



КОМПАНИИТЕ СРЕЩУ НАСИЛИЕТО, ОСНОВАНО НА ПОЛА

(Национално проучване за България)

**Автори: Роза Димова и Татяна Кметова,
Център за изследвания и политики за жените**



Co-funded by
the Daphne III Programme
of the European Union



*Center of Women's
Studies and Policies*



СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОЕКТА “CARVE”	3
РЕЗЮМЕ	4
ПРЕГЛЕД НА СЪСТОЯНИЕТО НА ПРОБЛЕМА НА НАЦИОНАЛНО РАВНИЩЕ	5
Националното законодателство относно формите на насилие над жени	5
Подслони и центрове за подкрепа на жени.....	7
Разпространение на насилието над жени в България	7
Специфични политики за превенция, защита и реинтеграция на жените, жертви на насилие	8
Подпомагане и благотворително участие на компании и НПО в отговор на насилието над жени.....	9
ПРОГРАМА ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ИНТЕРВЮТА	10
Идентифициране и включване на компании в програмата.....	10
Национално законодателство и участие на компаниите	13
Ангажиментът на компаниите в отговор на насилието над жени	15
Установяване от компаниите на случаи на жертви на насилие	18
Конкретни действия в подкрепа на служителките	21
Докладване за насилието над жени.....	24
ПРИМЕРИ ЗА ДОБРИ ПРАКТИКИ	26
Кампанията на AVON България "Говори открито срещу домашното насилие!"	26
Заклучения и препоръки	29

ПРЕДСТАВЯНЕ НА ПРОЕКТА “CARVE”

"Компаниите срещу насилието, основано на пола" - "Companies Against Gender Violence (CARVE)" (2014-2016), финансиран от Програма DAPHNE III на Генерална дирекция "Правосъдие" на Европейската комисия, е първият европейски проект, който се фокусира върху ангажимента на бизнеса към насилието над жени извън работното място.

Въпреки че насилието, основано на пола, има значими последици върху професионалния живот и на жертвите, и на насилниците, компаниите все още не разполагат с ресурси да се справят с този проблем. Проектът CARVE има за цел да го проучи и да изгради обща визия за състоянието му в Европейския съюз, да изготви Европейски наръчник с добри практики и да повиши информираността за насилието, основано на пола, чрез обхватна европейска кампания, водена от компаниите. Център за изследвания и политики за жените (ЦИПЖ) е българският партньор по проекта.

Първата стъпка в проекта CARVE е да определи заинтересованите страни в икономическата, политическата и институционалната сфера и гражданското общество и да идентифицира добрите практики, които могат да бъдат приложени или вече се прилагат в пет европейски страни - Белгия, България, Гърция, Испания и Франция.

Националните проучвания в страните на партньорите по проекта са осъществени въз основа на: обща изследователска методология, включително и въз основа на качествен преглед на съществуващата литература и документи по въпроса; и национални интервюта. Прегледът на документите включва законодателните промени и промените в политиките от 2005 г. насам, които допринасят за включването на компаниите в усилията за предотвратяване на насилието, основано на пола извън работното място на национално и на местно ниво. Програмата за провеждане на интервюта цели попълването на липсващата информация, поради това, че не е публична, и/или е необходимо да бъде изяснено или потвърдено казаното в интервюта.

Програмата за провеждане на интервюта включва полуструктурирани интервюта с различни заинтересовани страни:

- Управители/собственици на компании/предприемачи;
- Служители в отдели по човешките ресурси;
- Социални партньори;
- НПО / застъпници;
- Институции: органи по равнопоставеността на половете, национални институции, ангажирани в превенцията и защитата от насилие, основано на пола;
- Експерти, изследователи от академичните среди;
- Здравни услуги, социални услуги - например социални асистенти или психолози, които работят в компаниите;
- Бизнес асоциации/сдружения от компании.

РЕЗЮМЕ

Проектът CARVE е новаторски като перспектива за дискусии относно начините и подходите за включване на бизнеса в България в борбата срещу насилието, основано на пола.

Процесът на подбор и включване на компании в националната програма за провеждане на интервюта и интервютата сами по себе си, проведени в България в периода февруари - май 2015 г., показаха, че темата за ангажирането на компаниите в борбата срещу насилието, основано на пола извън работното място, е все още нова за страната. Насилието, основано на пола, все още широко се разбира като личен проблем или проблем на семействата, а не - проблем на цялото общество. Поради тази причина работното място рядко се смята за правилното място, където проблематиката трябва да се дискутира открито, макар че най-често, когато се установят случаи на насилие, основано на пола, работното място е единственото, на което жертвите биха могли да получат каквато и да е подкрепа и помощ.

Националните и международните кампании за повишаване на информираността за превенция на насилието, основано на пола, са непознати за бизнес сектора в страната и не се разпознават като проблем, част от корпоративната социална отговорност. Социалният одит също все още не включва темата и интервютата показват, че бизнесът се включва най-често в други социални каузи, като например благотворителни инициативи и дарения за деца в нужда, инициативи срещу насилието над деца, финансова помощ за хора, които имат нужда от интензивна медицинска грижа и не могат да си я позволят, които са и най-разпознаваемите социални проблеми и много по-лесно привличат вниманието на бизнеса в България.

Въпреки това случаи на насилие над жени са били идентифицирани пряко или непряко в много от интервюираните компании (особено в малките фирми, които преобладават в България), и те са се включили изцяло в подкрепа и защита на техните служители.

Компаниите все още имат нужда да научат как да бъдат полезни и от помощ в подобни ситуации, особено в онези градове, в които няма неправителствени организации, работещи по проблемите на насилието над жени и липсват подслони/кризисни центрове за жертвите и професионална помощ, което е типичното за страната. Интервюираните компании изразиха потребността си от помощ от страна на психолози, юристи и НПО, работещи в областта на превенцията, защитата и ресоциализацията на жертвите. Професионалната помощ обаче е оскъдна, концентрирана предимно в неправителствения сектор и недостатъчна за размерите на страната.

Освен професионалната помощ, предоставяна пряко от специалисти, някои компании изразиха необходимостта от насоки с практически стъпки, изготвени с оглед размерите на компаниите и регионите, в които работят. Други предпочитаха да имат достъп до добри национални или европейски практики, за да научат от

опита на други бизнес среди. Също така има компании, които изразиха желание да бъдат включени в кампании срещу насилието, основано на пола, водени от или в партньорство с НПО.

Най-важният фактор за ефективна намеса на компаниите в случаите на насилие, основано на пола, които се споменават в интервютата, е бизнес културата на работното място, която гарантира съчувствие и поверителност. Почти всички интервюирани представители на бизнеса потвърдиха, че споделянето на лични проблеми зависи в голяма степен от атмосферата на работното място, от позицията в йерархията и също така от личността и пола на служителите и/или мениджърите, отговорни за персонала. Най-често личните проблеми на жените са по-лесно споделяни с други жени.

ПРЕГЛЕД НА СЪСТОЯНИЕТО НА ПРОБЛЕМА НА НАЦИОНАЛНО РАВНИЩЕ

Насилието, основано на пола и насилието над жени са термини, които по света често се използват като взаимнозаменяеми, тъй като насилието, основано на пола най-вече се причинява от мъже на жени. За целите на настоящия национален доклад и в съответствие на общата методология на проекта CARVE ще използваме термина "насилие над жени".

Националното законодателство относно формите на насилие над жени

Българското законодателство като цяло не дава правна дефиниция на насилието над жени, нито на насилието, основано на пола. Дефиниции за формите на насилието над жени като домашно насилие/насилие, причинено от интимен партньор, изнасилване, разврат, блудство, сексуален тормоз, трафик на хора с цел сексуална експлоатация, се регулират от различни закони.

Домашното насилие, което включва насилието, причинено от интимен партньор се дефинира в *Закона за защита от домашно насилие (ЗЗДН)* от март 2005 г. (променен и допълнен през 2009 г., 2010 г. и 2015 г.), който определя формите на домашно насилие и мерките за защита, както и мерките за помощ и подкрепа на жертвите. Дефиницията понастоящем включва всеки акт на физическо, ментално или сексуално насилие, емоционално или икономическо насилие и всеки опит за подобно насилие, както и насилственото ограничаване на индивидуалните права и свободи или личен живот, които се предприемат срещу лица, които са в родствена връзка, или са имали, или имат семейни отношения, или са били, или са в партньорско съжителство. В допълнение всеки акт на домашно насилие в присъствието на дете се смята за ментално и емоционално насилие над детето. През 2009 г. Наказателният кодекс бе променен така, че заповедта за защита, предвидена в ЗЗДН, бе подкрепена с промяна в Наказателния кодекс (чл. 296, ал. 1), която предвижда наказание за неспазване на заповедта за защита, издадена

от съда в изпълнение на ЗЗДН. Наказанието е затвор до три години и глоба в размер на до 5 000 лв.

Развратът и изнасилването са дефинирани в чл. 150 и 152 на *Наказателния кодекс* от април 1968 г. (последна поправка от септември 2015 г.). Чл. 153 и 155 също криминализират *насилственото склоняване към проституция на трети лица*, както и *блудството* (сексуални актове по принуда чрез използването на служебна или материална зависимост на лицето). Наказанията за разврат варират от две до осем години и от три до десет години в случаите, когато жертвата не е в състояние да разбере какво се случва. Наказанията за изнасилване са от три до десет години затвор или от три до петнадесет години в случаите на сериозна повреда, и десет до двадесет години, когато жертвата е малолетна. В *Наказателния кодекс* няма специални разпоредби, криминализиращи *изнасилването в брака*.

Законът за защита от дискриминация от януари 2004 г., с промяната от август 2012 г. в Допълнителните разпоредби, параграф 1, точка 2, дефинира *сексуалния тормоз* като всяко нежелано поведение от сексуално естество, изразено физически, словесно или по друг начин, с което се накърняват достойнството и честта и се създава враждебна, принизяваща, обидна, унижителна или застрашаваща среда и, в частност, когато отказът да се приеме подобно поведение или принудата към него може да повлияе на вземането на решения, засягащи лицето. Законът изрично признава сексуалния тормоз за форма на дискриминация.

Преследването не е регулирано от българското национално законодателство. Вместо него българският закон регулира *тормоза* като всяко нежелано действие под формата на дискриминация, включително по пол, изразено по физически, словесен или по друг начин, което цели или въздейства като накърнява достойнството на личността, или враждебна, принизяваща, обидна, унижителна или застрашаваща среда, нагласа или практика.

Наказателният кодекс криминализира *трафика на хора* като престъпление срещу личността в Част IX на Глава II. *Законът за борба с трафика на хора* (ЗБТХ) от май 2003 г. въвежда мерки за превенция и защита на жертвите на трафика на хора.

Българското законодателство не предвижда специални мерки, които насърчават частните компании да се включват в превенцията, защитата и реинтеграцията на жертвите на насилието над жени извън работното им място.

Законът за защита от дискриминация (чл.17) предвижда мерки за защита срещу *сексуален тормоз на работното място* и постановява, че работодател, който е получил оплакване от заето лице, или работник, който смята, че е обект на тормоз на работното място, включително и сексуален тормоз, е длъжен веднага да проведе разследване, да предприеме мерки да прекрати тормоза, както и да подведе под дисциплинарна отговорност другия работник или служител, ако причинява тормоз.

В допълнение към правните дефиниции трябва да се спомене феноменът на "престъпленията на честта" в България, на който е дадена публичност благодарение на изследването на Фондация "Български джентълмън изследвания" в рамките на европейския проект *"Превенция на насилието над жени и момичета в патриархалните семейства"*¹. Авторите на доклада за България са идентифицирали най-разпространените форми на подобно насилие, които са: *сексуално насилие в брака, изолиране, уредени или насилствени бракове и "продажбата на булки"*².

Подслони и центрове за подкрепа на жени

Към 2015 година в България има само седем подслона за жени, жертви на насилие с капацитет максимум 72 места³. Те се управляват от НПО и се намират в София, Варна, Бургас, Плевен, Силистра и Перник. В тях се настаняват предимно жени, преживели домашно насилие. Според Препоръките на работна група на Съвета на Европа потребностите в страната са за около 725 подобни места за настаняване. Следователно, приблизително 653 места в защитени подслони липсват в страната⁴. По този начин, се оказва, че много от жертвите на насилие в България нямат достъп до никаква друга форма на кризисна помощ, освен тази от семействата, приятелите или на работното им място.

Разпространение на насилието над жени в България

Трудно е да се намери официална държавна статистика за насилието над жени в България, тъй като такава не се събира за всички форми на насилие, както и не се събира за целите на националната политика за борба срещу насилието над жени, а по-скоро за целите на мониторинга на политиката за борба срещу престъпността. Единствено годишната статистиката за обвинените и осъдените лица за изнасилване, разврат и блудство е публично достъпна.

Неофициалните източници на данни (НПО, кризисни центрове, горещи телефонни линии и др.) събират собствена статистика, например за броя на услугите, предоставени на жертвите на насилие над жени, предимно на жертвите на домашно насилие. За периода януари 2009 - септември 2011 г. членовете на *Алианса за защита от насилие, основано на пола* съобщават, че са предоставили социални услуги на 14 204 жертви на домашно насилие⁵. Според

¹ Европейски ресурсен наръчник, разработен в рамките на проект и достъпен онлайн на: <http://www.medinstgenderstudies.org/wp-content/uploads/hrvresourcebook.pdf>

² Awareness raising activities to fight violence against women and girls United Kingdom, 7-8 February 2012, Comments paper - Bulgaria, Maria Prohaska, Center for Economic Development, достъпен онлайн на: http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/exchange_of_good_practice_uk/bg_comments_paper_uk_2012_en.pdf

³ Доклад на мрежата WAVE за 2015 година за ролята на специализираните услуги за подкрепа в Европа, достъпен онлайн на http://www.bizkaia.eus/Gizartekintza/Genero/Indarkeria/blt41/documentos/WAVE_Report_2015.pdf

⁴ Пак там.

⁵ Substantive Equality and Non-discrimination in Bulgaria, Shadow report submitted to the CEDAW Committee for the 52nd Session in July 2012, Presented by the Gender Alternatives Foundation, June 2012, par. 135, page 25, достъпен на: http://www2.ohchr.org/english/bodies/cedaw/docs/ngos/GAFfor_the_session_Bulgaria_CEDAW52.pdf

данни на Алианса, само за първата половина на 2015 г. на жертви на домашно насилие са предоставени 1500 услуги⁶.

Единственото социологическо проучване в страната относно "Сексуалното насилие над жени в България", проведено в последните години от Агенция "Алфа Рисърч" през 2010 г., изследва мнението на респондентите за важността на проблема и за претърпяното сексуално насилие по време на живота им. Проучването, публикувано през 2012 г., показва, че между 100 000 и 250 000 български жени (11%) са били сексуално малтретирани. Според проучването жертвите на сексуално насилие в България го премълчават, защото в 76% от случаите насилникът е познат и само в 5% от случаите е бил обвинен.

Според проведеното неотдавна изследване за насилието над жени в ЕС⁷ от Агенцията на Европейския съюз за основните права (Fundamental Rights Agency - FRA) 28% от респондентките в България заявяват, че са преживявали физическо и/или сексуално насилие от партньор и/или не от партньор, откакто са навършили 15-годишна възраст, и 39% от тях заявяват, че са преживели каквато и да е форма на психологическо насилие от партньор след навършване на 15-годишна възраст. На въпроса „Най-общо казано, доколко според вас насилието над жени е обичайно във вашата страна?“ 22% от респондентките отговарят, че е много разпространено, и 38% - че е сравнително разпространено.

Струва си да се сравнят тези резултати с резултатите от проведеното през 2010 г. специализирано проучване на Евробарометър за домашното насилие над жени, в което е интервюирана представителна извадка от мъже и жени в 27-те държави членки на ЕС и което установява, че само 6% от мъжете и жените респонденти в България са чували за домашно насилие от колеги или от други контакти на работното си място. Това може да се обясни с факта, че хората в България разбират за домашно насилие сравнително по-малко от колеги, а по-често от приятели, което е показателно, че проблемът се смята за частен по отношение на работното място. В тази връзка би могло да се предположи, че в България въпросът за насилието над жени се смята за нещо, за което не се говори в определена среда и с определени хора, което имаме намерение да проверим и през 2015 г. в нашата програма за провеждане на интервюта.

Специфични политики за превенция, защита и реинтеграция на жените, жертви на насилие

Националната държавна политика за борба с всички форми на насилие над жени е все още в процес на развитие. Отговорностите на институциите за превенция, защита и разработване на програми за помощ за жертвите на две от формите на насилие над жени - домашно насилие/насилие от интимен партньор и трафикът на жени с цел сексуална експлоатация - са регулирани в ЗЗДН и в ЗБТХ.

⁶ Интервю с Албена Койчева, Алианс за защита от насилие, основано на пола, 10.8.2015, TV7, "Добро утро, България!".

⁷ Violence against women: an EU-wide survey, Fundamental Rights Agency, March 2014, достъпен на: <http://fra.europa.eu/en/vaw-survey-results>

В изпълнение на ЗЗДН от 2009 г. насам Министерският съвет трябва да приема ежегодно *Национална програма за превенция и защита от домашно насилие*. Мерките, включени в програмата, се предлагат от различни министерства - на вътрешните работи, на правосъдието, на труда и социалната политика, на здравеопазването, на образованието и други, както и от държавните агенции за закрила на децата и за социално подпомагане и други органи, но никога не са включвали частни компании.

ЗБТХ регулира сътрудничеството и координацията между държавните органи и общините, както и между тях и неправителствените организации (НПО) в усилията за предотвратяване на трафика на хора, и разработване на национална политика в тази област, но също не включва участие на частни компании.

Подпомагане и благотворително участие на компании и НПО в отговор на насилието над жени

Кабинетното проучване и програмата за провеждане на интервюта идентифицираха някои примери на малки проекти, еднократни дарения на финансови средства и практическа помощ за ресоциализация на жертвите на насилие над жени, инициирани от бизнес сектора:

- *Благотворителната кампания "Избери, за да помогнеш"* на Райфайзенбанк България финансира през 2009 г., 2011 г. и 2013 г. три проекта (в размер между 1 900 и 4 200 евро на проект) на две НПО, които работят в областта на превенцията, защитата и реинтеграцията на жертвите на насилие над жени. Единият от проектите е за частичен ремонт на кризисен център за жени, жертви на насилие в София, а другите два са за превенция на насилието сред младите хора и рехабилитационна програма за жертви, настанени в кризисен център в гр. Перник⁸.
- *Модната компания H&M* в България също дарява малка сума през 2015 г. за кризисен център за жени, жертви на насилие, в София⁹.
- Две от основните вериги за търговия на дребно в България - *Billa* и *Piccadilly*, са споменати в интервю¹⁰ като компании, които предлагат работа на жени, жертви на насилие, след като чувствителността им към проблема е била повишена и те са били убедени в това от НПО сектора. По правило НПО гарантират, че ще бъдат медиатор в този процес и ще окажат психологическа подкрепа на жените жертви, които кандидатстват за работа.

Кабинетното проучване също така показва, че от 2005 г. е имало две инициативи за сътрудничество между НПО и бизнес сектора за превенция и защита срещу трафика на хора, както следва:

⁸ Информация за финансираните проекти в секцията "Социални проекти" е достъпна на интернет страницата на кампанията на Райфайзенбанк респективно за 2009 г., 2011 г. и 2013 г.: <http://izberi.rbb.bg/>.

⁹ Интервю с Асоциация "Анимус", София, проведено през март 2015 г. в рамките на програмата за провеждане на интервюта.

¹⁰ Пак там.

- През 2005 г. в рамките на проекта "Сътрудничество на обществения и частния сектор за превенция на трафика и сексуалната експлоатация на деца в туризма", финансиран от *Организацията за сигурност и сътрудничество в Европа (ОССЕ)* и *Австрийската програма за сътрудничество за развитие* е разработен *Етичен кодекс за превенция на трафика и сексуалната експлоатация на деца (момичета и момчета) в туризма*. Целта на Етичния кодекс е да въведе нов подход в България в борбата с трафика на хора и да мотивира частния сектор, и по-специално туристическия бизнес, да предприеме мерки за превенция на сексуалната експлоатация на деца от български и чуждестранни туристи¹¹.
- NGOs&Co е проект за ангажимента на НПО и бизнеса в борбата с трафика на хора, финансиран от *Програмата на ЕС за превенция и борба срещу престъпността* и осъществен през 2014 - 2015 г. от Асоциация "Анимус" в България в партньорство с международната мрежа La Strada International. Целта му е да се повиши информираността (на работодатели и на клиенти) за продуктите и услугите, в които е използван принудителен труд и труд от трафик и да укрепи сътрудничеството между местните граждански организации и бизнес сектора с цел по-ефективна превенция и борба с трафика на хора¹².

Организациите на жени от бизнеса, които бяха интервюирани, също потвърдиха, че са имали, макар и редки, инициативи по темата, най-вече няколко вътрешни дискуссионни форума и кръгли маси.

ПРОГРАМА ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ИНТЕРВЮТА

Идентифициране и включване на компании в програмата

Програмата за провеждане на интервюта бе осъществена в България в периода февруари - май 2015 г.

Благодарни сме на всички участници в нея за тяхната откритост и желание да дискутират темата като добавят техния житейски опит, мнение и предложения, които ни помогнаха да направим нашето проучване разбираемо и обективно и да предложим перспективи за по-нататъшна работа и дискусии.

Интервюираните бяха идентифицирани на базата на предварителното кабинетно проучване (на националното законодателство и политики, на национални и

¹¹ Информацията е достъпна на интернет страницата на Държавната агенция за закрила на детето: http://www.stopech.sacp.government.bg/?sid=professional_bg&pid=75-0000000076

¹² Информацията е достъпна на интернет страницата на Асоциация "Анимус": <http://www.animusassociation.org/?p=2252>

европейски изследвания, на вътрешните правила на компаниите и на медийни публикации за периода 2005 - 2014 г.), както и по препоръка на интервюираните представители на компании и НПО, които работят по темата за насилието над жени, на бизнес сдруженията на жените и експертите по равнопоставеността на половете от държавната администрация, с които ЦИПЖ си сътрудничи.

ЦИПЖ изпрати писма, с които информира избраните компании и лица за финансиращата Програма Daphne III, за целите на проекта CARVE и методологията на изследването (полуструктурирани интервюта, които дават възможност за допълнителни коментари и информация). Кореспонденцията бе последвана от телефонни разговори с повече подробности за програмата и намеренията на изследването. По време на самия процес на вземане на интервюта, експертите от ЦИПЖ информираха интервюираните лица, че резултатите от изследването ще бъдат оповестени и дискутирани на национален семинар¹³ в София през есента на 2015 г. и че всички отправени препоръки ще се вземат предвид за обогатяване съдържанието на окончателния текст.

Реакциите на компаниите в отговор на отправената от ЦИПЖ кореспонденция бяха разнообразни. Някои нямаха желание да участват, защото не бяха убедени, че бизнесът би могъл да има отношение към темата. Някои заявиха, че няма да участват, защото нямат служителки, жертви на насилие, и дискусията няма отношение към тяхната компания. Други приемаха, но отлагаха интервютата, защото имаха нужда от повече време и информация да се подготвят за тях. Повечето уговорки за срещи бяха направени след допълнителни обяснения и мотивиране от страна на експертите от ЦИПЖ. Най-често компаниите приемаха да участват, след като биваха информирани, че програмата за провеждане на интервюта е замислена от изследователския екип така, че да допринесе за повишаване на информираността за социалната цена и цената за икономиката, която има насилието над жени, и да изясни някои от причините защо бизнесът трябва да е загрижен за това. По тази причина интервютата са и възможност за компаниите да научат за опита на други компании и страни. Все пак имаше и компании, които лесно се съгласиха да участват и да споделят техния опит и наученото от тях. Сред тях бяха онези, които са *част от международни компании*, които прилагат политики и мерки за равнопоставеност на половете в труда, за кариерно развитие на жените, за съвместяване на работата и личния живот, както и някои *малки фирми*, които вече бяха идентифицирали случаи на жертви на насилие над жени сред техния персонал.

Вземането на интервюта започна от големите компании, защото очакванията бяха, че тези компании, които прилагат някои политики за равенство на половете, биха могли да имат по-добра информираност и разбиране за включването на бизнеса в борбата срещу насилието над жени. Въпреки че тези очаквания не бяха напълно оправдани по причини, които ще бъдат посочени по-нататък в текста, положителният резултат за изследването бе, че интервюираните лица препоръчаха свои колеги в други компании, които да бъдат интервюирани, и предоставиха ценна информация и контакти на възможни заинтересовани страни,

¹³ Националният семинар бе проведен в Информационния център на Европейския парламент в България (Домът на Европа) на 16 септември 2015 г.

които да бъдат включени, като например представители на работодателски организации.

В резултат на програмата за провеждане на интервюта, ЦИПЖ осъществи 21 интервюта общо в: 11 компании, 4 НПО (три НПО, които работят в областта на насилието над жени, и едно НПО, което работи в областта на равенството на половете и икономическото развитие), 2 професионални съюза, 2 сдружения на жени в бизнеса и 2 работодателски организации.

Избраните компании бяха в секторите на производството и услугите: 6 в сектора на производството (информационни технологии, производство на апаратура за здравеопазването и енергетиката, производство на семена и разсад) и 5 в сектора на услугите (продажба на козметика, частно образование, телекомуникации, продажба на сладкарски изделия, финансови и застрахователни услуги, професионално почистване на текстил).

Интервюта бяха взети в 4 големи компании, част от международни офиси, в 3 средни и в 4 малки компании, създадени от местния бизнес. 14 интервюта бяха взети в София и 7 в други градове на страната - Варна, Велико Търново, Плевен, Силистра, Етрополе и Правец. Само един от интервюираните бе от мъжки пол (представител на професионален съюз), а останалите 20 - от женски пол, защото в България ръководителите в областта на човешките ресурси и други мениджъри, отговорни за персонала, както и ръководителите и служителите в НПО, които се занимават с насилието над жени и равенството на половете, най-често и преобладаващо са жени.

Срещите, които ЦИПЖ уговори, бяха с изпълнителни директори/собственици (най-вече на малките фирми) и директори в сферата на управление на човешките ресурси или други членове на персонала (в средните и големите компании). Например, в три от компаниите срещите се проведоха с продуктови мениджъри, тъй като те имат специфична роля и отношения с персонала. Продуктовите мениджъри обикновено са ангажирани с ежедневния производствен процес и често провеждат срещи с хора от персонала или имат редовни лични разговори с тях и по-близки взаимоотношения.

Интервютата започваха с общия въпрос за това какво е разбирането на интервюираното лице за "насилие, основано на пола". Целта бе да се установи доколко интервюираните от бизнес сектора разбират какви са формите на това насилие. Повечето от тях осъзнаваха, че насилието над жени би могло да бъде не само физическо, но и психологическо, и дадоха много примери и за двете форми. Една от интервюираните спомена също и емоционалното насилие, но никой не спомена икономическото, което е сигнал, че тези две форми са по-малко разпознаваеми и по-рядко обсъждани. Една от интервюираните идентифицира няколко възможни форми на насилие, които могат да се случат на жена в течение на работния ѝ ден, като се започне с насилие на работното място от колеги и от клиенти, по пътя за дома и психологическо и физическо насилие в дома. Тя говори

за уязвимостта на жените към много форми на насилие в техния живот и потвърди, че насилието е широко разпространено и толерирано в българското общество и семейство. Четири от интервюираните жени посочиха сексуалното насилие като форма на насилието над жени, но не споменаха конкретни примери, които са им известни. Една от интервюираните даде пример за психологическо насилие в семейството, когато на жените не се позволява да се развиват професионално - като се ограничават да заемат позиции, на които се вземат решения, или да участват в професионални обучения, конференции и събития, организирани след края на работното време, което техните съпрузи не одобряват, понеже смятат, че съпругите им нямат нужда от това или че ще се възпрепятства грижата за семейството.

Отговорите на първия въпрос дадоха информация за представите на интервюираните за насилието, основано на пола. Впечатлението ни е, че интервюираните добре осъзнават половата природа на физическото и психологическото насилие, но малцина от тях са чували за емоционално и икономическо насилие, както и малцина си позволяват да дискутират сексуалното насилие извън работното място.

Национално законодателство и участие на компаниите

В българското национално законодателство няма специални правни разпоредби относно включването на компаниите в борбата срещу насилието над жени. Вътрешните правила и етичните кодекси на всички компании, чиито представители бяха интервюирани, също не съдържат клаузи по този въпрос.

Повечето от интервюираните споделят мнението, че бизнесът в България все още не е готов за обвързващо законодателство, което би създавало някакви задължения по отношение на превенцията, защитата и реинтеграцията на жертвите и насилниците в случаите на насилие над жени, тъй като бизнесът не желае да му се налагат политики и законодателство отвън, докато все още не са обсъдени с него.

Интервютата, взети в малки¹⁴, създадени на местно ниво фирми, показват, че те имат толкова много финансови и административни проблеми, особено след икономическата криза, че дори нямат време да мислят и да свързват последиците на насилието над жени с производителността и загубите за бизнеса.

¹⁴ Според Националния статистически институт броят на малките и средните предприятия (МСП) през 2013 г. е бил над 300 000, което представлява 99,8% от целия бизнес в България. Средните предприятия са едва 1,3% от тях; като останалите 98,5 % са малки и микро предприятия.

Големите компании споделиха, че темата за момента изглежда малко далечна на техните политики за социална корпоративна отговорност и че не я познават в детайли. Те са концентрирани повече върху темата за равенството по пол в политиките за кариерно развитие на работното място и са фокусирани върху изработването на мерки за по-добро съвместяване на професионалния и семейния живот. Това повишава степента на лоялност и удовлетвореност на работещите (мъже и жени) от работното им място, от една страна, и се смята за превантивна мярка срещу насилието в семейството, от друга.

В някои от големите компании бе споделено мнението, че наложеното законодателство, без представа какви са потребностите и организационната култура в тези компании, няма да е ефективно и ще съществува само на хартия.

Често много социални каузи в средните и големите компании се инициират и осъществяват по инициатива на самите служители и в случай, че те не разпознават насилието над жени като социален проблем, няма да подкрепят кампании или да се включат в инициативи, посветени на борбата срещу него.

Интервютата разкриха, че най-разпространените практики, които обикновено се подкрепят от служителите, са дарения на финансови средства, предназначени за скъпо медицинско лечение на колеги и/или на други хора в нужда, инициативи за организиране на благотворителни базари или събирането на парични средства за изоставени или болни деца. Инициативите срещу насилието над жени за момента са извън общественото внимание и все още се смятат по-скоро за личен/семеен въпрос.

Общото мнение на всички интервюирани в малки, средни и големи компании е, че законодателство, което предвижда включването на компаниите в борбата срещу насилието над жени, трябва да се основава на предварителен анализ на потребностите на бизнеса и проучване на организационната култура на бизнеса и възможностите за ефективни вътрешни интервенции, когато се установят случаи на насилие, основано на пола. Проектите на нормативни актове във всички случаи трябва да се консултират с всички видове бизнес, тъй като организационната култура, йерархията и каналите за вътрешна комуникация в компании с различни размери и в различни сектори на икономиката се различават значително и законодателството трябва да е находчиво съобразено с потребностите и практиките в компаниите, за да бъде ефективно.

Ангажиментът на компаниите в отговор на насилието над жени

Интервюираните експерти от НПО сектора обобщиха, че според техни наблюдения работодателите стават по-загрижени и ангажирани, когато в тяхната компания възникне непредвиден случай и при критичните обстоятелства те са близо до жертвата и могат да видят как тя страда. В тези случаи работодателите реагират спонтанно и най-често търсят професионална помощ, в зависимост от необходимостта и желанието на жертвите.

НПО секторът също така потвърди, че има много български работодатели, които са информирани за националната гореща линия в помощ на жертвите на насилие над жени и за кризисните центрове в страната (в градовете, в които ги има). В градовете, в които няма НПО, нито кризисни центрове или подслони, работодателите постъпват по начин, който смятат за правилен за момента – опитват се да помогнат със съвет или психологическа подкрепа, търсят подкрепа от приятели, роднини или викат полиция, крият жертвата, помагат ѝ да се спаси от насилника, запазват работното ѝ място за по-дълъг период от време и много често предлагат финансова помощ.

Все пак имаше и отрицателни отговори на въпроса *"Трябва ли работодателите да се включват в помощ на жертвите на насилие над жени?"*. Изпълнителната директорка на средна по големина компания сподели, че работодателите не бива да се намесват твърде много, ако не са помолени пряко за подкрепа, защото, както тя обясни: *"...хората имат правото да имат личен живот и те сами трябва да решават какво и кога да кажат, и ние нямаме право да ги притесняваме твърде много"*. Една от причините за това мнение, потвърдена и от НПО сектора, особено този, който работи извън столицата, е, че проблемът все още широко се смята от българското общество за проблем на семейството, а не проблем на цялото общество и хората предпочитат да не бъдат въвлечени в ситуации, които могат да им причинят каквито и да било неочаквани неприятности. Но, има и друго обяснение. Понякога работодателите не се чувстват подготвени да реагират, дори се опасяват, че може да не са адекватно информирани за това какво се случва реално и да бъдат въведени в заблуждение. В интервютата имаше мнения, че при ситуации на семейни конфликти и двете страни могат да проявяват насилие и е трудно да се прецени какво да се направи и кому да се вярва. Затова понякога работодателите се съмняват дали и как да се намесят.

Друг дискуссионен момент в много от интервютата бе *"Кой би трябвало да започне разговор за проблема?"*. Мнението на жена, генерален мениджър в средна по големина компания, бе, че жертвата трябва да направи първата стъпка. Тя поясни: *"Не бих могла да настоявам твърде много и да ги подтиквам да споделят и да направят нещо, защото нямам правото да питам за лични*

проблеми. Знам за жени, които години наред бяха жертви на насилие, но никога пряко или непряко не ме помолиха за подкрепа. В края на краищата това не е наша работа, това е работа за психолози, за НПО-та, а не за генерални мениджъри, защото на работното място не ни е позволено да се намесваме в личния живот на хората".

Интервюто със същата жена по-нататък разкри, че в компании, в които е установена ясна субординация и личният живот е нещо, което служителите рядко обсъждат в работната им среда, съществуват пречки и за двете страни - и за персонала, и за мениджърите - да си сътрудничат в случаи на насилие над жени извън работното място.

Тя не изключи напълно възможностите да се намеси, ако е помолена пряко, но потвърди, че това се случва рядко и никога досега по повод случай на насилие над жени.

В компании, в които не бяха открити случаи на насилие над жени, но атмосферата бе описана като много приятелска и подкрепяща, бе споделено мнението на собственичката, че колегите и собствениците могат да помогнат и биха помогнали, ако са били помолени за това, включително и в случаи на насилие в семейството, но най-вероятно само с лични съвети и разговори, и че те без съмнение се нуждаят от професионална помощ, за да бъдат ефективни в подпомагането на жертвата.

Понякога работодателите се намесват не само в случаите, когато имат жена от персонала, жертва на насилие, но също така и в случаите, когато имат служител насилник. В тези случаи, въпреки че работодателите знаят, че нямат право да се намесват пряко в личния живот на служителите, доброто име на компанията става водещ аргумент, особено в по-малките градове и в компании, ориентирани в сферата на услугите. Споделеният по време на програмата пример бе за малка сладкарница, където клиенти информирали собственичката за работник, който упражнява насилие над съпругата си, и те са се оплакали от него в неформален разговор. Доброто име на собственичката на работодател, който не толерира насилието, бил силен аргумент да се започне разговор със служителя, извършител на домашно насилие.

Все пак има случаи, когато работодателите решават да не се намесват, защото се чувстват безпомощни. Една от интервюираните жени изрази искрено съжаление, че, въпреки че помогнала на колежка да се спаси от съпруга си насилник, след известно време жената се върнала при него и насилието продължило. Случаят се е развил в много малък град, в който няма НПО, работещо по проблемите на насилието над жени, и където никога не са били организирани кампании за повишаване на информираността на местната общност срещу насилието над жени. Според мнението на интервюираната жена, кампаниите не биха били разбрани лесно в този град, защото темата все още е табу. Жените се чувстват засрамени, но в същото време не достатъчно силни да спрат насилието и да се измъкнат от него; те не искат да викат полиция, защото целият град ще знае какво

се случва в семейството. Ролята на работодателите в тази ситуация е много трудна - от една страна те трябва да пазят поверителност за случая, от друга - би трябвало да помогнат адекватно. И в края на краищата най-често жената решава да остане със съпруга насилник и насилието продължава, и се оказва, че всички усилия са били напразни.

Понякога в малки градове, в които няма НПО и услуги за защита от насилие над жени, хората, които отговарят за персонала в компаниите на работното място са единствените, от които жертвите могат да поискат подкрепа, дори при спешни ситуации, и да получат подкрепа - практическа и психологическа. В рамките на програмата за интервюта, жена производствен мениджър разказа за един много тежък случай, когато жертвата е поискала подкрепа след катопияният ѝ съпруг се опитал да я убие. Тя е реагирала незабавно, скрила е жената и чрез роднини ѝ е помогнала да напусне града и да намери друга работа и място да живее, далеч от насилника. Въпреки че жената се върнала след известно време, тази първа реакция и практическа и психологическа подкрепа от работното място е окуражила жената да вярва, че тя наистина може да се измъкне завинаги и да спре ежедневноното насилие, и най-важното - тя не е сама в тази ситуация. Има някой, който ще ѝ помогне. Няколко месеца по-късно жената планирала по-добре живота си, напуснала съпруга си и днес живее с детето си в друг град. Ролята на производствения мениджър в тази ситуация е била от критична важност за решението на жената да спре насилието и да намери кураж да се измъкне от ситуацията, която е изглеждала безизходна години наред.

При друг случай в същата компания друга жена се обръща пак към производствения мениджър и я информира, че ще избяга и ще се скрие от съпруга си насилник. Жената не молела за помощ, само информирала пряката си ръководителка и помолила за конфиденциалност. Тя се крила само двадесет дни и се върнала при насилника. Интервюираната сподели, че не се намесила в случая. Деликатно е обяснила на собственика, че служителката има някакви семейни проблеми и ще се върне на работа, така че ще е по-добре да се запази работното ѝ място. Мнението ѝ бе, че наистина не разбира поради какви причини служителката е избягала и след това се е върнала. Тя добави: *„Може би жената имаше нужда от повече пари, за да свързва двата края, или ѝ липсваше кураж да продължи да живее без него; и вече е започнала да смята тази ситуация за нормална.“* В тази компания това е вторият случай на жена, омъжена, с деца, с нисък доход, която е малтретирана от съпруга си физически и психологически от години. И в двата случая в тази малка компания, в малък град, жертвите са споделили, че работното им място е единственото, където те се чувстват почти в безопасност и идват на работа, само за да избягат от ежедневнония тормоз въщи, където са третираны като "служини". И в двата случая производственият мениджър е трябвало да намери каквото и да е решение и не е знаела дали постъпва правилно. И в двата случая тя прави това, за което е помолена от жертвите, и има два различни резултата от ситуациите - добър и лош. За съжаление, в града липсва професионална помощ от адвокати или от НПО, които работят по темата, поради което интервюираната все още се пита дали е реагирала и постъпила правилно, особено във втория случай.

Установяване от компаниите на случаи на жертви на насилие

Интервютата показаха, че няма формални процедури, установени от компаниите за реагиране при случаи на насилие над жени. Дали случаите ще станат известни на работодателите, зависи от размера на компанията, изградената йерархия и взаимоотношения в екипите и с мениджмънта.

Въпросът в интервютата *"Смятате ли, че сред жените във вашия персонал може да има жертви на насилие?"* провокира разнообразие от реакции, като се започне от отричане, предположения коя жена може да е жертва, съмнения, безпокойство, както и разкази за очевидни случаи на насилие над жени, споделяне на различни стратегии за вътрешна комуникация по случаите и за предоставената помощ.

Две от интервюираните жени отговориха, че са убедени, че в техните компании няма подобни случаи, тъй като никога не са чули за такива, нито пък са били коментирани от служителите. Една от тях (от голяма компания в ИТ сектора) заяви, че техните служителки са икономически независими, имат много добри заплати, добре са информирани, добре са образовани и няма да допуснат да се случи. Същевременно в интервютата с НПО, които предоставят услуги на жертви на насилие над жени, се потвърди, че жени, жертви на подобно насилие, има във всички професии, някои от тях с висок доход, работещи във всички сектори и производства, включително и в ИТ сектора. Това ни кара да мислим, че в някои компании с много служители разпознаването на подобни случаи не е лесно и че съществуват нагласи, че икономически независимите жени не биха могли да бъдат жертви.

В някои компании информация за възможни случаи на насилие над жени се споделя от служителите неформално. Една от интервюираните жени отговори, че е чула от колеги за случай на психологическо насилие, но не беше сигурна и предположи, че е било слух. Информацията достигнала до мениджъра по човешките ресурси (на голяма компания), но никой не дошъл да разговаря с нея и да сподели лично. Интервюираната изрази мнението, че, каквото се случва в семейството, рядко се споделя лесно навън и професионалната среда не се смята за правилното място за споделяне на лични проблеми.

В друг случай интервюираната (производствен мениджър в средна по големина компания) отговори, че в компанията имало информация за психологически малтретирана жена, но тя също получила информацията непряко. Сигнал за проблема бил твърде дългият отпуск по болест на служителката. Макар и не веднага, колегите, а по-късно и производственият мениджър, се усъмнили, че жената може да е жертва на психологическо насилие от страна на съпруга си, страдащ от алкохолизъм. Производственият мениджър не била сигурна как да реагира в този случай, но въпреки това предприела стъпки да информира и да привлече административния директор, и те заедно решили да проведат личен

разговор със служителката, за да разберат повече за случая и от какво има нужда.

Някои от интервюираните компании споделиха, че са имали очебийни случаи на жертви на насилие над служителки извън работното им място и са установили, че тези жени не биха могли да намерят изход сами. Както каза едната от интервюираните: *"Хората повечето време са на работа и, ако нямат подкрепа от колегите си и от ръководството, те са безпомощни. Болката трябва да се споделя! Най-често в малките екипи целият работен процес се нарушава. Насилието над жени засяга всички. Хората край страдащата жена също не са концентрирани, те са тъжни и се чудят какво се случва и как да помогнат. Понякога насилникът не може да бъде спрян да се обаждат по телефона и да безпокои жената дори по време на работа. Ние трябва да направим нещо и да го спрем заедно!"*

Разпознаването на случаи в малките е доста по-лесно по сравнение с големите и средните по размер компании. В две малки фирми отговориха, че са установили случаи на пострадали от насилие жени, защото видели очевидни белези по лицата и телата им; или сигнали, свързани с поведението им, например липса на концентрация, апатия, затруднения в комуникацията и работата с клиенти, лошо настроение в навечерието на семейни празници като Коледа, Великден и др. В много малки фирми колегите на жертвите също информират работодателя, че са установили подобен случай и настояват работодателят спешно да предприеме нещо. Реакциите на собствениците / работодателят са неизбежни. Както каза в интервюто жена собственичка на малка фирма: *"Постъпих както ми каза сърцето"*. Тя сподели два различни примера за реакциите си. Първият беше за случай, когато служителка дошла на работа много разстроена. Собственичката посъветвала друга колежка да се поразходят заедно и да разбере какво се е случило, включително, ако е необходимо, да отидат заедно на лекар. Собственичката разбрала, че на служителката ѝ трябва време, за да започне да говори, и че има нужда първо да превъзмогне психологическата болка, заради това в началото изобщо не я питала за подробности. Разбрала по интуиция, че ако жената сподели проблема с някой по-близък и получи съвет от колежка с по-голям житейски опит, ще се почувства по-добре и, може би, ще намери решение. При друг случай в същата фирма служителка много се притеснявала за дъщеря си, която била преследвана и заплашвана от бившия си интимен приятел, че ще я убие. В този случай собственичката реагирала незабавно и посъветвала майката да съобщи веднага за случая в полицията. Тя също така помогнала на майката да изготви жалба до полицията. И двата случая показват, че работодателите в малките фирми често се сблъскват с личните проблеми на служителите си и трябва да взимат решение как да помогнат и какъв съвет да дадат. Служителите в малките фирми се чувстват като едно голямо семейство и често се обръщат към работодателите си с различни молби за лична помощ. Работодателите почти винаги трябва да направят нещо и правят най-доброто, което могат. Все пак те често имат нужда от подкрепа и професионална помощ, особено при спешните случаи. Така например бе споделено (пак в малки фирми), че жертвите директно молят работодателя за подкрепа, особено ако работодателят е жена. Най-често молбите се отнасят до спешна помощ, съвет или психологическа подкрепа, за да се сподели с някого болката.

Споделянето между жени се споменава и в някои други интервюта. Например в една от интервюираните компании, макар че нямаше установени случаи на жени, претърпели насилие, бе споделен пример за служителка, която се обърнала към заместник-директора с молба за финансова помощ поради личен проблем - за да се извърши скъпо гинекологично лечение. Интервюираната собственичка сподели, че в тяхната малка фирма йерархията не се спазва много стриктно и за работниците не представлява трудност да помолят за помощ или съвет по лични проблеми или заместник-директора, или директора. Тя изрази мнение, че най-често жените се обръщат към заместник-директора, която също е жена, особено в случаите, когато имат медицински проблем или проблем в семейството.

Същото потвърди и друго интервюирано лице, което добави, че в малките фирми в екипите, съставени предимно или изцяло от жени, където няма ясна субординация, жените споделят почти всички свои лични проблеми и се подкрепят една друга.

Още един интересен пример на женска солидарност бе споделен в женското бизнес сдружение *„Да съхраним жената“*, което работи във Варна. Интервюто с председателката му потвърди, че жените членове на сдружението се чувстват в безопасност и споделят лични и семейни проблеми една с друга, защото имат много близки лични взаимоотношения, изградени в хода на много общи инициативи - обучения за овластяване, ежедневна доброволческа работа и др. Целта на сдружението от създаването му през 1997 г. е да изгражда солидарност между и да оказва подкрепа на членовете му, което да им помогне в периоди на икономическа криза. Първите инициативи на сдружението били посветени на профилактични медицински прегледи за превенция на рака на гърдата. В следващите години сдружението се фокусирало върху развитието и укрепването на женското предприемачество, за да откликне на проблема с огромната безработица в страната през периода на преход към пазарна икономика. Причината за тази устойчива солидарност и съчувствие донякъде е и фактът, че членовете вече са убедени, че могат да разчитат една на друга и че ще получат реална подкрепа и помощ. Друга причина, спомената от председателката, е организационният живот на сдружението, което осъществява много събития не само за членовете си, но и за техните семейства. Семействата вече се познават много добре, както каза председателката: *„Сега те са като едно голямо семейство - общност от хора, които стоят зад всяка от нас и ние можем да си имаме доверие“*.

Доверието и възможността да се запази конфиденциалност бяха споменати много пъти в това интервю и в много други, когато бе задаван въпросът за установяването на случаи на насилие над жени.

Конфиденциалността бе коментирана от различни гледни точки. Някои от интервюираните казаха, че в случаите на насилие над жени жертвите не

споделят, защото не искат всички да знаят за тяхното положение. Те се чувстват засрамени и се безпокоят за своя професионален имидж. Някои от жертвите дори предпочитат да напуснат работа, защото се чувстват некомфортно и се тревожат как са възприемани, какво хората на работното място мислят за тях. Все пак интервютата разкриха, че на работното място е трудно да се запази поверителност за продължителен период от време, защото понякога ситуацията може да се влоши, знаците да станат видими, а понякога собствениците/управителите трябва да знаят какви са причините за продължителните отсъствия. Така че въпросът кога и как работодателите запазват конфиденциалност е един от най-често споменаваните от интервюираните лица. От една страна, работодателите не искат да смущават още повече малтретираната жена, но от друга, от тях се изисква да предприемат някакви действия и те трябва да направят нещо, което не винаги им дава възможност да запазят поверителност.

Конкретни действия в подкрепа на служителките

Действията за защита на служителките зависят много от ситуацията и от конкретния случай. Не е известно да има формални вътрешни указания или професионално ръководство, създадено за бизнеса в България.

Конкретните действия варират - някои работодатели оказват финансова подкрепа на служителките и заплащат пътните им разноски до столицата или друг град, където има кризисни центрове и подслони. Други допринасят за медицинското им лечение или поемат разходите за професионални консултации с психолог. И дори често се съгласяват да платят на служителката наема за жилище, когато тя вземе решение да напусне насилника. В много случаи работодателите проявяват разбиране и се съгласяват да предложат гъвкаво работно време, допълнителен платен отпуск и запазване на работното място свободно толкова дълго, колкото е необходимо.

Програмата за провеждане на интервюта показва, че действията на работодателите зависят най-вече от потребностите на жертвите, ако са идентифицирани или споделени от тях, както и от личните качества на собственика на компанията или на служителя, който отговаря за персонала. Когато случаят е установен от работодателя, най-често той проявява съчувствие и готовност за помощ, когато види болката и страданията на жената отблизо.

Например в един от случаите на психологическо насилие, административният директор и производственият мениджър са провели лични разговори с жертвата и са й дали време да реши кога ще бъде готова да се върне на работа. Жената е получила избор да решава дали ще остане на настоящата си мениджърска позиция или ще предпочете да я промени за позиция с по-малко отговорности.

След решението ѝ да се откаже от ръководната позиция и да се върне в производството, други членове на колектива са били обучени и успешно са я заместили. Ръководството също ѝ е предложило подкрепа в случай, че тя реши да напусне съпруга си - да ѝ помогнат да си намери ново жилище, да се грижи за детето си - като я е уверило, че тя не е сама в тази ситуация и може да бъде спокойна, че може да се върне на работното си място, когато е готова. В този конкретен случай на жената са ѝ били потребни два месеца да вземе решение, но работодателят е бил търпелив и е чакал. Търпението и разбирането, проявени от работодателите в много случаи, когато те стават свидетели на страдания, се потвърждават и от НПО, които работят по проблема с насилието над жени.

Търпението и реакциите на колегите са вторият основен фактор в отговор на кризисни ситуации и за плавната реинтеграция на жертвите.

Пример за адекватна реакция на колеги, когато жена жертва на психологическо насилие се връща на работа след прекарани два месеца в болница, е предоставен в програмата за интервюта. Интервюираното лице ни каза, че ръководството разговаряло с целия екип и ги помолило да бъдат търпеливи и да помогнат на жената да се реинтегрира, без да настояват да научат повече за положението ѝ. Откритият разговор с персонала и личността на прекия ръководител са били от голямо значение. Хората разбрали, че трябва да се държат нормално и да не обременяват жената нито със специално внимание към нея, нито с прекалено много стресиращи задачи, особено в първите няколко месеца. В тази ситуация поверителността за положението ѝ не е била спазена от ръководството, но подкрепящата позиция на ръководството и преките разговори с персонала как се очаква да реагират, са дали резултат. Жената се върнала и две години след инцидента все още работи в същата компания.

Отговорните лица за установяване на жертвите на насилие

Бизнесът в България все още не е развил никакви формални процедури за справяне с насилието над жени извън работното място. По тази причина няма специални експерти или членове на персонала, отговорни за случаите на насилие, основано на пола. Въпреки това има много инструменти за реакция срещу насилието, което се случва на работното място: подаване на оплакване към омбудсмана на компанията, онлайн докладване и жалби, включително и за случаите на сексуален тормоз на работното място, срещи с посредниците, отговорни за спазване на етичните стандарти, обаче никой от тях не е бил използван за докладване на насилие извън работното място.

Все пак интервютата показват, че някои членове на персонала могат да бъдат или са, поради различни причини, първите, които научават за подобни случаи.

В някои големи компании има експерти, които свързват дирекциите по човешките ресурси с производствените екипи, така наречените бизнес партньори на човешките ресурси (HR Business Partners - HRBB), които участват в работните заседания на екипите, и всички служители от екипа ги познават добре. Най-вероятно в големи компании, те ще бъдат първите, които могат да научат за случаи и да бъдат помолени за подкрепа. В някои мултинационални компании има специални представители на персонала в европейската/глобалната майчина компания, които също има много близки взаимоотношения с персонала и много лични проблеми се споделят по този начин. Комисиите за организиране и анализ на профилактичните годишни медицински прегледи в компаниите също могат да бъдат канал за разпознаване на случаи, въпреки че тези медицински прегледи са само веднъж годишно и случаите на насилие над жени могат да бъдат пропуснати.

Много често в малките фирми собственикът и колегите са тези, които са информирани и въввлечени първи. Не е възможно собственикът да бъде изолиран. Всяко напрежение и лошо настроение на служителите са очевидни, това нарушава работния процес и собственикът е загрижен да успокои положението и да се намеси с разговори, съвети, помощ и, ако е необходимо, с подпомагане и насочване на лицето към професионална подкрепа или към НПО, ако има такова, за което тя/той знае.

Производствените мениджъри също споделиха, че могат да установят промени в поведението и концентрацията на служителите, особено в средните и малките по размер компании. Те често отбелязват тези промени като сигнали, че може да е възникнал личен проблем. Понякога сигналите са очевидни – по лицата и телата на жените. Производствените мениджъри са тези, които в малките градове дори дават съвети на жертвите и докладват за случаите на собствениците/управителите, защото трябва да дадат обяснения защо служителката отсъства от работното място. В повечето случаи, когато са информирани, собствениците/управителите проявяват разбиране и търсят решение на проблема.

В една от големите международни компании бе идентифицирана самоорганизирана женска група, която се занимава с въпросите на равенството на половете. Групата е създадена, за да идентифицира проблемите и да обсъжда какъв вид инициативи биха могли и искат да организират за техните членове. До сега групата е работила по теми като "Пол и образование", "Жени и лидерство", "Кариерно развитие на жените" и "Съвместяване на работата и семейния живот" чрез организиране на дискусии, форуми и събития за повишаване на информираността, както и привличане на лектори. Разбирането на групата е, че информираността и предложените възможности за професионално развитие, както и осигуряването на финансовата независимост на жените са най-ефективната превенция срещу насилието. Групата никога не е дискутирала пряко темата за насилието над жени, но е отворена за предложения, или потребности, на които трябва да се отговори, ако те идват директно от членовете ѝ.

Докладване за насилието над жени

В рамките на програмата за провеждане на интервюта бяха идентифицирани четири основни фактора, които определят вътрешната комуникация по темата за насилието над жени: размерът на компанията, атмосферата на работното място (взаимоотношенията между колегите и с ръководството), личността и полът на лицето, отговорно за персонала, както и нивото на поверителност, което би могло да се запази.

В по-малките градове поверителността дори е още по-важна. Основната пречка за обсъждането на темата в малките градове е страхът, че много хора на работното място ще знаят за случващото се.

Темата е трудна за обсъждане и все още не се дискутира в работната среда и на големите по размер компании. Някои от причините за това, споменати в интервютата, са:

- Жените не искат да говорят, защото никой не иска на работното си място да бъде приеман като жертва. Най-вероятно на работното място няма да бъде спазена поверителността за инцидентите на насилие над жени.
- Половите стереотипи - понякога жените не работят добре заедно и не показват съчувствие една към друга, особено в секторите, доминирани от мъже, където те се състезават помежду си и взаимно се критикуват, и дори сами засилват стереотипите по пол за техните професионални умения.
- Жените не вярват, че някой ще им помогне, защото не вярват, че съществуват ефективни инструменти и институции, които биха се намесили адекватно.

Вътрешната комуникация за случаите на насилие над жени се различава от която и да било друга вътрешна комуникация с персонала по лични въпроси. Случай в средна по големина компания подтикнал ръководството да помисли как да я подобри в подобни ситуации. Макар че във всеки екип на компанията имало служители, които обичайно общували с ръководството относно проблеми и рискови ситуации, свързани с персонала, в конкретния случай на жена, пострадала от насилие, тези служители останали безмълвни, защото не знаели как да реагират. Компанията стигнала до извода, че ръководството трябва да направи повече, за да информира служителите, че темата може да се обсъжда без страх, защото, ако ръководството предварително е уведомено, ще е по-добре подготвено да помогне адекватно.

Вътрешната комуникация също така зависи от атмосферата в екипите и, донякъде, от пола на служителите и ръководителите. В малки екипи, съставени предимно от жени, бе споделено, че общуването на тази тема би било много по-лесно. В смесени по пол колективи не би било същото и може би подобна информация не би се споделила с мъже ръководители. Въпросът за ролята на мъжете ръководители също бе обсъждана на Националния семинар в София,

където участниците се съгласиха, че все още съществува необходимостта мъжете да бъдат по-активно привлечени към темата - чрез специализирани обучения и кампании, чрез разширяване на обхвата на проучванията, които да са насочени към тази специфична група.

ПРИМЕРИ ЗА ДОБРИ ПРАКТИКИ

Кампанията на AVON България "Говори открито срещу домашното насилие!"

През 2004 г. *Фондацията на Avon за жени* (САЩ) лансира кампанията "Говори открито срещу домашното насилие!" - инициатива за повишаване на информираността и подобряване на превенцията и програмите за услуги. Фондацията предоставя финансиране на неправителствени организации, които работят, за да предотвратят насилието над жени и помагат на жертвите и техните семейства. Фокусът на фондацията е към онези организации, които предоставят обучение и информират, предлагат подкрепа в критични ситуации и развиват програми за превенция.

В България кампанията на Avon "Говори открито срещу домашното насилие!", която е част от глобалната кампания, се организира в партньорство с *Алианса за защита от насилие, основано на пола*. За първи път кампанията тръгва през 2011 г. и оттогава е ежегодна. Фокусът ѝ е върху домашното насилие, но всички останали форми на насилие над жени са споменати и обяснени в посланията ѝ.

През 2011 г. кампанията започва с пресконференция и включва Юлиана Дончева, една вдъхновяваща жена - телевизионна звезда и бивш народен представител - която говори открито за домашното насилие в серия от интервюта, статии и вътрешни информационни материали за представителите на Avon България.

През 2012 г. Avon България решава да включи и мъже. Посланик на кампанията става ММА боецът Станислав Недков - Стъки. Посланието на кампанията през 2012 г. "Удари мен, не нея!" е избрано, за да покаже, че мъжете също са загрижени и подкрепят каузата.

През 2013 г. кампанията включва популярни български семейства - журналисти, актьори, спортисти - за да дадат позитивни примери на семейства, които говорят открито за домашното насилие въщи и пред медиите. От 2013 г. кампанията започва да дарява финансови средства за подкрепа на подслони и услуги за жертвите чрез продажбата на брендиран бижута и други продукти на AVON от синята серия, посветена на кампанията.

През 2014 г. посланието на кампанията включва шокираща снимка на българската актриса Деси Бакърджиева, станала популярна и заради ролята си на жертва на домашно насилие в телевизионен сериал. Основната цел на кампанията е да провокира разговори за това какво представлява домашното насилие и защо трябва да разговаряме за него, за да го спрем. Посланието е "Сложи си обича на ухото! Нека заедно спрем домашното насилие!", за да припомни на обществото да не извърща поглед от проблема. Посланието на кампанията е широко разпространено с помощта на 30 медийни партньори и над 200 публикации в медиите, 5 телевизионни интервюта и над 20 интервюта онлайн и чрез други медийни канали и специализирани женски списания, чрез постери в метрото и на

автобусните спирки. Кампанията е подкрепена и от четирима от най-популярните млади български звезди (Орлин Павлов, Калин Врачански, Теодора Духовникова и Мона Недева), които участват в черно-бели фотографии като държат или носят обещите.

Кампанията използва и Facebook приложение с галерия от снимки на жени, от които 1 на всеки 4 е с контузии по лицето. Всички снимки са на служителки на AVON, които участват доброволно. Facebook приложението (в което се включват над 450 000 души) подтиква хората да поместят снимки с брандираното бижу на кампанията и по този начин да я подкрепят. Колкото повече снимки се публикуват, толкова повече снимките на битите жени от фотосесията избледняват и изчезват. Основният урок е - колкото повече хора говорят срещу домашното насилие, толкова повече то ще изчезва.

По време на кампанията през 2014 г. също така е създадено партньорство с *ПроКредит Банк*, която закупува 200 комплекта от продуктите на кампанията и ги използва като подарък за жените, клиенти по повод *Международния ден на жената*.

Благодарение на даренията на хората през ноември 2014 г. AVON прави дарение за каузата в България на стойност 50 000 лева за Кризисния център в Югоизточна България.

Чрез директно разпространение от човек на човек на повече от 30 000 брошури за кампанията през 2014 г., екипът на AVON установява, че съществува голяма необходимост от гореща телефонна линия, която да работи 24 часа 7 дни в седмицата. Поради тази причина през 2015 г. AVON обявява, че всички събрани средства, ще се използват за финансиране на гореща телефонна линия.

През 2015 г. кампанията отново разчита на провокиращи визуални образи със силно послание - *“Докато смъртта ви раздели? Насилието няма място в твоя дом!”*. Показвайки безочливия образ на домашното насилие, “Говори открито” определя амбициозната цел да привлече вниманието на хората към тази съществена тема, която експертите определят като истински терор въщи. За да подчертае колко е важно жертвата да разбере своя проблем и да му сложи край навреме, кампанията избира провокиращ образ на двойка, в която жената, както изглежда, е жертва на насилие, а нейният партньор е изобразен като насилник с маска на лицето. Така кампанията иска да покаже колко често се случва жертвата да приема домашното насилие и да отказва да го приеме като проблем за тях и за хората около тях. Ярката крайност на основното изображение също така подчертава напълно различната индивидуалност, която насилникът има зад стените на дома. Посланието *“Насилието няма място в твоя дом!”* е силен апел за правото на жената да живее в без насилие.

Всеки, който иска да подкрепи каузата, може да купи благотворителен продукт от синята серия на кампанията през цялата година. 100% от печалбата от всеки продукт ще бъде изразходвана за финансиране на гореща телефонна линия за жертвите на домашно насилие. Целта на горещата линия е да предоставя постоянен достъп на жертвите до професионална помощ – на психолози, адвокати и социални работници. Специалистите ще консултират и ще съветват

жертвите по телефона, както и ще ги насочват към най-близкия кризисен център в страната. По този начин дългосрочният партньор на кампанията и бенефициент на дарените средства – *Алианса за защита от насилие, основано на пола* – ще може да предостави комплексни услуги.

Кампанията е оценявана вътрешно чрез проучване на мнението на представителите на AVON в страната. Някои от идеите за послания на кампанията са дошли директно от тях.

Откакто “Говори открито срещу домашното насилие” е стартирала през 2011 г., AVON е дарила общо 75 000 лева в подкрепа на каузата. Събраните средства осигуряват повече от 1000 безплатни психологически и правни консултации за жертвите на домашното насилие.

Кампанията също бе представена на Националния семинар в София през 2015 година и провокира много дискусии за факторите и пътищата за провеждане на успешни информационни кампании за насилието над жени от страна на частния бизнес. Дискусиите затвърдиха мнението, че темата наистина е трудна, защото домашното насилие се смята от мнозина за личен проблем, а не проблем на цялото общество. Насилието в семейството е все още широко разпространено в България и е тема табу извън дома. Промяната на социалните нагласи и норми и подтикването на обществото да говори срещу него е голямо предизвикателство. Avon България дава пример за различни стратегии и подходи за привличане на вниманието на обществото по време на петте години от реализирането на кампанията.

Основният фактор на успех на кампанията, идентифициран от компанията, е сътрудничеството между всички привлечени актьори - компанията, медиите, поддръжниците и посланиците на кампанията. Най-важното е личното участие в кампанията на служителите и регионалните представители на AVON, които се включват с идеи за реализация на кампанията, както и разпространяват материалите и посланията сред техните приятели, семейства и клиенти по места.

Заклучения и препоръки

Заклученията и препоръките на настоящото национално проучване се основават на данните от проведените кабинетно проучване, националната програма за провеждане на интервюта и дискусиите, проведени по време на Националния семинар в София на 16 септември 2015 г.

Националната програма за провеждане на интервюта провокира интервюираните и ги подтикна да говорят открито за насилието над жени извън работното място и да привлекат внимание към идеята, че насилието в семейството не е и не би трябвало да бъде само личен проблем. Представянето на кампанията на AVON също целеше за провокира обществен дебат и да затвърди нашето разбиране, че инициативи като това проучване и като кампанията трябва да бъдат многобройни и да се случват редовно, защото променят социалните нагласи като показват примери на успешни практики за включването на бизнеса в борбата срещу насилието над жени.

Програмата за провеждане на интервюта и дискусиите по време на Националния семинар откриха нова страница в дебата за ролята на бизнеса в усилията за предотвратяване на насилието. Те потвърдиха, че проучвания по темата трябва да се разширят и обогатят чрез разширяване обхвата на интервютата и добавянето на интервюта с работещи жени, жертви на насилие, и тяхното мнение как компаниите реагират на техните случаи в сравнение с мненията на мениджърите в същите ситуации. Една идея, която дойде от НПО сектора, е включване на случаи на семейно насилие, което разрушава целия общ семеен малък бизнес. НПО секторът също така препоръча проучването на политиките в компаниите когато имат служители съпрузи или партньори и особено стратегиите им за реакции в случай на насилие помежду им.

Женските бизнес сдружения препоръчаха обогатяване на проучваните теми с примери на насилие над жени не само от страна на съпрузи и интимни партньори, но също така от други членове на семейството - бащи, братя чичовци и др.; как упражненото психологическо насилие от друг мъж член от семейството може да повлияе на кариерата на жената; и пред какви предизвикателства се изправя бизнесът в тези случаи.

Дискусиите за сътрудничеството между основните актьори в тази област бе започната, за да проучи доколко бизнесът инициира или има желание да сътрудничи с другите актьори, като например с националните институции и фондове по отношение на кампании за повишаване на осведомеността за насилието над жени в страната, или напротив - бизнесът ще измерва и постиженията и успехите само за своя сметка. Примерът, който бе обсъден на Националния семинар, бе представената кампания на AVON България. Дискусията показва, че бизнесът предпочита да консултира своите инициативи предимно с НПО сектора, както е в горния случай. Кампанията е консултирала кампанията си с Алианса за защита от насилие, основано на пола, но никога не е сътрудничила пряко с държавните институции. Една от причините е насоките и изискванията на глобалната компания майка относно благотворителните и

дарителски инициативи, които препоръчват директна работа и подкрепа на НПО и кризисните центрове. Все пак дискусиите показаха, че непосредственото сътрудничество между бизнес и държава все още не е създадено и има място за бъдещо развитие. И бизнесът, и институциите имат много какво да научат едни от други и регулярното сътрудничество между тях само ще бъде от полза на каузата.

НПО секторът, който подкрепя жертвите на насилие над жени, посочи, че настоящето проучване е наистина необходимо и навременно, защото жертвите прекарват повечето време на работното си място. Вярно е, че работодателите са подкрепящи и желаещи да помогнат, когато виждат наранена и страдаща жена, и също така е много вярно, че те търсят и професионална помощ. Кризисните центрове в страната са малко и с ограничен капацитет, от една страна, от друга - случаите са много и са тясно свързани с професионалния живот на жертвите. По тази причина помощта на бизнеса за жертвите е от изключителна важност. Включването на бизнеса е от критично значение и тази перспектива ще трябва систематично да се развива и обогатява чрез последващи и задълбочени проучвания и чрез разработването на практически насоки за бизнеса.

В действителност много работодатели в България трябва всеки ден да се справят със случаи на насилие над жени извън работното място. Те искат да помогнат, но много често не знаят как. Споделянето на практическата помощ и обменът на добри практики между компаниите в България и други държави членки на ЕС ще бъде от полза за българския бизнес и НПО, които се борят срещу насилието над жени.

Координатор



Партньори



Center of Women's
Studies and Policies



CEPS Projectes Socials
Barcelona



European Association for
People Management



Настоящата публикация е осъществена с финансовата подкрепа на Програма ДАФНЕ III на Европейския съюз. Съдържанието ѝ е изцяло отговорност на проект "Компании срещу насилието, основано на пола" (Companies against gender violence - CARVE) и не може по никакъв начин да се възприема като отразяващо възгледите на Европейската комисия.



Co-funded by
the Daphne III Programme
of the European Union

CARVE

COMPANIES
AGAINST
GENDER
VIOLENCE