



# Ստուգաթերթ

**Քաղաքացիական հասարակության կազմակերպությունների համար՝  
«Կանանց նկատմամբ բռնության և ընտանեկան բռնության  
կանխարգելման և դրա դեմ պայքարի մասին» Եվրոպայի խորհրդի  
կոնվենցիայի արժեքների, նպատակների և հիմնական դրույթների  
ամրապնդմանը միտված հաղորդակցության/քարոզարշավների  
վարման**

Սույն աշխատությունում արտահայտված կարծիքները հեղինակներին են և կարող են չհամընկնել Եվրոպայի խորհրդի կամ «ՄԱԿ-կանայք» կազմակերպության տեսակետների հետ:  
Սույն աշխատությունը պատրաստվել է Եվրոպայի խորհրդի ֆինանսական աջակցությամբ և «ՄԱԿ-կանայք» կազմակերպության հետ համագործակցությամբ:

Ստորև ներկայացված ստուգաթերթը մշակվել է՝ օգնելու քաղաքացիական հասարակության կազմակերպություններին (ՔՀԿ) կազմակերպել իրենց հաղորդակցությունն ու քարոզարշավները՝ կանանց նկատմամբ բռնության (այսուհետ՝ ԿՆԲ) և ընտանեկան բռնության (այսուհետ՝ ԸԲ) կանխարգելման և դրա դեմ պայքարի մասին Եվրոպայի խորհրդի կոնվենցիայի արժեքները, նպատակները և հիմնական դրույթները ամրապնդելու, դրական նառատիվներ մշակելու և Կոնվենցիայի վերաբերյալ առասպելներն ու ապատեղեկատվությունը փարատելու համար:

Թեև ստուգաթերթը ծառայում է որպես քարոզարշավների պլանավորման համար ճանապարհային քարտեզ, այն հրահանգային բնույթ չի կրում, և ՔՀԿ-ների գործն է որոշելու, թե որ առաջարկվող գործողություններն ու գործիքները նրանք կարող են կիրառվել ելնելով ազգային առաջնահերթություններից և առկա ռեսուրսներից:

### Նախնական հետազոտություններ և մտազրոհ

Անհրաժեշտության դեպքում կատարեք ուսումնասիրություններ՝ ձեր երկրում Ստամբուլյան կոնվենցիայի վերաբերյալ բացասական արձագանքերի և ցանկացած համապատասխան քարոզարշավի վերաբերյալ, որը կարող է արդեն մշակված լինել:

Կարդացեք մեթոդաբանությունը, որտեղ բացատրվում է, թե ինչպես պետք է արդյունավետոր իրականացվի քարոզարշավը:

Բացահայտեք, թե Ստամբուլյան կոնվենցիայի վերաբերյալ որ առասպելներն ու թյուրիմ պատկերացումներն են առավել տարածված ձեր երկրում, և արդյոք քարոզարշավում պետք է անդրադառնալ մեթոդաբանության մեջ նշված բոլոր չորս հիմնական խնդիրներին:

Որոշեք, թե որ հիմնական առաջարկվող ուղերձներն են առավել համապատասխան ձեր իրազեկման բարձրացման արշավին՝ բացահայտված հիմնական խնդիրները արդյունավետ լուծելու համար:

Ուսումնասիրեք գիտելիքների փաթեթում տրված բոլոր գործիքները՝ որոշակի պատկերացում ստանալու համար և, հնարավորության դեպքում, մասնակցեք Եվրոպայի Խորհրդի կողմից ԿՆԲ-ի և ԸԲ-ի վերաբերյալ HELP դասընթացին:

Որոշեք, թե որ գործիքակազմերն են առավել համապատասխան ձեր քարոզարշավի համար և պլանավորեք, թե ինչպես կարող եք արդյունավետ օգտագործել դրանք:

Ավարտեք մտազրոհի գործընթացը՝ նախագծելով ձեր քարոզարշավի քայլերի հերթականությունը

Ծանոթացեք տեղեկատվական թերթիկին և գրքույկին, որը թույլ կտա ձեզ անդրադառնալ ձեր երկրում Ստամբուլյան կոնվենցիայի հետ կապված հիմնական խնդիրներին և ընդհանուր առասպելներին:

Քարոզարշավը պլանավորելիս հաշվի առեք օրացույցում տոնական և այլ կարևոր օրերը (ազգային և միջազգային)

Մշակեք մանրամասն ժամանակացույց, որը սահմանում է քարոզարշավի տևողությունը, կարևորագույն ամսաթվերը և միջոցառումները

Դիտարկեք ֆինանսավորման այլ հնարավոր աղբյուրները, պետական/մասնավոր դրամաշնորհները, պետական ֆինանսավորումը և ծրագրի նպատակային ֆինանսավորումը, որոնցից, անհրաժեշտության դեպքում, կարելի է օգտվել իրազեկման քարոզարշավի անցկացման համար:

## Սահմանել թիրախային խմբերը և հաղորդակցության միջոցները

❑ Որոշեք, թե որ որոշում կայացնողներին կարելի է թիրախավորել քարոզարշավի ընթացքում, և որոնք առավել արդյունավետ կլինեն ընդհանուր բնակչության հետ կապ հաստատելու առումով, այդ թվում՝ քաղաքական գործիչները, նախարարները, տեղական մարմինները և խմբերի ղեկավարները:

❑ Որոշեք հնարավոր դաշնակիցներին, ովքեր կարող են օգնել ձեզ իրականացնել իրազեկման բարձրացման արշավը, օրինակ՝ կանանց հարցերով զբաղվող այլ ՔՀԿ-ները, որոնք աջակցում են նույն գործին, ԿՆԲ-ի և ԸԲ-ի ոլորտի իրավաբանները և/կամ այլ մասնագետները:

- Հնարավորության դեպքում մտածեք անսովոր դաշնակիցների մասին, որոնց նույնպես կարելի է ներգրավել՝ քարոզարշավների անցկացմանն օգնելու համար, ինչպիսիք են կրոնական առաջնորդները, հանրային համակրանքը վայելող և ազդեցիկ մարդիկ, իրազեկման դեսպանները կամ տեղական արվեստագետները.
- Կապ հաստատեք հնարավոր և անսպասելի դաշնակիցների հետ՝ տեսնելու, թե արդյոք նրանց մոտ առկա է համագործակցության ներուժ.
- Ձևավորեք դաշնակիցներից, անսպասելի դաշնակիցներից, կանանց հարցերով զբաղվող այլ ՔՀԿ-ներից կազմված ֆոկուս խմբեր.

❑ Որոշեք, թե ընդհանուր բնակչության որ հատվածին է ուղղված քարոզարշավը, որը տեղյակ չէ ՄԿ-ից կամ սահմանափակ գիտելիքներ ունի նրա մասին:

❑ Դիտարկեք ձեր ամենօրյա աշխատանքի միջոցով, օրինակ՝ ձեր ՔՀԿ-ի կողմից անցկացվող կանոնավոր վերապատրաստումների կամ հանդիպումների ընթացքում ԿՆԲ-ի և ԸԲ-ի ենթարկված ամձանց հետ աշխատող այլ խմբերի թիրախավորումը, այդ թվում՝ իրավաբանների, սոցիալական աշխատողների, ոստիկանության աշխատակիցների և այլն:

## Հաղորդակցության միջոցներ

❑ Որոշեք, թե որ հաղորդակցության միջոցներն են առավել համապատասխան և արդյունավետ յուրաքանչյուր թիրախային խմբի համար:

❑ Քաղաքական ֆորում/խումբ կազմակերպելու դեպքում որոշեք, թե ո՞ր որոշում կայացնողներին պետք է հրավիրել, ովքեր պետք է վարեն դրանք և որոնք են այդ ֆորումների/խմբերի հիմնական նպատակները:

❑ սոցիալական մեդիա արշավ կազմակերպելու դեպքում համապատասխան սոցիալական մեդիա հարթակների համար պետք է կազմվեն առանցքային ուղերձներ և այլ համապատասխան նյութեր, ինչպիսիք են առասպելներն ու փաստերը, պետք է, և կապ հաստատվի դաշնակիցների հետ՝ օգնելու տարածել ուղերձները և առաջացնելու ավելի մեծ առցանց ակտիվություն:

❑ առցանց ստորագրահավաք կազմակերպելու դեպքում, որոշեք, թե որ հարթակն օգտագործել (օրինակ՝ [change.org](https://www.change.org)) և մշակեք միջնորդագրի տեքստը, որը ընդգծում է ՄԿ-ի կարևորությունը և ինչու այն հանրային աջակցության կարիքն ունի, ինչպես նաև հաշվի առեք, թե հաղորդակցման որ ուղիներն են լավագույնս հարմարված ավելի շատ ստորագրություններ ստանալու համար:

□ ձեր ներկայիս կառավարությանը կամ խորհրդարանին բաց նամակ գրելու դեպքում հորդորելով նրանց վավերացնել/կյանքի կոչել ՄԿ-ն, օգտագործեք գիտելիքների փաթեթում ներկայացված բաց նամակների երկու օրինակները, այնուհետև կապվեք այլ ՔՀԿ-ների և կանանց կազմակերպությունների հետ՝ ստորագրելու այդ նամակը (հաշվարկեք բաց նամակը հրապարակելու լավագույն ժամանակը, օրինակ՝ ազգային ընտրությունների քարոզարշավին համընթաց):

□ հանրային ցույց կազմակերպելու կամ գործողությունների կոչ անելու դեպքում որոշեք, թե որ նյութերը կարող են ներառվել բաժանվող պաստառներում կամ թռուցիկներում, և սահմանեք կենտրոնական կարգախոս կամ ուղերձ (նաև մտածեք, թե ինչպես օգտագործել սոցիալական կամ հիմնական լրատվամիջոցները լայն հանրությանը ներգրավելու և ավելի մեծ ուշադրության արժանանալու համար):

□ փողքապթ ստեղծելու դեպքում կազմեք գրավիչ վերնագիր և մշակեք մեկ կամ երկու փորձնական դրվագ ՄԿ-ին վերաբերող թեմաների շուրջ, և ընդգծեք, թե ինչու է դա անհրաժեշտ ազգային մակարդակում, մտածեք բանախոսներ հրավիրելու, ինչպես նաև այլ արդեն գոյություն ունեցող փողքապթերից օգտվելու մասին, որտեղ ձեր կազմակերպությունը կարող է ցուցադրվել:

□ հանրային գովազդային արշավ կազմակերպելու դեպքում դիմեք տեղական իշխանություններին կամ պետական հաստատություններին, որոնք կարող են գովազդի համար հանրային տարածքներ տրամադրել, օրինակ՝ քաղաքային տրանսպորտի կանգառները, և մտածեք, թե ինչ ուղերձներ պետք է տեղադրվեն (օգտագործելով տրամադրված գործիքները, ինչպիսիք են հիմնական ուղերձները, պաստառները և ինֆոգրաֆիկաները):

□ Առաջարկեք վերապատրաստում բոնության ենթարկված անձանց/այլ համապատասխան շահառուների հետ աշխատող այլ ՔՀԿ-ներին/մասնագետներին՝ օգտագործելով Եվրոպայի խորհրդի կողմից մշակված HELP դասընթացը, որպեսզի նրանք կարողանան հետագայում տարածել այն իրենց գործընկերների շրջանում:

### Հաղորդակցության կապուղիները

□ Դիտարկեք մեթոդաբանության մեջ ներկայացված հաղորդակցության առավել արդյունավետ կապուղիների, յուրաքանչյուր հասանելի ռեսուրսի կիրառման նպատակահարմարությունը, հաշվի առնելով քարոզարշավի ընդհանուր ժամանակացույցը:

□ Որոշեք հաղորդակցման ուղիները, որոնք առավել հարմար են թիրախավորելու ընտրված որոշումներ կայացնողներին (քաղաքական ֆորումներ/խմբեր, սոցիալական մեդիա, հիմնական լրատվամիջոցներ) և ընդհանուր բնակչությանը (հանրային գովազդ, սոցիալական մեդիա, փողքապթեր, հիմնական լրատվամիջոցներ):

□ Բավարար միջոցներ և ռեսուրսներ հատկացրեք հաղորդակցության յուրաքանչյուր կապուղու համար և մտածեք, թե ինչպես ներգրավել հնարավոր և անսպասելի դաշնակիցներին ուղերձների տարածման մեջ:

□ Ավելի տեսանելի լինելու համար մտածեք ստեղծել ձեր սեփական հեշթեգը՝ սոցիալական մեդիայում օգտագործելու համար:

## Հիմնական նյութերի մշակում և հարմարեցում

❑ Որոշեք, թե որ նյութերն են օգտագործվելու քարոզարշավի ընթացքում (հաշվի առնելով գիտելիքների փաթեթում առկա գործիքները և ինֆոգրաֆիկան, պաստառները և առանցքային ուղերձները)

❑ Անհրաժեշտության դեպքում հարմարեցրեք առանցքային ուղերձները ազգային համատեքստին և տեղակայեք դրանք տեսողականորեն գրավիչ ձևաչափով (օրինակ՝ [Canva](#) ծրագրի միջոցով): Հիշեք, որ առանցքային ուղերձները կազմում են իրազեկման բարձրացման արշավի հիմնական շրջանակը:

- Նախքան այդ ուղերձներն օգտագործելը, խորհուրդ ենք տալիս ՔՀԿ-ներին խորհրդակցել հաղորդակցության փորձագետի հետ:

❑ Որոշեք, թե ինչպես օգտագործել տրամադրված պաստառը, որը ցույց է տալիս զոհակենսորոն և գենդերազգայուն արձագանքի կարևորությունը ԿՆԲ-ին և ԸԲ-ին և ներգրավեք գրաֆիկ դիզայների՝ անհրաժեշտության դեպքում տեքստի թարգմանությունը ձևավորելու համար:

❑ Տեղայնացրեք ինֆոգրաֆիկան, որն ներկայացնում է բռնության տուժողի հետագա քայլերը՝ ՄԿ-ի օգնությամբ և առանց դրա՝ կեղծ անուն ընտրելով տուժողի համար և ներգրավեք գրաֆիկ դիզայների՝ տեքստը թարգմանելու համար անհրաժեշտության դեպքում տեքստի թարգմանությունը ձևավորելու համար:

❑ Որոշեք, թե ինչպես օգտագործել առասպելներն ու փաստերը տեղեկատվական թերթիկում և հիմնական կետերը, որոնք նշված են ցուցադրված նյութերի վերաբերյալ գրքույկում՝ դրանք հարմարեցնելով ազգային համատեքստին:

❑ Որոշեք, թե ինչպես օգտագործել տրամադրված այլ գործիքները՝

- ԵԽ-ի գրքույկը Ստամբուլյան կոնվենցիայի չորս հիմնասյունների մասին
- HELP դասընթացը ԿՆԲ-ի և ԸԲ-ի մասին՝ դասընթացը իրավաբան մասնագետներին, ուսանողներին և այլոց ներգրավելու համար
- տրամադրված այլ գործիքները