

Номер проекту 2016-1-SE01-KA204-022119

”Скорочення відстані до освіти/ринку праці для жінок-мігранток та переселенок шляхом гендерних консультацій та стратегій місцевої співпраці”

Методичний Посібник igma femina

Del O3

Автори:
Аннелі Хейрен
Роджер Ван де Вінкель
Співавтори:
Шерін Ель-Шенаві
Аліна Ваколюк

Серпень 2018

Зміст

Передмова.....	4
1. Вступ: про потребу в методології igma та більш чутливих гендерних підходах.....	6
Про історію методології igma.....	6
Про необхідність більш чутливих гендерних підходів.....	8
План інших розділів.....	9
2. Загальні аспекти методології igma	10
Від послуги до індивідуального процесу	10
Поступовий прогрес	10
Профілювання igma та індивідуальне керівництво	11
Персоналізовані послуги, поступовий прогрес та гендерно-чутлива підтримка	12
Синхронізовані послуги або один за одним?	13
3. Про особисті кар'єри	14
Що таке кар'єра чи кар'єрний шлях?	14
Кар'єрні шляхи з точки зору жінок	15
Кар'єрний менеджмент як безперервне завдання.....	15
Коучинг спрямований на самоорганізацію та навчання протягом усього життя.....	16
Загальні завдання коуча, який працює з людьми	17
Завдання коуча в роботі з кар'єрним шляхом, враховуючи гендерно-чутливі питання.....	18
4. Методологія Igma та кейс менеджмент	20
Профіль коуча igma.....	20
Хто такий кейс менеджер?	23
Про гендерно-чутливий коучінг та кейс менеджмент.....	24
5. Методологія Igma та місцева співпраця	25
Сходи прогресії igma.....	25
Спільне розуміння та співпраця	27
Спільне розуміння та належне управління	27

Залучення роботодавців.....	28
6. Методологія Igma та залучення роботодавців	29
Про рекрутинг роботодавців.....	29
Про підтримку роботодавців	31
Про роботодавців та увагу до гендерно-чутливих питань	32

ПЕРЕДМОВА

У 2015 році понад 1,3 мільйона біженців заявили про надання їм притулку в Європейському Союзі. З цієї групи заявників було схвалено майже 300 000. Число жінок-біженців та дітей в цій групі в останні роки збільшується. Понад 55% людей, що зараз прибувають, складають жінки і дівчатка, частково по причині возз'єднання сім'ї. У той же час безробіття і соціальна ізоляція жінок-мігрантів залишається однією з основних соціально-економічних проблем для більшості європейських країн. В середньому різниця між показниками зайнятості чоловіків і жінок становить 24%, мова йде про громадян країн, що не входять в ЄС, в 28 країнах ЄС. Жінки-іммігранти в цілому, як правило, мають більш високий ризик безробіття або неповної зайнятості в порівнянні з чоловіками в усіх країнах-партнерах, хоча ця група жінок досить різноманітна з точки зору попереднього досвіду, соціального статусу, освітнього досвіду і особистої ситуації.

Згідно аналізу (Європейський парламент 20150000INI) основною причиною цієї постійної проблеми є неадекватне зіставлення попередніх знань і відсутність індивідуальної підтримки цих жінок. Також відсутність співпраці і координації між різними організаціями, що займаються підготовкою жінок, перевіркою попередніх знань і досвіду та власне зайнятістю. Кожна організація просуває власні методи і підходи до окремих частин проблеми, тим самим, втрачаючи більш цілісну перспективу вирішення. В сфері консультування з питань кар'єри немає послідовної стратегії, а також в більшості європейських країн бракує професійних стандартів та підготовки фахівців у цій галузі. Нарешті, всі держави-члени, як правило, відчувають нестачу гендерної обізнаності в цілому, освіти та послуг у сфері професійної зайнятості з урахуванням гендерно-чутливого фактора і, як наслідок, продовжують свою діяльність уже в існуючому напрямку, тим самим зберігаючи актуальною дискримінаційну позицію щодо жінок.

Для того, щоб послабити цю дискримінаційну позицію, необхідні три дії:

1. Підвищення професіоналізму задіяного персоналу: достатнє (та спеціалізоване) консультування з питань кар'єри, шляхом професійної підготовки фахівців з гендерної проблематики;
2. Ефективна гендерно-чутлива стратегія співробітництва в рамках місцевих мереж зацікавлених сторін, пов'язаних з перевіркою / навчанням / працевлаштуванням на основі індивідуальних потреб та існуючих перешкод для жінок;
3. Активна участь роботодавців у місцевих мережах зацікавлених сторін.

Частина вищезазначених трьох дій розглядалася в попередніх проектах igma: розробка цілісної методології, спрямованої на задоволення індивідуальних потреб і організацію співпраці між різними постачальниками послуг, була розглянута в igma1 (2011р.). Також був розроблений і випробуваний професійний профіль персоналу, що працює над виходом на ринок освіти / праці, а також розроблений навчальний пакет, що охоплює всі аспекти

методології. Це було зроблено в проекті igma2 (2013). Пізніше в igma3 (2015) методологія була адаптована до місцевості молодих людей в зоні ризику (випускники шкіл, безробітні молоді люди), також методологія включала в себе методи для залучення роботодавців.

Методологія igma складається з трирівневого підходу (індивідуального, організаційного, мережевого) і вже дає деякі важливі відповіді на вищезазначені проблеми, що стосуються жінок-біженців. Iigma надає інструменти і підтримку персоналу, щоб допомогти відображати амбіції, уміння та навички жінок-біженців та направляти їх, щоб вони стали більш самоорганізованими. На рівні обслуговування igma підтримує процес індивідуалізації необхідних послуг і залучення жінок до бажаного кар'єрного шляху. І, по-третє, в забезпеченні цілісного підходу до мережі igma допомагає організувати та узгодити послуги, допомагає поглибити співпрацю. Відслідковуючи досягнуті успіхи, igma допомагає продемонструвати хороше управління фінансуванням, наданим для боротьби з дискримінацією і неповною зайнятістю жінок-біженців, а також отримати уявлення про ті послуги, які дійсно необхідні, але в даний час відсутні.

У проекті igma femina вищезгадані відсутні елементи будуть додані до існуючого методологічного пакету і навчання, з особливим акцентом на те, як співробітники можуть більше усвідомлювати свій внесок у спрямування жінок від материнства та домогосподарства до іноді протилежного – до того, чого жінки хочуть. Матеріали будуть скориговані з урахуванням особливостей нової цільової групи.

Цей посібник є частиною інтелектуальних заходів проекту igma femina. Посібник написаний як доповнення до фактичного матеріалу навчального курсу igma femina, який складається з чотирьох навчальних модулів, відповідних навчальних цілей для кожного модуля і допоміжних матеріалів та вправ. У методологічному посібнику міститься опис методології igma femina в цілому і того, що це означає, звертаючи увагу на більш гендерно-чутливі підходи в кожній з областей методології. Цей посібник пропонується в якості допоміжного матеріалу для всіх учасників тренінгу. Щоб забезпечити чітку орієнтацію на те, що означає методологія, і що гендерно-чутливі підходи повинні означати, ці два поняття розглядаються окремо в кожному розділі.

1. Вступ: про необхідність методології IGMA та більш чутливих гендерних підходів

Цей розділ складається з двох частин. У першій частині цього розділу буде пояснено, звідки беруться основні ідеї методології igma і те, чому вони виникають, як результат соціально-економічного розвитку та політики, яка впроваджується для вирішення цього соціально-економічного розвитку. Аналогічним чином у другій частині розділу буде представлений короткий нарис про становище жінок в суспільстві та на ринку праці, і про необхідність більш чутливих підходів до вирішення дискримінаційної позиції жінок в цілому і, зокрема, жінок-мігранток та переселенок. Методологія Igma-femina об'єднує обидві частини.

Про історію методології igma

Методологія igma бере свій початок з досвіду життя хронічно хворих та інвалідів в Нідерландах. Через їх фізичний стан хронічно хворі часто не сприймалися як потенційно придатні для роботи або як здатні сприяти розвитку суспільства. Альтернативні рішення були представлені у формі концепції захищеної зайнятості, яка використовувалася раніше: альтернативна форма «роботи» (але все ж учасники продовжували жити на соціальних дотаціях) або мали особливий денний догляд, було вжито заходів, за допомогою яких, їм пропонувалася якась форма діяльності.

В середині і наприкінці 80-х років бачення ситуації хронічно хворих і людей «непридатних для роботи» різко змінилося через збільшення числа досить неактивних людей, а також збільшення фінансування для збереження існуючої системи соціальних дотацій. У той час кількість людей, які були «непридатних для роботи» через фізичні захворювання, стреси, фізичні вади або через інші фізичні або психічні захворювання, досягло приголомшливої кількості - майже 1 мільйона осіб! Майте на увазі, що крім 1 мільйона осіб, що жили на соціальну допомогу, у Нідерландах також було «нормальне» співвідношення безробітних: людей, які хотіли і були здатні працювати, але були безробітними через умови на ринку праці. Поступово з'ясувалося, що голландська громадська система створила щось жахливо неправильне і поставила в несприятливе становище дуже велику групу людей населення.

Все більше і більше загальне бачення перетворилося в більш інклюзивний образ мислення: кожна людина повинна і має бути здатною вносити свій вклад в суспільство за допомогою оплачуваної роботи на тому рівні, на якому вона компетентна. Це означало, що для всіх людей, що живуть на різних видах соціальних дотацій, необхідно було розробити кар'єрні шляхи. Щоб досягти цього нового бачення громадськості, зацікавленими сторонами, які історично відповідальні за вихід на ринок праці, повинні були бути адаптовані нові способи роботи. Замість стандартизації надання послуг ключова ідея, з точки зору підходу, полягала

в тому, що людям з «великою відстанню до ринку праці»¹ може знадобитися більш інтенсивна програма, що дозволяє домогтися успіху на ринку праці в порівнянні з тими, хто має відносно невелику відстань. В принципі, ця ідея має ще два наслідки:

1. Люди, які зобов'язані долати «великі дистанції», також мають потребу в керівництві і підтримці, потрібно допомогти їм успішно подолати цю відстань, оскільки частина їх дистанції обумовлена відсутністю навичок і умінь в області управління кар'єрою;
2. Вони також будуть пред'являти більш високі вимоги до послуг та до організацій, які надають підтримку людям.

Однак, залучені організації в той час не знали про нову необхідності, а також про наслідки цього аналізу. Для традиційних організацій, що надають послуги (наприклад, бюро з працевлаштування, соціальні служби, навчальні заклади, організації роботодавців і т. д.) робота з хронічно хворими та інвалідами вважалася досить новою. І зазвичай, як це часто буває коли потрібно робити щось нове, дотримуються вже встановленого принципу дій, які в минулому давали впевненість і підтримку. Неминуче перші ініціативи не були успішними, і саме тоді народилася методологія igma.

Дослідження по ефективному управлінню показали, що робота з хронічно хворими неефективна і недієва в деяких життєво важливих моментах процесу:

1. Пропоновані послуги не були адаптовані до потреб людини; вони були просто продовженням традиційно пропонованих послуг;
2. Інституціям не вистачало необхідних керівних вмінь, щоб запропонувати необхідну інтенсивну підтримку нової цільової групи, щоб реально допомогти їм в цьому процесі;
3. Послуги самі по собі були неефективними: в деяких районах був надлишок послуг, в інших, послуги були відсутні; послуги одного типу пропонувалися незалежно один від одного.
4. Після того, як клієнти потрапляли в систему, співробітники організацій з послуг втрачали їхній слід; ніхто не стежив за їх «подорожжю» і не був відповідальним за прийняття заходів, коли на шляху їх руху виникало порушення.
5. Тому багато державних грошей було витрачено без планованого результату.

Для вирішення цих проблем були впроваджені нові концепції, такі як підтримка працевлаштування, а також кейс менеджмент: підходи, за допомогою яких, було запропоновано більш індивідуальне керівництво і підтримка, а також контроль на більш тривалий періоду часу. Аналогічним чином, в цей же період була розроблена методологія igma, що поєднує в собі кращі підходи для підтримки процесу працевлаштування і професійної орієнтації, в поєднанні з філософією раціонального управління: пропонуючи послуги як раз вчасно, коли окремих клієнт готовий скористатися вигодою. Однак, початкова модель igma була сформульована як нейтральна за ознакою гендеру, принаймні,

метафора для перешкод, які потрібно подолати, та / або рівень розвитку навичок та умінь, необхідних для забезпечення можливості доступу на ринок праці ¹

не враховуючою стать. Той факт, що жінки і чоловіки можуть мати різні, інші умови, не був врахований.

Про необхідність більш чутливих гендерних підходів

Досить поширеним є той факт, що дослідження, плани і моделі формулюються з ідеєю гендерного нейтралітету, що означає, що стать не є вираженою або особливо важливою ні в інструкціях, ні в імплементації або в реалізації моделі. Гендерний нейтралітет часто сприймається без визначення того, що він означає. Вчені вказали на те, що гендерний нейтралітет більше пов'язаний з незнанням гендерної проблематики і з тим, як думки і упередження щодо статі впливають на контакти між людьми. Проте, гендерний нейтралітет також вважається стратегією боротьби з нерівністю і нерівними умовами праці і виходом на ринок праці. Ще один погляд, коли мова йде про деякі проблеми жінок-мігранток і жінок-переселенок, полягає в тому, що процес визначення іммігрантів, як, наприклад, тимчасових відвідувачів, сприяє невидимості жінок-мігранток. Ідея про те, що жінки сприймаються як частина родини, що іммігрує, а не як самостійна людина з можливими думками про те, як вона хоче влаштувати своє життя поза сімейним контекстом. Цей сприйняття статусу жінки-мігрантки показує її як людину, яка не потребує термінової роботи. Більш терміново на роботу потрібно влаштуватися чоловікові, братові, батькові для того, щоб підтримати сім'ю. Базові цінності полягають в тому, що ця підтримка сім'ї також може включати в себе і підтримку родини в рідній країні, щоб зміцнити потребу в тому, щоб у нього була ідентичність з роботою. Однією з суттєвих сторін цих припущень та ідей про жінок-мігранток є давня нелегітимність жінок в світі найманої праці, а інша - невідповідність жінок, які подорожують поодинокі, і перетинають кордони одні. Незважаючи на те, що ідеї гендерної рівності існують в деяких частинах Європи, як і раніше є труднощі розуміння того, що жінки можуть залишити свою батьківщину і мігрувати в іншу країну, щоб спробувати залишитися там, це має наслідки в тому, як сприймають і зустрічають жінок-мігранток при прибутті.

Очевидно, що положення жінок-мігранток набагато складніше, ніж те, що першим приходить на думку. Не тільки факт, що жінки-мігрантки були невидимими і вважаються тільки послідовниками й членами сім'ї, тісно пов'язаними з турботою про дітей і батьків, хоча, можливо, коли жінки не мають сім'ї взагалі або, принаймні, не дітей, також існує тверде переконання, що жінки-мігрантки не хочуть працювати або жити без керівництва чоловіка. Переконання про жінок-мігранток міцні і глибоко укорінені як у персонала, з яким вони зустрічаються, коли влаштовуються на роботу, так і в суспільстві, в яке вони потрапляють. Нейтральність допомагає цим переконанням і потребує переосмислення.

Тому суть проблеми і пояснення того, чому жінки-мігрантки не отримують роботу, слід, поділити на:

- **політичний рівень приймаючої країни** - рівень, який хоча не є у фокусі в моделі igma femina, але має важливе значення в тому, з якими умовами зустрічаються жінки по приїзду в нову країну. Відповідними були б питання, чи є ресурси, призначені для освіти жінок, індивідуальні зустрічі з персоналом (в Швеції AF), консультування з питань кар'єри чи щось

подібне (або взагалі для мігрантів). Які терміни їх виконання? Скільки часу потрібно жінці, яка щойно приїхала для того, щоб прийняти рішення? Чи є якась національна зацікавленість для подолання відмінностей?

- **ймовірності і ідеї персоналу зацікавленої організації в приймаючій країні** - якщо у персоналу є міцна і незмінна позиція, що чорношкірі жінки з африканських країн або жінки, що говорять арабською або інші в першу чергу є матерями, дружинами (і можуть бути однією з багатьох дружин одного чоловіка), нездатні або не бажають взагалі працювати або залишати будинок, вони будуть сприймати їх таким як є. У них будуть пропозиції щодо того, як жінки можуть залишатися вдома з деяким рівнем компенсації і, фактично, вважатимуть, що вони чогось досягли.
- **актуальні бажання і потреби жінки-мігрантки** – чи взагалі цікавляться її думкою, її амбіціями і тим, як вона хоче жити? Крім того, чи дослухаються до неї, коли вона формулює свої амбіції, заявляє про себе і чи зрозуміло її уявлення про саму себе (а не та ким вона насправді є)?
- **усвідомлення того, з чого складається гендерний фактор і як впливає, навіть в самодостатньому нейтральному контексті** - оскільки гендерна нейтральність в цілому є стратегією приховування нерівності, усвідомлення впливу гендерного фактору вимагає фундаментальних змін і базової освіти в тому, як не підсилювати гендерної нерівності.

Подальший розвиток igma -моделі повинен містити інструменти та рівні для забезпечення гендерної чутливості при зустрічі жінок-іммігрантів з відповідним персоналом. Гендерна чутливість вимагає усвідомлення гендерної проблематики, як перший крок, другий крок - пропозиції про те, як насправді "зустріти" жінку при такому контакті. На третьому рівні будуть індикатори для оцінювання того, які ресурси запропоновано та як вони використовуються.

ЗМІСТ НАСТУПНИХ РОЗДІЛІВ

У наступних розділах будуть більш детально пояснені різні аспекти методології, також буде роз'яснено, як можна вирішувати кожен з аспектів більш гендерно-чутливим способом. Спочатку, на більш загальному рівні, буде пояснена сама методологія, а також деякі терміни, які будуть використовуватися в усьому цьому посібнику. Також буде зазначено, як працювати з основними елементами методології в більш гендерно-чутливому аспекті. В окремих розділах будуть розглянуті конкретні аспекти:

- необхідність зосередитися на кожному окремому клієнті і на розвитку кар'єрних шляхів, і, як зробити це більш гендерно-чутливим способом;
- методологія igma femina і роль кейс менеджменту, а також те, що означає діяти в якості кейс менеджера в більш гендерно-чутливому аспекті;
- методологія igma femina і співпраця із зацікавленими сторонами і те, як більш гендерно-чутливі підходи можуть сприяти поліпшенню співпраці;

- в кінці цього посібника окремий розділ буде присвячено залученню роботодавців і тому, як організувати участь роботодавця в більш гендерно-чутливому аспекті.

Під час навчання і вправ ці різні аспекти будуть більш детально розглянуті, для того щоб зробити їх зрозумілими і придатними для професіоналів з конкретних контекстів.

2. Загальні аспекти методології igma femina

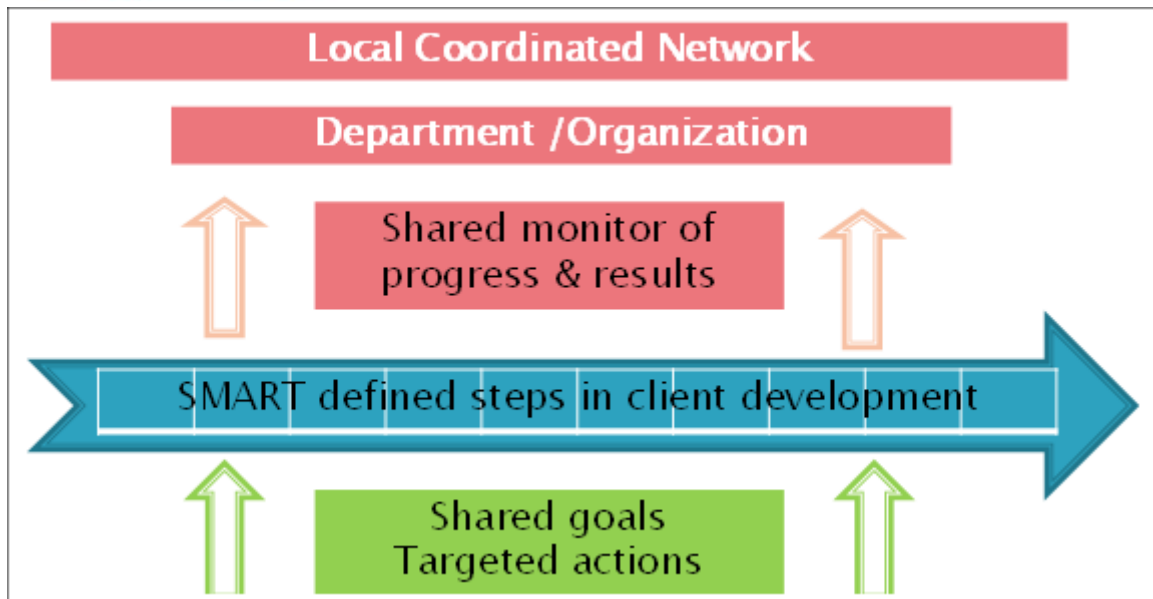
У цьому розділі будуть пояснені три основні концепції igma у контексті цільової групи проекту Iigma-femina. Перше поняття - це більше філософія методу, ніж поняття: необхідність приділяти увагу процесу кожної людини. Для того, щоб підвищити усвідомлення кожного окремого процесу, буде впроваджено поняття «поступового прогресу». Впровадження цієї концепції має наслідки для того, які керівні вказівки мають бути зроблені, і про те, як слід пропонувати керівні вказівки, а також про те, які послуги необхідно запропонувати та з якої метою. Аналогічно, як ідея індивідуальних послуг, так і концепція поступового прогресу застосовуються однаковою мірою при наданні більш гендерно-чутливої підтримки. Це буде роз'яснено в третьому абзаці цього розділу. Нарешті, в останньому абзаці буде обговорення того, як пропонувати послуги, і з якої причини їх потрібно пропонувати саме певним чином.

Від послуги до індивідуального процесу

Замість послуг з визначенням пріоритетів (які, наприклад, організації з надання послуг пропонують для того, щоб допомогти жінкам-мігранткам та переселенкам), методологія igma повертає на 180°, і спершу фокусується та ставить пріоритетом процес конкретної людини. Початком є те, що кожна людина є справді унікальною, але враховуючи те, що активізація, участь, вихід на ринок праці вимагає отримання громадянства та залучення тощо, усі люди більш-менш проходять схожий процес. Якщо порівнювати, то для однієї людини, цей процес може бути більш інтенсивним та деталізованим, ніж для іншої, в залежності від попередніх знань та досвіду, рівня самоорганізації та самоаналізу, навичок і умінь та / або ситуації та контексту, в якому людина знаходиться.

Поступовий прогрес

Розкриття та усвідомлення цього процесу є однією з перших цілей методології igma. Коли ми пропонуємо наші послуги та в те, як ми пропонуємо ці послуги, ми не можемо бути ефективними, якщо ми не знаємо про процес, який має пройти людина. Для прикладу, на діаграмі нижче, синя стрілка символізує процес людини: процес, що лежить в основі індивідуального (кар'єрного) шляху. Більш глибоке розуміння цього процесу досягається шляхом розбиття процесу на невеликі чітко визначені кроки. Кожен крок веде до певного розвитку, зростання або досягнення людини на цьому шляху. Кожен крок також забезпечує підтримку (або, можливо тільки підготовку до) наступного. Всі кроки разом утворюють щось подібне до сходів, просування в напрямку очікуваного результату від всіх наших поєднаних послуг: наша мета, як спільної мережі, праця з певною цільовою групою. Ось про що йдеться, коли ми говоримо про концепцію Iigma "поступовий прогрес".



Концепція «сходів» не означає, що кожна людина буде підніматися по цих «сходах» таким самим чином і з однаковою швидкістю. Оскільки люди відрізняються, вони підійматимуться по «сходах» по-різному: деякі повільно, крок за кроком, інші швидко рухатимуться, навіть, не використовуючи всі окремі кроки. Все залежить від навичок і умінь, особистої історії, особистої підтримки тощо. Це завдання організацій-зацікавлених сторін персоналізувати підтримку кожної людини таким чином, щоб кожен міг піднятися по «сходах» у своєму власному ідеальному темпі. Для відповідального персоналу це також означає, що потрібно дуже добре знати свого клієнта. У методології igma поняття "профілювання" використовується для позначення процесу визначення навичок і умінь, а також визначення потреб розвитку кожної людини, які необхідно задовільнити, для того, щоб досягти мети кар'єрного шляху. Це означає навіть більше.

Профілювання Igmа та індивідуальне керівництво

Навички та уміння - це всього лише частка того, що робить людину справжньою людиною. Подібне володіння навичками та вміннями також не є запорукою успіху для отримання роботи або, до прикладу, інтеграцією в нову країну. Особистості привносять більше, ніж просто навички і вміння, отримані через роботу або освіту. Вони привносять всю свою особистість, контекст і попередній досвід, їх надії і мрії, а також їхні страхи, турботи та хвилювання. Все змішується з їх мотивацією, можливостями та вибором. Щоб допомогти клієнтам розкрити свої кар'єрні цілі і змусити їх перейти до наступного досяжного кроку на шляху до своєї кар'єри, ми повинні вміти бачити більш загальну картину наших клієнтів. В програмі igma велика увага приділяється профілюванню як способу реального розуміння того, що відбувається і, як клієнта можна підтримувати найкращим чином. Поступове прогресування, зробити наступний крок на кар'єрному шляху, можливе тільки в тому

випадку, якщо ми володіємо інформацією, яка дає нам впевненість в тому, що наступний крок можливий і досяжний. Профілювання частково досягається тим, що традиційно називається оцінюванням. Однак, додаткова інформація розкривається як частина нашої взаємодії з клієнтом і як частина (розмірковувань про) діяльності, яку ми організуємо для наших клієнтів. Це має кілька наслідків. Потрібно зрозуміти:

- Процес ознайомлення з нашими клієнтами, насправді, ніколи не зупиняється;
- Це довгостроковий процес;
- Це ставить обмеження на наші відносини з клієнтами: без довіри неможливо отримувати знання про клієнта та розуміння клієнта; для зміцнення довіри потрібен час;
- Це ускладнює наше співробітництво із зацікавленими сторонами. Оскільки вони частково відповідають за організацію діяльності своїх клієнтів, вони також отримують інформацію про профілі, інформацію, від якої можуть отримати користь наші власні служби.

У методології igma будуть представлені деякі інструменти для полегшення процесу профілювання та коучингу для визначення мети клієнта. У розділі 5 будуть розглянуті деякі аспекти на рівні взаємодії із зацікавленими сторонами: не тільки з точки зору можливості збору інформації для профілювання клієнта, а й для розподілу значення цієї інформації: як організувати послуги в такий спосіб, щоб це дозволяло розвивати конкретного клієнта на основі актуальної інформації профілю. Так буде роз'яснено в наступному розділі роль кейс менеджера, як життєво важливий елемент, що дозволяє контролювати та організовувати цей процес.

Персоналізовані послуги, поступова прогресія і гендерно-чутлива підтримка

Що стосується статі, то існує абсолютна потреба в тому, щоб зрозуміти, як жінки / жіночність і чоловіки / маскулінність побудовані як такі, і що тлумачення статі полягає в тому, як люди приймають, формують, висловлюють свою стать і як інші в оточенні через відношення і прийняття формують очікування за гендерними признаками. Наслідком цього розуміння має бути усвідомлення на особистому рівні при кожній зустрічі з людьми, що фактор статі це фундаментальна частина зустрічі. Коли справа доходить до зустрічей між персоналом і жінками-мігрантками та переселенками, сила значення цього аспекту впливає на конкретну ситуацію і це те, що можна висловити і прийняти з точки зору побажань або мрій. Вкрай важливо, щоб жителі / співробітники приймаючої країни усвідомили на більш глибокому рівні, що жінці-мігрантці буде потрібна значна кількість часу, щоб вона могла висловити, як вона бачить своє можливе майбутнє, не побоюючись упереджень персоналу, що приймає. Одна з точок зору полягає в тому, що дуже ймовірно, що вона не вважає себе іммігрантом, а скоріше, те що ця країна є тимчасовим притулком, до того моменту, коли середовище, з якого вона тікає, стане мирним або, принаймні, безпечним для того, щоб туди повернутися. Це означає, що їй знадобиться звернення і повідомлення від персоналу, що зменшить можливу відстань між культурами, і пропозицію про можливі варіанти роботи або навчання на майбутнє, що може бути корисно для жінки-мігрантки до її можливого повернення на батьківщину.

Існує кілька перспектив у зв'язку між жінками-мігрантками та переселенками та персоналу, що веде до ризику дискримінації:

- Тлумачення статі і як бути жінкою в певних контекстах, не провокуючи контекст;
- Уявлення персоналу приймаючої країни про те, хто така жінка-мігрантка, і як це уявлення представляє її як культурну гендерну особистість;
- Тимчасова перспектива і мета для жінки-мігрантки - вважатися тією, яка здатна і хоче бути самодостатньою, завдяки роботі або навчанню, або на майбутнє, після повернення в рідну країну, або як людина, яка постійно перебуватиме в новій країні.

Синхронізовані послуги або один за одним?

Вище наведений опис процесу іґма може легко привести до деякого непорозуміння: методологія іґма як заклик до майже безкінечного ряду послуг, пропонованих кожен раз один за одним. Оскільки кроки робляться один за одним, то так само і послуги повинні слідувати один за одним. Однак, цей висновок не зовсім те, що підтримує та чому сприяє методологія іґма. Основна ідея полягає в тому, що додаткові послуги, спрямовані на подолання будь-якої проблеми розвитку, можуть бути запропоновані як тільки людина зможе їх використовувати. Використовуючи метафору «сходів»: людина може допомогти людині успішно піднятися на наступну сходинку тільки в тому випадку, якщо сходинка, на якій стоїть людина, є достатньо стійкою. Аналогічно, якщо людина досягла певного мінімального рівня обізнаності / компетенції, тільки тоді, може бути запропонований успішний перехід на наступний рівень: необхідно виконати вимоги для переходу на наступний рівень. Крім того, з точки зору створення надихаючих і потужних навчальних середовищ, доцільно розглянути способи синхронізації і об'єднання дій. Наприклад, волонтерська робота, невелика робота і т.д. можуть стати потужним середовищем для вивчення мови або дуже хорошою орієнтацією на вимоги трудового життя і можуть підвищити мотивацію до освіти. Травма або проблеми зі здоров'ям, особисті обставини і, наприклад, переконання, які зазвичай не беруться до уваги, або, які залишилися непоміченими, можуть стати непереборною перешкодою на кар'єрному шляху для жінок в цілому і для жінок-мігранток зокрема.

3. Про особисту кар'єру

У цьому розділі розглядається предмет особистої кар'єри, що є одним з трьох рівнів інтегральної методології igma. У першому абзаці будуть пояснені концепції кар'єри і кар'єрного шляху, а також те, як на наше кар'єрне мислення впливають фактори, що оточують нас, а також фактори, всередині нас самих. У другому абзаці буде описано, як наше суспільство сягає своїм корінням в певні пред-концепції і переконання, тим самим впливаючи і перешкоджаючи розвитку кар'єрного шляху для жінок. У третьому абзаці буде детально розглянуто питання про необхідність управління кар'єрою в якості компетенції, якої повинні дотримуватися усі громадяни, щоб мати можливість «вижити» в сучасному суспільстві. Оскільки компетентність в галузі управління кар'єрою є одним із найсучасніших умінь, яким повинні володіти люди, це уміння пред'являє додатковий попит на коучинг людей, в напрямку роботи або освіти. Це буде розглянуто в абзаці 4. Як концепція кар'єри, так і компетенція в галузі управління кар'єрою ставлять завдання перед коучем або консультантом. Ці висновки будуть пояснені в двох останніх абзацах цього розділу. Один з них стосується висновків в цілому, а інший тлумачення гендерно-чутливого підходу до кар'єри.

Що таке кар'єра або кар'єрний шлях?

Деякі розглядають кар'єру і роботу керівних консультантів та кейс менеджерів, просто як тих, хто слідує по прямому шляху, який веде людей від пункту А до пункту Б. Можна розрізнати чіткий вихідний пункт і чіткий кінцевий пункт кар'єрного шляху. Відповідно до цього бачення ми знаємо, де знаходиться людина (пункт А), і куди ми хочемо, щоб людина дісталася (пункт Б). Шлях підтримки консультування здається досить організованим, як і інструменти, які використовуються під час консультування. Ми пропонуємо стандартні продукти (для визначення навичок і умінь) і стандартні послуги для досягнення відповідності між людиною і професійним світом. Основна увага приділяється пошуку відповідності, ми не питаємо чи дійсно відповідність сприяє благополуччю людини, довгостроковим амбіціям і т.д. Хоча, іноді, ми залучаємо інші продукти або послуги відповідно до бачення спонсора про розвиток кар'єри. Це може бути місцева / національна влада або інший донор коштів, але, по суті, всі вони спрямовані на скорочення і пом'якшення процесу відповідності. Цей підхід можна узагальнити, як підхід до типу продукту. В теоріях кар'єри це часто називають теоріями відповідності (див., наприклад, Парсонс і Голландія). Кар'єра – це не що інше, як альтернативна нова відповідність, кар'єрний шлях - це подальший шлях набуття навичок і умінь, пов'язаних з роботою. Його можна порівняти з тим, коли людина звертається до лікаря, щоб отримати рецепт.

Існує ще одне бачення кар'єри і кар'єрного шляху, який поступово розвивається з кінця 50-х років минулого століття. Через вплив психологічних і соціологічних теорій в цих нових

теоріях більше уваги приділяється досвіду, оточенню людини і суб'єктивному мисленню та віруванням. Вибір кар'єри розвивається в результаті почуття власної гідності, оточення, сім'ї, друзів, обставин і переживань, особистих переконань, мотивації, способу розв'язання випадкових можливостей тощо. Всі ці фактори є елементами, які впливають на кар'єрний шлях. Тому кар'єра рідко є прямою лінією, контрольованою логічними поясненнями. Цілі, що здаються ясними на початку, виявляються неоднозначними, а нові постійно розвиваються і / або з'являються. (Для отримання додаткової інформації див., наприклад, теорії розвитку, засновані на клієнтцентрованій теорії Роджерса, а також теорії соціального навчання і теорії випадковостей Крюмбольца).

Існує безліч теорій і поглядів, але жодна з них сама по собі не може описати широку сферу кар'єри і її розвитку. Нам потрібні аспекти з обох галузей теорії, щоб мати широкий спектр втручань, доступних для вирішення окремих питань. Методологія igma відкриває наслідки для обох типів мислення: гострий погляд на оцінку особистості (і її моделей впливу) і врахування різних каналів / аспектів впливу на кар'єру людини (сприйняття).

Кар'єрні шляхи з точки зору жінок

При наближенні до ринку праці та до освітньої системи жінки та чоловіки стикаються з різними умовами. Одним із рівнів цих різних умов є те, що жінки та чоловіки з моменту народження побудовані (або навіть раніше, якщо мати зробила ультразвукове дослідження) протилежно одне одному, як бінарні позиції, і це має свої наслідки для можливих результатів консультування (так само як і для інших сфер життя людини). Загальні результати полягають у тому, що жінки та чоловіки роблять різні речі, тобто мають різні робочі місця та відвідують різне навчання, а головне - хочуть мати різні кар'єри, робочі місця та освіту. Життєвий шлях жінки повинен бути спроможним вмістити сім'ю та дітей, домашні справи та турботу про чоловіка (з гетеросексуальністю, яка вважається за належне), діти та батьки разом поєднані з роботою (якщо жінці потрібно працювати). Залежно від того, наскільки приймаюча країна є гендерно диференційованою, іммігрантка може мати можливість подати заявку на роботу чи навчання. Наприклад у Швеції, висока кількість жінок у віці від 18 до 65 років працюють або навчаються, близько 87% - це означає, що жінки не лише мають змогу працювати, але і передбачається, що вони працюватимуть, і вважається, що вони здатні підтримувати себе і своїх можливих дітей. У інших країнах існують інші умови, і в значній мірі, ці умови залежать від загальної ситуації та можливостей для праці загалом, від економічної ситуації в країні та рівня конфліктів. Проте, навіть, якщо жінкам дозволено і вони повинні працювати в Швеції, жінки не працюють на тих самих умовах, що й чоловіки. Окрім сімейної ситуації та того, як ідея родини (а не її реальна ситуація) впливає на запропоновані можливості, існує також ідея про те, що жінки придатні та підходять для того, для чого придатні і підходять чоловіки. У більшості випадків існує певний рівень гендерного ринку праці та ідеї того, хто підходить для того, щоб стати

лікарем, вчителем або пожежником. Перебуваючи в контексті та ситуації консультування, цей зміст гендеру та ідеї того, хто для чого підходить, актуалізуються як у сприйнятті жінки, так і у приймаючого персоналу. Ці дві сторони розмірковують поняттями, а не можливостями конкретної особи, якщо вони не знають про зміст статі і те, як цей зміст реалізовувати у життя. З метою підвищення гендерної чутливості в ході зустрічі необхідно усвідомити гендерну проблематику.

Кар'єрний менеджмент як безперервне завдання

Знову і знову людина повинна робити вибір. Швидко змінливий ринок праці змушує людей робити вибір неодноразово і навіть більше, ніж в минулому. Тривала зайнятість більше не є правильною і стандартною. Це нове обмеження для людини вимагає іншого підходу до цілей кар'єрного консультування і керівництва.

У сучасному світі ми очікуємо, що люди самі управлятимуть своєю кар'єрою. Більшість роботодавців поділяють цю думку. І, навіть, більшість наших систем соціальної підтримки також вважають цю думку новим стандартом. Все більше і більше навичок самоорганізації (для навчання протягом усього життя) в рамках професійної освіти інтегруються в освітні програми. Таким чином, з цієї точки зору, консультування і тренінги з питань кар'єри повинні бути спрямовані на те, щоб люди могли стати самоорганізованими. Це має свої наслідки для персоналу, відповідального за організацію служб кар'єрного консультування, і персоналу, відповідального за працевлаштування та навчання різних цільових груп (в igma: кейс менеджер). На нашу думку, консультування з питань кар'єри слід розглядати як процес, в якому люди вчаться керувати своєю кар'єрою, ставленням, яке вони повинні мати до кінця свого життя.

Цей останній підхід має вплив на роль консультантів з кар'єри і кейс менеджерів igma. У цьому випадку консультант не пропонує спеціальних інструментів або готових рішень, які допомагають людині (короткостроково) досягти цілей кар'єри. Зате, консультування передбачає підготовку, керівництво та підтримку людини таким чином, що вона може самостійно знаходити свій власний шлях, навчаючись долати перешкоди і знаходити шляхи вирішення. Таким чином, консультування спрямоване на навчання людини для вирішення кар'єрних проблем і навчання на попередньому досвіді. Консультант вчить людину керувати своїми талантами і отримувати зв'язок з майбутнім. Це можна зробити успішно тільки тоді, коли консультант / кейс менеджер може створити довірливі відносини з клієнтом і вміє розпізнавати умови для того, щоб навчити клієнта таким умінням. Це бачення і супутні цілі можна узагальнити і означити як розвиток компетентності та вмінь клієнтів для навчання протягом усього життя. Якщо в послугах переважає вихідне фінансування, це не є загальноприйнятою метою. На привабливість досягнення швидких перемог можуть легко впливати послуги. Тому проблеми, що вимагають багато часу, мають тенденцію виходити з фокуса пропонованої послуги.

Коучинг спрямований на самоорганізацію та навчання протягом усього життя

Можливо, в більшості випадків робота співробітників, які навчають різні цільові групи підтримці та розвитку умінь та навичок, навчанню протягом усього життя не сприймається як частина роботи. Але про які конкретні уміння та навички ми насправді говоримо? За даними Європейської комісії, існує вісім основних компетенцій для навчання протягом усього життя. За словами Європейської Комісії, оволодіння цими ключовими вміннями має життєво важливе значення для кожного в суспільстві знань та має однакове значення для інноваційної спроможності нашого бізнесу, а також нашого суспільства. Ці ключові уміння створюють додаткову цінність на ринку праці, підвищують конкурентоспроможність бізнесу та сприяють соціальній єдності, а також активній громадянській позиції, пропонуючи гнучкість та адаптивність, задоволення та мотивацію. Навчання протягом усього життя має важливе значення для сталого працевлаштування, і як основне проактивне ставлення, це має важливе значення для підтримки нашого трудового потенціалу протягом нашого життя. З цих причин Європейська Комісія стимулює ініціативи, які сприяють розвитку цих компетенцій. Вісім основних компетенцій:

1. Спілкування рідною мовою
2. Спілкування іноземними мовами
3. Математична компетенція та основна компетентність у науці та техніці
4. Цифрова компетенція
5. Уміння навчатися
6. Соціальні та громадянські компетенції
7. Усвідомлення ініціативи та підприємництва
8. Культурне усвідомлення та вираження

Всі ці ключові компетенції певною мірою взаємопов'язані, але в будь-якому випадку, загальною метою цього набору є розвиток незалежності, критичного мислення, творчості, ініціативи, здатності вирішувати проблеми, оцінювання ризиків, прийняття рішень та конструктивне управління особистими почуттями. Розглядаючи вищезазначені 8 компетенцій, зрозуміло, чому більшість з них в даний час включені в курс звичайної освіти, і навіть в інтеграційні курси для новоприбулих. Стосовно компетенції вчитися і усвідомлення ініціативи, однак, дещо по іншому. Як частина вирішення проблем, так і розвиток незалежності є життєво важливими компетенціями. В рамках методології igma розвиток кожної з компетенцій полегшується тим, як навчається людина. Не беручи на себе відповідальність замість клієнта, але допомагаючи клієнту подумати про те, що йому потрібно, щоб він сам міг піднятися на сходи прогресу. Навчити клієнтів стати самоорганізованими і, таким чином, стати незалежними від наших послуг.

Загальні завдання коуча, який працює з людьми

Вищесказане має певні наслідки для того, як коуч та клієнт працюють разом. Наприклад:

- Необхідність дійсно розуміти вашого клієнта (у більш широкому сенсі) і знати, що відбувається, що змушує вашого клієнта рухатися і використовувати існуючі (мотиваційні) сили;
- Забезпечити добрі та довірливі відносини, щоб мати змогу робити вищесказане та підтримувати клієнтів, щоб вони розмірковували про деякі (часом болючі) критичні ситуації у своєму житті;
- Вміти структурувати взаємодію, знаходити (приховані) бар'єри та створювати ситуації для клієнтів, щоб знайти рішення (самостійно), які відповідають їхній нагальній потребі ("піднятися по сходах");
- Організувати навчальні ситуації, які посилюють самоорганізацію, тоді коли це можливо;
- Управляти справою: це означає досягнення узгодженого результату, а також організувати / забезпечити дії відповідно та продемонструвати результат (поступовий прогрес);

Також є певні виклики коуча щодо того, як він/вона працює в середині локальної мережі. Коуч не працює у вакуумі. Він є частиною організації, а також є частиною мережі організацій, які спільно відповідають за досягнення цілей клієнта. Мережа, в якій всі види діяльності відбуваються з бажаними, а також небажаними результатами. Згідно з методологією igma, це також породжує додаткові обов'язки. Як коуч може зробити свій внесок у цю мережу: посилити те, що вже добре працює і зменшити шанси на небажані результати?

Завдання коуча в роботі з кар'єрним шляхом, враховуючи гендерно-чутливі питання

Коучі та консультанти несуть відповідальність за сприйняття людини за межами гендеру або, принаймні, повинні мати усвідомлення того, як гендер впливає на (результат) зустрічі з претендентами. Оскільки зустріч має велике значення, недостатньо просто запитати заявника, чого він/вона хоче. Результати зустрічі залежать від того, наскільки консультант / коуч готовий і здатний відмежуватися від своїх упереджень та припущень щодо гендерної сторони питання. Як бажання так і можливість так робити, потребують знання того, з чого складається гендер. Що таке гендерна конструкція, і як вона застосовується до поведінки певних осіб, наприклад моєї власної?

Щоб вийти за рамки гендеру, потрібно поставити собі питання про те, що вважається належним, коли стикаєшся з іншою людиною. Якщо відповідальність за сім'ю або вагітність

вважається само собою зрозумілим, тоді ставлення до гендеру вважається створеним / сформованим. Якщо діти вважаються перешкодою для певної освіти, зайнятості або навчальної позиції в компанії, то відношення до статі вважається створеним / сформованим (оскільки дуже мало хто вважає, що батьківство є перешкодою для певної освіти, тоді як материнство може бути). Якщо не будуть запропоновані певні види діяльності через призму пояснення фізичної сили, виду характеру діяльності (такий як пожежна служба, а також догляд за дітьми), то відношення до статі/гендеру вважається сформованим. Необхідно додати до рівня формування створення відношення до гендеру також розподіл ресурсів та хто їх потребуватиме. Консультант та коуч повинні знати, яким чином пропонуються різні можливості чоловікам і жінкам, такі як додатковий час для консультування тощо. Тільки саме знання в точних числах, як розподіляються ресурси, як правило, призводить до усвідомлення того, що відношення до статі/гендеру збудовано /сформовано після того, як ця інформація була надана. Не знання того, як ці ресурси розподіляються, призводить до того ж самого розуміння, яке зазвичай також іде на користь чоловікам.

Звідси випливає, що існує декілька рівнів під час зустрічей, де формується/збудовується відношення до статі, і що усвідомлення необхідне для того, щоб показати будову всіх цих рівнів, для того, щоб консультант або коуч могли працювати по-іншому. Потрібно розуміння своїх дій, вимог контексту, розуміння дій апліканта, і, яким чином ці дії ведуть до певного результату для того, щоб змінити цей порядок.

Отже, це частково означає усвідомлення коучем своїх власних попередніх основних концепцій/поглядів та способів з ними розібратися. Як допомогти клієнту знайти власні основні концепції та розібратися з ними.

Поєднання всіх вищезгаданих обов'язків - те, що робить роль коуча складною та важкою. У наступному розділі ми розглянемо більш детально, описуючи різні аспекти професії коуча, а також описуючи ролі та обов'язки спеціального коуча: кейс менеджера.

4. Методологія ІГМА та кейс менеджмент

У цьому розділі основна увага буде зосереджена на професійних функціях та компетенціях з кейс менеджменту. Ці функції та обов'язки тісно пов'язані з професійним профілем керівників та професійних консультантів ЄС, розробленим у NICE-проекті та визнаним у більшості країн ЄС. Перший абзац описує спеціальне завдання коуча Igmа. Цей опис завдання коуча використовується для того, щоб додати до/ коригувати вміст профілю консультанта з кар'єри та використати, як підтвердження контексту. У другому абзаці буде розглянуто особливі функції та обов'язки коуча Igmа, з додатковими обов'язками: того, що має назву кейс менеджер. В останньому абзаці буде детально розглянуто ґендерно чутливе консультування та додаткові обов'язки, з якими коучу Igmа і кейс менеджера потрібно буде працювати. Що це означатиме з точки зору профілю, про який йшлося у двох попередніх абзацах?

Про профіль коуча igma

Співробітники, що використовують методологію igma (співробітники, яких ми називаємо коучами або в рамках інтеграції: "агент з інтеграції") працюють в межах або від імені місцевих / регіональних структур підтримки. Організація ефективних заходів та максимально ефективного використання доступних послуг (співпрацювати та залучати, коли це можливо), вимагає поєднання широкого спектру заходів. І, поєднавши їх з відповідними навичками та уміннями, мати можливість це зробити.

Загалом, *основні професійні аспекти роботи коуча можна підсумувати наступним чином:*

- Організація та проведення інформаційних заходів з людьми та залучення їх в роботу служби / в програму;
- Аналіз проблем / набору видів діяльності клієнтів;
- Визначення послуг, що надаються в регіональній мережі послуг, а також можливостей ринку праці;
- Визначення можливостей та перешкод для окремих осіб (робота, орієнтована на клієнта);
- Забезпечення узгодженості цілей та дій осіб та регіональної мережі послуг;
- Організація та виконання узгоджених дій;
- Нагляд за поточними заходами та діями;
- Забезпечення безпеки процесу у разі порушення;
- Оцінка результатів та якості процесу;
- Повторення процесу при необхідності (поступовий прогрес);
- Прозорість звітування;
- Відслідковування людей після закінчення офіційної програми чи акції;
- Внесок у політику та в управління власної організації (навчальна організація);
- Внесок у політику та організацію партнерських мереж (навчальна мережа);
- Внесок у власний професійний розвиток (навчання як фахівець).

Для досягнення вищезазначених цілей у контексті своєї роботи коуч має бути компетентним у наступних шести загальних професійних якостях:

- Викладач з кар'єрного розвитку;
- Експерт з інформації та оцінювання кар'єрного розвитку;
- Менеджер;
- Учасник та розробник соціальних систем;
- Консультант з питань кар'єри;
- Мислячий професіонал.



Значна частина роботи коуча igma дуже схожа на роботу працівників у сфері кар'єри та керівництва, які працюють у галузі освіти та зайнятості: знаючи, як розвинути кар'єрний шлях, як мотивувати людей, як зкерувувати клієнтів в прийняти конкретних дій і розвивати

22

Цей проект фінансується за підтримки Європейської Комісії. Ця публікація відображає лише погляди авторів (ів), і Комісія не може нести відповідальність за будь-яке використання інформації, що міститься в ній

власну кар'єру. Відмінності пов'язані з контекстом клієнта, а також із структурою залучених служб, зпонукаючи коучів переходити межі між інституціями.

• **Викладач:**

У ролі кар'єрного вихователя коуч підтримує людей у досягненні та розвитку вмінь управління кар'єрою для керування власною освітою та навчанням, а також для власного розвитку кар'єри (включаючи волонтерську роботу). Ця роль зміцнює індивідуальні навички «Вчитися навчатися» і робить клієнтів більш самоорганізованими, а також незалежними від систем послуг. Вихователь повинен звернути особливу увагу на погляди клієнта, на самовизначення клієнта, ким він сам себе вважає. У шведській зустрічі з АФ з'ясувалося, наприклад, що може бути сильна протидія примусовій адаптації до шведської культури з посиланням на шведську гендерну рівність - бути шведом "в голові", як звучить зазвичай - створює певні перепони у навчальному процесі. Гендерна обізнаність вихователя призведе до можливостей зрозуміти, на якому рівні працювати з клієнтом.

• **Експерт з інформації про кар'єру та оцінювання:**

У ролі експерта з інформації про кар'єру та оцінювання коуч підтримує людей у оцінюванні їхніх особистих характеристик, сприйнятті та потребах, зв'язавши їх з інформацією (джерелами) про можливості та вимоги на регіональному ринку праці та системах освіти. Експерту необхідно знати про основні структури гендерної нерівності, які не дозволяють жінкам, або вони не захочуть через це, подати заяву на працевлаштування або навчання, яке не відповідає нормі для країни, з якої вони походять. Ще одним шведським прикладом може стати усвідомлення спротиву чоловіків працювати доглядаючи дітей (що все більше поширюється в Швеції) або жінок для роботи на будівництві. Ці норми пов'язані з контекстом, але деякі є нормою для більшого регіону, такого як, ЄС чи північна Європа тощо. Кар'єрна інформація, пов'язана з інформаційними джерелами або те, що може вважатися можливостями, базується на нормах, за якими жінки та чоловіки роблять вибір або їм «дозволено» робити у певних контекстах.

• **Менеджер програми та послуг:**

У ролі менеджера програми та послуг коуч забезпечує надання професійної орієнтації та консультування у тісній співпраці з відповідним забезпеченням мереж. Він / вона гарантує, що якість та релевантність наданих послуг відповідає індивідуальним потребам та цілям кар'єрного росту (перспектива поступового прогресу) забезпечуються ефективно. Коливання між виходом за межі норми або необхідність залишатись в межах норми (такі як заявки на навчання або в мережу або на працевлаштування підтверджують норму, є суттєвою/фундаментальною частиною не лише свідомості заявника, але, і, у тій самій мірі, у свідомості постачальника, роботодавця чи мережі. Якщо існує сувора норма відносно концепції статі, наприклад, на робочому місці, неважливо, чи коуч та заявник стануть

обізнаними з гендерних питань, оскільки супротив на робочому місці також потребує вирішення.

• **Посередник та розробник соціальних систем:**

У ролі посередника і розробника соціальних систем коуч підтримує окремих осіб в тому, щоб уникнути невдач так в періоди кризи. Крім того, він / вона через роботу мережі, консультації та адвокацію покращує навчальне та робоче середовище. Останнє, але не менш важливе, він/вона сприяє ефективності послуг, що надаються регіональною мережею послуг (інтеграція послуг).

• **Консультант:**

Як консультант з питань кар'єри коуч підтримує людей, допомагаючи їм зрозуміти свою ситуацію, обмірковувати та знаходити рішення. Головна мета - покращити самоорганізацію людей у сфері освіти та праці.

• **Мислячий професіонал:**

Коуч - це мислячий професіонал, який регулює відносини між клієнтами, собою та іншими зацікавленими сторонами (наприклад, службою зайнятості, місцевими органами влади, політиками та ін.). При цьому, професіонал будує та підтримує конструктивні відносини, що також передбачає пошук балансу між його/її обов'язками та інтересами інших, з метою вирішення потенційних конфліктів. Щоб забезпечити його/її професіоналізм, фахівець бере участь у розумовій практиці, використовує критичне мислення, засвоює професійні цінності та дотримується етичних стандартів.

Вищевказані якості вимагають розвитку знань та навичок, для того щоб діяти в трьох різних професійних сферах, а також систематизувати зворотній зв'язок цих самих сфер і відповідно поліпшити:

- Сферу особистого професіоналізму;
- Сферу організації, в якій працює професіонал;
- Сферу регіональної мережі послуг з обов'язками сприяти інтеграції в ринок праці, в освіту та в суспільство.

Впровадження методології igma гарантує зворотній зв'язок з цими різними сферами. Вищезгадані 6 якостей найкращим чином виражаються в обов'язках кейс менеджера.

Хто такий кейс менеджер?

Кейс менеджер - це особа, яка відповідає за бажаний результат клієнта, той хто спостерігає та контролює процес з самого початку. Кейс менеджер несе відповідальність за ефективну

організацію надання послуг та їх організацію таким чином, щоб клієнт міг розвиватися для досягнення встановленої мети. Ефективна інтеграція новоприбулих в суспільство, наприклад, це не тільки організація консультацій, нагляду, оцінювання тощо, але також і, часто паралельно з цим, влаштування на роботу (волонтерську), щоб допомогти новоприбулим у вивченні мови, цінностей та норм, орієнтуватися на ринку праці та підвищити їх обізнаність про потреби та можливості тощо. Кейс менеджер - координатор, який приймає рішення, щодо необхідних послуг для конкретного клієнта та способу їх забезпечення (окремо один від одного або максимально паралельно, об'єднано та інтегровано). І кейс менеджер контролює, чи насправді вони успішно забезпечуються з передбачуваним результатом.

Щоб мати можливість приймати рішення, кейс менеджер повинен мати інформацію про клієнта, а це вимагає даних з мережі: вихідна інформація, інформація про коуча або ментора, який супроводжує клієнта на конкретному етапі кар'єрного шляху або провайдера конкретної служби тощо. Кейс менеджер не обов'язково повинен сам надавати певні послуги. Кейс менеджер, що найменше, організовує, створює умови, доручає іншим особам належним чином виконувати свою роботу (як режисер фільму керує акторами). Чи виконуватиме кейс менеджер фактичну роботу з кожним окремим клієнтом залежить від локального контексту та ресурсів, а також від того, яка політика впроваджується для новоприбулих на місцевому рівні. Чим менше муніципалітет, тим більш імовірно, що обов'язки кейс менеджера будуть поєднуватися з обов'язками надання конкретних послуг.

Включивши цю концепцію в місцеву (і частково регіональну мережу), закладаються основи для кращої співпраці між різними постачальниками, для кращої інтеграції послуг та для кращого обміну інформацією.

У реалізації програми igma для організації та реалізації будуть обговорюватися та розроблятися різні варіанти обов'язків кейс менеджера, а також деякі інструменти, що підтримуватимуть роботу кейс менеджера.

Про гендерно-чутливий коучінг та кейс менеджмент

Гендерно чутливий коучінг та кейс менеджмент потребують усвідомленого розуміння гендеру. Не існує швидких або розумних рішень, які б давали консультації щодо гендерної рівності без компетенції щодо жінок як таких. Компетенція в тому, що таке гендер, як він пояснює конструкції окремих стереотипів - конструкції статі, як жінки та жіночність, чоловіки та маскуліність стають жінками та чоловіками на вимоги контексту (наприклад, вдома, на роботі, в офісі коуча) необхідна складова консультування. Тому перший захід полягає в тому, що коуч та той, хто навчає коучів проводять тренінги щодо гендерних питань.

Тренінг, в кращому випадку, повинен призвести до відповіді на наступні питання:

- Як я ставлюся до гендерних тенденцій? Коуч та кейс менеджер повинен знати про свої власні погляди на те, якими мають бути жінки, щоб не спровокувати або не дратувати. Одним із прикладів може бути те, що, якщо коуч має уявлення про те, що жінки не можуть займатися справою, де потрібна фізична сила, а жінка що приходить да коуча іншої думки, їй не буде запропонована професія, яка зазвичай пов'язується з маскулінністю, оскільки є глибока, але необгрунтована думка про те, що чоловічі професії вимагають значно більше м'язів. Знаючи гендерну упередженість, це призведе до більш відкритого розуміння щодо того, хто підходить для чого.
- Чи упереджена моя організація? Якщо в організації існує стала думка, що жінкам не потрібна робота настільки ж сильно, як їх чоловікам (чи є у неї чоловік чи ні), тоді не буде спрямовано стільки ж коштів на консультування жінок, скільки ж на чоловіків. Одним із прикладів може стати час поговорити з експертами про відповідні професії.
- Чи має моє ставлення, як консультанта або кейс менеджера, гендерну упередженість? Як коуч / консультант / кейс менеджер спілкується з жінками? Які питання ставляться? Чи вважаються жінки більш чутливими та тендітними, релігійно забарвлені або щось інше, що спричиняє перешкоди?

5. Методологія Iigma та місцева співпраця

У цьому розділі ми знову зосередимося на концепції поступового прогресії, про яку йшлося в розділі 2. У першому абзаці представлений приклад поступової прогресії. У абзацах далі пояснюється, як концепція прогресу сприяє створенню спільного розуміння між різними зацікавленими сторонами стосовно того, що має бути зроблено, і про те, як це потрібно зробити. Це спільне розуміння є основою для кращої співпраці між різними зацікавленими сторонами, а отже, для підвищення ефективності та продуктивності.

Сходи прогресії iigma

Як зазначено в одному з попередніх розділів, концепція поступового прогресу (сходи) формує скелет методу iigma. Це не лише засіб для формування розуміння того, як відбувається вихід на ринок праці або повторне навчання, а також те, що потрібно з точки зору людини. Ця концепція також є основою для роботи кейс менеджера та способом виміряти вплив керівництва та пропонованих послуг. У цьому розділі ми запропонуємо третій спосіб, для чого використовується поступовий прогрес.

Нижче наведено приклад сходів прогресу.

1. Визначення
2. Залучення
3. Початкове керівництво
4. Дослідження
5. Попередня і взаємна домовленість

6. Індикація
7. Самоорганізація
8. Постановка цілей
9. Планування прогресу
10. Зобов'язання

11. Подальше дослідження / оцінювання
12. Перегляд справи
13. Особисті та соціальні навички
14. Основні навички
15. Навички працевлаштування
16. Особистісна орієнтація на ринок праці
17. Додаткове навчання
18. Навички пошуку роботи
19. Навчальний період / працевлаштування
20. Посередництво (зайнятість, навчання, освіта)
21. Медіація
22. Догляд після працевлаштування, навчання або отримання освіти

23. Успішне функціонування на роботі або в освітній програмі (на період не менше півроку)

В рамках методології igma, організації-зацікавлені сторони повинні спільно створити такий шлях поступового прогресу для своєї конкретної цільової групи, і повинні визначити кожен крок цього маршруту.

Таким чином, організації-зацікавлені сторони разом утворюють певне спільне розуміння, спільне бачення того, через що можливо будуть проходити люди. Вказані вище сходи прогресії були розроблені зацікавленими організаціями в Ньюкаслі (Велика Британія), для того щоб описати шлях розвитку молодих людей, які вийшли з школи та, які ще не мають мінімального рівня кваліфікації. Під час спільної сесії «мозкового штурму» представників послуг та політики (керівники, професіонали, політики) всі погодилися з вищевказаним описом процесу розвитку молоді людини. Майте на увазі, що не було сказано того, що ВСІ молоді люди проходять ці етапи. Але в особливо важких випадках може знадобитися вжити заходів або скористатися усіма 23 кроками.

Спільне розуміння та співпраця

Спільне розуміння процесів є обов'язковим для співпраці. Детально визначивши процес клієнта таким чином, зацікавлені сторони також розвивають краще розуміння того, як вони (можуть) сприятимуть і як вони можуть пов'язувати свої послуги одну з одною. У рамках

реалізації програми учасники спільно обговорюють, що вони можуть запропонувати на кожному з кроків по сходах, і аналогічно, як можна поєднати / інтегрувати послуги, щоб максимально ефективно та успішно задовольнити потреби цільової групи. Наприклад, період працевлаштування може бути використаний для багатьох питань розвитку, якщо дуже чітко визначено, яке об'єктивне робоче місце пропонується, і чому навчальні організації хотіли б працювати разом із роботодавцем. Ефективність вивчення мови та знання цінностей суспільства може бути збільшена шляхом поєднання вивчення мови та волонтерської роботи, працевлаштування або невеликою роботою. Знову ж таки, поки вжиті заходи розміщуються в перспективі шляху розвитку цільової групи, а не як кінцевої станції.

Спільне розуміння та належне управління

Інший ефект визначення процесу клієнта на малі та добре захищені кроки полягає в тому, що в такому описі процес розробки стає видимим і тому "вимірним". Тепер можна вказати для кожної окремої людини на якому етапі процесу розвитку він / вона знаходиться в будь-який момент часу. У рамках процесу впровадження зацікавлені сторони спільно визначають та вирішують, як вони будуть використовувати цей варіант вимірювання. Доцільність залежатиме від відповідей на такі питання, як: чи пов'язані сходи із існуючою адміністративною системою клієнта чи ні. Чи є бажання інтегрувати додаткові вимірювання та показники, пов'язані з сходами? Додаткові вимірювання можуть включати:

- Час реєстрації: скільки часу витрачається на різних етапах сходів
- Включення детальних параметрів для опису характеристик самої цільової групи
- Включення детальних параметрів, що описують причини виходу з програми або тимчасової зупинки
- Включення параметрів, що описують, куди ідуть клієнти при виході з програми або по її закінченні

Звісно, реєстрація додаткової інформації має сенс лише тоді, коли зрозуміло, яка інформація буде корисною та як її можна зібрати доступним шляхом. Це те, що зацікавленим сторонам потрібно погодити і чому їм потрібно обговорити цю проблему як частину реалізації IGMA. Якщо учасники вирішують про дещо деталізований рівень збору даних, то результати цих даних можуть надати цінну інформацію про:

- Які клієнти здатні швидко рухатися, чому?
- Яка частина сходів забирає найбільше часу і для кого? Що можна зробити, щоб вирішити це?
- Які клієнти досягають мети програми?

- Які клієнти не досягають мети програми і чому?
- Які клієнти виходять з програми, і з яких причин? Що ми можемо зробити, щоб запобігти цьому?
- Які клієнти тимчасово зупиняються і чому? Що їм потрібно?

Відповіді на такі запитання дають можливість зацікавленим сторонам продемонструвати належне управління: дають підтвердження того, якого результату було досягнуто використанням державних коштів: створюють можливості навчатися та вдосконалюватися. Iigma надає деякі шаблони та приклади для полегшення обговорення та прийняття рішень щодо цього аспекту методології.

Залучення роботодавців

Останнє, але не менш важливе, розкриті загальне бачення всіх необхідних кроків також забезпечує контекст для організації залучення роботодавців. Місцеві / регіональні роботодавці можуть багато в чому сприяти для залучення та участі новоприбулих людей. Наприклад, роботодавці можуть сприяти тим, що будуть надавати стажування, пропонувати посади, які пов'язані з певним рівнем навичок та умінь, робочі місця з випробувальним терміном, тим самим мотивуючи та надаючи робочу та кар'єрну орієнтацію, пропонуючи можливість якимось чином зробити нові внески та створити своєрідне прагнення до цілі. Мета, з якою роботодавець буде приймати участь, залежатиме, від позиції, яку людина займає на сходинках прогресу. Для кейс менеджерів це є викликом створити мережу з роботодавців, яка була б здатна запропонувати таку різноманітність підтримки та розпочинань. У наступному розділі буде детально проаналізовано роль роботодавця.

6. Методологія Igmа та залучення роботодавців

Цей розділ буде присвячено залученню роботодавців. Будуть розглянуті два аспекти залучення роботодавців. Залучення та підтримка роботодавців необхідні для подолання розриву між знаннями та навичками новоприбулих та рівнем знань та навичок, необхідних для досягнення стабільної позиції на ринку праці. У першому пункті увага буде зосереджена на тому, з чого розпочати і створити необхідну мережу роботодавців (рекрутинг). У другому абзаці буде розглянута підтримка, яку можуть отримати роботодавці, коли новоприбулі фактично потрапляють до них на роботу або на стажування, та зробити цей період успішним. Нарешті, в останньому абзаці увага буде приділятися гендерній проблемі. Яка додаткова увага потрібна для створення умов, за яких роботодавці дійсно надають рівні можливості кожній особі цільової групи?

Про рекрутинг роботодавців

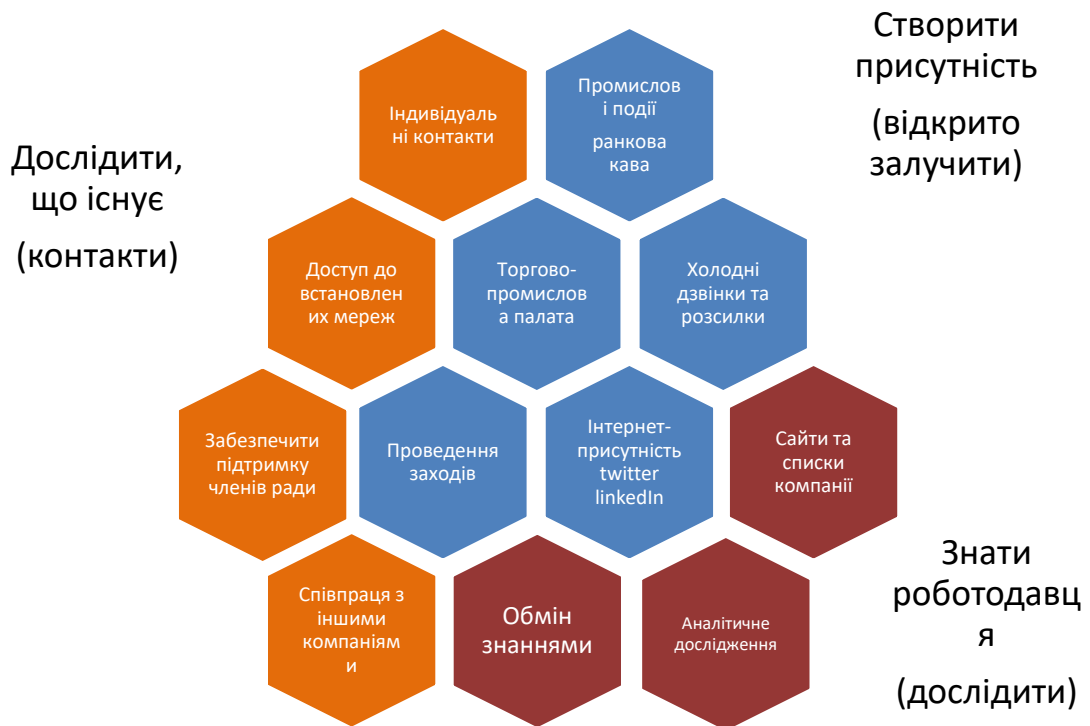
Створення мережі роботодавців з метою залучення будь-якої конкретної цільової групи може бути складним завданням, а в деяких випадках, навіть вимагати переосмислення сприйняття, яке може бути як історичним, так і сформованим ЗМІ. Таким чином, слід прийняти загальні принципи залучення роботодавців, з подальшою адаптацією для підтримки розуміння роботодавця та усвідомлення переваг конкретної групи клієнтів, у випадку igma femina, жінок-мігрантів та біженців.

Принципи залучення роботодавців:

Створення відповідної мережі роботодавців може бути досягнуте різними спрямованими діями, з метою встановлення позитивних відносин із ключовими контактами та сприяння розумінню вашої організації / проектів. Цей "взаємозв'язок" дасть можливість сприяти досягненню цілей та результатів програм та отримувати підтримку від роботодавця для досягнення поставлених завдань.

Встановленню відносин з роботодавцем може сприяти репутація організації (бренд), успішний досвід у попередніх взаємодіях, свідчення успішної реалізації та результати проекту, а також подальше просування шляхом безпосереднього контакту з представниками організації, що мають навички у встановленні відносин.

Встановлення відносин для створення мережі роботодавців може бути досягнуто за допомогою різних методів:



Мал. 6.1

Підхід до залучення роботодавця з точки зору роботодавця, їх позиції та потреб є основою для розробки спеціального посередництва з більш високим рівнем успіху. На малюнку 6.1 наведені численні шляхи встановлення контактів з роботодавцями за допомогою існуючих контактів та безпосередньої взаємодії, однак третій елемент "дослідження роботодавця" може допомогти підвищити рівень успішності початкового контакту. Проведення базового дослідження роботодавця з метою отримання інформації про їхній бізнес, поширеність, фокус, деталі будь-якого корпоративного управління / відповідальної ділової практики та належної інклюзивної політики може дати можливість відповідати їхній корпоративній благодійності або іншим відповідним програмам, по залученню жінок мігрантів та біженців. Там, де такої політики не існує, і на додаток вони так і працюють, то повідомлення про переваги роботи з групою клієнтів, матиме важливе значення для процесу взаємодії.

Розглянемо вимоги роботодавця:

Роботодавці хочуть	Роботодавці не хочуть
• Знати про перевагу від залучення / контакту • Знати про перевагу роботи з клієнтською групою • Мати пропозицію, відповідну їх організаційним завданням • Бути повністю інформовані про вимоги проекту • Залучені у чіткі, ефективно роз'яснені, позитивні взаємодії • Виявляти прихильність до різноманітності та інклюзії • Забезпечувати інструментом групи працівників мереж для вирішення ключових проблем для інвалідів, чорношкірих та етнічних груп меншин (BAME) • Співпрацювати з організаціями, що додають переваги їх корпоративному управлінню та відповідальним бізнес-практикам та політиці	• Залучатися у взаємодію, що вимагає багато часу, без явної вигоди • Працювати з мережами, які є незорганізованими або з незрозумілими цілями • Співпрацювати без фактів / цифр • Розглядати неструктуровані пропозиції • Інвестувати гроші в програми без позитивних результатів, які відповідають їх завданням або перспективі майбутнього повернення • Займатися проектами корпоративної відповідальності, які схожі на конкурентів • Щоб їм давали непотрібні та / або довготривалі справи

З огляду на три спрощені елементи залучення роботодавця (рис. 6.1), дослідження роботодавця, використання існуючих контактів та побудови присутності через безпосереднє залучення, дає можливість співпрацювати з роботодавцями та сприяти досягненню цілей проекту. Поєднання цього підходу з розумінням потреб роботодавця та вагомої пропозиції щодо залучення цільової групи може мати суттєвий вплив на успіх.

Про підтримку роботодавців

Після того, як вони вирішили забезпечити стажування / працевлаштування, роботодавців потрібно підтримати, для того щоб пересвідчитися, що працевлаштування успішне та для того щоб збільшити ймовірність того, що вони і надалі залучатимуть осіб з групи клієнтів. Кожне працевлаштування та стажування безпосередньо сприяють репутації клієнтської групи, програми та організації, що їм сприяють.

Досвід співпраці з роботодавцями по працевлаштуванню новоприбулих свідчить про те, що раннє безперервне посередництво, поширення інформації, очікування та шляхи підтримки як роботодавця, так і окремої людини, позитивно впливає на результат працевлаштування та на довготривалість результатів.

Типова програма підтримки, орієнтованої на роботодавців

- Зустріч з досвідченим представником перед працевлаштуванням
- Інформаційний пакет роботодавця, в якому містяться деталі програми та передбачені результати для роботодавця / особи
- Ресурс "запитання та відповіді", виділяючи сфери, специфічні для роботи з цільовою групою
- Ключовий список контактів, для питань роботодавців або підтримки в особливих потребах, що виникають під час працевлаштування
- Розклад заходів підтримки, включаючи безпосередню підтримку для осіб та регулярних додаткових заходів / зворотного зв'язку з роботодавцем
- Вихідна анкета, щоб оцінити успіх від працевлаштування та досвід роботодавця

Окрім діяльності, спрямованої на підтримку роботодавця, підготовка людини до працевлаштування, формування розуміння очікувань роботодавця, обов'язків, годин, робочого оточення, прав та належної поведінки роботодавця / працівника, може стати основою успішного працевлаштування для обох роботодавця та людини.

Про роботодавців та увагу до гендерно чутливих питань

Аннелі: з точки зору гендерно-чутливого підходу:

1. Що означає гендерно-чутливий підхід, коли коуч формує мережу роботодавців (рекрутинг): порада / натяк на те, як їх залучати гендерно-чутливим шляхом
2. Так само, коли співпрацює: які поради / підказки можна дати роботодавцям, щодо боротьби з упередженнями, рівними можливостями, прийомом тощо, коли новоприбулий розпочинає співпрацю з роботодавцем.

Можливо, простого короткого переліку загальних рекомендацій вже достатньо, оскільки його можна детально розглянути під час тренінгу.

Пропозиції щодо "показників" або вимірювання

- Який погляд на розподіл ресурсів? Чи усвідомлюють коучі, як вони розподіляють час, з точки зору статі? Чи дають вони таку ж саму кількість часу як для чоловіків, так і для жінок під час консультування? Чи вимірюють вони або обговорюють з колегами, те як вони використовують ресурс часу з іммігрантами? У шведському прикладі виявилось, що консультанти в АФ або коучі, як правило, мають тенденцію надавати значно більше часу для чоловіків, ніж для жінок, і що вони, насправді, вважають, що варто було б давати чоловікам більше часу.
- Чи коучі рекомендують додаткові консультації чи інші ресурси, або те, що приносяться на зустріч з собою? У шведському прикладі коучі АФ прокоментували, що вони, як правило, направляють чоловіків на додаткові консультації у значно більшій мірі, ніж жінок.
- Чи спрямовано консультування на довготривале перебування в приймаючій країні, беручи за відправну точку адаптацію до приймаючої країни? Можливо, буде успішним підвести до обговорення можливості для навчання, щоб жінки могли скористатися можливостями навчання в приймаючій країні, і, якщо вони зможуть повернутися до країни свого походження, для того, щоб відкрити для обговорення питання про те, що було б цікаво для жінки. У шведському досвіді виявилось, що існує сильна протидія від деяких аплікантів тому, щоб стати "шведами у голові", що спрямовує можливий вибір або не влаштовуватися на повний робочий день або на навчання, або залучення чогось, що підтверджує BEKRAFTAR культурну ідентифікацію. Консультанти обговорювали протидію, як виклик чи щось, що їм потрібно було подолати, тому що це може бути більш плідним, для того, щоб фактично використовувати його, як джерело для з'ясування того, як конкретні особи можуть бути більш зацікавлені у формулюванні потреб або побажань щодо того, чим займатись.
- Чи запитав консультант у жінки / жінок про її / їх попередні уміння і освіту (це тісно пов'язане із тим, скільки часу триває кожна зустріч)? Чи може дорогоцінний досвід створити міцну основу для продовження трудового життя?

- Сімейна ситуація є параметром, хоча консультант повинен бути обережним, щоб не ототожнювати жінок як дружин, матерів та дочок з поширеною відповідальністю за житло та життя як домогосподарки.
- Чи приділяють консультанти час, для того щоб з'ясувати, чи існують у жінки певні причини для того, щоб зробити певний вибір? У шведському досвіді виявилось, що для жінок з Таїланду існують культурні причини, щоб фактично працювати повний робочий день, щоб мати можливість відправляти кошти батькам (і, звичайно, є й інші приклади). Ідея, що жінки-мігранти, як група мають однакові потреби та вимоги, пов'язана з тим, щоб бути домогосподаркою, потрібно оскаржити.
- Чи мають консультанти освіту з розуміння гендерних питань?
- Чи самі консультанти мають усвідомлення своїх власних поглядів щодо статі та норм?

Додатки

Модулі та зміст навчальної програми

Модуль 1 Методологія igma femina

- Професійний профіль
- Співпраця зацікавлених сторін
- Поступове прогресування
- Кейс менеджмент
- Підвищення рівня обізнаності щодо гендерних питань

Модуль 2 Кар'єрне Консультування та коучінг

- Керівництво та мотивація
- Керівництво та комунікація
- Керівництво та поступове прогресування
- Керівництво та планування дій
- Керівництво з гендерної точки зору

Модуль 3 Профілювання та оцінювання

- Ключові компетенції для працевлаштування та освіти
- Ключові компетенції для активного громадянства
- Оцінювання жорстких і м'яких навичок
- Оцінювання в гендерній перспективі

Модуль 4 Залучення роботодавця Iigma femina

- Мережа
- Збір інформації про ринок праці
- Соціальна відповідальність та соціальні інновації
- Навчання та наставництво
- Гендерна обізнаність та роль роботодавців

Всі модулі пропонуються на 2 різних рівнях, рівень 1 теоретичний, рівень 2, спрямований на застосування.