

ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ ЩОДО ПРОЯВІВ НАСИЛЬСТВА СТОСОВНО ЖІНОК: СТАТТЯ 13 СТАМБУЛЬСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ

Серія документів, які стосуються
Конвенції Ради Європи про запобігання
насильству стосовно жінок і домашньому
насильству та боротьбу з цими явищами



ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ ЩОДО ПРОЯВІВ НАСИЛЬСТВА СТОСОВНО ЖІНОК: СТАТТЯ 13 СТАМБУЛЬСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ

**Серія документів,
які стосуються Конвенції Ради Європи
про запобігання насильству стосовно жінок
і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами**

Карін Хайсеке

Рада Європи

Франкомовне видання:

*Sensibilisation à la violence
à l'égard des femmes:*

Article 13 de la Convention d'Istanbul

*Висловлені в цьому документі погляди
є відповідальністю автора(ів) і не
обов'язково відображають офіційну
політику Ради Європи.*

Запити, пов'язані з відтворенням чи
перекладом усього цього документа
або його частини, повинні бути адре-
совані Директоратові комунікацій
(F-67075 Страсбург, Седекс або на
publishing@coe.int). Інші звернення
стосовно цього документа мають бути
передані до Відділу з питань рівності
Генерального директорату з питань
демократії Ради Європи.

*Усі інформаційні посилання, наведені в
цьому документі, чинні станом на
4 квітня 2014 року.*

Проект Ради Європи «Запобігання та
боротьба з насильством щодо жінок
та домашнім насильством в Україні»
(фінансується урядом Швеції)

[www.coe.int/web/
stop-violence-against-women-ukraine](http://www.coe.int/web/stop-violence-against-women-ukraine)

Дизайн і макет обкладинки: K.I.C.

Зміст

ВСТУП	5
СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ СТАТТІ 13	6
РОЛЬ ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ В НЕДОПУЩЕННІ НАСИЛЬСТВА	9
Що нам відомо про підвищення обізнаності та недопущення насильства	11
Визначення	12
РОЗРОБЛЕННЯ ТА ПРОВЕДЕННЯ КАМПАНІЙ АБО ПРОГРАМ З ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ	13
Початок	13
Вибір меседжів та цільової аудиторії	18
Прийоми та медіа-засоби передачі меседжів	24
ВИСНОВОК	29
ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ КАМПАНІЙ З ПІДВИЩЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ	30
КЛЮЧОВІ ДЖЕРЕЛА	32
Кампанії та ініціативи з підвищення обізнаності в Європі	32
Керівні принципи інформування про насильство стосовно жінок	34
БІБЛІОГРАФІЯ	36

Вступ

Підвищення обізнаності про різні форми насильства стосовно жінок та домашнього насильства – важливий складник його недопущення, бо зростаюча обізнаність – це перший крок до зміни поведінки та ставлення, що сприяють вчиненню цього насильства в різних формах або виправдовують його. В цьому плані Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами¹ (надалі за текстом – «Стамбульська конвенція») вимагає від держав-членів проведення низки всеосяжних ініціатив з підвищення обізнаності в рамках ряду акцій, мета яких – недопущення насильства стосовно жінок (стаття 13). Мета цього документа – визначення чіткіших засад для недопущення насильства через підвищення обізнаності, а також надання практичних рекомендацій з розроблення та оцінення кампаній з підвищення обізнаності для осіб, які беруть участь у формуванні політики, а також практичних працівників. Він містить також короткий опис різних успішних ініціатив з підвищення обізнаності, які раніше проводили держави – члени Ради Європи, та завершується чек-листом для кампаній з підвищення обізнаності.

¹ Рада Європи (2011), Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами, Пояснювальна доповідь. Видавництво Ради Європи, Страсбург: www.coe.int/t/dghl/standardsetting/equality/03themes/violence-against-women/Exp_memo_Conv_VAW_en.pdf.

Сфера застосування статті 13

Мета статті 13 полягає у підвищенні обізнаності широкої громадськості про різні форми насильства, з яким стикаються жінки, і про те, чому ці акти насильства спричинені за гендерною ознакою. Також ця стаття спрямована на забезпечення ширшого розуміння явища домашнього насильства в усіх його проявах усіма членами суспільства. Це означає, що необхідно вжити заходів, щоб донести до суспільства факт існування різних форм насильства стосовно жінок, таких як домашнє насильство (психологічне, фізичне та сексуальне), переслідування, сексуальне насильство (в тому числі зґвалтування), примусовий шлюб, каліцтво жіночих геніталій, примусова стерилізація, примусовий аборт та сексуальне домагання, та показати людям, що вони можуть зробити, щоб цьому запобігти або допомогти жінкам та дівчатам в ситуації ризику. Це також означає, що необхідно зняти табу з теми домашнього насильства, тому що йдеться не про питання приватного характеру – воно стосується родин з усіх соціальних верств. Необхідно підкреслювати його гендерно-зумовлений характер, як насильства чоловіків над жінками в контексті насильства, вчиненого між інтимними партнерами, а також його наслідки для дітей. Держави-члени не мають зобов'язання застосовувати Конвенцію до всіх жертв домашнього насильства (жорстоке поводження з дітьми, погане ставлення до осіб літнього віку, чоловіки як жертви насильства між інтимними партнерами), тому вони мають самостійно ухвалити рішення щодо їх діяльності з підвищення обізнаності про ці форми насильства.

Стаття 13. Підвищення обізнаності

1. Сторони заохочують або проводять на регулярній основі та на всіх рівнях кампанії або програми з підвищення обізнаності, у тому числі в співробітництві з національними установами з прав людини та органами з питань забезпечення рівності, громадянським суспільством та неурядовими організаціями, зокрема жіночими організаціями, де це доречно, для підвищення обізнаності та розуміння серед широкої громадськості різних проявів усіх форм насильства, які підпадають під сферу застосування цієї Конвенції, та їхніх наслідків для дітей, а також потреби в запобіганні такому насильству.

2. Сторони забезпечують широке поширення серед широкої громадськості інформації про заходи, доступні для запобігання актам насильства, які підпадають під сферу застосування цієї Конвенції.

Пояснювальна доповідь до Стамбульської конвенції уточнює природу зобов'язань, які випливають зі статті 13, зокрема таких ключових зобов'язань стосовно ініціатив з підвищення обізнаності, що треба:

- ▶ проводити на регулярній основі, при цьому необхідно визнавати, що йдеться про постійний довготривалий процес, а не про одноразові заходи;
- ▶ розробляти в такий спосіб, щоб допомогти всім членам суспільства визнати насильство стосовно жінок, виступити проти нього і захищати його жертв;
- ▶ висвітлювати питання з врахуванням гендерно чутливих аспектів та включно з інформацією про рівність між жінками та чоловіками, нестандартні гендерні ролі та ненасильницьке розв'язання конфліктів;
- ▶ підкреслювати шкідливі наслідки (прямі та опосередковані) для дітей;
- ▶ передбачати співпрацю з громадянським суспільством та іншими учасниками з відповідним досвідом (зокрема з неурядовими жіночими організаціями, що займаються питаннями подолання насильства стосовно жінок).

Окрім того, пункт 2 статті 13 також містить заклик до держав-членів поширювати серед громадськості інформацію про чинні заходи з недопущення насильства. В пояснювальній доповіді уточнено, що йдеться про масове поширення листівок, постерів чи матеріалів в Інтернеті про послуги та заходи, які пропонує міліція, служби гарячої лінії, притулки чи будь-які інші державні, регіональні або місцеві служби допомоги та захисту жертв.

Зобов'язання щодо підвищення обізнаності про всі форми насильства стосовно жінок і домашнього насильства – частина низки зобов'язань у сфері недопущення, що визначені главою III Конвенції². Тому їх необхідно

² Збірка «Практичні аспекти Стамбульської конвенції» складається з низки документів щодо зобов'язань у сфері запобігання насильству, визначених у главі III Конвенції. Див., зокрема,

розглядати в тісному зв'язку з цими положеннями, які містять ряд загальних зобов'язань щодо подолання упереджень і стереотипів, заохочення чоловіків та хлопців, надання самостійності жінкам (стаття 12), просування гендерної рівності та нестереотипних гендерних ролей в навчанні (стаття 14), підготовки спеціалістів (стаття 15), роботи з кривдниками (стаття 16) і залучення засобів масової інформації та приватного сектора до здійснення заходів запобігання (стаття 17).

Заходи з недопущення насильства – невіддільна частина Конвенції. Вони доповнюються детальними зобов'язаннями захищати та підтримувати жертв, забезпечувати ефективне розслідування та кримінальне переслідування актів насильства стосовно жінок, а також забезпечувати, щоб ці зобов'язання відображалися в усеосяжній та скоординованій політиці, що повинна впроваджуватися за допомогою ефективної співпраці між усіма залученими учасниками (стаття 7). Окрім того, у статті 11 міститься вимога щодо активізації збору даних і проведення досліджень з різних форм насильства стосовно жінок з метою розроблення політики та заходів на основі змістовної фактологічної бази.

Зобов'язання щодо підвищення обізнаності та інформування широкого загалу про наявні послуги треба розглядати саме в цьому ширшому контексті. Це може бути лише один елемент роботи з недопущення насильства стосовно жінок, який тісно пов'язаний з іншими заходами запобігання, що повинні проводитися в рамках комплексної політики, яка ґрунтується на фактах та доказах, отриманих за результатами наукових досліджень.

публікацію Гестер М. та Лілі С.-Ж., «Запобігання насильству стосовно жінок: стаття 12 Стамбульської конвенції» (Hester M. et Lilley S.-J. (2014), *Preventing violence against women: Article 12 of the Istanbul Convention*, Council of Europe Publishing, Strasbourg).

Роль підвищення обізнаності в недопущенні насильства

Стамбульська конвенція чітко визначає, що недопущення насильства стосовно жінок вимагає зміни ставлення та поведінки як жінок, так і чоловіків, які часто формуються під впливом упереджень, гендерних стереотипів і звичаїв або традицій з викривленим уявленням про гендер (стаття 12). До головних заходів у цьому контексті належить подолання стійких міфів та стереотипів щодо явища насильства стосовно жінок і перегляд усталених понять «маскулінність» та «жіночність».

Щоб запобігти насильству стосовно жінок та домашньому насильству, розробники заходів з підвищення обізнаності повинні розуміти причини, які лежать у його основі. Стамбульська конвенція ґрунтується на розумінні насильства стосовно жінок, визначеному Комітетом ООН з ліквідації дискримінації щодо жінок, зокрема в Загальній рекомендації № 19 (1992), та вбачає причину виникнення насильства стосовно жінок у гендерній нерівності. Преамбула Стамбульської конвенції визнає, що «насильство стосовно жінок є проявом історично нерівного співвідношення сил між жінками та чоловіками, яке призвело до домінування над жінками та дискримінації жінок з боку чоловіків». Слід зауважити, що це розуміння насильства стосовно жінок ґрунтується на уявленні, що насильство – соціальне явище. Воно з’являється, відтворюється та продовжується в соціальному устрої, під впливом соціальних норм і практик. Чоловіки, які вдаються до насильства, не жорстокі «за своєю природою»; вони стають жорстокими через соціалізацію та соціальну взаємодію, і, отже, можуть змінювати свою поведінку. Це означає, що можна запобігти насильству стосовно жінок шляхом втручання, спрямованого на комплекс факторів, які провокують вчинення актів насильства або роблять це можливим.

Явище насильства чоловіків стосовно жінок розглянуте в численних дисциплінах та призвело до появи, зокрема, біологічних, психологічних, психоаналітичних, соціологічних, політичних та економічних теорій. Широко застосована «екологічна модель» інтерпретації насильства стосовно жінок поєднує різні його концепції та ряд факторів, які, за результатами досліджень, можуть допомогти спрогнозувати вчинення акту на-

сильства³. Ці фактори згруповано на таких рівнях: соціального устрою (макрорівень), соціальних норм і практик, які керують повсякденним життям (мезорівень), повсякденної взаємодії в найближчому оточенні (мікрорівень) та індивідуального життєвого шляху (онтогенетичний рівень). Гейгеманн-Вайт та ін. створили на цій основі інтерактивну модель, щоб продемонструвати, як різні фактори ризику перетинаються на різних рівнях, створюючи сприятливі ситуації для насильства за ґендерною ознакою стосовно жінок⁴. Ця інтерактивна модель надає засади для розроблення запобіжних стратегій, бо вона виділяє ту сукупність обставин, яка сприяє актам насильства і яку, відповідно, необхідно подолати для ефективного недопущення насильства стосовно жінок⁵. В ідеалі, заходи з підвищення обізнаності мають сприяти подоланню таких сукупностей обставин і ситуацій на всіх рівнях для запобігання насильству за ґендерною ознакою. При цьому необхідно чітко усвідомлювати ту роль, яку підвищення обізнаності може зіграти або не зіграти в питанні недопущення насильства, і бути реалістом щодо цього.

3 Гайзе Л. Л., «Насильство над жінками: комплексні екологічні засади» (Heise L. L. (1998), *Violence against women: an integrated, ecological framework*, *Violence Against Women*, 1998, vol. 4, no 3, p. 262–290).

4 Гейгеманн-Вайт та ін., «Фактори, які сприяють вчиненню актів насильства стосовно жінок, насильства стосовно дітей та сексуального насильства. Багаторівнева інтерактивна модель» (частина «Оцінення можливостей, нагод і потреб стосовно стандартизації національного законодавства у питаннях насильства за ґендерною ознакою та насильства стосовно дітей для Європейської Комісії») (Hagemann-White C. *et al.* (2010), *Factors at play in the perpetration of violence against women, violence against children and sexual orientation violence – A multi-level interactive model* (part of the Feasibility study to assess the possibilities, opportunities and needs to standardise national legislation on gender violence and violence against children for the European Commission), Publications Ofce of the European Union, Luxembourg http://ec.europa.eu/justice/funding/daphne3/multi-level_interactive_model/understanding_perpetration_start_unix.html. Див. також: Черізе С. «Світ можна змінити: заклик до довгострокових предметних дій для недопущення насильства стосовно жінок та дівчат» (Cerise S. (2011), «A different world is possible: a call for long-term and targeted action to prevent violence against women and girls», *End Violence Against Women (EVAW) Coalition*, Londres, p. 18–19): surwww.endviolenceagainstwomen.org.uk/data/files/resources/19/a_different_world_is_possible_report_email_version.pdf.

5 Детальніший аналіз запропонованих теоретичних засад для розроблення заходів з недопущення насильства стосовно жінок: Гестер М. та Ліллі С.-Ж., «Запобігання насильству стосовно жінок: стаття 12 Стамбульської конвенції» (Hester M. et Lilley S.-J. (2014), *Preventing violence against women: Article 12 of the Istanbul Convention*, Council of Europe, Strasbourg).

Що нам відомо про підвищення обізнаності та недопущення насильства

При розгляді конкретної ролі підвищення обізнаності як частини заходів з недопущення насильства важливо визначити і врахувати відмінність між, з одного боку, змінами у свідомості та зростанням рівня знань і, з іншого боку, змінами ставлення та поведінки. Зростання обізнаності передуює зміні ставлення та поведінки й може сприяти створенню сприятливого середовища для зміни та впровадження відповідних законодавчих ініціатив. Однак не можна припускати, що сам по собі підвищений рівень обізнаності та знань приведе до змін у ставленні до насильства стосовно жінок. Зміна ставлення, якщо при цьому кінцева мета – зміна поведінки, скоріше вимагає додаткових освітніх заходів та тривалішого та інтенсивного залучення відповідних осіб. Тому ініціативи з підвищення обізнаності треба розглядати як важливий складник у сукупності комплексних заходів, спрямованих на покращення здатності реагувати на насильство стосовно жінок та запобігати йому.

Також слід підкреслити, що нинішня база знань про взаємозв'язок між недопущенням насильства та підвищенням обізнаності і як це втручання сприяє перешкоджанню виникнення сприятливих ситуацій для вчинення актів насильства стосовно жінок, обмежена. Збільшення державної допомоги для подальшого проведення наукових досліджень та оцінювання, як того вимагає Стамбульська конвенція, дозволило б сформуванню більш обґрунтованих засад для дій у сфері недопущення насильства, зокрема підвищення обізнаності.

З 2005 року Рада Європи веде моніторинг виконання 47 державами-членами заходів, викладених у Рекомендації Rec(2002)5 Комітету міністрів державам – членам Ради Європи про захист жінок від насильства. Доповіді про результати моніторингу містять важливу інформацію про рівень боротьби з насильством стосовно жінок у кожній державі за допомогою законодавства, політики, допомоги, збору даних і превентивних заходів, зокрема підвищення обізнаності. При цьому в звіті про результати нещодавно проведеного моніторингу зазначено, що «дуже важко виміряти рівень підвищення обізнаності, але ще складніше визначити показник, який дозволить оцінити це у порівняльному форматі за часом»⁶.

6 Рада Європи, «Аналітичне дослідження результатів четвертого раунду моніторингу виконання державами – членами Ради Європи Рекомендації Rec(2002)5 про захист жінок від насильства», (Council of Europe (2014), "Analytical study of the results of the fourth round of monitoring the implementation of Recommendation Rec(2002)5 on the protection of women against violence in Council of Europe member states", Council of Europe, Strasbourg, p. 35). Останній звіт про результати

Визначення

Існують різні варіанти тлумачення та визначення поняття «ініціативи з підвищення обізнаності». Вони варіюються від вузьких до ширших визначень, стосуючись ініціатив з інформування громадськості або комунікаційних ініціатив щодо форм та поширеності насильства стосовно жінок, допомоги та правових засобів захисту. Вони можуть також містити поняття підвищення обізнаності діячів сфери освіти та фахівців, які працюють у галузі боротьби з насильством стосовно жінок, представників засобів масової інформації та представників законодавчої сфери. Ініціативи з підвищення обізнаності можуть бути дуже різні, залежно від типу вжитих заходів і залучених громадських діячів, та проводитися в різних умовах, залежно від змісту та цільових груп. Тому важливо усвідомлювати той факт, що заходи, передбачені у статті 13, не завжди легко відрізнити від заходів, передбачених в інших статтях Стамбульської конвенції, зокрема пов'язаних з посиленням спроможності жінок, шкільним вихованням та підготуванням фахівців, а також з головною роллю, яку можуть зіграти ЗМІ та приватний сектор.

моніторингу, а також усі інші звіти опубліковано на відповідному сайті Ради Європи: www.coe.int/t/dghl/standardsetting/convention-violence/documentation_studies_publications_en.asp.

Розроблення та проведення кампаній або програм з підвищення обізнаності

Початок

Засади проведення кампаній або програм з підвищення обізнаності

Для забезпечення ефективності ініціатив з підвищення обізнаності їх необхідно розробляти як постійні та довгострокові (а не як разові короткотривалі) заходи, невід'язну частину всеосяжної і скоординованої політики, зокрема національного багаторічного плану дій або стратегії боротьби з насильством стосовно жінок. Наприклад, уряд Франції втілює цей підхід у послідовних трирічних планах боротьби з насильством стосовно жінок (2005–2007 рр., 2008–2010 рр., 2011–2013 рр., та чинний план на період 2014–2016 рр.), кожен з яких містить стратегію проведення тривалих заходів з інформування та підвищення обізнаності.

ФРАНЦІЯ

Урядові кампанії з підвищення обізнаності щодо насильства стосовно жінок (2001 р., потім щороку з 2006 р. по 2014 р.)

www.stop-violences-femmes.gouv.fr

2000 року уряд Франції провів масштабне опитування щодо насильства стосовно жінок (ENVEFF), а потім кампанію з підвищення обізнаності («Зняти табу», 2001 р.) за результатами цього опитування⁷. Починаючи з середини 2000-х, французький уряд впроваджував трирічні плани боротьби з насильством стосовно жінок, які передбачали щорічні інформаційні кампанії, спрямовані на підвищення обізнаності щодо цього явища. Під час проведення цих кампаній використовувалися оголошення про служби підтримки в друкованих виданнях та у відеороликах популярних ЗМІ⁸, а також листівки, постери та

7 ОБСЄ, «Підвищення рівня безпеки вдома: боротьба з насильством стосовно жінок у регіоні діяльності ОБСЄ. Збірка успішних практик» (OSCE (2009), *Bringing security home: combating violence against women in the OSCE region. A compilation of good practices*, OSCE, p. 39–40): www.osce.org/gender/37438.

8 З відеороликами всіх кампаній можна ознайомитися за посиланням: www.stop-violences-femmes.gouv.fr.

брошури. Початок кожної щорічної кампанії, зазвичай планувався так, щоб співпадати з Міжнародним днем ліквідації насильства стосовно жінок, 25 листопада.

Зазначений вище сайт висвітлює хід проведення цих кампаній, а також містить інформацію про різні форми насильства стосовно жінок (сексуальне насильство, сексуальне домагання, насильство, спричинене інтимним партнером, примусовий шлюб, каліцтво жіночих геніталій), номер телефону лінії допомоги, інформацію про захист за французьким законодавством, а також інформацію як для жінок, що потребують допомоги, так і для фахівців, які працюють з жертвами. Окрім цього, сайт також надає інформацію про неурядові організації, до яких можна звернутися по допомогу.

2011 року головна ціль заходів з підвищення обізнаності полягала в тому, щоб донести інформацію про існування лінії допомоги до жертв та заохотити їх звертатися по допомогу. Кампанія проводилася у партнерстві зі спеціалізованими неурядових організацій (зокрема з мережею FNSF (Національна федерація солідарності жінок), яка керувала лініями допомоги у 2010–2012 рр.) та були вжиті відповідні заходи, пов'язані з прогнозованим збільшенням кількості дзвінків⁹. 2012 року головною темою урядової кампанії з підвищення обізнаності було сексуальне насильство, для чого був створений окремий веб-сайт¹⁰. Кампанія, впровадження якої почалося 2013 року, була спрямована на заохочення жінок звертатися по допомогу та використовувати національну лінію допомоги (3919), покриття якої було розширене в 2014 році. Нинішній Четвертий план дій щодо запобігання та боротьби з насильством стосовно жінок (2014–2016 рр.), передбачає безперервність цих заходів з підвищення обізнаності¹¹.

Розроблення стратегії підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок передбачає виділення відповідних фінансових ресурсів. Бюджет програми або кампанії з підвищення обізнаності має бути реалістичний за цілями. В тих ситуаціях, коли державні ресурси обмежені, може бути доречно спробувати отримати додаткове фінансування (наприклад, від міжурядових організацій) або внески в натуральній формі (безоплатне надання рекламних площ, послуг дизайну/оформлення або проведення опитувань або допомога наукових закладів у формі проведення моніторингу та оцінювання).

Вибір партнерів

Розроблення заходів з підвищення обізнаності вимагає наявності досвіду у сфері зв'язків з громадськістю, а також знання предмета. Тому уряди мають залучати не лише спеціалістів у галузі зв'язків з громадськістю, а рівною мірою і представників громадянського суспільства та інших партнерів, які мають необхідні знання щодо цієї теми. Зокрема, такі знання мають неурядові жіночі організації, що спеціалізуються на боротьбі з насильством

9 Детальніше на сайті: www.stop-violences-femmes.gouv.fr/IMG/pdf/dossierpresse.pdf.

10 Див. www.stop-harcèlement-sexuel.gouv.fr/.

11 Див. <http://stop-violences-femmes.gouv.fr/IMG/pdf/Plan-de-lutte-contre-les-violences.pdf>.

стосовно жінок, і багато з них мають великий досвід роботи у сфері підвищення обізнаності з цієї проблеми. Уряди можуть також передати відповідальність за ініціативи з підвищення обізнаності громадським організаціям, які мають значний досвід у питаннях насильства стосовно жінок. Наприклад, до такого підходу вдався уряд Німеччини, який підтримував кампанії з підвищення обізнаності, підготовлені та проведені громадськими організаціями¹².

Розроблення засад, які передбачають залучення нових партнерів, зокрема з корпоративного сектора та ЗМІ, може стати суттєвим важелем впливу. Багаторічна ініціатива, впроваджена в Туреччині, що об'єднала зусилля уряду, ООН, неурядових організацій, представників приватного сектора та різних кампаній, – зразок того, що через побудування гнучкого об'єднання за участю багатьох різних учасників можна досягти значно кращих результатів¹³.

ТУРЕЧЧИНА

Кампанія «Зупинити насильство стосовно жінок» у Туреччині (проводив Генеральний директорат уряду Туреччини з питань статусу жінок, KSGM, 2004–2008 рр.)

2004 року високий рівень громадського інтересу до результатів дослідження злочинів, учинених в ім'я так званої «честі», став відправною точкою для проведення тривалих заходів з підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок у Туреччині. Генеральний директорат уряду Туреччини з питань статусу жінок (KSGM) за технічної підтримки Фонду народонаселення ООН (FNUAP) розробив інформаційну та правозахисну кампанію з початковим строком один рік. Ця кампанія була спрямована безпосередньо на чоловіків, проводилася в партнерстві з представниками приватного сектора та органів місцевого самоврядування, знаменитістю, яка стала «обличчям» кампанії, Федерацією футболу Туреччини, Федерацією журналістів Туреччини, урядовими високопосадовцями та релігійними лідерами. Запуск додаткової кампанії з привернення уваги до домашнього насильства приватним медіа-підприємством «Hürriyet», яке випускає щоденну газету з найбільшим у Туреччині тиражем, допомогло об'єднати зусилля учасників, що привело до ширшого та тривалішого охоплення аудиторії. Партнерство з впливовим засобом масової інформації забезпечило рідкісну можливість власними силами підготувати журналістів

12 Див. www.coe.int/t/dg2/equality/domesticviolencecampaign/countryinformationpages/germany/NationalDopovid_en.asp, зокрема «4. Поточні кампанії за підтримки федерального уряду».

13 Детальніша інформація про кампанії та опис процесу викладено за посиланням: www.coe.int/t/dg2/equality/domesticviolencecampaign/countryinformationpages/turkey/ та Фонд народонаселення ООН (2007), «Проведення програм для подолання насильства стосовно жінок. 10 прикладів» (UNFPA (2007), *Programming to address violence against women. 10 case studies*, Fonds des Nations Unies pour la population, New York, p. 57 et suiv) www.unfpa.org/public/global/pid/386.

та інших осіб до того, як доносити інформацію про насильство стосовно жінок. Це також дозволило збільшити рівень повідомлень про цю проблему в газеті та привело до створення лінії допомоги в стамбульському регіоні, а також до створення платформи, за допомогою якої жіночі неурядові організації дають жінкам змогу висловити свою думку щодо низки питань.

Кампанію проводили паралельно з технічними та політичними заходами, такими як тренування державних службовців, поліції, релігійних лідерів та журналістів, а також із проведенням додаткових наукових досліджень для створення нових стратегій (зокрема національного плану дій щодо подолання домашнього насильства, створення нових притулків для жінок та ліній допомоги), таким чином мобілізуючи громадську підтримку на користь цих ініціатив¹⁴.

Розроблення кампанії або програми з підвищення обізнаності

Розроблення кампанії або програми з підвищення обізнаності має ґрунтуватися на чіткому визначенні завдань, очікуваних результатів і плану дій (логічна модель). Формулювання цілей і завдань, чітке визначення цільової аудиторії та порушених питань, мотиви вибору цільової аудиторії та засоби впливу на неї – все це допомагає визначити очікуваний внесок у більш широку стратегію усунення насильства стосовно жінок. Це також створює засади для оцінення ефективності ініціативи.

Очікування стосовно результатів чи впливу кампанії або програми з підвищення обізнаності мають бути реалістичні¹⁵. Зміна ставлення та поведінки потребує додаткових заходів. Кампанії або програми з підвищення обізнаності можуть допомогти «зняти табу» та змусити розуміти, що насильство стосовно жінок – суспільна проблема, з якою повинні боротися як держава, так і суспільство. Надання точної інформації про форми та розповсюдженість цієї проблеми, а також про її вплив на дітей – перший та

14 Детальніше про кампанії та процес: www.coe.int/t/dg2/equality/domesticviolencecampaign/countryinformationpages/turkey/, та ФН ООН (2007), *цит. з попереднього документа*.

15 Що стосується реалістичних очікувань від правозахисних кампаній з подолання насильства стосовно жінок (та належних зауважень про проведення кампаній з підвищення обізнаності), див. Віртуальний центр знань ООН для подолання насильства стосовно жінок та дівчат: www.endvawnow.org/en/articles/1155-what-can-one-expect-from-a-campaign-to-end-vaw.html. Світова організація здоров'я також застерігає, що «важно виміряти можливі зміни у рівнях насильства, пов'язані з втручанням ЗМІ», підкреслюючи, що, за результатами досліджень, ключовими факторами є належне розуміння поведінки аудиторії та залучення її до розроблення заходів втручання. Див. ВОЗ, «Запобігання насильству: факти. Просування гендерної рівності для недопущення насильства стосовно жінок (серія доповідей про запобігання насильству)» (WHO (2009), "Violence prevention: the evidence. Promoting gender equality to prevent violence against women (Series of briefings on violence prevention)", World Health Organization) http://whqlibdoc.who.int/publications/2009/9789241597883_eng.pdf.

основний крок, що може допомогти розвінчати міфи та змінити свідомість жертв і свідків актів насильства, а також надати рекомендації стосовно варіантів втручання та подолання насильства та ставлення, яке його виправдовує. Підвищення обізнаності про наявні засоби правового та іншого захисту і служби допомоги також може заохотити жертв звертатися по допомогу та відшкодування, а кривдників – по проходження лікування.

Розроблення ефективної ініціативи з підвищення обізнаності має ґрунтуватися на глибокому знанні питання, цільової групи, оптимальних засобів впливу на неї та найефективнішого способу донесення ідеї. Наприклад, дані, одержані за результатами проведення опитування про підвищення обізнаності щодо проблеми у певних верствах населення, можуть служити базою для розроблення заходу з підвищення обізнаності, а також для оцінення ефективності його проведення, якщо є можливість зібрати порівняльні дані постфактум. Деколи першим кроком у підготованні заходу з підвищення обізнаності може бути проведення дослідження для отримання відповідних даних. Наявність даних у масштабі Європейського Союзу про характер та обсяг насильства за ґендерною ознакою стосовно жінок з моменту публікації Агенцією з фундаментальних прав результатів опитування про насильство стосовно жінок (2014)¹⁶ може служити відправною точкою для проведення ініціатив з підвищення обізнаності у 28 державах – членах Європейського Союзу, які входять до складу Ради Європи. Аналогічно, в спеціальному звіті Євро-барометра, присвяченому темі домашнього насильства стосовно жінок (2010)¹⁷, також викладені результати опитування з питань громадської обізнаності та думки про акти домашнього насильства, проведеного на всій території ЄС, як продовження подібного опитування десятирічної давності¹⁸, та містяться цінні вказівки щодо зміни обізнаності та ставлення до цієї форми насильства.

16 Агенція Європейського Союзу з фундаментальних прав, «Насильство стосовно жінок: опитування в масштабах ЄС. Основні результати» (*European Union Agency for Fundamental Rights (2014), Violence against women: an EU-wide survey. Main results*, Publications Office of the European Union, Luxembourg) <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/vaw-survey-main-results>.

17 Генеральний директорат Європейської комісії з питань зв'язків з громадськістю, «Євробарометр 73.2: Домашнє насильство стосовно жінок» (*European Commission Directorate-General for Communication (2010), Eurobarometer 73.2: Domestic violence against women*, TNS Opinion & Social, Brussels); на сайті http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_344_en.pdf.

18 Генеральний директорат Європейської комісії з питань інформації, зв'язків з громадськістю, культури та аудіовізуальних медіа, «Євробарометр 51.0: Європейці та їхні погляди на прояви домашнього насильства стосовно жінок» (*European Commission Directorate-General for Information, Communication, Culture and Audiovisual Media (1999), Eurobarometer 51.0: Europeans and their views on domestic violence against women*, Brussels) http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_127_en.pdf.

Важливість оцінювання

Попри кілька десятиліть практичного навчання, ефективність проведення заходів з підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок рідко оцінюють в Європі, а вплив та результати цих заходів так само систематично не аналізують¹⁹. Загальна недостатність (порівняльних) даних і досліджень про насильство стосовно жінок, з цього погляду, є перепорою, яку Стамбульська конвенція, у своєму положенні про збір даних і дослідження (стаття 11), намагається подолати. Однак слід зазначити, що виміряти вплив ініціатив або кампаній з підвищення обізнаності (з огляду на їх внесок у недопущення насильства) – в цілому складне завдання через множинність і складність факторів, що сприяють вчиненню насильства над жінками та його усуненню²⁰. Відповідно, дуже важливо ретельно підійти до розроблення засад оцінювання ефективності ініціативи з підвищення обізнаності, зокрема, з боку виділення необхідних фінансових ресурсів.

Вибір меседжів та цільової аудиторії

Зміст меседжів з метою підвищення обізнаності має ґрунтуватися на чіткому визначенні насильства стосовно жінок та домашнього насильства з погляду фундаментальних прав людини та гендерного розуміння, як того вимагає Стамбульська конвенція (стаття 3). Ці меседжі мають бути спрямовані не лише на вплив, а й на передумови виникнення насильства стосовно жінок: гендерну нерівність і дискримінацію, а також норми та стереотипи, які допускають або виправдовують насильство стосовно жінок.

19 Європейська комісія, «Обмін рекомендаціями з питання гендерної рівності: заходи з підвищення обізнаності для подолання насильства стосовно жінок та дівчат», підсумковий звіт (European Commission (2012), *Exchange of good practices on gender equality: awareness-raising activities to fight violence against women and girls. Summary report*, European Commission (Justice), UK, pp. 12–13) http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/exchange_of_good_practice_uk/summary_report_uk_2012_en.pdf.

20 Див. приклади методик оцінювання впливу кампаній у публікації Віртуального центру знань для подолання насильства стосовно жінок та дівчат, «ООН Жінки», «Кампанії з подолання насильства над жінками та дівчатами», зокрема розділ 7.10 «Оцінення впливу кампаній» (UN Women's Virtual Knowledge Centre to End Violence Against Women and Girls (2011), *Campaigns to end violence against women and girls*, UN Women, in particular Chapter 7.10: *Assessing impact in campaigns*). www.endvawnow.org/en/articles/1339-assessing-impact-in-campaigns.html?next=1340; інструменти оцінювання масових інформаційних ініціатив описано в розділі 7.9 «Оцінювання кампаній» (Campaign evaluation) www.endvawnow.org/en/articles/1336-special-tools-to-evaluate-mass-communication-activities.html?next=1337; розділі 1.5: «Чого можна очікувати від кампанії з подолання насильства стосовно жінок?» (*What can one expect from a campaign on VAW?*) www.endvawnow.org/en/articles/1155-what-can-one-expect-from-a-campaign-to-end-vaw.html. Складність факторів, які призводять до актів насильства стосовно жінок, описали Гейгеманн-Вайт та ін., цит. у попередньому документі (Hagemann-White C. et al. (2010), op. cit.).

Подолання різних форм насильства стосовно жінок та домашнього насильства

Стаття 13 містить зобов'язання підвищити обізнаність і розуміння широкою громадськістю проявів усіх форм насильства, які підпадають під сферу застосування Конвенції, а також їхніх наслідків для дітей, тому держави-члени повинні проводити роботу з підвищення обізнаності щодо всіх цих аспектів. У всьому регіоні держави – члени Ради Європи провели низку ініціатив з підвищення обізнаності та/або надали (фінансову чи іншу) підтримку заходам з її підвищення, які проводили спеціалізовані неурядові організації. Насильство, вчинене інтимним партнером, або домашнє насильство – ті форми насильства стосовно жінок, яких висвітлювали найрегулярніше та найширше, зокрема в рамках двох кампаній у європейському масштабі²¹. У країнах, в яких заходи з підвищення обізнаності поширювалися лише на деякі форми та аспекти насилля стосовно жінок, інші форми насильства треба висвітлювати у пріоритетному порядку, у рамках більш довгострокової стратегії, що з часом забезпечить охоплення всіх видів насильства, в тому числі таких його форм, що впливають на особливо вразливих або ізольованих від суспільства жінок.

Цільова аудиторія та задум «досягти широкої громадськості»

Поняття «широкої громадськості» стосується різних груп суспільства, які повинні бути проінформовані про масштаб і форми насильства стосовно жінок, необхідність покласти цьому край та засоби допомоги і послуги для жертв. Під час розроблення заходу з підвищення обізнаності треба забезпечити формування повідомлень таким чином, щоб вони досягли тих осіб, для кого призначені, та були ними почуті. Держави-члени зобов'язані забезпечити, щоб усі представники широкої громадськості (незалежно від віку, класу, статі, етнічної належності тощо, незалежно від того, чи вони жертви, кривдники, фахівці, які працюють з будь-якою з цих категорій осіб, представники законодавчої сфери, лідери громадської думки тощо) були охоплені заходами з підвищення обізнаності, розробленими з метою ефективного виконання поставленого завдання. Виконання цього зобов'язання, за Стамбульською конвенцією, вимагає низки різних заходів, що спрямовані на конкретну аудиторію та несуть різні меседжі в рамках загальної довгострокової стратегії підвищення обізнаності, яка охоплює всі верстви населення.

²¹ Річна кампанія проти домашнього насильства, проведена в Європейському Союзі 1999 року, та Кампанія Ради Європи по боротьбі з насильством щодо жінок включно з домашнім насильством, яка проводилася з 2006 по 2008 pp.: www.coe.int/t/dg2/equality/domesticviolencecampaign/.

Головна аудиторія

Численні ініціативи з підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок, які проводили уповноважені органи влади або громадські організації, адресовані – безпосередньо чи опосередковано – жінкам як (потенційним) жертвам різних форм насильства²². В останні роки все частіше визнають, що не менш важливо підвищити обізнаність чоловіків та хлопців не лише як (потенційних) кривдників, а також як членів суспільства, що грають важливу роль у своєму середовищі у боротьбі з сексизмом та насильством чоловіків стосовно жінок²³. Також усе більше визнають важливість звертатися до молоді для боротьби з насильницьким ставленням у стосунках між підлітками та глибокими гендерними стереотипами, які формують таке ставлення²⁴, а також для охоплення особливо ізольованих груп за допомогою спеціальних заходів. При виборі цільової аудиторії для заходів з підвищення обізнаності, відповідно, важливо передусім охопити ту аудиторію, з якою раніше роботу не проводили, в рамках довгострокової стратегії, що забезпечить з часом охоплення всіх верств суспільства.

Етичні міркування

Необхідно ретельно вибирати мову та зображення, які використовуються для підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок. Деякі типи меседжів та ілюстрацій можуть сприяти посиленню міфів, стереотипів та відчуття вини жертви, що підтримує сприятливе середовище для вчинення актів насильства стосовно жінок. Детальні візуальні ілюстрації актів насильства та поганого поведіння можуть привернути увагу через «шоковий складник», однак важливо брати до уваги наслідки такого підходу. Так само безпосередні свідчення жертв можуть бути сильним засобом передавання меседжу, однак їх треба публікувати лише після ретельного обміркування можливих наслідків для фізичної та психологічної безпеки жертв. Отже,

22 Популярні та поширені меседжі кампаній закликають жінок, постраждалих від насильства, «зняти табу», «примусити почути свій голос», спробувати дізнатись про свої законні права та звернутися до служб допомоги.

23 Приклад цього – складник, пов'язаний з підвищенням обізнаності, що входив до проекту «Посилення заходів з недопущення та реагування на домашнє насильство у Грузії» (SHiEld) і містив меседжі, спрямовані на чоловіків від 18 до 65 років стосовно повної неприпустимості домашнього насильства стосовно жінок; див. публікацію «ООН Жінки», «Посилення заходів з недопущення та реагування на домашнє насильство в Грузії», фінальна оцінювальна доповідь (UN Women (2011), "Enhancing Prevention and Response to Domestic Violence in Georgia – SHiEld", Final evaluation report): www.endvawnow.org/uploads/browser/files/shield_communications_report_final_final.pdf.

24 Кампанія «Це – насильство», яку проводило Міністерство внутрішніх справ Великої Британії, була спрямована на молодь: <http://thisisabuse.direct.gov.uk/>.

залучення професіоналів, які працюють у сфері боротьби з насильством стосовно жінок – часто в спеціалізованих жіночих громадських організаціях є дуже суттєвим для розроблення меседжів з урахуванням наслідків для жертв.

Також варто звертатися до чинних рекомендацій, керівних принципів та переліків рекомендованих і заборонених дій у сфері інформування про насильство стосовно жінок. Наприклад, набір рекомендацій, підготовлений організацією UNIFEM (тепер «ООН Жінки») про стратегічне інформування для подолання насильства стосовно жінок, окремо підкреслює це та пропонує перелік «рекомендованих і заборонених дій», зокрема щодо меседжів про посилення спроможності жінок²⁵. Національна служба Ірландії з недопущення домашнього, сексуального та гендерно-зумовленого насильства (COSC) опублікувала посібник для груп, яким вона видає грантову допомогу на ініціативи з підвищення обізнаності/інформування²⁶. Служба Великої Британії з питань рівності опублікувала перелік рекомендацій «Подолання насильства стосовно жінок та дівчат: посібник з успішної комунікаційної практики», адресований діячам, які працюють у сфері боротьби з насильством стосовно жінок та дівчат²⁷.

25 UNIFEM, «Різниця існує: стратегічне інформування для подолання насильства стосовно жінок (UNIFEM (2003), *Making a difference: strategic communications to end violence against women*, United Nations Development Fund for Women, New York, p. 16) www.endvawnow.org/en/tools/view/342-making-a-difference-strategic-communications-to-end-violence-against-women-2003.html.

26 COSC, «Інформаційна доповідь про підходи до пропагування та розвитку розуміння явища домашнього, сексуального та гендерно-зумовленого насильства» (COSC (2013), *Communications paper on approaches to promoting and developing an understanding of domestic, sexual and gender-based violence*, National Office for the Prevention of Domestic, Sexual and Gender-based Violence (COSC), Dublin), www.cosc.ie/en/COSC/Communications, та COSC, «Керівні принципи для проведення заходів з підвищення обізнаності громадськості щодо домашнього, сексуального та гендерно-зумовленого насильства» (COSC (2011), *Guiding principles for public awareness-raising activities relating to domestic, sexual and gender-based violence*), www.cosc.ie/en/COSC/Cosc%20-%20Guidance%20Principles%20Document%20-%20updated%2017th%20June%202011.pdf/Files/Cosc%20-%20Guidance%20Principles%20Document%20-%20updated%2017th%20June%202011.pdf.

Схвалюючи цю ініціативу в цілому, спеціалізовані громадські організації порушили деякі питання, зокрема, що в Національному плані дій уряду щодо домашнього, сексуального та гендерно-зумовленого насильства недостатньо враховано гендерний масштаб насильства стосовно жінок. Деякі спеціалізовані неурядові організації також відзначили, що наведений у посібнику приклад використання в кампанії «простих та ефективних меседжів» не здається їм ефективним. Це підкреслює потребу в проведенні наукового оцінювання фактичних наслідків/результатів ініціатив з інформування/підвищення обізнаності.

27 Урядова служба з питань рівності (2009), «Боротьба з насильством стосовно жінок та дівчат. Посібник з практичними порадами щодо комунікаційних заходів» (Government Equalities Office (2009), *Tackling violence against women and girls. A guide to good practice communications*, Londres) http://sta.geo.useconnect.co.uk/news/vaw_guidance.aspx. Той факт, що цей посібник був підготовлений PR-агенцією без участі спеціалізованих неурядових організацій, викликав критику деяких фахівців в цій галузі.

Вибір меседжів

Важливо забезпечувати, щоб інформаційні повідомлення були адаптовані до національних або місцевих особливостей, як з погляду зображень, так і з погляду культурних міркувань або інших причетних аспектів. Певні національні або місцеві особливості зумовлюють краще сприйняття графічних зображень, ніж інші. Для створення необхідного «шокового» ефекту іноді доречніше використовувати менш прямолінійні засоби для передання меседжу. Як приклад можна навести кампанію «Нульова терпимість» (Zero Tolerance), проведена в Шотландії 1992 року та проілюстровану мирними зображеннями, що супроводжувалися шокowymi фактами про домашнє насильство, а не зображеннями проявів насильства чи травм, отриманих жертвами. Саме зіставлення зображень і тексту створило «шоковий ефект» і привертало увагу²⁸. У франкомовній Бельгії в рамках ініціативи з привернення уваги до психологічного насильства, вчиненого інтимним партнером, яку проводили під назвою «Фред та Марі / Марі та Фред» (*Fred et Marie / Marie et Fred*), вийшла серія короткометражних фільмів, що зображували – без сенсаційних ефектів та у формі спостереження з боку – психологічне насильство у стосунках, а також реакцію жертви та свідків.²⁹

Кампанія «Нульова терпимість», Единбург, Шотландія, 1992 рік

www.zerotolerance.org.uk

1992 року Жіночий комітет Единбурзької окружної ради (Шотландія, Велика Британія) спільно з місцевими жіночими організаціями ініціював проведення кампанії «Нульова терпимість», яка стала першою кампанією з підвищення обізнаності суспільства в Європі, призначеною змінити соціальне ставлення до фізичної та сексуальної агресії до жінок та дівчат, а також розвінчати міфи та стереотипи щодо насильства чоловіків стосовно жінок. Цю кампанію проводили протягом шести місяців в місті Единбурзі; вона висвітлювала масштаб насильства стосовно жінок³⁰. Постери з різними зображеннями та зверненнями були розміщені на рекламних щитах і стінах, а також на громадських будівлях по всьому місту. Постери були створені за результатами наукових досліджень і на основі досвіду жінок та дітей. Вони містили чорно-білі фотографії і супровідний текст з чітко та стисло наведеними фактами, що розвінчували деякі з найпоширеніших міфів про насильство стосовно жінок та дівчат. Зіставлення стильних чи спокійних зображень і шокowych фактів про чоловіче насильство стосовно жінок та дівчат виявилось дуже ефективною стратегією, а

28 Кітцінгер Й., «Боротьба з сексуальним насильством стосовно дівчат: підхід, що передбачає підвищення соціальної обізнаності» (Kitzinger J. (1994), *Challenging sexual violence against girls: a social awareness approach*, *Child Abuse Review*, vol. 3, no 4, p. 246–248) <http://cf.ac.uk/jomec/resources/ABUSEREV.pdf>.

29 Див www.fredetmarie.be/; www.marieetfred.be/.

30 Див. <http://zerotolerance.org.uk/projects/PreviousCampaigns/1/13>.

результати оцінення першої фази кампанії показали, що населення Единбурга позитивно сприйняло саму кампанію та її меседжі³¹. В рамках кампанії були випущені інші матеріали, зокрема інформаційні брошури, поштові листівки, закладки, які розповсюджували в муніципальній бібліотеці. Завдяки партнерству зі ЗМІ на місцевому та національному рівнях було забезпечене широке висвітлення кампанії. В її рамках також були організовані заходи для фахівців та широкої громадськості.

П'ять чорно-білих постерів, випущених для першої кампанії понад двадцять років тому, досі залишаються прикладом успішної практики з підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок та дівчат. На першому постері були зображені дві дівчинки, які гралися, а зображення супроводжувалося підписом: «Коли вони досягнуть 18-річного віку, одна з них стане жертвою сексуального насильства». Другий постер був присвячений масштабів сексуального насильства в житті жінок і містив текст: «Жінки віком від трьох до дев'яноста трьох років стають жертвами зґвалтування», підкреслюючи ризик, джерело якого для жінок – знайомі їм чоловіки: «Чоловік, батько, невідомий: зловживання чоловіка силою – злочин». Третій постер привертав увагу до явища домашнього насильства меседжем: «Вона живе з успішним бізнесменом, дбайливим батьком і шанованим членом суспільства. Минулого тижня вона потрапила через нього до лікарні». Четвертий постер містив гасло: «Жоден чоловік не має права», що стосувалося різних форм насильства, охоплених кампанією. І, нарешті, п'ятий постер звертався до молоді: «Коли вони кажуть «ні», це означає «ні». Деякі чоловіки цього не чують».

Ця кампанія з підвищення обізнаності створила плацдарм для проведення подальших заходів, спрямованих на зміну законодавства та політики, та привела до створення незалежної групи тиску, що продовжує роботу в цій сфері. Кампанія «Нульова терпимість» стала тривалою платформою для нових та інноваційних кампаній з підвищення обізнаності, що проводяться й досі, і цей підхід став зразком для низки кампаній у Великій Британії та в Європі в цілому.

Меседжі, які містять точні факти про насильство стосовно жінок, можуть сприяти підвищенню обізнаності про проблеми та розвінчання міфів і хибних уявлень. Важливо уникати повідомлень, які подають неточну інформацію, зміцнюють міфи або викликають надмірний страх. Наприклад, у регіонах, де відсоток засуджень за зґвалтування дуже низький (як у всіх європейських країнах), адресоване чоловікам повідомлення із меседжем, що зґвалтування приведе їх до ув'язнення, є неточним і тому недоцільним. Аналогічно, меседжі, що попереджають молодих жінок про ризик сексуального насильства, пов'язаний з вживанням алкоголю в барі чи клубі, контрпродуктивні, тому що вони покладають відповідальність на потенційну жертву, а не на потенційних кривдників³².

31 Кітцінгер Й. (1994), цит. з того ж твору (Kitzinger J. (1994), *op. cit.*)

32 Брукс О., «Хлопці! Припиніть це!» Прийняття або відкидання молодими жінками порад щодо їхньої безпеки під час перебування у барах, пабах та клубах» (Brooks O. (2011), *"Guys! Stop doing it!" Young women's adoption and rejection of safety advice when socialising in bars, pubs and clubs*, British

Меседжі повинні надавати точну інформацію про форми насильства, рівень поширеності, наслідки та правові засоби захисту, а також наявні варіанти допомоги для жертв, та повинні пропонувати певні форми дій, які можуть застосовуватися. Заклик до дій в рамках ініціативи з підвищення обізнаності може, наприклад:

- ▶ заохочувати жертв говорити та звертатися по допомогу (телефонуючи на лінію допомоги, звертаючись до вебсайту або консультаційного центру) та використовувати наявні засоби правової допомоги;
- ▶ закликати свідків актів насильства втручатися та висловлюватися;
- ▶ закликати громадян підтримувати нові проекти законодавчих змін або застосування чинного законодавства.

Важливо також враховувати той факт, що для окремих верств населення інформація має розповсюджуватися зрозумілою мовою, яка не завжди збігається з офіційною мовою країни або регіону.³³

Попереднє тестування меседжів за участю представників цільових груп і жертв допоможе забезпечити їх ефективність для цільової аудиторії й уникнути ненавмисного завдання шкоди.

Прийоми та медіа-засоби передачі меседжів

Вибір способів або засобів для проведення програми чи кампанії з підвищення обізнаності залежить від низки факторів. Найголовніший з них – це здатність вплинути на цільову аудиторію, однак не менш важливі й інші аспекти, зокрема наявність (фінансових) ресурсів. Необхідно розглянути широкий спектр інформаційних каналів і підходів.

Інформаційні канали

Класичні маркетингові канали часто використовують під час проведення кампаній з підвищення обізнаності, бо це дає змогу охопити велику частину населення. Дуже популярними засобами розповсюдження є розміщення публічних оголошень (соціальної реклами) на телебаченні, на радіо або в друкованих виданнях так само як рекламних постерів в громадських місцях (рекламні щити на центральних площах, автобусних зупинках, вокзалах тощо), роздавання брошур чи листівок. Використання цих інформаційних каналів зазвичай потребує значного бюджету або домовленості зі ЗМІ щодо безоплатного надання послуг. Можна також застосовувати оригінальні аль-

Journal of Criminology, 2011, vol. 51, no 4, p. 635–651).

33 Кампанія уряду Данії «Перервати тишу», проведена 2003 року багатьма мовами: <http://eige.europa.eu/content/stop-violence-against-women-break-the-silence-0>.

тернативні способи поширення меседжів з підвищення обізнаності, як це зробили в Туреччині (етикетки на одязі) та Німеччині (обгортки для паперових хусточок та пакети в пекарні, див. нижче).

НІМЕЧЧИНА

Надписи «Згвалтування/насильство – не в моєму пакеті»³⁴ (Vergewaltigung/Gewalt kommt nicht in die Tüte) на пакетах з пекарні в рамках кампанії

2001 року муніципальна влада міста Саарбрюкен (Німеччина) приєдналася та підтримала кампанію з підвищення обізнаності про сексуальне насильство, ініційовану спеціалізованими громадськими організаціями (центром допомоги жертвам згвалтування та асоціацією планування сім'ї). В цій кампанії використовували незвичний канал донесення до певного прошарку місцевого населення фактів і статистики, що розвінчують міфи навколо сексуального насильства, а також інформації про лінії допомоги для жертв сексуального насильства. Ця інформація була надрукована на титульній стороні паперових пакетів, які широко використовуються для пакування хліба і кондитерських виробів у німецьких пекарнях. На іншому боці був надрукований календар тематичних заходів, що проводилися два місяці, протягом яких паперові пакети розповсюджувалися в пекарнях міста та регіону. Ця кампанія була вписана до дій мерії у рамках боротьби з насильством стосовно жінок з нагоди Міжнародного дня ліквідації насильства стосовно жінок (25 листопада), які досягли кульмінації цього дня. Це повідомлення «зачіпало» навіть без використання шокових зображень чи текстів, тому що поширювалося незвичним способом, а для багатьох воно ставало першим інформаційним меседжем за день, який вони діставали вранці, купуючи собі хліб і випічку на сніданок. Використання незвичного засобу поширення інформації про сексуальне насильство – предмета з повсякденного життя, пов'язаного з харчуванням, часто наявного на столі кожної домівки – викликало не лише жваві обговорення серед клієнтів пекарень, а й інтерес ЗМІ, збільшуючи таким чином масштаб охоплення кампанії. Зокрема, центр допомоги жертвам згвалтування радо скористався нагодою широко розповсюдити номер лінії підтримки в простій формі. Відтоді кампанія проводилася на території всієї Німеччини та за її межами, а в деяких муніципалітетах земель Німеччини її навіть стали проводити щороку. Вона також послужила зразком для інших кампаній, які використовували незвичні засоби поширення інформації (наприклад, обгортки паперових хустининок в аптеках).

Застосування творчих, художніх способів може бути ефективним інструментом передання меседжу та впливу на публіку на іншому рівні, що відрізняється від простого подання фактів. Театральний проект «*Ferite A Morte*» («Вражені насмерть»), що базується на опублікованих в італійській

34 Вислів «*das kommt nicht in die Tüte*» (буквально, «це не в пакеті») означає німецькою «нізащо» або «не мій вибір чогось».

пресі випадках вбивства жінок (колишніми) партнерами, – приклад використання мистецтва для підвищення обізнаності публіки про найсерйозніший наслідок вчинення насильства стосовно жінок – смерть жертви³⁵.

Особи, які демонструють меседж

Знаменитості, які мають вплив на визначену аудиторію, можуть допомогти привернути увагу цільової аудиторії та ЗМІ до меседжу кампанії, що, своєю чергою, допоможе охопити широку громадськість. Наприклад, участь національної збірної з футболу в Туреччині³⁶ та збірної з регбі в Грузії³⁷ дозволила привернути увагу чоловіків та хлопців. У зверненнях до підлітків можна ефективно залучати зірок естради або відомих акторів.

Представники уряду та державні високопосадовці також можуть зіграти важливу роль у переданні меседжу своєму електоратові, колегам тощо. Експерти, такі як наукові дослідники або практики, можуть найкраще підійти для поширення меседжів серед іншої аудиторії.

Розповіді та свідчення окремих осіб, які безпосередньо зіткнулися з явищем насильства (жертв, кривдників, членів родин та інших) також можуть стати дієвим засобом поширення меседжу. Однак під час роботи зі свідченнями, що надають жертви або які їх стосуються, необхідно передовсім враховувати етичні міркування (див. вище).

Вибір правильного місця і часу

Державні та міжнародні свята, а також публікація доповідей з новими даними вважаються ефективними «гачками», які можуть зачепити увагу ЗМІ або привернути увагу до заходу з підвищення обізнаності³⁸.

Для привертання уваги певних професійних груп і представників законодавчої сфери надзвичайно ефективною виявилася організація спеціалізованих заходів, таких як експертні дискусії, інформаційні наради тощо.

Останніми роками спілкування в Інтернеті та соціальні мережі відіграють усе більшу роль як у комерційному, так і у соціальному маркетингу, зо-

35 Проект під егідою Міністерства закордонних справ Італії: детальніше на сайті <http://feriteamorte.it/eng/blessed-to-death/>.

36 Фонд народонаселення ООН (2007) (див. ст. 57 і далі стосовно досвіду Туреччини).

37 «ООН Жінки. Грузія» (2011), цит. з того ж документа.

38 Початок проведення кампаній або заходів часто збігається з міжнародними святами, такими як Міжнародний жіночий день (8 березня), Міжнародний день ліквідації насильства стосовно жінок (25 листопада) та День прав людини (10 грудня) (час між цими двома святами становить міжнародні «16 днів проти гендерного насильства»), Міжнародний день нетерпимості щодо каліцтва жіночих геніталій (6 лютого) та День святого Валентина (14 лютого).

крема стосовно молодшої аудиторії. Проте, коли йдеться про використання нових ЗМІ та соціальних мереж з метою підвищення обізнаності, необхідно враховувати, що відомості про результати та наслідки цих засобів розповсюдження обмежені.

(Соціальні) ЗМІ: частина проблеми чи частина розв'язання?

Визнаючи користь (соціальних) ЗМІ для підвищення обізнаності, необхідно також враховувати, що засоби масової інформації можуть грати важливу роль у популяризації деяких міфів і стереотипів, а також поширенні інформації дискримінаційного та насильницького характеру та пропагування ставлення, яке виправдовує насильство. Вони можуть також стати простором, в якому жінки та дівчата стають мішенню нових форм насильства, таких як переслідування через Інтернет. Ці аспекти необхідно враховувати при використанні (нових) ЗМІ з метою підвищення обізнаності³⁹. ЗМІ повинні бути «частиною розв'язання», а не «частиною проблеми».

Надзвичайно важливо привернути увагу медіа-фахівців до всіх форм насильства стосовно жінок. Це може стати рушійним фактором. Забезпечення якіснішого та точнішого висвітлення різних форм насильства стосовно жінок та підвищення обізнаності фахівців у сфері ЗМІ про необхідність уникати використання зображень і повідомлень, які пропагують міфи або виправдовують таке насильство, може бути більш ефективним для підвищення обізнаності широкої громадськості, ніж бронювання рекламної площі у великих ЗМІ. В Туреччині успішне партнерство з національною федерацією журналістів дало змогу провести серед них навчання з питання насильства над жінками та заохочувати якісніше висвітлення цієї проблеми у пресі завдяки запровадженню премії для молодих журналістів⁴⁰. Посібники з відповідальної роботи ЗМІ над висвітленням випадків насильства стосовно жінок, як, наприклад, випущені «Zero Tolerance»⁴¹, «DART Centre Europe»⁴²

39 Див. обговорення викликів та можливостей, пов'язаних з новими соціальними ЗМІ, у Раді Європи (2013), «ЗМІ та образ жінок», Доповідь Першої конференції Мережі національних координаційних центрів Ради Європи з питань гендерної рівності, Амстердам, 4-5 липня 2013 року, Рада Європи, Страсбург, особливо ст. 9–10 (Media and the image of women, Report of the 1st Conference of the Council of Europe Network of National Focal Points on Gender Equality, Amsterdam, 4–5 July 2013, Council of Europe, Strasbourg).

40 Див. врізку стосовно кампанії «Зупинити насильство стосовно жінок» у Туреччині, ст. 12 вище, а також ФН ООН (2006), цит. з попереднього документа.

41 Zero Tolerance, «Застосовувати обережно: посібник з відповідального висвітлення насильства стосовно жінок у медіа» (Zero Tolerance, *Handle with care: a guide to responsible media reporting of violence against women*) [www.zerotolerance.org.uk/sites/all/files/files/HWC_V5\(1\).pdf](http://www.zerotolerance.org.uk/sites/all/files/files/HWC_V5(1).pdf).

42 DART Centre Europe, «Висвітлення випадків вчинення актів сексуального насильства. Перелік рекомендацій ДАРТ-центру» (DART Centre Europe (2011), *Reporting on sexual violence. A DART Centre tip sheet*), http://dartcenter.org/files/sexual%20violence%20tipsheet_final_27.08.11.pdf.

та Міжнародною федерацією журналістів⁴³, можуть також зіграти важливу роль у підвищенні обізнаності журналістів. Зі свого боку, ЗМІ через підвищення рівня інформаційної роботи, зокрема через використання належної лексики та уникнення «термінів, які сприяють прикрашанню, створенню принадного образу, замаскують або роблять відносним» різні форми насильства стосовно жінок⁴⁴, а також надання змоги висловитися організаціям і фізичним особам, які борються з насильством стосовно жінок, можуть підвищити обізнаність своєї аудиторії з гендерних питань. Ось чому стаття 17 Стамбульської конвенції закликає держав-членів заохочувати ЗМІ відігравати активну роль у запобіганні насильству стосовно жінок та боротьбі з цим явищем.

43 Міжнародна федерація журналістів, «Рекомендації щодо висвітлення насильства стосовно жінок» (International Federation of Journalists (2009), Guidelines for reporting on violence against women) <http://ethicaljournalisminitiative.org/en/contents/ifj-guidelines-for-reporting-on-violence-against-women>.

44 Див. рекомендації для медійних організацій стосовно використання належної термінології для висвітлення випадків вчинення різних форм насильства стосовно жінок у Раді Європи (2013), «ЗМІ та образ жінок», в тому ж документі, особливо ст.21 (Les médias et l'image de la femme) і <http://www.womenlobby.org/news/new-resources/article/council-of-europe-media-and-the?lang=en>.

Висновок

Підвищення обізнаності та розуміння явища насильства стосовно жінок та домашнього насильства, а також його впливу на дітей – необхідна передумова для зміни ставлення та поведінки. Це може відігравати важливу роль у рамках всеосяжної стратегії запобігання. Для забезпечення ефективності необхідно, щоб кампанії або програми розробляли як невід’ємну частину комплексного сталого підходу до ліквідації насильства стосовно жінок, що втілюється у національному плані дій або державній програмі, і щоб на проведення цих заходів було виділено достатній бюджет. Створення чітких заasad, що визначають реалістичні завдання, цілі та методи вимірювання та оцінювання результатів, так само важливе, як і вибір партнерів, таких як представники громадськості або інші партнери з відповідним досвідом, зокрема жіночі неурядові організації, які спеціалізуються на боротьбі з насильством стосовно жінок.

Спираючись на наявні знання та досвід і враховуючи взаємозміцнювальний та наскрізний характер додаткових конвенційних зобов’язань у сфері запобігання, можна розробити ефективні ініціативи з підвищення обізнаності, адаптовані до різних місцевих і національних особливостей.

Чек-лист для кампаній з підвищення обізнаності

Кампанії з підвищення обізнаності можуть проводити різні особи як самостійно, так і у партнерстві з органами влади всіх рівнів (місцевого, регіонального, національного) та громадськими й іншими неурядовими організаціями. Стаття 13 Стамбульської конвенції містить перелік зобов'язань держав-членів, тобто урядів, стосовно регулярного проведення ініціатив з підвищення обізнаності. Наведений нижче чек-лист може бути корисним при розробці та проведенні кампанії або заходу з підвищення обізнаності.

- Чи базується кампанія на чіткому визначенні насильства стосовно жінок та домашнього насильства та їх розумінні у контексті гендеру та прав людини (тобто чи враховує та чи спрямована кампанія на розв'язання таких фундаментальних питань, як гендерна нерівність і дискримінація, на зміну норм, які допускають насильство та шкідливі гендерні стереотипи)?
- Чи являє собою кампанія невід'ємний складник комплексного підходу до ліквідації насильства стосовно жінок, наприклад у рамках національного плану або програми дій, чи її розроблено як тривалу, довгострокову ініціативу?
- Чи базується кампанія на логічній моделі з чіткими завданнями, цілями та показниками для вимірювання результатів, і чи передбачає вона систему моніторингу та оцінювання?
- Чи ґрунтується кампанія на результатах досліджень і даних / знаннях про
 - те, як працюють ініціативи з підвищення обізнаності (тобто реалістичне уявлення стосовно цілей, яких можна та не можна досягти);
 - відповідну тему;
 - цільову аудиторію;
 - оптимальний тип меседжу, орієнтованого на цільову аудиторію («Що їм необхідно почути?»);
 - оптимальний спосіб донесення меседжу до цільової аудиторії («Що необхідно зробити, щоб вони почули?»)?

- Якщо нема даних, чи передбачає проект, що пов'язаний з діями з підвищення обізнаності, проведення наукових досліджень для визначення зазначених вище питань (відповідна тема, цільова аудиторія, оптимальний спосіб донесення повідомлення)?
- Чи був виділений достатній бюджет для проведення заходів, необхідних для досягнення цілей кампанії (зокрема моніторингу та оцінювання)?
- Чи були фахівці з питань насильства стосовно жінок (зокрема жіночі організації, в тому числі ті, що працюють з жертвами) залучені на етапі планування?
- Чи кампанія визначає конкретну тему або тип насильства стосовно жінок, на який вона буде спрямована (забезпечуючи те, що в довгостроковій перспективі буде проведена боротьба з усіма формами насильства стосовно жінок з урахуванням їх наслідків для дітей)?
- Чи адаптована кампанія до національних/регіональних/місцевих особливостей?
- Чи була визначена конкретна цільова аудиторія: жінки з групи ризику, жінки, які вже стали жертвами насильства, свідки, кривдники, різні вікові групи, різні професійні групи (забезпечуючи те, що в довгостроковій перспективі будуть охоплені всі верстви суспільства)?
- Чи були обрані належні засоби та ЗМІ, а також тривалість і місце проведення кампанії для охоплення цільової аудиторії?
- Чи передбачає кампанія пропозиції щодо конкретних дій / подальших дій / змін для цільової аудиторії?
- Чи були враховані етичні міркування, зокрема щодо змісту меседжів і зображень (наприклад, уникнення стереотипного зображення жінок як пасивних жертв, а чоловіків – як злочинців, створення позитивних меседжів, що сприяють посиленню спроможності жінок)? Чи були враховані наявні рекомендації, інструкції та чек-листи з переліком «рекомендованих і заборонених дій» при проведенні інформаційних кампаній проти насильства стосовно жінок?
- Чи була розглянута можливість використання творчих інноваційних методів для передання меседжу кампанії?
- Чи була розглянута можливість залучення осіб, які подавали б приклад, та «послів доброї волі», якщо їхня участь ефективна для охоплення певних груп цільової аудиторії?
- Чи було ретельно вивчене питання порядку залучення ЗМІ та необхідності першочергового підвищення обізнаності керівників ЗМІ та журналістів?

Ключові джерела

Кампанії та ініціативи з підвищення обізнаності в Європі

В Інтернеті можна знайти безліч наснажливих прикладів кампаній проти різних аспектів насильства стосовно жінок, які ініціювали та впровадили як уряди, так і неурядові організації в Європі. Нижче наведено невичерпний перелік підходів, використаних для підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок у Європі.

1. Рада Європи

Кампанія Ради Європи по боротьбі з насильством щодо жінок включно з домашнім насильством, 2006–2008 рр., Фінальний звіт про проведення заходів⁴⁵.

2. Європейське жіноче лобі

Збірка постерів і відеороликів «Підвищення обізнаності для подолання насильства стосовно жінок: приклади успішних кампаній»⁴⁶.

Це збірка постерів і відеороликів, присвячених декільком формам насильства стосовно жінок, зокрема зґвалтуванню, домашньому насильству, сексуальному рабству, «злочинам в ім'я честі», проституції, каліцтву жіночих геніталій, домаганню на вулиці та примусовому шлюбу. Однак немає жодного критерію вимірювання або оцінення успіху цих кампаній.

Борись із зґвалтуванням! Використовуй Стамбульську конвенцію!

У рамках спільного проекту Ради Європи та Європейського жіночого лобі у 2013 році випущено серію матеріалів, які можна використовувати для проведення майбутніх кампаній проти зґвалтування, зокрема «Посібник із заходів».

45 Див. www.coe.int/t/dg2/equality/domesticviolencecampaign/Source/final_Activity_report.pdf.

46 Див. www.womenlobby.org/Get-involved/EWL-Campaigns/a-european-year-to-end-violence/raising-awareness-to-end-violence/?lang=en.

3. Європейська комісія

«Обмін успішними практиками з питань гендерної рівності: проведення заходів з підвищення обізнаності для подолання насильства стосовно жінок та дівчат. Підсумковий звіт», Європейська комісія (2012) (Генеральний директорат з питань правосуддя), Велика Британія (European Commission (2012), *Exchange of good practices on gender equality: awareness-raising activities to fight violence against women and girls. Summary report*, European Commission (DG Justice), UK)⁴⁷.

4. Європейський інститут з питань гендерної рівності

Кампанії з підвищення обізнаності про сексуальне насильство, які проводили уряди та неурядові організації⁴⁸.

Дослідження сексуального насильства стосовно жінок на території ЄС дозволило створити базу даних, яка містить інформацію про кампанії з підвищення обізнаності про сексуальне насильство, які проводили уряди та неурядові організації.

«Методи та засоби для недопущення домашнього насильства та захисту від нього»⁴⁹.

База даних про заходи підвищення обізнаності, які проводили уряди та неурядові організації.

«Методи та засоби боротьби з каліцтвом жіночих геніталій»⁵⁰.

База даних про заходи з підвищення обізнаності, які проводили уряди та неурядові організації.

5. Консультативний комітет з питань рівних можливостей для жінок і чоловіків

Висновок про можливість проведення в ЄС кампанії з підвищення обізнаності про насильство стосовно жінок та дівчат⁵¹.

Цей документ містить також додаток, в якому викладено практичні рекомендації про проведення кампаній з підвищення обізнаності в державах – членах ЄС.

47 Див. http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/other-institutions/good-practices/review-seminars/seminars_2012/violence_en.htm.

48 Див. <http://eige.europa.eu/content/sexual-violence>.

49 Див. <http://eige.europa.eu/methods-and-tools/domestic-violence?title=&foc%5B%5D=697>.

50 Див. <http://eige.europa.eu/methods-and-tools/female-genital-mutilation?title=&cat%5B%5D=570>.

51 Див. [http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/opinions_advisory_committee/opinion_on_a_possible_eu_awareness_raising_campaign_on_violence_against_women_and_girls_\(vawg\)_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/gender-equality/files/opinions_advisory_committee/opinion_on_a_possible_eu_awareness_raising_campaign_on_violence_against_women_and_girls_(vawg)_en.pdf).

6. Структура Об'єднаних Націй з питань гендерної рівності та підвищення спроможності жінок («ООН Жінки»)

Віртуальний центр знань організації «ООН Жінки» щодо боротьби з насильством стосовно жінок, огляд кампаній⁵².

Ця збірка містить інформацію про деякі кампанії, проведені в державах – членах Ради Європи.

Керівні принципи інформування про насильство стосовно жінок

«ООН Жінки», «Зображення життя без насильства: медіа-комунікаційні стратегії для подолання насильства стосовно жінок» (UNIFEM (2001), *Picturing a life free of violence: media communication strategies to end violence against women*)⁵³.

Ця збірка доступна онлайн англійською та іспанською мовами та містить деякі приклади, що походять з держав – членів Ради Європи.

«ООН Жінки», «Досягнення змін: стратегічні комунікації у подоланні насильства стосовно жінок» (UNIFEM (2003), *Making a difference: strategic communications to end violence against women*)⁵⁴ (доступно англійською та російською мовами).

«Zero Tolerance»/«Нульова терпимість», «Застосовувати обережно: посібник з відповідального висвітлення насильства стосовно жінок у медіа» (*Handle with care: A guide to responsible media reporting of violence against women*)⁵⁵.

DART Centre Europe(2011), «Висвітлення актів вчинення сексуального насильства: збірка рекомендацій «Дарт-центру Європа» (*Reporting on sexual violence: A Dart Centre Europe tip sheet*)⁵⁶.

Міжнародна федерація журналістів (2008), «Посібник з висвітлення насильства стосовно жінок» (International Federation of Journalists (2008):*Guidelines for reporting on violence against women*)⁵⁷.

52 Див. www.endvawnow.org/en/articles/158-campaigns.html.

53 Див. www.endvawnow.org/en/tools/view/431-picturing-a-life-free-of-violence-media-communication-strategies-to-end-violence-against-women-2001.html.

54 Див. www.endvawnow.org/en/tools/view/342-making-a-difference-strategic-communications-to-end-violence-against-women-2003.html.

55 Див. [www.zerotolerance.org.uk/sites/all/files/files/HWC_V5\(1\).pdf](http://www.zerotolerance.org.uk/sites/all/files/files/HWC_V5(1).pdf).

56 Див. http://dartcenter.org/files/sexual%20violence%20tipsheet_final_27.08.11.pdf.

57 Див. <http://ethicaljournalisminitiative.org/en/contents/ifj-guidelines-for-reporting-on-violence-against-women>.

Національна служба з запобігання домашньому, сексуальному та гендерно-зумовленому насильству, «Інформаційна доповідь про підходи до висвітлення та розвитку розуміння явищ домашнього, сексуального та гендерно-зумовленого насильства (COSC (2013), Communications paper on approaches to promoting and developing an understanding of domestic, sexual and gender-based violence)⁵⁸.

Служба Великої Британії з питань рівності (2009), «Подолання насильства стосовно жінок та дівчат: посібник з успішної комунікаційної практики», Лондон (Government Equalities Office (2009), Tackling violence against women and girls: A guide to good practice communication⁵⁹, Londres).

58 Див. www.cosc.ie/en/COSC/Communications%20paper%202013.pdf/Files/Communications%20paper%202013.pdf.

59 Див. http://sta.geo.useconnect.co.uk/news/vaw_guidance.aspx.

Бібліографія

Agence des droits fondamentaux de l'Union européenne, La violence à l'égard des femmes: une enquête à l'échelle de l'UE. Les résultats en bref, Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 2014.

Brooks O., «'Guys! Stop doing it!' Young women's adoption and rejection of safety advice when socialising in bars, pubs and clubs», British Journal of Criminology, vol. 51, 2011, no 4, p. 635–651.

Cerise S., «A different world is possible: a call for long-term and targeted action to prevent violence against women and girls», End Violence Against Women (EVAW) Coalition, Londres, 2011.

Commission européenne, Direction générale X «Information, communication, culture et audiovisuel», Eurobaromètre 51.0: Les Européens et la violence dont sont victimes les femmes, Bruxelles, 1999.

Commission européenne, Direction générale «Communication», Eurobaromètre 73.2: Violence domestique à l'égard des femmes, TNS Opinion et Social, Bruxelles, 2010.

Commission européenne, Exchange of good practices on gender equality: awareness-raising activities to fight violence against women and girls. Summary report, Commission européenne (Justice), Royaume-Uni, 2012.

Conseil de l'Europe, «Task Force du Conseil de l'Europe pour combattre la violence à l'égard des femmes, y compris la violence domestique (EG-TFV)», Conseil de l'Europe, Strasbourg, 2008.

Conseil de l'Europe, Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique et Rapport explicatif, Éditions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 2011.

Conseil de l'Europe, «Les médias et l'image de la femme», Rapport de la 1re Conférence du réseau du Conseil de l'Europe des points de contact nationaux sur l'égalité entre les femmes et les hommes, Amsterdam, 4–5 juillet 2013.

Conseil de l'Europe, Étude analytique des résultats du quatrième cycle de suivi de l'application de la Recommandation Rec(2002)5 sur la protection des femmes contre la violence dans les États membres du Conseil de l'Europe, document établi par Prof i.R. Dr. Carol Hagemann-White, Éditions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 2014.

COSC, «Guiding principles for public awareness-raising activities relating to domestic, sexual and gender-based violence», National Office for the Prevention of Domestic, Sexual and Gender-based Violence (COSC), Dublin, 2011.

COSC, «Communications paper on approaches to promoting and developing an understanding of domestic, sexual and gender-based violence», National Office for the Prevention of Domestic, Sexual and Gender-based Violence (COSC), Dublin, 2013.

DART Centre Europe, «Reporting on sexual violence», a DART Centre Europe tip sheet, 2011, consultable sur http://dartcenter.org/files/sexual%20violence%20tipsheet_final_27.08.11.pdf.

Government Equalities Office, Tackling violence against women and girls. A guide to good practice communications, Londres, 2009.

Hagemann-White C. et al., «Factors at play in the perpetration of violence against women, violence against children and sexual orientation violence – A multi-level interactive model» (Facteurs qui entrent en ligne de compte en ce qui concerne la perpétration d'actes de violence), in Commission européenne, Étude de faisabilité visant à évaluer les possibilités, les opportunités et les besoins en termes d'harmonisation des législations nationales relatives à la violence contre les femmes, à la violence contre les enfants et à la violence fondée sur l'orientation sexuelle, Office des publications de l'Union européenne, Luxembourg, 2010, chapitre 5.

Heise L. L., «Violence against women: an integrated, ecological framework», Violence Against Women, vol. 4, 1998, no 3, p. 262–290.

Hester M. et Lilley S.-J., Prévention de la violence à l'égard des femmes: Article 12 de la Convention d'Istanbul, Éditions du Conseil de l'Europe, Strasbourg, 2014.

International Federation of Journalists, «IJF Guidelines for reporting on violence against women», Getting the balance right: gender equality in journalism, IFJ, Bruxelles, 2009.

Kitzinger J., «Challenging sexual violence against girls: a social awareness approach», Child Abuse Review, vol. 3, 1994, no 4, p. 246–248.

OMS, Prévention de la violence: les faits. Promouvoir l'égalité entre les sexes afin de prévenir la violence contre les femmes (série d'exposés sur la prévention de la violence), Organisation mondiale de la santé, 2009.

ONUFemmes, «Final evaluation report: Enhancing Prevention and Response to Domestic Violence in Georgia – ShiEld», 2011, consultable sur www.endvawnow.org/uploads/browser/files/shield_communications_report_final_final.pdf.

ONU Femmes, Centre virtuel de connaissances pour mettre fin à la violence contre les femmes et les filles, Campaigns to end violence against women and girls, 2012, consultable sur www.endvawnow.org, voir «Programming modules», «Campaigns».

OSCE, Bringing security home: combating violence against women in the OSCE region. A compilation of good practices, Gender Section, Secrétariat de l'OSCE, Vienne, 2009.

UNFPA, Programming to address violence against women. 10 case studies, Fonds des Nations Unies pour la population, New York, 2006, consultable sur http://www.unfpa.org/sites/default/files/resource-pdf/vaw_10cases.pdf.

UNIFEM, Picturing a life free of violence: media and communications strategies to end violence against women (existe en anglais et en espagnol), 2001, consultable sur www.endvawnow.org/uploads/browser/files/Picturing%20a%20Life%20Free%20of%20Violence%20English.pdf.

UNIFEM, Making a difference: strategic communications to end violence against women, United Nations Development Fund for Women, New York, 2003, consultable sur www.endvawnow.org/en/tools/view/342-making-a-difference-strategic-communications-to-end-violence-against-women-2003.html.

Zero Tolerance, Handle with care: a guide to responsible media reporting of violence against women, consultable sur [www.zerotolerance.org.uk/sites/all/files/files/HWC_V5\(1\).pdf](http://www.zerotolerance.org.uk/sites/all/files/files/HWC_V5(1).pdf).

Стаття 13. Підвищення обізнаності

1. Сторони заохочують або проводять на регулярній основі та на всіх рівнях кампанії або програми з підвищення обізнаності, у тому числі в співробітництві з національними установами з прав людини та органами з питань забезпечення рівності, громадянським суспільством та неурядовими організаціями, зокрема жіночими організаціями, де це доречно, для підвищення обізнаності та розуміння серед широкої громадськості різних проявів усіх форм насильства, які підпадають під сферу застосування цієї Конвенції, та їхніх наслідків для дітей, а також потреби в запобіганні такому насильству.

2. Сторони забезпечують широке поширення серед широкої громадськості інформації про заходи, доступні для запобігання актам насильства, які підпадають під сферу застосування цієї Конвенції.

ВІЛЬНІ ВІД СТРАХУ. ВІЛЬНІ ВІД НАСИЛЛЯ

SAFE FROM FEAR. SAFE FROM VIOLENCE

www.coe.int/web/stop-violence-against-women-ukraine

www.coe.int

Рада Європи є провідною організацією із захисту прав людини на континенті. Вона включає в себе 47 держав-членів, 28 з яких є членами Європейського Союзу. Усі держави – члени Ради Європи підписали Європейську конвенцію з прав людини – договір, спрямований на захист прав людини, демократії та верховенства права. Європейський суд з прав людини контролює дотримання Конвенції у державах-членах.

