бразилия также считает особенно эффективным обучение для женщин по вопросам коллективных переговоров. Благодаря семинару, разработанному для Женской сети Uni в Америке, они смогли предоставить женщинам руководство в переговорах по гендерным вопросам. Результатом семинара стало то, что они обнаружили, что женщины из различных секторов были готовы принимать участие в переговорном процессе. Другим важным вопросом, затронутым в ходе кампании стала бытовая жестокость. На семинаре для молодых женщин, работающих в полиграфической отрасли была объяснена роль виновного и жертвы, а также то, как законы Бразилии могут быть использованы для помощи жертвам бытовой жестокости. Профсоюзы и правительство совместно работают над поддержкой использования этого закона.

Баланс между работой и жизнью

«Решения на всю жизнь» ставят баланс личной жизни и работы на важное место в повестке дня профсоюзов. Этот вопрос сейчас поднимается во всех сферах профсоюзной деятельности. Профсоюзы принимают во внимание важность времени, проводимого с семьей. И это транслируется в вопросы, поднимаемые на коллективных переговорах, такие как отпуск по уходу за ребенком для обоих родителей или шестимесячный оплачиваемый отпуск для матери. «Решения на всю жизнь» способствовали этому процессу.

*Розангела Да Сильва,
Координатор кампании
«Решения на всю жизнь» в
Бразилии и Секретарь
Национального профсоюза
работников печати.*



Индонезия

Вопросы, поднимаемые в «Решениях на всю жизнь» используются в нашей кампании по вовлечению новых членов



“Решения на всю жизнь» помогли нам двумя способами. Во-первых, улучшилось положение нашей Комиссии по равенству на уровне конфедерации. Раньше с нами не консультировались в вопросах политики. А сейчас мы разрабатываем политику. Для того, чтобы этого достичь, мы использовали «Решения на всю жизнь». Также вопросы, поднимаемые кампанией, мы использовали в своем движении по вовлечению новых членов. С апреля 2009 по апрель 2010 наша конфедерация выросла примерно на 50 000 человек. Сейчас у нас 511 000 членов, 35% из которых - женщины.

Африлестон Сулистри, Лидер кампании "Решения на всю жизнь", заместитель президента KSBSI.

Использование социальных сетей

С начала кампании число членов национального профцентра Индонезии KSBSI постоянно росло, при этом число женщин увеличилось на 30%. Мероприятия в рамках

кампании проводились в сотрудничестве с членской организацией Uni ASPEK Индонезия, с которой профцентр образовал сильную и эффективную коалицию. Выбрав в качестве целевой группы продавцов, операторов колл-центров, секретарей и IT-специалистов, кампания была сфокусирована на проблемах прав женщин, так как лишь немногие из женщин осведомлены о своих правах на рабочем месте. Результатом этого стало создание нескольких профсоюзов: после неформальной встречи с работниками рекламной кампании B; Integrated, отдел кадров обратился к группе проведения кампании «Решения на всю жизнь», которые связали их с Федерацией профсоюзов в сфере финансов, информации, торговли и банков для переговоров о создании профсоюзной организации в компании. Также ведутся переговоры по коллективным договорам, содержащим гендерные вопросы, включая договоры на двух пищевых предприятиях в Джакарте

(«PT. Kemang Food Industries» и «PT. First Marine Seafoods»), действие этих договоров распространится на 1 200 женщин. Они включают пункты о равной оплате труда женщин и мужчин, отпуске по уходу за ребенком и больничный по менструации. Они отмечали, что неформальный и личный контакт является лучшим средством, чтобы обрести доверие женщин. Команда профсоюза KSBSI также обращается к молодым женщинам, используя те средства связи, которыми часто пользуются они сами, такие как Facebook и Twitter. Они не только улучшили коммуникацию и смогли обратиться к более широкой аудитории, но и улучшили имидж профсоюза, который теперь стал организацией для работающей молодежи.



Запуск кампании в Индонезии.

Регулирование условий труда в сфере искусства

Встреча команды проведения кампании «Решения на всю жизнь» со студентами в Институте искусств Джакарты привела к созданию проекта норм регулирования условий труда в киноиндустрии. После разговора со студентами команде проведения кампании «Решения на всю жизнь» стало известно, что некоторые из них заняты на эпизодической основе, внештатно и без контракта, режима работы, и без защиты. Женщины сказали, что хотели бы, чтобы существовал профсоюз, который может защитить их права, и они готовы платить членские взносы. После этой встречи команда проведения кампании связалась с Комиссией по равенству профсоюза KSBSI, которая сделала неофициальное предложение министру труда разработать специальные нормы для работников киноиндустрии. К июлю 2010 года Комиссия по равенству участвовала в обсуждении с представителями работников индустрии содержания этих норм.

Индия

Преодолевая скептицизм



В Индии команда проведения кампании UNITES³, членской организации UNI, фокусировалась на молодых женщинах в колл-центрах, банках и IT компаниях. Приняв во внимание, что их целевая группа понимает и широко использует информационные технологии, они решили, что это будет лучшим способом коммуникации. Веб-сайты (см. лист веб-сайтов ниже), блоги, социальные сети и, конечно, электронная почта оказались особенно эффективными для обращения к целевой группе, а темы, выбранные для проведения кампании, были вопросами, наиболее сильно затрагивающими их в ежедневной работе – права женщин на рабочем месте, баланс между работой и жизнью и жестокость по отношению к женщинам. Ряд крупных мероприятий был использован для привлечения внимания к кампании, начиная с открытия кампании в октябре 2009 года. С того времени были организованы другие мероприятия, время их проведения было выбрано таким образом, чтобы они совпадали со значительными международными датами, такими как Международный день по борьбе за искоренение жестокости по отношению к женщинам, Национальный день девочек и Международный женский день.



Чтобы отметить Международный женский день, команда кампании «Решения на всю жизнь» в Индии организовала форум «Сексуальные домогательства на рабочем месте». Форум был

организован совместно с ITF (Международная федерация транспортных работников) и NRMU (Национальный профсоюз мужчин-работников железных дорог), его посетили 137 участников.

³ Профсоюз работников в сфере информационных технологий

На одном из мероприятий кампании «Решения на всю жизнь», организованном 17 ноября, в Международный день студента, изначальной реакцией был скептицизм. Однако, по мере того, как участники больше узнавали о кампании с информационного стенде, многие из студентов захотели получить более детальную информацию на семинарах и тренингах и хотели получить на них приглашения. Кампания привлекла внимание не только студенток, но и студентов, желавших узнать больше, чтобы передать эту информацию своим друзьям и сестрам.

Между стартом кампании и мероприятием в июне 2010 года в Международный день против употребления наркотиков и незаконной торговли наркотиками они смогли привлечь свыше 1 109 женщин к участию в своих мероприятиях.



Международный женский день в Индии.

Беларусь

Создание профсоюза несмотря ни на что

Когда самостоятельно занятые женщины – продавцы на рынках – попытались создать профсоюз «Вместе», власти неоднократно отказывали признать его. Продолжать действовать казалось рискованно, так как деятельность незарегистрированных организаций в стране запрещена. Члены проектной команды «Решения на всю жизнь» из независимой конфедерации БКДП решили, что пришло время, чтобы найти способ обойти эту проблему. Один из членов команды, Жанна Рогова, и ее активисты, работающие наряду с 3 000 женщин в Гомельской области, решили зарегистрироваться как НГО для того, чтобы иметь право законно организовывать мероприятия для самостоятельно занятых работников. Принимая участие в кампаниях в рамках «Решений на всю жизнь» о дошкольных учреждениях, условиях труда, социальной защите, юридической поддержке и

вопросам ВИЧ/СПИДа, они привлекли еще больше самостоятельно занятых женщин. К июлю 2010 года у НГО был собственный офис, она сформировала сотрудничество с местными властями и другими организациями и завоевала доверие среди самозанятых работников. После получения возможности обсуждать свои проблемы некоторые активисты группы сказали, что они были заинтересованы в дальнейшей работе по вовлечению самозанятых женщин. В планах дальнейшей работы превращение НГО в профсоюз.



Встреча региональных партнеров по кампании в Минске, Беларусь.

Казахстан

Реализуя потенциал



После того, как ФПРК организовала семинар по правам

женщин, гендерному равенству и лидерству, работники в малых и средних предприятиях в сфере торговли и питания создали две профсоюзные организации. Группа проведения кампании ищет потенциальных лидеров среди женщин, с которыми они смогут работать в дальнейшем. Позднее обучение было продолжено, и участники сказали, что были удивлены обнаружив, что обладали некоторыми качествами, о которых ранее не подозревали. После семинара по лидерству в ФПРК многие из женщин решили принять участие в кампании и сказали, что готовы участвовать в переговорах со своими работодателями когда вернутся на работу.

Целевое обучение

Исследование, проведенное КСПК в шести областях сбором ответов на подробные анкеты, позволило им тщательно запланировать мероприятия кампании. Стало ясно, что многие женщины знали очень мало о профсоюзах и своих правах на рабочем месте. Самостоятельно занятые продавцы на рынках, трудящиеся в гостиницах и средствах массовой информации были выбраны для проведения тренингов, в основном сконцентрированных на профсоюзах и правах профсоюзов. Результатом стало то, что женщины во всех этих отраслях решили создать собственные профсоюзы и вовлекать в них новых членов. В ходе этого обучения молодые женщины также познакомились с интернетом. Дополнительным импульсом для кампании стало включение в команду молодой женщины-журналистки «Стан ТВ», которая обеспечила широкое освещение в прессе.

Вдохновляя других

Другим неожиданным результатом стало то, что после пресс-конференции «Решений на всю жизнь» в сентябре 2009 года молодые журналистки, освещавшие мероприятия в прессе, были так вдохновлены, что решили создать собственный профсоюз. Они планируют подать документы на регистрацию в конце года.

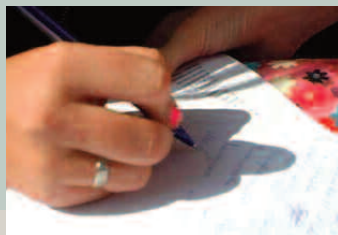
«Решения на всю жизнь» - объединяем профсоюзы

В рамках кампании «Решения на всю жизнь» две казахские федерации, ФПРК и КСПК, совместно с журналистами провели в марте 2010 года круглый стол по случаю Международного женского дня. Такое сотрудничество двух федераций Казахстана чрезвычайно важно, так как различия в подходе и истории двух профцентров привели к тому, что они практически никогда ранее не сотрудничали. Проект «Решения на всю жизнь» побуждает их объединить усилия для борьбы с трудностями, с которыми молодые женщины сталкиваются в наши дни.

Организация кампании за права матерей

КСПК также начала сбор подписей под петицией, призывающей казахские власти ратифицировать конвенцию МОТ 183 О защите материнства. Ратификация конвенции приведет к тому, что работодатели и власти должны будут четко соблюдать трудовое законодательство, обеспечивая выплаты в размере до двух третей от заработной платы. После рождения ребенка доход женщин резко снижается, в настоящее время время они получают выплаты около \$ 50 в месяц вне зависимости от уровня зарплаты. Участников кампании не нужно было уговаривать, чтобы они подписали эту петицию.

*Сбор подписей в поддержку
ратификации Конвенции МОТ 183 о
защите материнства в Казахстане.*



Азербайджан

Примеры подражания для женщин

Профцентр АНИК в сотрудничестве с членской организацией UNI/IUF Khidmat-Ish смогли привлечь успешных женщин Азербайджана в качестве примеров для подражания, включив их в сессии, где они рассказывали истории своей жизни, чтобы воодушевить молодых женщин. Во время мероприятий в честь 8 марта, посвященных в 2010 году проекту «Решения на всю жизнь», использовались также театральные приемы. Это мероприятие широко освещалось в прессе, а театральная постановка привлекла около 360 женщин. АНИК также опубликовала книгу «Права молодых работников», которая включает международные конвенции, Европейскую социальную хартию, Трудовой кодекс Азербайджана и другие национальные законы. С начала кампании членство в профсоюзе значительно увеличилось, особенно среди работников торговли и связи.



Посещение женщинами мероприятия в ходе проведения кампании «Решения на всю жизнь».

Украина

Инновационные методы привлечения молодых женщин

Конфедерация свободных профсоюзов Украины, КВПУ, пыталась повысить информированность женщин о своих правах, используя рабочие группы, семинары и распространение книг и листовок. Также в рамках кампании в профсоюзной газете «АСПЕКТ» регулярно печатались статьи по вопросам, волнующим женщин, включая интервью с женщиной, подвергавшейся притеснениям на работе. К октябрю 2010 года КВПУ смогла вовлечь в профсоюз свыше 100 женщин и планирует продолжать эту работу. Она включает создание профсоюзных организаций, в том числе в трех различных филиалах сети магазинов «Эпицентр». В то же время на сегодняшний день в ходе кампании удалось собрать 678 подписей за Конвенцию МОТ 183 О защите материнства.

Благодаря кампании женщины-лидеры профсоюза PIT.Ua создали собственный женский комитет.

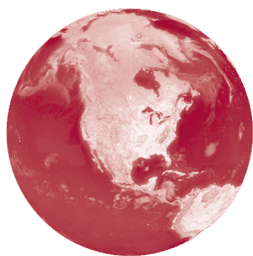


Инновационно и изобретательно

Украинский союз профессионалов информационных, коммуникационных и бизнес технологий PIT.Ua придумал очень инновационный и изобретательный способ привлечения молодых женщин к кампании «Решения на всю жизнь», заставляя их серьезно задуматься о ее целях. Они организовали конкурс эссе о «Решениях на всю жизнь». Участникам необходимо написать эссе о лидерстве - каким они видят свое будущее, как планируют свою социальную деятельность, что они будут делать для достижения своих целей и так далее. Победителей будет двое. Один будет определен онлайн-голосованием среди посетителей сайта PIT.Ua, а второй - советом PIT.Ua. Призеры будут определены 10 декабря 2010 года, в Международный день прав человека.

Использование информационных и коммуникационных технологий как обучающего инструмента

Профсоюз PIT.Уа Использует веб-технологии для того, чтобы обучать больше молодых женщин. Были организованы веб-конференции, например «Как повлиять на своего работодателя» и онлайн-семинары, например «Знай свои права!», для информирования молодых женщин об их правах на рабочем месте и о том, как им нужно действовать. ■



4• Веб-сайты WageIndicator

Информация, информация, информация

Информация является ключевой для расширения прав и возможностей, а специальные веб-сайты WageIndicator, созданные местными группами в каждой из стран, участвующих в проекте, обеспечивает информацию, необходимую молодым женщинам, чтобы принимать жизненные решения. Веб-команды работают в тесном сотрудничестве с командами профсоюзов, помощь которых обеспечивает соответствие веб-сайтов потребностям компании. Подобное сотрудничество взаимно выгодно, так как способствует пониманию того, что они все являются частью одной группы, работающей на единую цель. Одним из ключевых инструментов веб-сайта является инструмент «Проверь свою зарплату», где молодые женщины могут проверить, получают ли они достойную оплату за свой труд. На веб-сайтах также есть тест на достойную работу, информация об улучшении карьеры, балансе между работой и жизнью и, в некоторых случаях, о трудовом законодательстве, минимальной зарплате, а также статьи о кампании, правах молодых женщин, женском здоровье и интерактивные секции, позволяющие женщинам поделиться своим опытом. Посещаемость этих веб-сайтов - десятки тысяч визитов в месяц. Посетители вступают в онлайн-обсуждения и через электронную почту просят о юридических консультациях.

Индонезия – приобретение уверенности

Запуск веб-сайта Gajimu.com в Индонезии стал немедленным успехом. «Мы ожидали четыре или пять журналистов», - сообщает Михель Маас, организатор сайта из Джакарты. «Но вдруг мы увидели 30 журналистов, включая интернет, печать и телевизионные каналы». Возможно, этому помогло присутствие нескольких местных знаменитостей. Успешный запуск национального веб-сайта WageIndicator очень важен, так как необходимо накопить критическую массу посетителей и заполненных опросников, чтобы можно было предоставить статистически достоверные цифры о зарплатах и трудовых условиях в стране. Этот сайт предоставляет женщинам информацию о том, что они могут строить свою собственную карьеру, и что они не должны останавливаться с рождением детей, что у них есть материнские права, право на достойную зарплату, и баланс между работой и жизнью. Он также дает женщинам советы о том, как вести себя на собеседованиях, чтобы они могли уверенно на них выглядеть.

Сити – уверенность обеспечила ей работу

После прочтения историй на сайте Gajimu.com, 24-летняя Сити была воодушевлена найти лучшую работу вместо того, чтобы оставаться на своей скучной офисной работе с 10-часовым рабочим днем и ждать замужества. Она подала заявку на вакансию в гостиничный бизнес, уверенно представила себя на собеседовании и получила работу. Теперь у нее есть фиксированное рабочее время и оплата за сверхурочные – то, чего раньше никогда не было.

Индия – статьи, написанные молодыми женщинами, о них и для них

В дополнение к обычным инструментам, таким как проверка зарплаты, проверка на достойную работу и законодательная информация, на индийском веб-сайте Рауэчек.ин размещено множество статей о женщинах и работе, включая статьи о балансе между работой и жизнью, женском здоровье и рассказы женщин с успешной карьерой после замужества. Среди сообщений на Twitter есть статья о материнских пособиях, а на учетной записи компании в Facebook есть статьи об увеличении рабочих мест для женщин в государственном секторе.

Изменяя имидж профсоюзов

С «Решениями на всю жизнь» нужно было действительно начинать все с нуля. Необходимо было продумать, какую информацию мы будем предоставлять, как выбрать секторы, с которыми работать, где их найти. В Индии нам приходится бороться с непониманием профсоюзов, преодолевать их негативный имидж.

Мы обучали молодых женщин из UNITES работе над компанией, составили план работы и официально запустили кампанию 7 октября 2009 года, в Международный день действий за достойный труд. Мы подготовили законодательство по правам женщин в таком виде, что его можно было загрузить с сайта, изготовили небольшую брошюру для команды проведения кампании на выезде с пробной версией опросника, чтобы они выяснили, что необходимо изменить или улучшить. Мы значительно улучшили веб-сайт Рауэчек.ин, что привело к увеличению посещаемости и сбору информации. И на все это нас побудили «Решения на всю жизнь».

Кхуши Мехта, Индийский институт менеджмента, Ахмадабад.



ЮАР – все в одном месте

Веб-команда ЮАР объясняет, как их веб-сайт Mywage может помочь молодым женщинам, и как обратная связь от посетителей помогает улучшить сайт. «Мы хотим предоставить всю информацию в одном месте, где женщины могут найти ответы на свои вопросы о декретном отпуске, о том, сколько они должны зарабатывать, о своих правах на рабочем месте и многом другом, и все по одному клику мышкой. Большую часть своей работы мы основываем на информации, получаемой от посетителей, а также от профсоюзов, так что мы неплохо понимаем, что хотят знать люди. Наша цель – помочь им. Мы верим, что доступ к такой бесплатной, актуальной и практической информации как составление резюме и поиск работы, которая будет удовлетворять людей, является необходимым для молодых женщин, и может значительно изменить их рабочую жизнь».

Беларусь – интерактивность

Сайт фонда WageIndicator в Беларуси, под названием Mojarzarplata предоставляет молодым женщинам информацию о зарплатах, карьере, правах, балансе между работой и жизнью, возможностях продвижения и т.д., чтобы позволить молодым женщинам принимать взвешенные решения о своей работе. На нем также размещены блоги двух молодых женщин, которые пишут о своем опыте после замужества. Веб-сайт предоставляет интерактивные инструменты для широкой публики, опросник о зарплатах, инструмент для подсчета собственной зарплаты, тест на достойную работу, информацию о бонусах, тест для партнеров и тест экономического кризиса. Важной частью веб-сайта является онлайн-исследование для посетителей, обеспечивающее сравнительные данные внутри страны и в международном масштабе. Пользователи также могут оставлять свои вопросы. За один год было получено 122 вопроса по защите прав матерей, карьере, судебных делах и о том, как прожить на минимальную зарплату. Mojarzarplata находится среди 30 наиболее популярных веб-сайтов в стране. ■



Таиса Бандаренка, веб-менеджер по Азербайджану, Беларуси, Казахстану и Украине - Mojarzarplata.com

Оставайтесь с нами

Следите за мероприятиями «Решения на всю жизнь»:

<http://dfi.wageindicator.org/home>

<http://www.ituc-csi.org/decisions-for-life.html>

Вступайте в группу «Решения на всю жизнь» на Facebook:

<http://www.facebook.com/group.php?gid=133311066703863>

Смотрите фотографии кампании «Решения на всю жизнь» на сайте flickr.com:

<http://www.flickr.com/photos/ituc/collections/72157622932771134/>

Веб-сайты WageIndicator в различных странах:

- Ангола: <http://www.meusalario.org/angola>
- Азербайджан: <http://www.qazancim.az>
- Беларусь: <http://mojazarplata.by>
- Ботсвана: <http://www.mywage.org/botswana>
- Бразилия: <http://meusalario.uol.com.br>
- Индия: <http://www.womenpaycheck.in>
- Индонезия: <http://www.gajimu.com>
- Казахстан: <http://mojazarplata.kz>
- Малави: <http://www.mywage.org/malawi>
- Мозамбик: <http://www.meusalario.org/mocambique>
- ЮАР: <http://www.mywage.co.za>
- Украина: <http://mojazarplata.com.ua>
- Замбия: <http://www.mywage.org/zambia>
- Зимбабве: <http://www.mywage.org/zimbabwe>

Хотите напрямую обратиться к группам кампании?

Чтобы получить их контактную информацию, пожалуйста, обратитесь в Департамент равенства МКП:

equality@ituc-csi.org

Тел. +32 2 224 03 26



Содержание

1 • Введение	2
2 • «Решения на всю жизнь» в двух словах	3
3 • Кампания на практике	7
Зимбабве	8
ЮАР	9
Ангола	14
Мозамбик	15
Замбия	16
Бразилия	17
Индонезия	19
Индия	21
Беларусь	23
Казахстан	24
Азербайджан	26
Украина	27
4 • Веб-сайты WageIndicator	29



ITUC CSI IGB

МКП Международная Конфедерация Профсоюзов
5 Bld du Roi Albert II, Bte 1
1210 Брюссель – Бельгия

Тел: +32 2 2240211

Факс: +32 2 2015815

e-mail: info@ituc-csi.org

веб-сайт: <http://www.ituc-csi.org>