РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ МІНІСТЕРСТВА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ СТОСОВНО СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБІЗНАНОСТІ



Проект Ради Європи «Боротьба з насильством щодо жінок та дітей в Україні»

COUNCIL OF EUROPE
CONSEIL DE L'EUROPE

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ МІНІСТЕРСТВА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ СТОСОВНО СТРАТЕГІЧНОГО ПІДХОДУ ДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБІЗНАНОСТІ

Міжнародна експертка: **Карін Хайсеке**
Національні експерти: **Юлія Гончар** та **Костянтин Коваленко**

22 грудня 2017 року

Висловлені у цій роботі думки є позицією лише автора
та не обов'язково відображають офіційну політику Ради Європи

Зміст

ВСТУП 5

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ 7

РЕЗУЛЬТАТИ ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ: ВИЯВЛЕНІ ПЕРЕШКОДИ 8

ШЛЯХ УПЕРЕД: КЛЮЧОВІ МОМЕНТИ, ЯКІ СЛІД ВРАХУВАТИ 15

РЕКОМЕНДОВАНІ ПОЧАТКОВІ КРОКИ 26

ПІДГОТОВКА СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ОБІЗНАНОСТІ 28

ДОДАТОК 1: ДОСЛІДЖЕННЯ / ДАНІ 31

ДОДАТОК 2: ІНШІ РЕСУРСИ 32

Вступ

Підвищення рівня обізнаності стосовно різних форм насильства щодо жінок і домашнього насильства — важливий елемент запобігання насильству щодо жінок, оскільки підвищення обізнаності є першим кроком у зміні вже сформованих поглядів, ставлень та поведінки, які залишаються або заохочують до вчинення різних форм насильства щодо жінок.

Розглядаючи особливу роль підвищення обізнаності в рамках заходів запобігання, важливо враховувати та визнавати різницю між змінами, які відбуваються в усвідомленні та поглиблених знаннях певної теми, а також зміною в ставленні та поведінці. Підвищення рівня обізнаності є прототипом змін у ставленні та поведінці та може допомогти у створенні сприятливого середовища для зміни політики та її впровадження. Проте не можна припускати, що вищий рівень обізнаності та знань сам по собі призведе до зміни ставлення у питанні насильства щодо жінок. Радше зміна ставлення, з метою остаточної зміни поведінки, потребує подальших освітніх заходів та більш поглибленої, довгострокової участі в них. Ініціативи з підвищення обізнаності слід розуміти як один важливий елемент комплексу заходів, спрямованих на покращення спроможності до реагування та запобігання насильству щодо жінок. Слід також зазначити, що все ще обмеженою залишається поточна база знань про взаємозв'язок між запобіганням та підвищенням обізнаності й щодо того, як ці заходи втручання сприяють руйнуванню шляхів до вчинення насильства щодо жінок[1].

1 Див. Сара Рафаель Альмейда, Джоана Соуза Лоуренсо, Франсуа Дж. Дессарт та Емануеле Сіріоло, Усвідомлення суті запобігання та боротьби з насильством щодо жінок з позиції поведінкових наук (http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC103975/lbna28235enn.pdf): «... є небагато наукових доказів щодо оцінки *очікуваних* та *реальних* наслідків стосовно ініціатив, застосованих спеціально для питання насильства щодо жінок». Про комплексність факторів, що ведуть до насильства щодо жінок, див. Хагеманн-Вайт (Hagemann-White C.) та інш. (2010). Фактори, що відіграють роль у насильстві щодо жінок і дітей та сексуально-орієнтованому насильстві — Багаторівнева інтерактивна модель (частина Техніко-економічного обґрунтування для оцінки можливостей, ймовірностей та потреб стандартизації національного законодавства щодо гендерного насильства та насильства щодо дітей для Європейської комісії), Видавництво Європейського Союзу, Люксембург, доступ

Існує чимало тлумачень та визначень, спрямованих на залучення ініціатив з підвищення рівня обізнаності. Вони варіюються від вузьких до більш широких визначень з посиланням на громадські інформаційні та комунікаційні ініціативи щодо форм та поширеності насильства щодо жінок, а також на доступ до служб допомоги та правових засобів. Вони також можуть включати принцип підвищення рівня обізнаності з-поміж педагогів та фахівців, які опікуються питанням насильства щодо жінок, медіа-фахівців та політиків.

У контексті Стамбульської конвенції зобов'язання стосовно підвищення обізнаності про всі форми насильства щодо жінок та домашнього насильства є частиною низки зобов'язань у питаннях запобігання насильству, які містяться в главі III Конвенції. Тому воно (таке зобов'язання) повинно розглядатися в тісному зв'язку з цими положеннями, в яких викладено низку загальних обов'язків, спрямованих на заперечення стереотипів та упереджень, залучення чоловіків і хлопців та надання жінкам можливостей (стаття 12), спрямованих на забезпечення гендерної рівності та нестереотипних гендерних ролей в процесі навчання (стаття 14), підготовку спеціалістів (стаття 15), роботи з кривдниками (стаття 16) та залучення засобів масової інформації та приватного сектора до превентивних заходів (стаття 17). Необхідно визнати та використовувати потенціал для синергії та взаємного посилення заходів, які передбачені в різних статтях Стамбульської конвенції.

Мета цих рекомендацій полягає у підтримці Міністерства соціальної політики у питаннях планування заходів для підвищення рівня обізнаності як невід'ємної частини стратегічного і всебічного підходу до подолання в Україні насильства щодо жінок і домашнього насильства. В основі цих рекомендацій лежить інформація та дослідження попередніх зусиль, орієнтованих на підвищення рівня обізнаності в Україні та міжнародних знань про найкращі практики щодо підвищення рівня обізнаності. У цих рекомендаціях буде розглянуто виявлені проблеми, а також успішні підходи, буде надано інформацію про ключові питання, які потребують розгляду в умовах планування зусиль для підвищення обізнаності та запропоновано конкретні перші кроки в напрямку підготовки стратегії з підвищення обізнаності.

за посиланням: http://ec.europa.eu/justice/funding/daphne3/multi-level_interactive_model/understanding_perpetration_start_uinix.html

Загальна інформація

У контексті проекту Ради Європи «*Боротьба з насильством щодо жінок та дітей в Україні*» було розроблено картування останніх та поточних ініціатив з підвищення обізнаності щодо насильства щодо жінок та гендерної рівності в Україні. З метою визначення підходів, які дозволили б досягти найкращих результатів, а також наявних перешкод для впровадження ініціатив з підвищення обізнаності в Україні, два місцеві консультанти (імена котрих зазначені на титульній сторінці цієї публікації) тісно співпрацювали з Міністерством соціальної політики та з іншими зацікавленими сторонами. Отриману інформацію було враховано при створенні цих рекомендацій.

В рамках дослідження проведено аналіз кампаній з підвищення обізнаності стосовно насильства щодо жінок в Україні — з боку як урядових, так і неурядових груп–. Більшість кампаній проводилися за останні два роки. У процесі дослідження були розглянуті кампанії та їхні результати/оцінки, якщо це було можливо, і доповнено аналізом експерта-дослідника. Крім того, було представлено збірку інформаційних кампаній з питань боротьби проти насильства щодо жінок та домашнього насильства. У цій збірці вміщено різні відеокліпи та оцінки щодо їхньої відповідності для визнання кліпу соціальною рекламою, а також поради щодо можливості отримання безкоштовного ефірного часу на телеканалах суспільного мовлення України.

Результати проведеного дослідження: виявлені перешкоди

1. Через відсутність **загальної стратегії та координації дій** між організаторами ініціатив до цього часу спостерігалося дублювання ключового «меседжу», розрахованого на одну й ту ж саму цільову аудиторію, що транслювався через однакові комунікаційні канали. Таким чином, хоча інформація дублювалася, охоплення цільової аудиторії не зростало.
2. **Недостатня сегментація аудиторії**, як здається, є звичним явищем. Якщо цільову аудиторію не визначено або якщо вона є занадто широкою, інформаційні кампанії не можуть врахувати особливостей такої аудиторії та бути адаптованими до потреб кожної групи.
3. Окрім цього, внаслідок недостатньо чіткого визначення аудиторії, **повідомлення (меседж) розмитий або дуже загальний (наприклад, «не мовчати», «порушити тишу», «розірвати коло» або «я проти насильства»)**.
4. Ще одним викликом для державних установ є **привертання уваги** суспільства з метою ширшого охоплення аудиторії та підвищення привабливості «меседжів» для різних цільових груп. Ці установи добре знаються на суті проблеми насильства щодо жінок та домашнього насильства й на тому, як впроваджувати заходи, але їм бракує знань та досвіду комунікації, організації та планування інформаційних кампаній, а також бракує коштів для залучення фахівців з інформаційно-комунікаційних питань. Це підриває здатність організовувати успішні ініціативи щодо підвищення обізнаності.
5. Вочевидь, до цього часу державні установи головним чином **зосереджувалися на експертних аудиторіях**. Це означає, що вони орієнтувалися

на людей, які є «обізнаними» у цьому питанні (представники громадянського суспільства і академічних кіл, політики), проте не вдалося повністю залучити тих, хто не вірить або не знає про питання насильства щодо жінок. Прикладом є проведення міжнародна кампанія «16 днів активізму проти гендерно-зумовленого насильства», під час котрих часто відбувається проведення значної кількості круглих столів, дискусій та презентацій саме в експертному середовищі

6. Останнім часом **медіа** почали виявляти інтерес до боротьби з гендерно-зумовленим насильством. Зокрема, це є результатом ініціатив, організованих НУО, які працюють у сфері захисту прав жінок та/або насильства щодо жінок. Проте журналістам часто бракує знань про гендерну рівність та/або гендерно-зумовлене насильство. Через це ЗМІ можуть фактично посилити гендерні стереотипи та гендерні ролі або охарактеризувати насильство як приватну справу сім'ї або навіть виправдати кривдника. Тому журналістам також необхідно підвищити рівень своїх знань та навичок, щоб належним чином висвітлити випадки гендерно-зумовленого насильства.

Залучення засобів масової інформації для підвищення рівня обізнаності може мати суттєвий вплив, а тому слід приділяти особливу увагу плануванню зусиль, орієнтованих на підвищення рівня обізнаності в Україні. Для цього важливо зосередити увагу на роботі, спрямованій на залучення засобів масової інформації, що вже було зроблено різними зацікавленими сторонами в Україні[2].

7. Існує необхідність у підвищені кваліфікації представників Міністерства соціальної політики, адже проведений аналіз показав, що **не всі створені аудіовізуальні матеріали задовольняли ключові критерії, щоб називатися «соціальною рекламою**» і, таким чином, не всі могли претендувати на безкоштовний ефірний час на телеканалах. Знання цих вимог слід поширювати серед державних службовців під час прийняття рішень щодо аудіовізуального та іншого матеріалу.

2 Наприклад, «Медіа-посібник щодо повідомлення про факти гендерного насильства в Україні» (2017 рік), який нещодавно був підготовлений організацією «ООН Жінки в Україні»

8. Ключовою і загальною проблемою є те, що кампанії або ініціативи до цього часу переважно не супроводжувалася належною **оцінкою результатів** після завершення відповідної діяльності. Лише щодо двох досліджених кампаній були доступні конкретні показники, зокрема збільшення кількості дзвінків на гарячу лінію, яка рекламувалася в кампаніях.

Внаслідок загально-обмеженого досвіду/ відомої складності вимірювання впливу таких ініціатив, ретельну увагу слід приділяти розробці рамок оцінки.

Корисна інформація: Оцінка[3]

У контексті оцінки важливо зберегти реальні очікування стосовно результатів або впливу кампанії чи програми з підвищення рівня обізнаності. Важливо враховувати, що через множинність та комплексність факторів, пов'язаних з насильством щодо жінок та його ліквідацією, вимірювання обсягу впливу кампаній з підвищення обізнаності може викликати певні труднощі[4]. Всесвітня організація охорони здоров'я попереджає про «*складність вимірювання потенційних змін рівня насильства, пов'язаних із втручанням ЗМІ*», при цьому підкреслюється те, що в дослідженні припускається важливість розуміння поведінки їхньої аудиторії та залучення її учасників до розробки заходів втручання. Вплив заходів з підвищення обізнаності на зміни в ставленні та поведінці слід розуміти в контексті «внеску», а не «приналежності» (тобто робиться внесок у процес загальних змін, але зміни не можуть бути віднесені безпосередньо і виключно до заходу з підвищення обізнаності).

3 Див. приклади методологій для оцінки впливу кампаній у Віртуальному центрі знань організації «Жінки ООН» для припинення насильства щодо жінок та дівчат (2011 рік), кампаній з припинення насильства щодо жінок та дівчат, «Жінки ООН», зокрема, в розділі 7.10: Оцінку впливу в кампаніях можна знайти за посиланням: http://www.endvawnow.org/en/articles/1339-assessing-impact-in-campaigns.html та інструменти оцінки ініціатив засобів масової комунікації у розділі 7.9: Оцінка кампанії доступна за посиланням www.endvawnow.org/en/articles/1336-special-tools-to-evaluate-mass-communication-activities.html?next=1337 Розділ 1.5: Що можна очікувати від кампанії, присвяченій питанню насильства щодо жінок? Доступ за посиланням: www.endvawnow.org/en/articles/1155-what-can-one-expect-from-a-campaign-to-end-vaw.html

4 Що стосується реалістичних сподівань щодо проведення кампаній з підвищення обізнаності про насильство щодо жінок (в яких також висвітлені відповідні погляди про кампанії з підвищення обізнаності), див. Віртуальний центр знань організації «ООН Жінки» для подолання насильства щодо жінок та дівчат за посиланням: www.endvawnow.org/en/articles/ 1155-what-can-one-expect-from-a-campaign-to-end-vaw.html.

Корисна інформація: Яким чином можна та яким чином не можна підвищити обізнаність

Враховуючи, що зміни у ставленні та поведінці вимагають багато часу, тривалі заходи, кампанії чи програми з підвищення рівня обізнаності можуть допомогти в усвідомленні того, що насильство щодо жінок є загальнодержавним питанням, яке потребує вирішення урядом та суспільством у цілому. Надання точної інформації про його форми та поширеність, а також про вплив на дітей, є першим і найважливішим кроком, і це своєю чергою може допомогти у розвіюванні міфів та поглибленні розуміння тих, хто постраждав від насильства, а також насильства від «сторонніх» людей, та у наданні пропозицій про способи втручання та протидіяння насильству, а також про обставини, які цьому потурають. Підвищення обізнаності про поточні правові та інші засоби правового захисту, а також про служби підтримки, може в подальшому заохочувати жертви/ потерпілих до пошуку підтримки та відшкодування, а кривдників — звертатися за лікуванням.

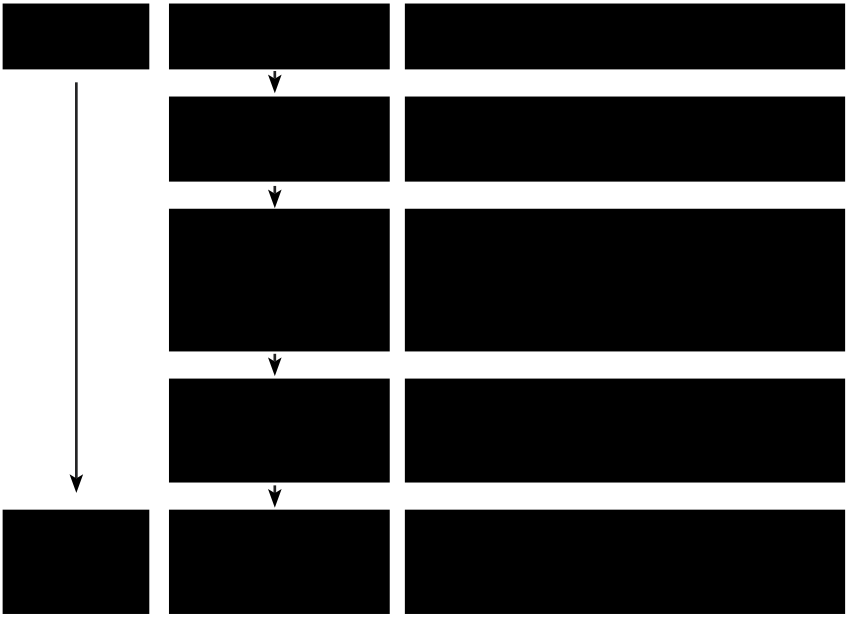
Те, що можна оцінити, — це, зокрема, рівень знань про проблему (базове та фінальне опитування) та певною мірою зміни у ставленні до проблеми (наприклад, з таким меседжем як «насильство є неприйнятним та є злочином»). Коли номер гарячої лінії відображається в рамках проведення кампанії, оцінка може визначити, наскільки більше дзвінків надійшло на гарячу лінію (і чи цьому сприяла кампанія). Однак важливо враховувати, що інші чинники, які не входять до кола ініціативи з підвищення рівня обізнаності, можуть допомогти в остаточному з'ясуванні результату змін у ставленні й того факту, чи прийняла жертва/потерпілий рішення щодо пошуку підтримки та відшкодування, а також чи звернувся кривдник за лікуванням.

Розробка логічної моделі та оціночних заходів допоможе визначити конкретні та реалістичні очікування щодо можливостей заходів з підвищення обізнаності, які скеровані на докладання загальних зусиль для подолання насильства щодо жінок.

Підвищення обізнаності та зміна в поведінці або ставленні

У нижченаведеній схемі з посібника Урядового офісу Великої Британії з питань рівноправ'я «Протидія насильству щодо жінок та дівчат. Посібник

Відстеження змін у ставленні до питання торгівлі жінками для зайняття проституцією



із комунікації за належною практикою[5]» (стор. 52) наводяться приклади відстеження зміни в поведінці та ставленні щодо конкретної форми насильства щодо жінок: торгівля жінками для зайняття проституцією. У цьому посібнику прокладено шлях від підвищення обізнаності про проблему до змін у ставленні або поведінці через комунікаційні заходи.

Інформаційні та освітні ініціативи, які містять поведінкові компоненти, висвітлені в доповіді «Усвідомлення суті запобігання та боротьби з насильством щодо жінок з позиції поведінкових наук», яка була опублікована Європейською комісією[6]. На стор. 20 доповіді наведено приклад кампанії,

5 https://thewomensresourcecentre.org.uk/wp-content/uploads/297847-Tackling-Violence-women-hyperlinked_V3.pdf

6 Сара Рафаель Альмейда, Джоана Соуза Лоуренсо, Франсуа Дж. Дессарт та Емануеле Сіріоло, Усвідомлення суті запобігання та боротьби з насильством щодо жінок з позиції поведінкових наук, EUR 28235 EN, doi:10.2788/412325

спрямованої на підвищення обізнаності та покращення змін у поведінці потерпілих у питаннях інформування поліції та отримання допомоги:

Збільшення кількості повідомлень жінок — жертв домашнього насильства

- ☐ **Цільова група:** Жертви насильства.
- ☐ **Цільова поведінка:** Повідомлення про факти насильства в поліцію та звернення за допомогою.
- ☐ **Поведінкові причини та важелі впливу:** Знання (про наявність гарячої лінії), визначення (насильства як злочину).
- ☐ **Ініціатива:** Рекламна кампанія, яка проведена в Нью-Йорку в 2002 році, була спрямована на збільшення інформації для жінок, які зазнають домашнього насильства та звертаються за допомогою на цілодобову телефонну гарячу лінію. Мета полягала у підвищенні обізнаності про телефон гарячої лінії та підвищення позитивного ставлення до повідомлень про насильство. Поведінкові важелі впливу врахували структуру меседжів для підкреслення факту, що насильство є злочином, якому немає виправдань, а також того факту, що кривдники бувають різними і ними навіть можуть бути чоловіки з позитивним суспільним іміджем. У ході кампанії були використані плакати в метро та автобусах (приблизно 20% автобусів та вагонів метро в Нью-Йорку в 2002 році), і в школах та лікарнях. На плакатах були зображені чоловіки — як правило, спортсмени коледжів або успішні бізнесмени — за тюремними ґратами із заголовками «Співробітник місяця. Футбольний тренер. Той, хто б'є дружину», «Велика людина в навчальному містечку. Почнемо зі спортсмена. Хлопець-зловмисник» або «Успішний керівник. Палкий

---

http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC103975/lbna28235enn.pdf «У цьому літературному огляді розкриваються можливі поведінкові причини насильства щодо жінок та пропонуються поведінкові важелі для його запобігання та зменшення, а також загальні принципи ефективного спілкування. Підкреслюються кілька інформаційних та освітніх ініціатив у цій сфері та певні елементи поведінки. У запропонованому підході зосереджується увага на оцінці фактичного впливу. Зроблено чотири головні висновки: 1. Ініціативи повинні розроблятися для заохочення або перешкоджання певній поведінці в чітко визначеній цільовій групі; 2. Ініціативи повинні розроблятися з використанням відповідних поведінкових важелів впливу; 3. Для забезпечення наявності в ініціативі передбачуваного впливу на цільову аудиторію має вирішальне значення попереднє тестування; 4. Важливо встановити конкретні, вимірювані, досяжні, реалістичні та своєчасні цілі й оцінити їх».

віруючий. Чоловік-зловмисник», а також рядки «Немає виправдання насильству щодо жінок. Тим чоловікам, які б'ють або знущаються над своїм партнером, місце у в'язниці. Повідомте про факти домашнього насильства та отримайте таку потрібну для вас допомогу».

☐ **Вплив:** Як показали результати, дзвінки на гарячу лінію зросли на 36% на другий тиждень кампанії (за даними Donovan and Vlais, 2005).

Шлях уперед: Ключові моменти, які слід врахувати

Для того, щоб добитися найсильнішого впливу та результативності, усі інформаційні зусилля повинні узгоджуватися із загальним комплексним підходом України, орієнтованим на подолання насильства щодо жінок, та:

1. **Ґрунтуватися на поточних зобов'язаннях та допомагати у їхній реалізації;**
2. **Бути запланованими та втіленими спільно з партнерами та зацікавленими сторонами, які працюють над вирішенням проблеми насильства щодо жінок в Україні;**
3. **Враховувати досвід попередніх інформаційних зусиль/кампаній в Україні;**
4. **Спиратися на наявні знання/дані;**
5. **Мати реалістичний бюджет і необхідний персонал;**
6. **Керуватися логічною моделлю;**
7. **Залучати засоби масової інформації.**

У рамках спільного всеосяжного підходу до подолання насильства щодо жінок, інформаційні зусилля повинні:

1. бути заснованими на поточних зобов'язаннях та допомагати у виконанні таких зобов'язань, як вказано відповідними багаторічними національними планами дій/стратегіями, зокрема поточними планами[7]

7 Заходи стосовно торгівлі людьми, а також гендерно-зумовленого насильства в умовах конфлікту, (див. Національний план дій з виконання Резолюції 1325) не включені,

з виконання Державної соціальної програми забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків (2017 -2021) та Національної стратегії у сфері прав людини (на період до 2020 року).

Це означає, що **строки та тематика заходів з підвищення рівня обізнаності мають координуватися та підтримувати діяльність, впроваджувану у контексті поточних (та, можливо, майбутніх) національних планів дій та програм.**

У них можна зосередити увагу на заходах, що містяться у планах дій щодо:

- доступності засобів судового захисту жертв гендерно-зумовленого насильства, підвищення обізнаності про нові законодавчі акти або про удосконалену практику імплементації чинних законів через підготовку працівників правоохоронних та судових органів;
- новостворених або вдосконалених послуг для жертв/потерпілих, підвищення обізнаності про наявність притулків, національні та регіональні гарячі лінії, навчених медичних працівників тощо; або
- поширеності випадків насильства, підвищення обізнаності про характер і масштаби насильства щодо жінок за допомогою нових або ще не широко відомих даних/досліджень.

Підвищення рівня обізнаності може також сприяти покращенню громадської підтримки для прийняття законів, які стосуються насильства щодо жінок. Це може бути актуально стосовно законопроектів, які нещодавно були прийняті в Україні (закон про приведення національного законодавства у відповідність до Стамбульської конвенції Ради Європи та закон про запобігання та протидію домашньому насильству), і, найімовірніше, це питання стане ще більш актуальним як тільки буде ратифікована Стамбульська конвенція, коли всі форми домашнього насильства, які наведені в Конвенції, повинні будуть врегульовуватися через законодавство та інші заходи.

Було б важливо розглянути можливості підвищення обізнаності щодо вже запланованих заходів, аніж розробляти інформаційні заходи, які не включені до діяльності, визначеної в плані дій. **Повний перелік відповідних заходів в рамках нинішніх національних планів дій та пропозиції**

оскільки вони є поза межами підтримки, що надається Міністерству соціальної політики Радою Європи у питаннях реалізації Стамбульської конвенції.

стосовно відповідних ініціатив з підвищення обізнаності міститься в Додатку 3.

Після ратифікації Україною Стамбульської конвенції, всі форми насильства щодо жінок, які розглядаються в Конвенції, повинні охоплюватися заходами з підвищення обізнаності відповідно до статті 13 Конвенції.

Приклад: Підвищення обізнаності в контексті національних планів дій відносно насильства щодо жінок у Франції

www.stop-violences-femmes.gouv.fr

У 2000 році французький уряд провів широкомасштабне опитування стосовно насильства щодо жінок (ENVEFF), а згодом провів інформаційну кампанію (Поруш тишу, 2001) на основі отриманих даних. Починаючи з середини 2000-х років французький уряд запровадив трирічні плани дій стосовно питань насильства щодо жінок з щорічними інформаційно-комунікаційними кампаніями, спрямованими на підвищення рівня обізнаності. Під час проведення кампаній використовуються друковані матеріали та відеоанонси державних служб в основних ЗМІ, а також листівки, плакати та брошури. Початок кожної щорічної кампанії зазвичай збігається з Міжнародним днем боротьби із насильством щодо жінок, 25 листопада. На наведеному вище веб-сайті супроводжуються кампанії та надається інформація про різні форми насильства щодо жінок (сексуальне насильство, сексуальні домагання, насильство над сексуальним партнером, примусовий шлюб, каліцтво жіночих геніталій), про номер телефону допомоги, захист, який передбачений французьким законодавством, а також інформація для жінок, які потребують допомоги, та для фахівців, які працюють з жертвам. На ньому також є інформація про НУО, до яких можна звернутися за допомогою. У 2011 році основною метою заходів із підвищення обізнаності було надання інформації про службу підтримки та заохочення жертв до пошуку допомоги. Вони проводилися спільно із спеціалізованими громадськими організаціями (зокрема, мережею FNSF, яка опікувалася телефоном довіри у період 2010–2012 рр.), а також були вжиті заходи для очікуваного збільшення кількості дзвінків на телефон довіри. У 2012 році урядова увага кампанії з підвищення обізнаності приділялася сексуальним домаганням та доступності спеціального веб-сайту. Кампанія, що розпочалася у 2013 році, заохочує жінок до пошуку допомоги та користування послугами національного центру підтримки за номером 3919, послуги якого були розширені у 2014 році. Четвертий план дій

щодо запобігання та боротьби із насильством щодо жінок (2014–2016 рр.) забезпечив безперервність таких заходів з підвищення обізнаності, як і нинішній 5-й план мобілізації та боротьби з усіма видами насильства щодо жінок на 2017–2019 роки[8]: на основі зобов'язань Франції відповідно до Стамбульської конвенції та відповідно до плану дій щодо мобілізації проти сексизму в 2016 році, де містилися багаторівневі заходи з підвищення обізнаності (більш широке залучення суспільства, а також конкретних цільових груп, як-от молодь, чоловіки тощо, а також низки конкретних професійних груп). У ньому визнається необхідність руйнації шкідливих гендерних стереотипів та сексизму, оскільки вони формують підґрунтя для схвалення насильства щодо жінок, і в ньому передбачені конкретні заходи, пов'язані з особливими видами насильства, як-от сексуальне насильство, проституція, насильство щодо молодих жінок, у т.ч. каліцтво жіночих статевих органів та насильство щодо жінок з обмеженими можливостями. П'ятий план дій стосується діяльності різних органів державної влади, містить чіткий план дій з показниками та розподіл ресурсів на понад 125 мільйонів євро для його реалізації.

2. Плануватися та впроваджуватися спільно з партнерами та зацікавленими сторонами, що працюють над вирішенням проблеми насильства щодо жінок в Україні (інші міністерства, місцеві та регіональні органи влади, міжнародні організації, двосторонні донори та організації громадянського суспільства).

Координовані зусилля з підвищення обізнаності повинні бути невід'ємною частиною загального координаційного процесу щодо запобігання та реагування на випадки насильства щодо жінок.

Якщо координаційна структура вже існує, заходи з підвищення рівня обізнаності/комунікації мають бути включені до її компетенції, з певною структурою, необхідною для забезпечення підґрунтя в цілях імплементації (наприклад, робоча група з усіма відповідними зацікавленими сторонами).

Якщо необхідно створити новий координаційний механізм, він повинен керуватися положеннями статті 10 Стамбульської конвенції[9] і повинен

8 http://stop-violences-femmes.gouv.fr/IMG/pdf/5e-plan-de-lutte-contre-toutes-les-violences-faites-aux-femmes.pdf

9 Див. Рада Європи: Імплементація статті 10 Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами – створення національних координаційних органів. Аналітичний звіт про спільні

забезпечити простір для інтеграції заходів з підвищення обізнаності та комунікації, як-от, наприклад, шляхом створення конкретної робочої групи з цієї тематики.

Робоча група з питань підвищення обізнаності та комунікації може забезпечити координацію між різними зацікавленими сторонами (зокрема, між різними державними установами, як-от Міністерство охорони здоров'я, Міністерство внутрішніх справ, Міністерство освіти і науки, місцевими державними адміністраціями, міськими радами, новоствореними територіальними громадами, міжнародними організаціями, а також громадянським суспільством, а саме між неурядовими організаціями та, в ідеалі, між представниками засобів масової інформації) для сприяння співпраці в цілях стратегічного та практичного планування ініціатив з підвищення обізнаності.

Прикладом скоординованих зусиль для підвищення рівня обізнаності в Україні стало сприяння широкому партнерству для кампанії під назвою «16 днів активізму проти гендерно-зумовленого насильства», де позитивний досвід скоординованих зусиль в Україні в останні роки був поглиблений, а понад 30 державних установ, міжнародних та неурядових організацій об'єднали свої зусилля.

3. Враховувати досвід попередніх інформаційних зусиль/ кампаній в Україні.

У ході дослідження попередніх ініціатив з підвищення обізнаності в Україні були виявлені проблеми (див. Розділ вище щодо виявлених проблем), а також надані наступні висновки та пропозиції щодо факторів успіху, які слід враховувати для майбутнього планування:

- Поєднання зусиль фахівців з гендерних та інформаційно-комунікаційних питань (спільні дискусії, тренінги) може сприяти у взаємному обміні інформацією за обома напрямками. Як правило, експерти з питань гендерної рівності/насильства щодо жінок зосереджують увагу на суті роботи, але не мають достатньої інформації про стратегії

проблеми та досвід, отриманий від органів, створених у відповідності з різними міжнародними договорами з прав людини (листопад 2016 р.) https://rm.coe.int/16806f6fc0

комунікації, зокрема про те, як готувати спеціальні меседжі, які будуть резонансними для певної аудиторії. З іншого боку, ті, хто добре обізнані у комунікаційних питаннях, часто не розуміють таких питань як шкідливі гендерні стереотипи або поняття про гендерну рівність. Перехресний обмін інформацією (кросфідінг) та передача важливих знань є необхідними для максимізації ефекту підвищення обізнаності та запобігання контрпродуктивним наслідкам.

- Координація діяльності громадських організацій, державних установ, засобів масової інформації, які одночасно проводять загальноцільові кампанії (Міністерство соціальної політики може виступати координатором, оскільки ця тема стосується його компетенції). Спрямування меседжів, які підсилюють один одного, та розподіл завдань між різними партнерами, може допомогти у досягненні більших або більш усеосяжних цілей кампаній з насильства щодо жінок.
- Планування має включати оцінку результатів кампанії з підвищення обізнаності.
- Публікація та обговорення результатів кампаній може не лише допомогти примножити наслідки кампанії, але й допомогти в розробці майбутніх заходів та їх оцінці. Чітка картина досягнутих результатів може також слугувати базою для майбутніх ініціатив, що забезпечують довгостроковий вплив кампаній.
- Канал зв'язку, який буде використовуватися, і носій меседжу будуть змінюватися залежно від проекту кампанії, зокрема від її цільової групи. Це може бути формат відеокліпу, оскільки телебачення може охопити більшу аудиторію. Заслуговує на увагу також використання нових форм інформаційних ініціатив для України (конференції TEDx, мобільні ігри, онлайн-тести, графіті, мурали), а також представлення інформації на нестандартних носіях (чашки для кави, магазинні пакети, рекламні брошури у супермаркетах, квитки на громадський транспорт).

4. Спиратися на наявні знання/дані;

- **Інформація про поточний рівень обізнаності/знань та ставлення** допоможе а) визначити проблеми та напрямки, де є особлива потреба у підвищенні рівня обізнаності/зміни ставлення, і б) слугувати базисом для оцінки змін після проведення заходів з підвищення обізнаності. Це може, наприклад, охоплювати:

- інформацію про ставлення до різних аспектів насильства (опитування[10] Євробарометру Європейської Комісії щодо ставлення до гендерного насильства може бути зразком),
- інформація щодо ставлення до законів (прийняття чинних законів, підтримка подальшого законодавства).

- **Дані/статистика щодо різних аспектів насильства щодо жінок**, наприклад стосовно поширеності, регіональних відмінностей, соціально-демографічних характеристик жертв/потерпілих та кривдників (вік, соціальний статус, місця проживання, належність до етнічних меншин та інші особливості) необхідні для того, щоб
  а) визначити цільові групи з високим пріоритетом, та
  б) гарантувати, що передача меседжів ґрунтується на доведених фактах.

Необхідно використовувати найостанніші дані (як-от недавні дослідження, які підтримані агенціями ООН в Україні, див. Додаток 1), а там, де даних немає, прогалини в знаннях/даних повинні бути визначені на початкових етапах планування будь-якої кампанії з підвищення обізнаності.

- Для розробки успішних ініціатив із підвищення обізнаності потрібні знання та досвід роботи з цією тематикою (насильство щодо жінок), комунікацією (наприклад, інформація про те, які меседжі (повідомлення) та які канали зв'язку добре працюють в українських реаліях), а також моніторинг та оцінка. **Перш ніж використовувати меседжі в кампанії, їх необхідно попередньо протестувати.**

Корисна інформація: передача повідомлень (меседжів)

Що стосується передачі повідомлень (меседжів), то вкрай важливо забезпечити, щоб інтерес жертв був центром уваги. Меседжі (як вербальні, так і візуальні) мають уникати неточних або упереджених уявлень та недопущення посилення стереотипів та міфів, наприклад, нібито певна поведінка притаманна, як правило, чоловіку або жінці; жінки є, по суті, слабкими та безпорадними жертвами або певна поведінка (короткі сукні, алкогольні напої тощо) провокують насильство. Замість цього, меседжі

10 Європейська Комісія, Спеціальний Євробарометр 449, Гендерно-зумовлене насильство, 2016 http://ec.europa.eu/COMMFrontOffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/yearFrom/1974/yearTo/2016/surveyKy/2115

повинні зосереджуватися на фактах та/або на відображенні рішень/шляхів виходу з насильства. Незважаючи на те, що підготовка меседжів має враховувати локальний контекст, є низка загальних принципів, які слід також враховувати та які більш детально представлені в посібниках з комунікацій, які наведені в переліку інформаційних джерел у Додатку 2.

5. Мати реалістичний бюджет і необхідний персонал;

Належний розподіл фінансових та людських ресурсів має важливе значення для планування, реалізації та оцінки заходів з підвищення обізнаності.

- Коли виділяються бюджетні кошти на діяльність у рамках поточних національних планів дій, вони повинні охоплювати бюджетні асигнування на відповідні інформаційні ініціативи, а також мають включати планування, впровадження та оцінку.
- Якщо Міністерство соціальної політики веде роботу з підвищення обізнаності в рамках загальної координації роботи над проблемою насильства щодо жінок, під цим розуміється розподіл необхідних ресурсів, зокрема людських ресурсів. Для цього необхідно буде присвятити час співробітників/консультантів, які мають досвід у сфері комунікації та підвищення обізнаності, на організацію робіт у цій галузі та координацію діяльності зацікавлених сторін. Необхідно також мати досвід моніторингової оцінки.
- Якщо обмежено бюджет та час персоналу, важливо ретельно подумати про те, які цілі можна досягти з урахуванням обмежених ресурсів або як можна залучити додаткові ресурси (наприклад, матеріальні/добровільні внески, партнерство з міжнародними організаціями та/або з приватним сектором).
- На додаток до спеціалізованого персоналу з досвідом комунікації, важливо також забезпечити базові спільні розуміння та достатню спроможність усіх зацікавлених сторін стосовно участі в інформаційно- комунікаційних ініціативах, зокрема, але не обмежуючись, державних службовців, які виконують свої повноваження на національному, регіональному та місцевому рівнях).
- Якщо є потреба в розвитку спроможності та підготовки з питань комунікації або підвищення обізнаності, це питання має бути включено до бюджетного планування. Щоб започаткувати стратегію підвищення обізнаності, це

можна реалізувати в рамках початкового круглого столу/семінару. Можна також організувати окремі тренінги. Необхідно передбачити положення, спрямовані на розвиток спроможності експертів з питань комунікації на тему насильства щодо жінок, оскільки досвід в різних країнах показав, що нерозуміння цієї теми фахівцями з питань комунікацій, відповідальних за інформаційні ініціативи, може підірвати розвиток відповідного процесу передачі меседжів.

6. Керуватися стратегічними питаннями для самоконтролю, що допомагають визначити основні елементи формулювання якісної стратегії підвищення рівня обізнаності:

а) визначення:

- актуальних питань (який аспект насильства щодо жінок буде розглянуто: послуги, право, інформація про поширеність,...)
- бажані результати (підвищення обізнаності щодо того, який аспект насильства щодо жінок, з-поміж якої цільової групи).

б) інформація про діяльність, яка буде проводитися для досягнення результату. Питання, які слід розглянути в цьому контексті:

- хто буде розглядатися/кого буде задіяно (цільова група),
- через які засоби комунікації їх можна досягти,
- які повідомлення (меседжі) буде надіслано і хто буде меседжером (відправником повідомлень),
- хто буде партнерами та ін.

в) інформація про те, як буде вимірюватися успіх/ результат діяльності з підвищення обізнаності (оцінка). **Оцінка** буде залежати від типу інформаційного критерію.

- Оцінка успішності стратегії, для прикладу, може включати базові та кінцеві опитування, які вимірюють зміну обізнаності щодо охоплених питань.
- Якщо інформація про гарячу лінію або іншу службу оприлюднюється через ініціативу щодо підвищення обізнаності, збільшення числа використання послуги можна було б виміряти (при цьому, беручи до уваги, що інші фактори, що виходять за рамки інформаційної

кампанії, можуть вплинути на використання таких сервісів як гарячі лінії).

- Можна виміряти результати (наприклад, кількість людей, що потрапили через (соціальні) медіа, відвідуваність веб-сайту, кількість поширених рекламних листівок тощо). Це не дає прямої інформації про підвищення обізнаності, але може допомогти оцінити, яка кількість людей була охоплена завдяки певному меседжу (повідомленню).
- Для змін у ставленні та поведінці потребуватимуться тривалі дослідження, а також слід враховувати, що буде складно або неможливо встановити прямий зв'язок між заходами з підвищення обізнаності та змінами. Це необхідно оцінювати в контексті «внеску», а не «приналежності».
- Якщо проводиться оцінка національних планів дій, пов'язаних із насильством щодо жінок, то їх слід враховувати в компонентах з підвищення рівня обізнаності.

г) інформація про (людські та фінансові) ресурси, необхідні для виконання.

7. Залучати засоби масової інформації.

Робота безпосередньо з медіа фахівцями (у ролі «поширювачів», що інформують та підвищують рівень обізнаності за допомогою висвітлення випадків НЩЖ (насильство щодо жінок)) може стати важливим фактором впливу:

- Коли журналістам забезпечено підтримку та навчання з точного та співчутливого висвітлення НЩЖ, вони можуть відігравати важливу роль у підвищенні рівня обізнаності через свою повсякденну роботу *(досвід свідчить, що кампанії, які безпосередньо залучали представників ЗМІ, мали найбільше охоплення та вплив)*. З іншого боку, коли журналісти висвітлюють випадки НЩЖ неточно або з використанням стереотипів, такі публікації можуть мати негативний вплив, підриваючи інформаційну діяльність.
- Тому як важливий елемент стратегії підвищення обізнаності можна рекомендувати залучення ЗМІ як партнерів в стратегії підвищення обізнаності та розвитку спроможності журналістів для вирішення проблем НЩЖ у їхній повсякденній роботі (наприклад, за допомогою *Медіа-посібника організації «ООН Жінки» щодо повідомлення про факти гендерного насильства в Україні (2017 рік)*).

- Невелике опитування журналістів (проведене в рамках проекту Ради Європи) показало, що вони зацікавлені а) навчитися писати про НЩЖ; б) створити добровільний кодекс професійної етики для ЗМІ; і в) мати міждисциплінарну мережу із залученням журналістів, юристів, вчителів, лікарів тощо. Міністерство соціальної політики може розвивати ці ідеї та спиратися на поточну роботу в цій сфері як на важливу частину стратегії підвищення обізнаності.

У публікації Ради Європи «Заохочення участі приватного сектора та засобів масової інформації у запобіганні насильству щодо жінок та домашньому насильству: Стаття 17 Стамбульської конвенції»[11] містить додаткові відомості про залучення засобів масової інформації.

У Рекомендації Ради Європи CM/Rec (2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та медіа[12], зокрема, зазначається, що:

> *«Медіаорганізації потрібно заохочувати до ухвалення саморегуляторних заходів, внутрішніх кодексів поведінки/етики та внутрішнього нагляду, розвитку стандартів медійного мовлення, яке сприяє гендерній рівності, для сприяння належній внутрішній політиці та створення умов праці, що мають на меті (…) вільний від стереотипів образ, роль і уявлення жінок та чоловіків; уникнення сексистської реклами, мови і контенту, що може призвести до дискримінації за ознакою статі, а також підбурювання до ненависті та гендерно-зумовленого насильства».*

Якщо це ще не впроваджено, ця рекомендація повинна бути розглянута в контексті українських реалій.

11 https://rm.coe.int/16805a20d6
12 https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805c7c7e

Рекомендовані початкові кроки

A. Призначити працівника/консультанта з відповідними досвідом, який очолить процес планування та впровадження заходів з підвищення рівня обізнаності. Він буде координатором в структурі Міністерства соціальної політики та інших відповідних міністерств (а також регіональних і місцевих органів), а також зацікавлених сторін у питаннях комунікації та соціальної реклами.
B. Буде вирішено і організовано структуру роботи з підвищення обізнаності (наприклад, постійна робоча група). Вона повинна бути встановлена в рамках структури узгоджених дій з насильства щодо жінок, і увагу можна сфокусувати на поточних структурах.
C. Для майбутнього планування слід систематично враховувати та впроваджувати досвід попередніх заходів з підвищення рівня обізнаності (ефективні та неефективні заходи). Крім того, спочатку слід провести аналіз поточних даних і досліджень та виявити прогалини, а також, якщо необхідно, провести подальші дослідження.
D. Щоб забезпечити загальне розуміння діяльності з підвищення рівня обізнаності та своєї ролі в межах скоординованих заходів для подолання насильства щодо жінок в Україні, ми рекомендуємо організацію семінарів/навчання щодо такої діяльності у контексті координаційної діяльності Міністерства соціальної політики у сфері гендерно-зумовленого насильства. У таких заходах повинні брати участь усі відповідні зацікавлені сторони та партнери (штат національного та регіональних офісів Міністерства соціальної політики, а також інші міністерства та обласні та місцеві адміністрації, міжнародні організації, громадянське суспільство), а також експерти з питань комунікації та фахівці з питань насильства щодо жінок.

До участі в семінарі мають бути залучені всі зацікавлені сторони. На заході слід розглянути такі питання, як

- основні принципи, пов'язані з підвищенням обізнаності (див. буклет про виконання статті 13[13] — також доступний українською мовою — та інші практичні посібники, див. Додаток 2);
- досвід, отриманий в результаті попередніх зусиль зацікавлених сторін, зокрема неурядових організацій;
- можливі прогалини (наприклад, щодо доступних даних, людських/фінансових ресурсів, партнерів тощо).

Цей початковий семінар дозволить усім зацікавленим сторонам розширити спільне розуміння та забезпечити основну структуру для розробки та визначення таких елементів як цілі, цільові групи та меседжі щодо стратегії, а також часові та ресурсні потреби.

13 https://rm.coe.int/168046e1f1

Підготовка стратегії для підвищення рівня обізнаності

Після проведення початкового семінару робоча група може розпочати підготовку стратегії для підвищення рівня обізнаності у питаннях насильства щодо жінок.

Починаючи підготовку, слід враховувати такі загальні аспекти:

- Встановлення можливостей для підвищення рівня обізнаності у контексті зобов'язань, встановлених у національних планах дій (теми та строки), та визначення їхніх пріоритетів.
- Визначення можливостей підвищення рівня обізнаності на національному, регіональному та місцевому рівнях (наприклад, місцеві органи влади можуть дослідити різні можливості співпраці з партнерами, наприклад, з місцевою пресою або місцевим бізнес-середовищем).
- Визначення конкретних цілей для різних елементів стратегії підвищення обізнаності та визначення конкретних цільових груп, як-от (потенційні) жертви, (потенційні) кривдники, фахівці, що працюють з ними тощо.
- Строки, теми для стратегії з підвищення рівня обізнаності мають координуватися та підтримувати діяльність, впроваджувану в межах поточних (та, можливо, майбутніх) національних планів дій та програм.

У стратегії можна зосередити увагу на **заходах**, що містяться у планах дій[14] щодо:

- **наявності правових ресурсів, зокрема нових законів,** для жертв гендерно-зумовленого насильства, як-от криміналізація домашнього

14 Повний перелік відповідних заходів в рамках нинішніх національних планів дій та пропозиції стосовно відповідних ініціатив з підвищення обізнаності містяться в Додатку 3.

насильства. Під цим може розумітися висвітлення нещодавно прийнятих законів чи кращого втілення чинних законів шляхом підготовки працівників правоохоронних та судових органів,

- **щойно створені або вдосконалені послуги** для жертв/потерпілих, (притулки, національні та регіональні гарячі лінії, підготовлені медичні працівники тощо). Наприклад, ініціатива з підвищення обізнаності, яка заохочує потерпілих до пошуку підтримки, може бути розрахована на виконання заходів, спрямованих на покращення послуг для потерпілих,
- **поширеність насильства**, підвищення обізнаності про характер і масштаби насильства щодо жінок за допомогою нових доступних даних/досліджень (див. список наявних даних/досліджень у Додатку 1).

Після визначення цілей та цільових груп слід встановити найбільш доцільні засоби та канали комунікації. На цьому етапі **варто врахувати висновки** попередніх кампаній, а також пропозиції щодо перспективних засобів комунікації.

- Дослідження показали, що телебачення для українців є основним джерелом інформації про проблеми прав людини, зокрема жінок, тому воно може бути ефективним засобом охоплення жінок як цільової групи (у цьому контексті слід враховувати інформацію щодо вікової групи).
- Якщо цільова група — діти, молоді жінки чи молоді чоловіки, важливо розглянути спосіб їхнього найкращого охоплення (вони, радше за все, використовуватимуть інші засоби масової інформації, ніж дорослі, і будуть реагувати на різні повідомлення (меседжі) залежно від статі, вікової групи тощо).
- Для підвищення обізнаності конкретних професійних груп варто використовувати заходи з професійної освіти.
- Особливу увагу слід приділяти плануванню значущих способів спілкування з медіа-фахівцями.

При плануванні строків проведення кампаній слід брати до уваги певні дати, які можуть бути використані як «гак» для зацікавлення темою, наприклад, міжнародні дні: 25 листопада — Міжнародний день боротьби з насильством щодо жінок, 10 грудня — Міжнародний день прав людини, 8 березня — Міжнародний жіночий день, 7 квітня — Міжнародний день здоров'я, 11 жовтня — Міжнародний день дівчат тощо.

Моніторинг **та оцінка планування**: Формат моніторингу та оцінки залежатиме від запланованих видів діяльності.

Визначення **необхідних фінансових та людських ресурсів для всіх видів діяльності**. Якщо ресурсів не вистачає, слід розробити план для отримання таких ресурсів до початку такої діяльності. Можна також адаптувати заплановану діяльність до наявного обсягу ресурсів.

Необхідно розглянути **залучення всіх рівнів органів державної влади**. З метою забезпечення послідовного підходу до реалізації стратегії також було б корисно розробити та поширити рекомендації з підвищення рівня обізнаності про НЩЖ серед відповідних співробітників Міністерства соціальної політики та всіх інших суб'єктів національної системи, які несуть відповідальність за питання запобігання та протидії домашньому насильству (зокрема, Міністерство внутрішніх справ, Міністерство охорони здоров'я, Міністерство освіти і науки), а також з-поміж місцевих державних адміністрацій, міських рад та нещодавно об'єднаних територіальних громад, які беруть участь у реалізації стратегії. Рекомендації повинні в ідеалі не лише поширюватися на папері, а й в інтерактивному навчальному середовищі, як-от початковий семінар.

Додаток 1: Дослідження / Дані

Поточні дані про поширеність насильства щодо жінок, а також про ставлення та шляхи досягнення аудиторії:

- Сфера насильства щодо дівчат та жінок (опитування поширеності, проведене в 2014 році: http://www.unfpa.org.ua/ukr/publications/470.html
- Опитування в рамках Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок (2014 р., містить опитування про доступність соціальних послуг для жінок, які пережили насильство): http://www.unfpa.org.ua/files/articles/4/51/CEDAW_3%20surveys_%20ENG.pdf
- Опитування щодо гендерно-зумовленого насильства в конфліктних регіонах України (2016 рік): http://www.unfpa.org.ua/eng/publications/655.html
- Економічні витрати на питання насильства щодо жінок в Україні (травень 2017 р., ФН ООН, Міністерство міжнародного розвитку (DFID)) http://www.unfpa.org.ua/files/articles/7/45/Economic%20Costs%20of%20Violence_2017.pdf
- Результати опитування молоді у U-Report ЮНІСЕФ про гендерно-зумовлене насильство https://ukraine.ureport.in

Додаток 2: Інші ресурси

Медіа-посібник організації ООН Жінки щодо повідомлення про факти гендерного насильства в Україні (2017)
Корисним ресурсом для стратегічних комунікацій, спрямованих на подолання насильства щодо жінок, є інструментарій ЮНІФЕМ «Змінимо ситуацію на краще» (Making a Difference), яка доступна російською мовою: **http://www.endvawnow.org/uploads/browser/files/Making%20A%20Difference%20Russian .pdf** та англійською мовою: **http://www.endvawnow.org/uploads/browser/files/Making%20A%20Difference%20English.pdf**

Сара Рафаель Альмейда, Джоана Соуза Лоуренсо, Франсуа Дж. Дессарт та Емануеле Сіріоло, Усвідомлення суті запобігання та боротьби з насильством щодо жінок з позиції поведінкових наук, EUR 28235 EN, doi:10.2788/412325
http://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC103975/lbna28235enn.pdf

Урядовий офіс Великої Британії з питань рівноправ'я: Протидія насильству щодо жінок та дівчат
Посібник із комунікації за належною практикою
https://thewomensresourcecentre.org.uk/wp-content/uploads/ 297847-Tackling-Violence-women-hyperlinked_V3.pdf

Управління ООН з наркотиків і злочинності, Інструмент запобігання торгівлі людьми — Інструмент 9.9 Контрольний перелік заходів з підвищення обізнаності
https://www.unodc.org/documents/human-trafficking/Toolkit-files/08–58296_tool_9–9.pdf

Інструментарій оцінки комунікаційної діяльності. ГЕНЕРАЛЬНИЙ ДИРЕКТОРАТ Європейської Комісії з питань комунікацій (липень 2015 р.)
https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/communication-evaluation-toolkit_en.pdf

Оцінка урядової комунікаційної діяльності. Стандарти та рекомендації
https://gcs.civilservice.gov.uk/wp-content/uploads/2015/09/GCS-Evaluation-Book_16–09–15–1.pdf

UKR

www.coe.int

Рада Європи є провідною організацією із захисту прав людини континенту. 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 закону. Європейський суд з прав людини контролює здійснення Конвенції у державах-членах.

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE