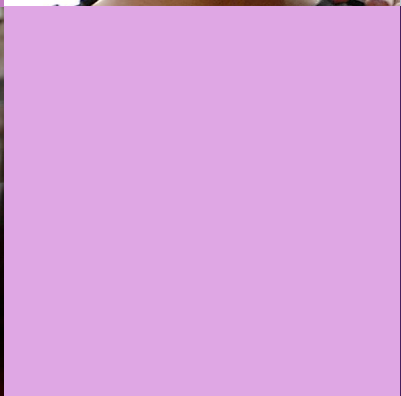
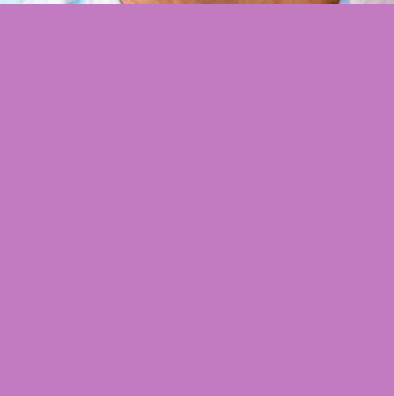
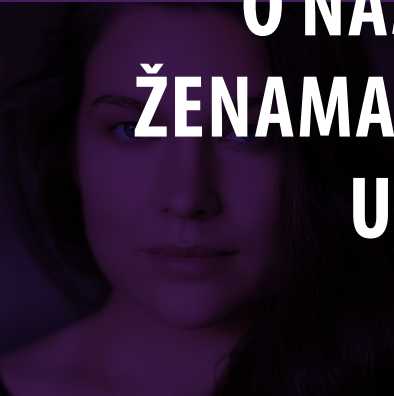
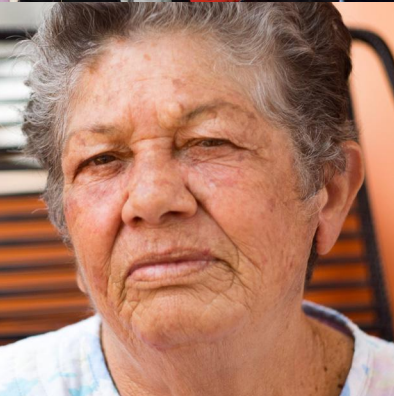




SMERNICE ZA PODIZANJE SVESTI O NASILJU NAD ŽENAMA I NASILJU U PORODICI



Informisanje o akcijama vlasti i organizacija za vođenje inicijativa i kampanja za podizanje svesti, u skladu sa standardima utvrđenim u Istanbulskoj konvenciji.

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

SMERNICE ZA PODIZANJE SVESTI O NASILJU NAD ŽENAMA I NASILJU U PORODICI

Za usmeravanje delovanja vlasti na Kosovu* u vođenju
inicijativa i kampanja za podizanje svesti, prema
standardima utvrđenim u Istanbulskoj konvenciji.

Projekat Saveta Evrope „Jačanje borbe protiv nasilja nad ženama i
nasilja u porodici na Kosovu * - faza II“

Autori:

Nataša Henri

Međunarodni konsultant

Adeljina Beriša

Domaći konsultant

Februar 2021. god.

*Svako upućivanje na Kosovo, bilo na teritoriju, institucije ili stanovništvo, u ovom tekstu biće shvaćeno u potpunosti u skladu sa Rezolucijom 1244 Saveta bezbednosti Ujedinjenih nacija i bez štete po status Kosova.

Za mišljenja izražena u ovom radu odgovorni su autori i ne odražavaju nužno zvaničnu politiku Saveta Evrope.

Svaki zahtev koji se tiče reprodukcije ili prevoda celog ili dela ovog dokumenta trebalo bi uputiti Upravi za komunikaciju (F-67075 Strasbourg Cedex or publishing@coe.int). Svaku drugu prepisku koja se odnosi na ovaj dokument trebalo bi uputiti Generalnoj upravi za demokratiju, Odeljenju za rodnu ravnopravnost, Jedinica za izgradnju kapaciteta i saradnju.

*Fotografije: © Shutterstock
© Savet Evrope, februar 2021. god.
Štampano u Savetu Evrope*

Sadržaj

Zahvalnice	4
Skraćenice	5
1. CILJ I DELOKRUG SMERNICA	7
2. KOSOVSKO* DRUŠTVO I NASILJE NAD ŽENAMA I NASILJE U PORODICI	9
3. PODIZANJE SVESTI NA KOSOVU*: TRENUTNO STANJE	11
4. DALJI KORACI: SMERNICE ZA PODIZANJE SVESTI O NASILJU I NASILJU NAD ŽENAMA NA KOSOVU*	13
4.1. Veze sa opštim političkim okvirom za nasilje nad ženama i nasilje u porodici	13
4.2. Osmišljavanje sadržaja kampanja za podizanje svesti	14
4.2.1 Koristite rodno osetljive reči	15
4.2.2. Ciljajte na osnažujuću poruku	16
4.2.3. Promovišite nove slike žena i muškaraca	17
4.2.4. Uključite dečake i muškarce kao zastupnike promena i zalagače	18
4.2.5. Radite na svim oblicima NŽ i NP	20
4.2.6. Izbegavajte okrivljavanje žrtava	22
4.2.7. Doprte do žrtava	23
4.2.8. Doprte do svedoka	25
4.2.9. Obavestite širu javnost o stvarnosti i uticaju NŽ i NP	26
4.3. Značaj podataka i uključivanje svih zainteresovanih strana u kampanje ili programe za podizanje svesti	26
4.3.1 Prikupljanje podataka, kreiranje politike zasnovane na dokazima i procena uticaja	27
4.3.2 Uključivanje organizacija žena i stručnjaka za rodnu ravnopravnost	28
4.3.3 Podsticanje saradnje između više agencija: uključivanje svih relevantnih zainteresovanih strana	31
4.4. Rad sa medijima, uključujući ulogu Nezavisne komisije za medije i samoregulaciju sektora	32
4.4.1. Rad sa medijima	32
4.4.2 Podizanje svesti i obuka zaposlenih na prvoj liniji	34
4.4.3. Privatni sektor	36
4.4.4. Utvrditi održivo finansiranje za podizanje svesti o NŽ i NP	36
5. KORACI ZA KAMPANJE ZA PODIZANJE SVESTI	39
5.1. Početak / trajanje / kalendar kampanje	39
5.2. Odredite publiku / mobilišite zajednice	40
5.3. Definišite jednu jasnu i kratku ključnu poruku / slogan	40
5.4 Dajte broj linije za pomoć / kontakt broj	40
5.5 Isprobajte poruku sa fokus grupom	41
5.6 Pripremite ključni materijal	41
5.7. Pripremite ključne akcije	41
5.8. Uzmite u obzir profesionalno praćenje reakcija	42
5.9 Monitoring i evaluacija	42
6. KONTROLNA LISTA ZA KAMPANJE ZA PODIZANJE SVESTI	43
PRILOG 1 RELEVANTNI ČLANOVI ISTANBULSKE KONVENCIJE	45
PRILOG 2 MOGUĆE TEME	47
Literatura	48

Zahvalnice

Smernice za podizanje svesti o nasilju nad ženama i nasilju u porodici razvijene su u okviru projekta „Jačanje borbe protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici na Kosovu * - Faza II“ u saradnji sa Nacionalnim koordinatorom protiv nasilje u porodici, Agencijom za ravnopravnost polova, i NVO.

Savet Evrope želi da se posebno zahvali Natachi Henri i Adelini Berisha, konsultanti Saveta Evrope u projektu, na pomoći u izradi smernica. Takođe se zahvaljujemo svim vlastima i organizacijama na korisnom doprinosu i odličnoj saradnji.

Skraćenice

ARR	Agencija za rodnu ravnopravnost
UNK	Udruženje novinara Kosova*
SE	Savet Evrope
CSR	Centar za socijalni rad
NP	Nasilje u porodici
EIGE	Evropski institut za rodnu ravnopravnost
GREVIO	Grupa stručnjaka za akciju protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, Savet Evrope
MŽK	Mreža žena Kosova*
NVO	Nevladina organizacija
NSZNPAP	Nacionalna strategija za zaštitu od nasilja u porodici i Akcioni plan
OEBS	Organizacija za evropsku bezbednost i saradnju
UNDP	Program Ujedinjenih nacija za razvoj
UNESCO	Organizacija Ujedinjenih nacija za obrazovanje, nauku i kulturu
UNIFEM	Razvojni fond Ujedinjenih nacija za žene, deo agencije UN WOMEN
ZŽ	Zastupnik žrtava
NŽ	Nasilje nad ženama

1. Cilj i delokrug smernica

Cilj predstavljenih smernica je da se da podrška kosovskim* vlastima u njihovim naporima da promene stavove i uverenja koja inače mogu dovesti do nasilja nad ženama i nasilja u porodici ili ga opravdati. Pri tom se smernice oslanjaju na uslove predviđene Konvencijom Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici – Istanbulska konvencija.

Istanbulska konvencija je glavni međunarodni pravni standard i najopsežniji međunarodni ugovor za borbu protiv nasilja nad ženama (NŽ) i nasilja u porodici (NP).

Svrhe ove konvencije su da se:

- ▶ zaštite žene od svih oblika nasilja i spreči, procesuiraj i eliminiše nasilje nad ženama i nasilje u porodici
- ▶ doprinese eliminaciji svih oblika diskriminacije žena i promovira suštinska ravnopravnost žena i muškaraca, uključujući osnaživanje žena
- ▶ osmisle sveobuhvatan okvir, politika i mere za zaštitu i pomoć svim žrtvama nasilja nad ženama i nasilja u porodici
- ▶ promovira međunarodna saradnja u cilju eliminisanja nasilja nad ženama i nasilja u porodici
- ▶ da podrška i pomoć organizacijama i agencijama za sprovođenje zakona da efikasno saraduju kako bi usvojili integrisani pristup eliminisanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

Istanbulska konvencija promovira promene u stavovima i uverenjima koja inače mogu dovesti do nasilja nad ženama i nasilja u porodici, ili ga opravdati. Poziva se na mere na polju podizanja svesti, obrazovanja, obuke stručnjaka na prvoj liniji, programa preventivne intervencije i postupanja i učešća privatnog sektora i medija. Istanbulska konvencija podvlači potrebu za samoregulatornim medijskim standardima, kao i kampanjama usmerenim na širu javnost i / ili stručnjake na prvoj liniji. Istanbulska konvencija posebno podvlači obavezno država članica da redovno i na svim nivoima, sprovode kampanje ili programe za podizanje svesti (član 13) i obezbede širenje informacija u opštoj javnosti o dostupnim merama za sprečavanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Konvencija takođe naglašava potrebu da se uključi nastavni materijal o ravnopravnosti žena i muškaraca i nenasilnom rešavanju sukoba (član 14.), i obezbedi obuka za relevantne stručnjake koji se bave žrtvama ili počiniocima (član 15.). Podstiče se učešće poslovnog i medijskog sektora zbog njihovog potencijalnog dometa u promeni rodni uloga i stereotipa koji mogu dovesti do nasilja nad ženama i nasilja u porodici. i nenasilno rešavanje sukoba (član 14.) i obezbediti obuku za relevantne profesionalce koji se bave žrtvama ili počiniocima (član 15.). Podstiče se učešće poslovnog i medijskog sektora zbog njihovog potencijalnog dometa u promeni rodni uloga i stereotipa koji mogu dovesti do nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

U okviru projekta „Jačanje borbe protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici na Kosovu* – Faza II“, Savet Evrope je pripremio ovaj dokument koji utvrđuje smernice zasnovane na standardima Istanbulske konvencije za podizanje svesti i vođenje kampanje protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

2. Kosovsko* društvo i nasilje nad ženama i nasilje u porodici

Nasilje nad ženama i nasilje u porodici pogađa žene u celom svetu, uključujući i žene na Kosovu*. Neki od osnovnih uzroka nasilja nad ženama i dalje su rodna nejednakost i norme koje prihvataju i opravdavaju nasilje. Sprečavanje nasilja, zaštita, rehabilitacija i reintegracija žrtava nasilja u porodici ili bilo kog oblika nasilja nad ženama i krivično gonjenje počinitelaca i dalje predstavljaju izazov za Kosovo*.

Intervencija u slučajevima nasilja u porodici zahteva ozbiljnu i stručnu posvećenost institucija pozvanih da pomognu u zaštiti žrtava nasilja u porodici i nasilja nad ženama uopšte. Pogrešna reakcija, poput nepravilnog gonjenja, niskih kazni za počinioce i okrivljavanja žrtava, može dovesti do gubitka poverenja u institucije od strane žrtava. To takođe može dovesti do slučajeva nasilja u porodici koji se završe smrtnim ishodom, tj. ubijanja žrtava i dece ili drugih članova porodice, o čemu svedoče društveni i tradicionalni mediji koji izveštavaju o različitim slučajevima.

Kosovski* program za rodnu ravnopravnost 2020-2024. naglašava da „kosovsko društvo nastavlja da tvrdi ili toleriše nasilje kao način disciplinovanja ili vaspitanja dece i kontrole i zadržavanja žena u njihovom društvenom položaju“. Takođe se naglašava da „žene ostaju znatno veće po broju žrtava nasilja u porodici i drugih oblika rodno zasnovanog nasilja na Kosovu“.

Veoma mali broj žena koje su doživele nasilje prijavljuju to policiji. Kosovski* program za rodnu ravnopravnost 2020-2024. i Akcioni plan, zajedno sa različitim izveštajima koje su na Kosovu* sastavile nevladine organizacije koje vode žene, kao i međunarodne organizacije, utvrdio je da žene ne prijavljuju nasilje nad njima iz različitih razloga, uključujući: nepoznavanje uloge institucija koje pružaju usluge žrtvama nasilja u porodici, kao i nepoverenje u rad lokalnih institucija kao što su policija, centar za socijalni rad, zastupnici žrtava, tužilaštvo i sudstvo. Studija Mreže žena Kosova iz 2018. godine otkrila je da „nedovoljna poverljivost, okrivljavanje žrtava i pokušaji porodičnog pomirenja i dalje preovlađuju“. Prema OEBS-u, samo 2 % žena policiji prijavi najteži slučaj nasilja koje nad njima izvrši partner.

Štaviše, dokazano je da Kosovsko* društvo i dalje posmatra nasilje u porodici kao privatnu stvar, koju treba rešavati u porodici. Prema OEBS-u, skoro polovina anketiranih žena (48 %) veruje da je nasilje u porodici privatna stvar koju treba zadržati u porodici. Društvene norme i patrijarhalni mentalitet koji još uvek vlada u kosovskom društvu doveo je do toga da žene koje doživljavaju nasilje ne prihvataju pomoć na koju imaju zakonsko pravo. Tradicionalne rodne uloge i dalje se promovišu u školskoj literaturi, gde su žene i dalje predstavljene kao domaćice, majke koje su mudre i nežne i pažljivo slušaju naređenja koja im se daju, dok se muškarci čine snažnima i preuzimaju različite uloge u društvu, kao lekar, policajac, vatrogasac itd. Takva promocija rodni uloga utiče na kontinuirano reprodukovanje ovih rodni stereotipa, što takođe utiče na vršenje nasilja u porodici. U slučajevima kada žene žele da prijave nasilje, suočavaju se sa značajnim pritiskom svoje zajednice i svojih porodica.

U nedostatku ekonomske nezavisnosti ili ograničenja u ostvarivanju svojih prava na imovinu i nasledstvo zbog prevladavajućih kulturnih normi koje vrše pritisak na vlasništvo ili nasleds-

tvo u patrilinealnoj liniji, mnoge žene su prisiljene da nastave da žive u okruženju nasilja nad njima. U slučajevima kada imaju decu, a počiniac nasilja je supružnik / partner, žrtve se često plaše da će im biti oduzeto starateljstvo. Istraživanje MŽK iz 2018. pokazalo je da socijalni radnici u centrima za socijalni rad često na sudu preporučuju starateljstvo nad decom počiniocu nasilja, ocu dece, jer su oni (muškarci) u boljem finansijskom stanju; dok se pravilnom analizom posledica odvajanja dece od majke i bezbednost dece poverene počiniocu nasilja, ne uzima u obzir. S druge strane, u nedostatku znanja o svojim pravima, žene smatraju da je nemoguće tužiti bilo koju instituciju koja nije pružila potrebnu uslugu.

Svi ovi aspekti u kombinaciji čine žene nevoljnim da prijave nasilje koje je izvršeno nad njima, dok je broj prijava i dalje nizak u poređenju sa velikim brojem devojaka i žena koje su doživele neki oblik nasilja.

Iako je u poslednjih deset godina bilo različitih inicijativa usmerenih na promociju zakona o zaštiti od nasilja nad ženama na Kosovu*, i informativnih kampanja o različitim oblicima nasilja nad ženama i promovisanju uloge institucija, prevalencija nasilja nad ženama i dalje zabrinjava.

3. Podizanje svesti na Kosovu*: trenutno stanje

Kosovo* je 2010. godine usvojilo prvi domaći Zakon o zaštiti od nasilja u porodici, koji je praćen prvom Nacionalnom strategijom o zaštiti od nasilja u porodici i Akcionim planom (NSZNPAP) 2011-2014, i novim NSZNPAP za godine 2016-2020. Kabinet premijera je 2012. odlučio da će zamenik ministra pravde postati odgovoran za vođenje procesa sprovođenja strategije.

Iako Strategija definiše odgovorne agencije i sredstva potrebna za sprovođenje aktivnosti, takvi izdaci, međutim, nisu uključeni u bilo koju određenu vladinu budžetsku liniju kao održivo finansiranje u tom pogledu.

Kampanje za podizanje svesti često osmišljavaju kompanije iz privatnog sektora koje su stručnjaci za kampanje, ali ne i za osmišljavanje kampanja na osetljive teme kao što su nasilje nad ženama i nasilje u porodici. One ne moraju nužno imati timove obučene za ove teme i možda neće uzeti u obzir aspekte rodne osetljivosti. Takođe, nedostaju situacione analize o pitanjima koja treba rešavati, a na osnovu kojih bi se gradile kampanje.

Osmišljavanje odgovarajućih kampanja za podizanje svesti čini se teškim zadatkom. Između ostalog, postizanje promena u ponašanju zahteva dugotrajne napore, razmenu najboljih praksi i saradnju, detaljno planiranje i pojašnjenja u vezi sa stavovima koje treba promeniti, kontinuitet, resurse i procenu. Pored nekoliko izvrsnih primera kampanja koje su sprovodile NVO koje vode žene i Agencija za ravnopravnost polova, čini se da su važnost uključivanja svih ovih aspekata prevideli i kosovske* institucije kada su planirale i sprovele kampanje za podizanje svesti. Zbog nedostatka planiranja budžeta, ove institucije često imaju tendenciju da ponavljaju iste aktivnosti (ponekad čak i koristeći iste promotivne materijale) tokom godina i često ne uspevaju da izdvoje različite grupe.

Mediji imaju ključnu ulogu u sprečavanju i podizanju svesti o nasilju nad ženama i nasilju u porodici. NSZNPAP takođe naglašava važnost saradnje sa medijskim stručnjacima. U njoj se navodi da bi trebalo da postoji: „kontinuirana obuka i sertifikacija novinara i medijskih službenika o tome kako koristiti medije kao sredstvo za prevenciju nasilja u porodici“ i „informisanje javnosti putem medija o važećem zakonodavstvu, zaštiti koja se pruža i relevantnim institucijama na koje se mogu uputiti“.

Pored podizanja svesti o nasilju nad ženama i nasilju u porodici, mediji imaju važnu ulogu i u promeni stavova i društvenih normi. Kada izveštavaju o NŽ i NP mediji bi trebalo da pišu na rodno osetljiv način. Mediji na Kosovu* nemaju efikasan nadzor relevantnih vlasti kao što je Nezavisna komisija za medije koja bi obezbedila pravilno izveštavanje i sprečila svaku moguću povredu prilikom izveštavanja o osetljivim temama kao što su NŽ i NP.

„Naša zemlja suočila se sa stravičnim scenama i vestima motivisanim rodno zasnovanim nasiljem, koje su šokantne za bilo koju starosnu grupu. Sve ovo rezultat je neprekidnih napora elektronskih medija da iskoriste nasilje i zločine počinjene nad ženama kako bi postigli veći broj klikova. Naslovi koje koriste čine da mnogi ljudi komentarišu zločin, umesto da osuđuju delo, uglavnom koriste jezik koji okrivljuje žrtve i pružaju podršku počiniocu“, navodi čelnik Udruženja novinara Kosova.*

Nedavno je Agencija za ravnopravnost polova povećala svoje napore u praćenju medija kako bi otkrila ne-rodno osjetljivo izveštavanje različitih medija. Na primer, 2020. godine ARR je reagovala kada je Radio-televizija Kosova* emitovala promotivni video spot lokalne kompanije koja promovise nasilje nad ženama. Pored javnog reagovanja, ARR je Komisiji za medije pisala tražeći uklanjanje ovog promotivnog video spota. Kao rezultat, promotivni video je uklonjen iz javnog emitovanja. Takođe, AGE je preduzeo dva periodična istraživanja za praćenje pisanih medija u perspektivi rodne osjetljivosti, sa ciljem da podrži medije u sprovođenju politika rodne osjetljivosti navedenih u LGE.

4. Dalji koraci: smernice za podizanje svesti o nasilju i nasilju nad ženama na Kosovu*

4.1. Veze sa opštim političkim okvirom za nasilje nad ženama i nasilje u porodici

Da bi se postigao najveći uticaj i efikasnost, sve inicijative za podizanje svesti treba da budu usklađene i podržavaju kosovsku* centralnu politiku za ukidanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

Programi treba da se temelje na rezultatima i stečenim poukama iz postojećeg preventivnog rada koji se smatra perspektivnim.

To obuhvata prakse koje (Savet Evrope, 2014):

- ▶ koristite rodni pristup i pristup zasnovan na ljudskim pravima
- ▶ obezbeđuju lokalnu bazu dokaza
- ▶ su održive i ponovljive
- ▶ omogućavaju isključene sektore društva
- ▶ obuhvataju vlasništvo zajednice
- ▶ obuhvataju partnerstva.

Multi-agencijsku saradnju treba poboljšati i ojačati. Na nacionalnom nivou, sva uključena ministarstva treba da održavaju redovne sastanke kako bi razgovarala o NŽ i NP. Na lokalnom nivou, lokalni saveti, policijske snage, pravosudni organi i grupe žena treba da izgrade jaku mrežu i uspostave efikasan način zajedničkog rada na načinima sprečavanja i suzbijanja nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

Planeri kampanje moraju da osiguraju efikasan odgovor na NŽ i NP, ukoliko kampanja naiđe na snažan odjek u stanovništvu. To takođe znači da inicijative za podizanje svesti treba da prate politiku o rodnoj ravnopravnosti uopšte, ako im ista ne prethodi. Borba protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici zahteva kontekst u kojem je rodna ravnopravnost vodeći princip u svim sferama društva, kako javnom, tako i privatnom.

Kao što signalizira Grupa stručnjaka za akciju protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (GREVIO, 2020):

„Prepoznavanje strukturne veze između rodne neravnopravnosti i nasilja nad ženama ostaje osnovni izazov, ograničavajući tako obim i efikasnost mera za borbu protiv nasilja nad ženama. U nekim društvima nedostatak svesti i / ili direktno poricanje ove strukturne veze sprečava efikasnu primenu ili je čak razlog za neuspeh u razvoju sveobuhvatne politike.“

Sledeće prekretnice su relevantne kako bi se osiguralo da je svaka kampanja za podizanje svesti u suštini povezana sa relevantnim političkim okvirima:

- ▶ Kosovska agencija za rodnu ravnopravnost je osnovana 2006. godine pri Kabinetu premijera.
- ▶ Zakon o zaštiti od nasilja u porodici usvojen je 10. avgusta 2010. godine, a zatim Zakon o ravnopravnosti polova 26. juna 2015. godine.
- ▶ Ustav Kosova omogućava direktnu primenljivost međunarodnih ugovora. Dakle, kroz niz zakona i dokumenata praktične politike, Kosovo* preduzima mere za sprovođenje Istanbulske konvencije.
- ▶ Nacionalna strategija za zaštitu od nasilja u porodici i Akcioni plan 2016-2020 navodi da su „predložene akcije koje vode ka daljem usklađivanju zakona sa Istanbulskom konvencijom“. Pored toga, NSPNP preporučuje podizanje svesti kao prvi stub akcije: „U okviru prvog stuba, predviđene mere obuhvataju sprovođenje godišnjih kampanja za podizanje svesti, redovnu obuku svih relevantnih stručnjaka, integrisanje informacija o nasilju u porodici u obrazovne programe i širenje informacija o uslugama i pravnim merama putem različitih medija i istraživanja“ (Gavrić 2018).
- ▶ Narodna skupština Kosova* je 25. septembra 2020. godine usvojila amandman na Ustav koji daje neposredno dejstvo Istanbulske konvencije. Ovaj značajan korak pojačava posvećenost Kosova* međunarodnom pravu u oblasti NŽ i NP.

U takvom kontekstu, aktivnosti na podizanju svesti treba:

- ▶ da budu vođene radnom grupom koja obuhvata predstavnike iz sektora obrazovanja, medija, policije, sudstva, socijalnih pitanja itd.
- ▶ da se zasnivaju i doprinose sprovođenju već postojećih inicijativa kao i budućih u skladu sa Istanbulskom konvencijom
- ▶ uče iz dostignuća prošlih kampanja na Kosovu*.

4.2. Osmišljavanje sadržaja kampanja za podizanje svesti

Kampanje i programi za podizanje svesti moraju da imaju za cilj:

- ▶ promenu stavova, ponašanja i uverenja koja normalizuju i opravdavaju nasilje nad ženama i nasilje u porodici
- ▶ prevenciju toga da muškarci i žene postanu žrtve / počinioci
- ▶ obaveštavanje šire javnosti, posebno žrtava i počinilaca, o raspoloživim resursima
- ▶ informisanje o relevantnim zakonima i dokumentima praktične politike i pružanje informacija o merama dostupnim žrtvama i počiniocima
- ▶ podsticanje žrtava i svedoka da istupe, nakon što se obuču dovoljno stručnjaka koji će im pomoći i uputiti ih na odgovarajuće službe.

Proces je opisala organizacija UN WOMEN:

„Na individualnom nivou, podignuta svest (npr. da je nasilje u porodici nacionalni problem koji pogađa žene svake klase, rase i etničke grupe) može postati znanje (40 % žena u mojoj pokrajini je doživelo neku vrstu zlostavljanja u svom domu), koje transformiše stavove (žene osećaju da nisu krive za nasilje koje su doživele) i, na kraju, donosi promene u ponašanju (žena koja poziva poverljivu telefonsku „liniju“ da prijavi nasilno ponašanje svog partnera).“ (Drezin i sar, 2003)

Sledeći odeljci će razmotriti devet ključnih tačaka u osmišljavanju smernica:

- ▶ koristite rodno osetljive reči
- ▶ osmislite osnažujuću poruku
- ▶ promovišite nove slike žena i muškaraca
- ▶ uključite muškarce i dečake, radite na svim oblicima nasilja nad ženama
- ▶ radite na svim oblicima NŽ i NP
- ▶ izbegavajte okrivljavanje žrtava
- ▶ doprite do žrtava
- ▶ doprite do svedoka NŽ i NP
- ▶ informišite širu javnost o stvarnosti i uticaju NŽ i NP.

4.2.1 Koristite rodno osetljive reči

„Izbor reči i slika u naporima da se podigne svest o nasilju nad ženama treba pažljivo razmotriti. Neke vrste poruka i slika mogu ojačati mitove, stereotipe i stavove koji krive žrtve, a koji održavaju okruženje pogodno za nasilje nad ženama“ (Savet Evrope 2014)

Važno je pažljivo proučiti upotrebu roda u jeziku, jer on može biti diskriminatorски u jezicima u kojima muški oblik tradicionalno obuhvata ženski rod. U jeziku u kojem imenice mogu poprimiti muški, ženski ili ponekad neutralni oblik, muški oblik ženski oblik ne bi trebalo da učini nevidljivim. Na primer, na francuskom jeziku se za ljudska prava tradicionalno i istorijski govorilo „droits de l’homme“, što doslovno znači „muška prava“. Srećom, „droits humains“ (ljudska prava) postaje sve češća pojava. Jezici se kontinuirano razvijaju kako bi odražavali promene u društvu, a rodovi bi trebalo da budu zastupljeni čak i ako to možda zvuči neobično nakon prvog usvajanja.

Primer dobre prakse

Rodno neutralne alternative za upotrebu imenica / zamenica muškog roda (UN WOMEN):

Avoid	Prefer
Men, mankind	People, humanity, human beings, humankind, we, women and men
Businessmen	Representatives, business community, business people
Chairman	Chair, chairperson, head
Congressman	Legislator, congressional representative, parliamentarian
Guys (referred to men and women)	All
Man-made disaster	Human induced disaster
Policeman	Police officer
Steward, stewardess	Flight attendant
Freshman student	First-year student
Landlord, landlady	Owner
Layman, common man	layperson, average person
Boyfriend/girlfriend or husbands/wife	Partners, spouses

Na lokalnim jezicima na Kosovu* to bi značilo poštovanje pravila jezika u pogledu roda imenice. Kada se imenica koristi u rečenici u kojoj pol osobe nije određen, koristite oba završetka, na primer na albanskom „drejtor/e“, „zyrtar/e“; „mjek/e“.

4.2.2. Ciljajte na osnažujuću poruku

Rodna ravnopravnost je u središtu GREVIO preporuka:

„Mere artikulirane u Istanbulskoj konvenciji čvrsto se zasnivaju na pretpostavci da se nasilje nad ženama ne može iskoreniti bez ulaganja u veću ravnopravnost žena i muškaraca i da zauzvrat samo stvarna ravnopravnost žena i muškaraca i promena u dinamici moći i stavovima može zaista da spreči nasilje nad ženama“ (GREVIO, 2020).

Oснаživanje žena je centralno u procesu primene rodne ravnopravnosti na Kosovu* i drugde, ne samo za žrtve rodno zasnovanog nasilja. Zaista, socijalni i ekonomski razvoj žena je ključan u svim društvenim sferama.

Poruke za podizanje svesti mogu ohrabriti žene da besplatno koriste javni prostor ili da uđu u politiku na svim nivoima. Osnažujuće poruke mogu imati za cilj, na primer, promovisanje jednakih plata, da muškarci i žene dele domaće poslove i da se žene poštuju u oblastima u kojima tradicionalno dominiraju muškarci.

Poruke za osnaživanje mogu se primeniti i na muškarce u svim sferama, uključujući poslove za koje se tradicionalno smatra da su za „žene“.

Podizanje svesti o osnaživanju znači manje diskriminacije na dva nivoa:

- ▶ Žene i devojke uopšte - „Ja to mogu“, „Mogu da budem / postanem ova žena“, „Dozvoljeno mi je da imam tu ambiciju“, „Mogu da naučim veštine“
- ▶ Žrtve čije je samopouzdanje pod napadom nasilja. Pozitivne poruke će raditi u tom pravcu: „Zaslužuješ bolje“, „Pronađi svoj glas“, „Prava žena su ljudska prava“.

Primeri dobre prakse

Rodno odgovorno budžetiranje (Kosovska* agencija za rodnu ravnopravnost, 2017)



Video spot koji objašnjava da rodno odgovorno budžetiranje podrazumeva sprovođenje rodne ravnopravnosti u budžetskom procesu, odnosno procenu budžeta iz rodne perspektive – rodni aspekti se uzimaju u obzir na svim nivoima prihoda i rashoda, kako bi se promovisala rodna ravnopravnost žena i muškaraca. Drugim rečima, rodno odgovorno budžetiranje znači raspodelu budžeta na takav način da su oba pola podjednako podržana u smislu budžeta na svim nivoima.

Obezbeđivanje veština (Kosovo*, 2017-2020)

NVO Women 4 Women Kosova podvlači da se „žene svakodnevno bore za društvenu i ekonomsku jednakost u krutom patrijarhalnom društvu u kojem muškarci imaju poslednju reč u svim porodičnim pitanjima, a ženama ostaje vrlo ograničen pristup obrazovanju, zdravlju, imovini, zaštiti i mogućnostima za posao“. Stoga će njihov program 2017-2020 „obezbediti 450 marginalizovanim ženama znanje, veštine i resurse koji će im pomoći da izgrade bolji život za sebe, svoje porodice i zajednice“.



Pristup bespovratnim sredstvima (Kosovo*, 2020-2021)

<https://womensnetwork.org/ekw-trains-women-farmers-in-advocacy/>

EcoKos Women, članica Mreže kosovskih žena, pokrenula je inicijativu „Zalaganje za lakši pristup žena bespovratnim sredstvima u opštini Priština“. To obuhvata obuke iz zalaganja za žene poljoprivrednice u selima opštine Priština.

4.2.3. Promovišite nove slike žena i muškaraca

Rodno zasnovano nasilje počiva na ideji da, budući da su muškarci i žene različiti, njihova socijalizacija mora da sledi različita pravila i moraju da ispunjavaju različite uloge u društvu.

Dovedeno do krajnosti, ovo vodi ka toksičnoj muškosti, pri čemu osobine koje se očekuju od muškarca obuhvataju ekstremnu emocionalnu i fizičku snagu i koriste se kao pretnja. Toksična muškost dominira nad ženama i vrši se strahom, ucenama i nasiljem. Kada se primenjuje na žene, njihova stereotipna uloga povezuje zavođenje (fizička privlačnost kao osnovna vrednost) i pokoravanje muškarcima. Ugled žena se prati u svakom trenutku.

Ustav Kosova* uspostavlja ravnopravnost muškaraca i žena kao osnovno pravo. Nove slike muškaraca i žena treba to jasno da pokažu. Mogu da obuhvate sledeće:

- ▶ Inverzija tradicionalnih rodni uloga:
- ▶ Prikazuju kako žene obavljaju tradicionalno muške poslove / aktivnosti / hobije, i obrnuto: muškarce koji brinu o svojoj deci / domaćinstvu / kućnim poslovima dok se žene opušaju sa prijateljima / gledaju TV itd. Na jednoj slici se može videti muškarac koji pere stvari dok žena sedi na sofi. Ovo je neagresivan način da se postigne promena u mentalitetu.
- ▶ Promocija zajedničkih kućnih poslova, roditeljstva, odgovornosti i nenasilne seksualnosti.

Primeri dobre prakse

Rešavanje stereotipa

Jedna aktivnost podizanja svesti koja se sprovodi u školama u nekoliko evropskih zemalja jeste traženje od učenika da povežu jedan kvalitet sa jednim rodnom: snaga, strah, stidljivost, moć, lepota, gracioznost itd. Ili da se jedno zanimanje poveže sa jednim rodnom: vodoinstalatler, bibliotekar, pilot, itd. Studenti mogu da preispitaju sopstvenu pristrasnost kroz otvorenu diskusiju o stereotipima. Druga ideja je da pažljivo pogledaju bajke i navedu decu na zamišljanje bolje rodne ravnoteže u pripovesti – nego princa u pokretu / devojke koja čeka da je on spasi.

Rodno neutralne igračke (Švedska, 2012)

Oglašavanje se udaljava od stereotipa, pokazujući dečake i devojčice kako se igraju zajedno.



ARR promoviše žene na Kosovu* (2018)

Video snimak Agencije za rodnu ravnopravnost u kome se zahvaljuje ženama koje su dobile nagrade, priznanja za svoj rad na polju ljudskih prava, glume, filmske režije, policije.

Linku: <https://www.youtube.com/embed/vHu7WhKCTgc?form=MY01SV&OCID=MY01SV&form=MY01SV&OCID=MY01SV>

4.2.4. Uključite dečake i muškarce kao zastupnike promena i zalagače

Član 12.4 Istanbulske konvencije kaže sledeće: „Strane će preduzeti neophodne mere da podstaknu sve članove društva, posebno muškarce i dečake, da aktivno doprinose sprečavanju svih oblika nasilja obuhvaćenih ovom konvencijom“.

Uključivanje muškaraca i dečaka u preispitivanje rodno zasnovanih uloga mora započeti u ranom dobu. Na primer, u Švedskoj napori za suzbijanje rodni stereotipa i rodni uloga počinju tokom predškolskog uzrasta. Švedska nacionalna agencija za obrazovanje nudi materijale i stručno usavršavanje u oblasti jednakog postupanja i nediskriminacije za obavezno i srednjoškolsko obrazovanje.

Uključivanje muškaraca i dečaka u proces je centralno, ali nije lako. Pritisak vršnjaka i tradicija spadaju u najteže komponente muške dominacije. Ovi postupci za podizanje svesti zahtevaju pažljivo razmišljanje i takt. Edi GUSIJA, načelnik Kosovske* agencije za rodnu ravnopravnost sugerise da „nasilje nije sredstvo za rešavanje problema“ kao snažno polazište za početak ovog procesa. Teme mogu da obuhvate:

- ▶ šta to znači biti muškarac, muž, otac, brat iz perspektive jednake uloge
- ▶ osporavanje i preispitivanje patrijarhata, dominacije, tradicionalnih muško-ženskih uloga, agresivnih modela muškosti
- ▶ šta će to muškarci dobiti uklaňanjem rodni hijerarhija na ličnom / emocionalnom nivou
- ▶ to kako nedostatak rodni stereotipa dovodi do manje stresnog okruženja kod kuće, gde se dele kućni poslovi, u školi ili na poslu, gde odnosi između muškaraca i žena mogu biti uravnoteženiji i poštovaniji.

Primeri dobre prakse



Šampioni rodne ravnopravnosti (Kosovo*)

Muškarci i dečaci mogu delovati kao uzori ili agenti promena i biti primer u borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Mogle bi se pokrenuti određene kampanje / aktivnosti za podizanje svesti za dečake, na osnovu iskustva specijalizovanih organizacija poput Inicijative mladića (IM), posebno pronalaženjem šampiona rodne ravnopravnosti koji osuđuju NŽ i NP, i predstavljaju nove muškosti i muške uzore.

TV spotovi sa poznatim bokserom emitovani su na glavnim TV kanalima na Kosovu* (2015).



Biti otac (Albanija, 2016)

<https://youtu.be/-UHFnxIqILU>

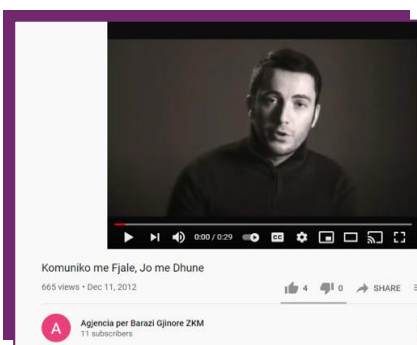
Albanska mreža žena preduzetnika producirala je video spot o očevima i ćerkama. Pokazano je koliko pozitivno može biti za devojčicu da ima oca koji je podstiče i voli i koji izdvaja vreme da bude s njom i radi zajedničke stvari.



Dovoljno muškarac? (EIGE, 2013)

<https://eige.europa.eu/men-and-gender-equality>

Kampanja Bela traka poziva muškarce da aktivno učestvuju u borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici.



Razgovarajte rečima, a ne nasiljem (Agencija za rodnu ravnopravnost, Kosovo* 2012)

Video spot koji obuhvata poznate umetnike koji pozivaju na promenu stavova u vezi sa žrtvama nasilja nad ženama i nasilja u porodici.

Linku: https://youtu.be/OrRk8L_6ywo

4.2.5. Radite na svim oblicima NŽ i NP

Istanbulska konvencija daje spisak mnogih oblika nasilja nad ženama:

- nasilje u porodici
- seksualno uznemiravanje
- silovanje
- prinudni brak
- zločini počinjeni u ime takozvane „časti“
- sakaćenje genitalija
- prisilni pobačaj
- prinudna sterilizacija
- vrebanje

Neke zemlje su dodale i prostituciju kao oblik nasilja nad ženama. Tokom godina kampanje bi trebalo da se bave svim ovim poljima.

Nasilje u porodici

Nasilje u porodici samo po sebi može biti u različitim oblicima: ekonomsko nasilje i uskraćivanje (uključujući uskraćivanje pristupa finansijskim resursima / hrani / grejanju itd.), psihičko nasilje (uključujući pretnje, ucene, uvrede, vrebanje, kontrolu, izolaciju, držanje oružja kod kuće itd.), fizičko nasilje, silovanje i seksualno zlostavljanje.

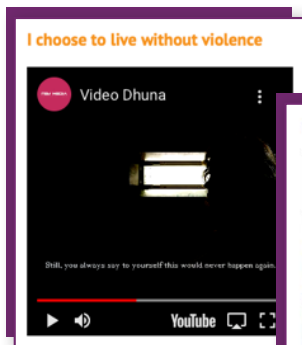
Aktuelni kosovski* Zakon o zaštiti od nasilja u porodici sadrži sledeću listu:

1.2. **Nasilje u porodici** - jedno ili više namernih dela ili propusta koje je počinila osoba nad drugom osobom sa kojom je u porodičnoj vezi ili je bila u porodičnoj vezi, ali ne ograničavajući se na:

- 1.2.1. upotreba fizičke sile ili psihološkog pritiska prema drugom članu porodice
- 1.2.2. bilo koja druga radnja člana porodice, koja može naneti ili pretiti fizičkim bolom ili psihološkom patnjom
- 1.2.3. izazivajući osećaj straha, lične opasnosti ili pretnje dostojanstvom
- 1.2.4. fizički napad bez obzira na posledice
- 1.2.5. vređanje, uvreda, prozivanje uvredljivim imenima i drugi oblici nasilnog zastrašivanja;
- 1.2.6. ponavljajuće ponašanje s ciljem ponižavanja druge osobe
- 1.2.7. seksualni odnosi bez pristanka i seksualno zlostavljanje
- 1.2.8. nezakonito ograničavanje slobode kretanja druge osobe
- 1.2.9. imovinska šteta ili uništenje ili pretnja da će to učiniti
- 1.2.10. izazivanje straha kod druge osobe za njeno fizičko, emocionalno ili ekonomsko blagostanje
- 1.2.11. prisilni ulazak / udaljavanje iz zajedničkog prebivališta ili prebivališta drugog lica
- 1.2.12. otmica.

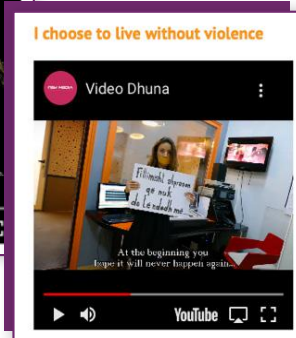
Da bismo bolje razumeli slučajeve nasilja u porodici, korisno je podsetiti se kako ono obično deluje, kroz takozvani „ciklus zlostavljanja“: „faza stvaranja napetosti praćena akutnim nasiljem, a koja se završava pomirenjem ili fazom „medenog meseca“ i smirenosti“ (Voker, 1979). Shvatanje „ciklusa zlostavljanja“ može pomoći u stvaranju poruka za podizanje svesti kao načina za dopiranje do žrtava.

Primer dobre prakse



Proces NP koji je opisala bivša žrtva (Albanija, 2020)

<https://youtu.be/PDTRY8kvJoY>



U ovom video spotu albanske Mreže žena preduzetnika, AMŽP, žena ispituje sve aspekte svog ličnog iskustva sa NP, dok se nekoliko žena pojavljuje na ekranu sa pozitivnim sloganom protiv NP.

Bračno silovanje

Silovanje supružnika je jedan od najtežih oblika nasilja nad ženama. To je široko rasprostranjen, ali neizrečen fenomen, pa otuda i potreba za „sprovedenjem redovnih aktivnosti na podizanju svesti i informisanju javnosti posebno usmerenih na seksualno nasilje, uključujući silovanje bračnog / intimnog partnera“ (Savet Evrope, 2017). Kada je to prikladno, silovanje supružnika ili silovanje u braku može postati tema kampanje za podizanje svesti sa sloganima u sledećim crtama: „za seksualno opštenje potrebna je obostrana želja“ („želja“, a ne „pristanak“, što još uvek podrazumeva rodnu neravnopravnost) , „ne znači ne“, silovanje je zločin, bilo da ga čini stranac ili nečiji suprug.

Primer dobre prakse



Kampanja o silovanju supružnika (Ujedinjeno Kraljevstvo, 2012)

Nema mnogo primera kampanja o silovanju supružnika. Zemljama je i dalje teško da obaveste javnost da brak ne znači seksualni pristanak. Ovaj poster je iz policije Vest Midlensa.

Drugi oblici nasilja nad ženama

U svom izveštaju o Crnoj Gori GREVIO konstatuje:

„široko rasprostranjenu potrebu za većim brojem dugoročnih i redovnih kampanja za podizanje svesti radi uklanjanja postojećih tabua oko silovanja i seksualnog nasilja“ (GREVIO, 2018).

U svom izveštaju o Francuskoj, GREVIO primećuje da su određene teme i dalje relativno nerazrešene u kampanjama za podizanje svesti i javnosti nepoznate, poput psihičkog i ekonomskog nasilja, kao i fenomen prisilne kontrole koju trpe žrtve nasilja u porodici. Ostala područja u kojima su neophodni trajni napor kroz zalaganje obuhvataju: ustrajnu društvenu toleranciju silovanja i njegovo poricanje, koja zanemaruje žrtve; verbalno i seksualno sajber nasilje nad devojkama; štetne posledice nasilja u porodici na decu svedoke; i nasilje nad određenim grupama žena u

riziku od diskriminacije, kao što su žene sa invaliditetom, žene u prostituciji, žene iz LGBT zajednice i žene koje pripadaju zajednicama u kojima i dalje postoje štetne prakse (prisilni brak, sakaćenje ženskih genitalija) (izveštaj GREVIO o Francuskoj, 2019).

4.2.6. Izbegavajte okrivljavanje žrtava

Prema istraživanju koje je 2015. godine sprovedla Mreža žena Kosova, 21 % stanovnika Kosova smatra da je „prihvatljivo da muž ponekad udari ženu“, a 32 % smatra da je „prirodno da se fizičko nasilje ponekad dogodi kada se par svađa“. Na Kosovu*, „patrijarhalni običaji, tradicionalni stavovi i istorijske rodne uloge ograničavaju pravo žena da daju svoj politički, ekonomski i društveni doprinos“ (Savet Evrope, 2017).

Ovo, naravno, nije specifično za Kosovo*.

„Rodno zasnovano nasilje postoji zbog razlika u moći između muškaraca i žena i ukorenjeno je u kulturnim normama u pogledu muškosti i ženstvenosti, muške časti, ženske čednosti i poslušnosti i muškog seksualnog prava, ideologije koja podržava ideju da se žene smatraju podređene muškarcima i da se od supruga očekuje da se pokore i udovolje svojim supruzima.“ (NEGA, 2014)

U slučajevima NP, okrivljavanje žrtava podrazumeva da je žena sama izazvala nasilje iz raznih razloga - uglavnom zato što nije zadovoljila / služila / poslušala svog partnera onako kako to od nje očekuju on i društvo uopšte. Možda je skuvala nešto što mu se ne sviđa, možda je zakasnila, ili potrošila novac koji je želeo da kontroliše, ili je razgovarala sa komšijom, ili mu je vratila reč...

U slučajevima seksualnog uznemiravanja ili seksualnog napada u javnom prostoru ili na poslu, okrivljavanje žrtava obuhvata ideju da ga je sama izazvala „slanjem pogrešne poruke“, odbijanjem da vidi da „muškarci imaju potrebe ili seksualni nagon“. Reći će se da su njena odeća ili šminka odgovorni za napad ili da ne bi trebalo da izlazi noću.

Od komšija do medija, počiniocu će se dati „razlog“, „izgovor“ za njegovo nasilje. Nasilje će se smatrati njenom „krivicom“. Često je očigledno da „medijski narativi u fikcijama i vestima obično predstavljaju slike rodno zasnovanog nasilja kroz ponavljajuće stereotipe, mitove i viktimizaciju.“ (Vulf, 2013)

Žene će često kriviti sebe za nasilje – rodni stereotipi su toliko jaki da se ne usuđuju da ih otvoreno ispituju. Ako se žrtva oseća krivom, ona će ćutati: počinioci su toga svesni i računaju na to da da bi nastavili sa vršenjem nasilja. Društvo se mora prebaciti sa opravdavanja NŽ i NP na stav nulte tolerancije.

Poruke prema ženama mogu da obuhvate sledeće: „Nisi ti kriva“, „Nisi kriva“. Poruke prema društvu: „Nasilje nikada nije odgovor“, „Nasilje nikada nije opravdano, nemojte ga koristiti“.

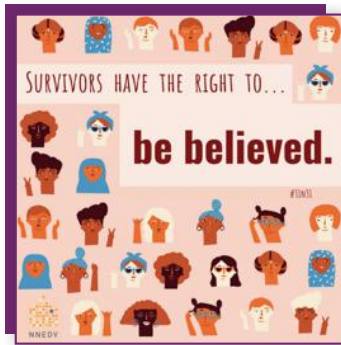
Primeri dobre prakse



Promena gledišta (Evropska komisija, 2018)

<https://ec.europa.eu/justice/saynostopvaw/>

Kampanja Evropske komisije koja poziva građane EU protiv nasilje nad ženama i nasilje na porodicu.



Kampanja Nacionalna mreža za okončanje nasilja u porodici (SAD, 2018):

„Podrška, poverenje i #BelieveSurvivors (veruj žrtvama). S pravom svalite odgovornost na nasilnike i počiniocce da biste okončali zlostavljanje“.



Peticija protiv diskriminacije žrtava nasilja u porodici (pokrenula Ališa Lej, fotograf, Australija, 2017.):



Sprečavanje seksualnog uznemiravanja (ARR, Kosovo* 2020)

Video spot koji informiše o zakonima, ali i o tome šta predstavlja seksualno uznemiravanje. Takođe je na albanskom i srpskom jeziku.

4.2.7. Doprite do žrtava

Interesi i potrebe žrtava moraju biti u središtu kampanja za podizanje svesti. Ključno je snažno promisliti sledeće:

- ▶ **Slogan** podrazumeva da je neko na strani žrtve. Poruke će biti u crtama „niste sami“, „možete pronaći pomoć“, „verujemo vam“.
- ▶ **Vizuelizacija.** Pokazati ili ne pokazati fizički izraz nasilja (muškarac koji udara ženu) ili njegove fizičke posledice (žena na podu / sa krvlju / podlivom na licu itd.), važno je pitanje. Prikazivanje ranjene žene možda neće biti relevantno za dopiranje do žrtava, koje možda neće prepoznati svoju situaciju kada im je tako grafički predstavljena. Pored toga, ne mogu se prikazati na način na koji se očekuje da samo kažu ne i stave tačku na situaciju. „Žrtve nasilja nad ženama i nasilja u porodici zastupljene su izolovano i na njih se često polaže odgovornost za postupanje i zaustavljanje zlostavljanja. Počinioci NŽ i NP posebno, ali i muškarcu uopšte, uglavnom su isključeni iz diskursa. Umesto da ohrabri žrtve i izgradi njihovo samopouzdanje, sumorna slika izolacije i strah su naslikani u tekstovima kampanje“. (De Nagi, 2018)

GREVIO je podvukao da „žene u ugroženom položaju ne treba zaboraviti, na primer, žene sa invaliditetom, žene iz nacionalnih manjina, uključujući romsku zajednicu, LBT žene (lezbijke, biseksualke, transrodne osobe), žene iz ruralnih područja, žene migrante, žene koje traže azil i izbeglice, žene bez boravišne dozvole, i žene sa zavisnošću“ (GREVIO, 2020).

Primeri dobre prakse



Informisanje žrtava da je pomoć dostupna (Crna Gora, 2020)

Ovu kampanju je pokrenuo OEBS tokom zaključavanja, uključujući korisne brojeve telefona.

Apel žrtvama da nazovu liniju za pomoć (Nemačka, 2019)

Serija letaka, svi dostupni za preuzimanje, reprodukovane linije, koje počinioци često koriste: „Niko vam neće verovati, rekao je“, „Pronaći će nas, rekao je“, „Porodica će te se odreći, rekao je“, „Pripadaš meni, rekao je“, a usledilo je, „Ali sada progovaram“ i linija za pomoć.

Informacije su bile dostupne na 8 jezika, a postojala je i verzija za osobe sa smetnjama u učenju.



Pristupna mesta za žrtve (Ujedinjeno Kraljevstvo, 2020)

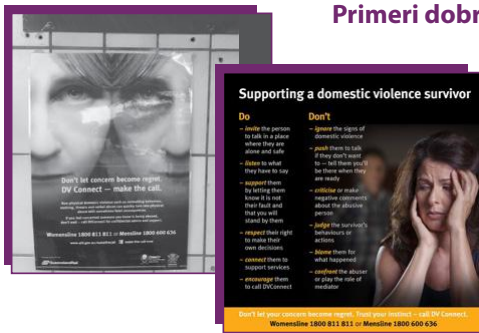
Ovaj poster postavljen je u supermarketima, maloprodajnim radnjama i apotekama (jedina mesta na koja se moglo otići tokom zaključavanja države zbog pandemije COVID-19) u Brentu. To je pokazalo da su lokalne vlasti znale za velike brojke i dale brojeve telefona za pomoć. Bilo je dostupno na poljskom, somalijskom, engleskom, arapskom i portugalskom jeziku. Brojevi linija za pomoć su takođe štampani na priznatici o kupovini.

4.2.8. Doprite do svedoka

Kampanje za podizanje svesti mogu da se obrate svedocima NŽ i NP. Trebalo bi da se informišu o ulozi koju mogu imati u pružanju pomoći žrtvama i prijavljivanju nasilja.

Na primer, možda neće znati da „neprijavlivanje zlostavljanja dece i nasilja u porodici predstavlja krivično delo prema članu 384. Krivičnog zakonika Kosova*” (Savet Evrope, 2017.).

Primeri dobre prakse



Obraćanje svedocima i prijateljima (Australija, 2015)

Kampanja „Veruj svom instinktu“ usmerena direktno na svedoke i prijatelje. Rečeno je: „Ne dozvolite da briga postane žaljenje. Veza za NP, uputi poziv.“



Podsticajna akcija (Francuska, 2018)

Ovaj poster francuske vlade podstiče reakciju šire javnosti i netrpeljivost prema nasilju nad ženama i nasilju u porodici: „Seksizam i seksualno nasilje na poslu, kod kuće, u javnoj sferi – Reakcija može promeniti sve“.



Udružujući snage (Albanija, 2021)

Otvoreno pismo ambasadora Vinćenca Del Monaka u albanskim dnevnim vestima: „Nasilje nad ženama i devojčicama: Nema alternative, osim udruživanja svih snaga u zajedničkoj borbi protiv njega“.



Ja sam #WithHer (sa njom), a ti? (Evropska komisija, mart 2020)

#WithHer je digitalna kampanja koja podstiče ljude da budu na strani žrtava.

4.2.9. Obavestite širu javnost o stvarnosti i uticaju NŽ i NP

Posledice nasilja nad ženama i nasilja u porodici pogubne su na mnogim nivoima - a podaci se mogu koristiti za potkrepljivanje ovih činjenica. Od socijalno-ekonomskih troškova do uticaja na zajednicu i ličnosti (siromaštvo, beskućništvo, zdravstveni troškovi, psihološka i fizička šteta, pokušaji samoubistava itd.), Žrtve nasilja nad ženama i nasilja u porodici nisu samo tri reda u novinama ili nezaobilazni deo svakodnevnog života (up. okrivljavanje žrtve), već ozbiljno kršenje ljudskih prava koje nema opravdanja.

Nasilje se dešava u svim društvenim okolnostima, svim vrstama porodica i parova i među različitim zanimanjima. Ne postoji tipični počinitelj niti tipična žrtva nasilja nad ženama. U široj javnosti svi znaju nekoga ko prolazi kroz ovo iskustvo, ako i sam nije žrtva ili počinitelj.

Istanbulska konvencija pojašnjava da su deca takođe žrtve nasilja u porodici. Aktivnosti podizanja svesti mogu ove informacije predstaviti javnosti. Mogu dati drugačiji, ali značajan pogled na pitanja povezana sa nasiljem u porodici. Bave se pitanjima očinstva, muškosti i pomažu da se stane na put ideji da je NP privatna stvar ili puko neslaganje parova.

Izveštaj GREVIO o Albaniji podstiče aktivnosti podizanja svesti za promociju znanja o šteti nanesej deci koja su svedoci nasilja u porodici. Čini se da su deca „zaboravljene žrtve nasilja u porodici nad ženama“. GREVIO je posebno uznemiren niskim nivoom svesti među samim žrtvama nasilja o uticaju koji svedočenje nasilja u porodici ima na decu (GREVIO, 2017).

Primer dobre prakse



Plakati protiv NP koristeći crteže dece (Francuska, 2011)

„Čovek koji je nasilan prema svojoj ženi nije dobar otac“ (levo:
„Nemoj da povrediš mamu“)

Kampanju je osmislio i pokrenuo kolektiv Collectif féministe contre le viol (Feministički kolektiv protiv silovanja), uz državno finansiranje, kao što je to gotovo uvek slučaj u Francuskoj.

4.3. Značaj podataka i uključivanje svih zainteresovanih strana u kampanje ili programe za podizanje svesti

Delovi populacije možda nikada nisu ni pomislili na NŽ i NP, a kamoli na rodne stereotipe i rodne uloge. Pošto su vaspitani i živeli u kontekstu rodni stereotipa, rodne neravnoteže i rodno dodeljenih uloga, neki bi mogli uzeti zdravo za gotovo to da su „muškarci superiorniji od žena“, „muškarci imaju potrebe“, „žena mora da se pokorava mužu“, „žrtva silovanja je to tražila“, „to je u našoj tradiciji“ itd. Ljudi možda nisu svesni štete koju nanose uzori koji promovišu inferiornost žena, moći i obrasca kontrole nasilja nad ženama, ili da je moguće doneti promene. Ljudi možda čak i ne znaju da mogu i treba da budu akteri promena.

Strategije podizanja svesti moraju imati na umu stavove ljudi i koje promene treba postići.

4.3.1 Prikupljanje podataka, kreiranje politike zasnovane na dokazima i procena uticaja

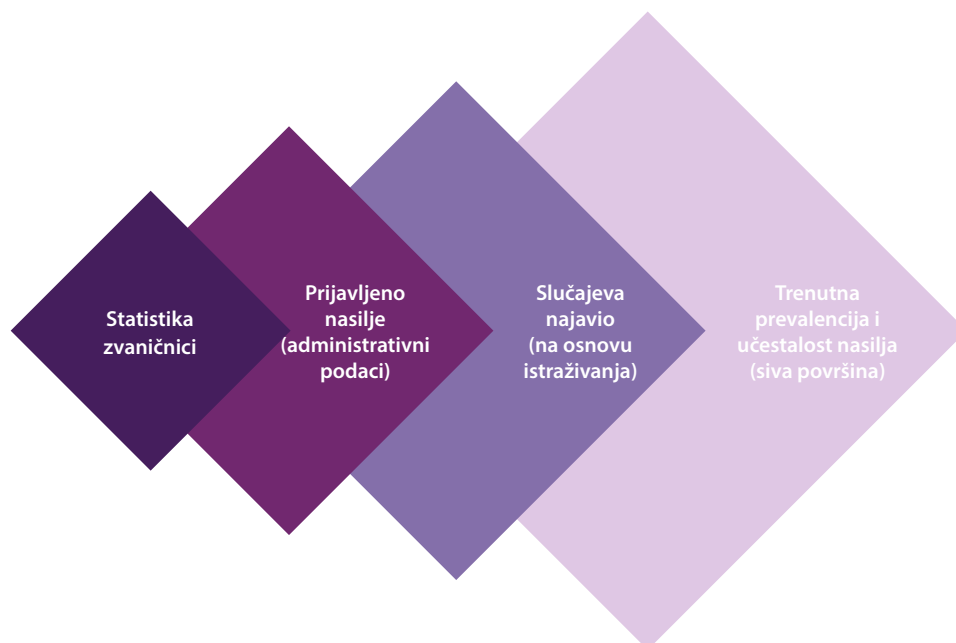
Stvorite efikasan sistem za prikupljanje podataka

Da bi se osmislila i primenila politika za podizanje svesti, neophodno je da:

- ▶ zajednički shvatate i delite definiciju nasilja nad ženama i nasilja u porodici
- ▶ razumete prirodu i rasprostranjenost pojave
- ▶ oslonite se na koordinirani, sistematski i pouzdan sistem prikupljanja podataka
- ▶ pokrenete ankete kroz konsultacije sa više agencija kako bi se podaci uskladili i učinili korisnim za kreiranje politike i preventivne akcije.

Istanbulska konvencija (član 11.) zahteva od država članica „da redovno vrše ispitivanje stanovništva kako bi se procenila prevalencija i trendovi svih oblika nasilja obuhvaćenih ovom konvencijom“.

Prema Evropskom institutu za rodnu ravnopravnost (EIGE, 2013, 2017-2018) „podaci o nasilju nad ženama mogu se dobiti iz različitih izvora, uključujući ispitivanjem uzorka (kao najbliži pokazatelj stvarne stope prevalencije ili incidenta), ili iz upravnih ustanova koje se bave prijavljenim slučajevima nasilja nad ženama (kao što su policija, pravosuđe ili zdravstvene i socijalne ustanove). Zvaničnu statistiku obično prikupljaju i sastavljaju nacionalni zavodi za statistiku, na osnovu podataka iz anketa i / ili administrativnih izvora; ali ovi obuhvataju samo delić stvarne rasprostranjenosti i učestalosti nasilja nad ženama. Razlika između stvarne prevalencije i učestalosti nasilja s jedne strane i otkrivenog nasilja zabeleženog ispitivanjem uzorka sa druge strane može biti poznata kao „siva zona“, kao što je ilustrovano u nastavku. Uprkos nemogućnosti da zabeleže punu rasprostranjenost nasilja, upravni podaci su važni za ocenu toga kako javne ustanove reaguju na potrebe žena koje su doživele nasilje i za praćenje trendova kroz vreme.“



Korišćenje podataka u podizanju svesti

Posedovanje podataka o NŽ i NP pomaže oko:

- ▶ utvrđivanja prioritetne ciljne grupe
- ▶ stvaranja poruka, posebno upućenih medijima, jer značajna statistika može postati udarna vest
- ▶ informisanja šire javnosti o rasprostranjenosti nasilja nad ženama i nasilja u porodici i suprotstavljanja potcenjivanju ili umanjivanju činjenica i statistike.

Objavljivanje novih podataka ima potencijal da privuče pažnju medija i podrazumeva snažnu političku poruku institucija i zainteresovanih strana. To pokazuje da je problem prepoznat; da se kreiranje politike oslanja na utvrđene činjenice; i da brojke pokazuju problem koji će se rešavati.

Pre pokretanja kampanje ili aktivnosti za podizanje svesti, važno je prikupiti podatke o trenutnom nivou svesti kod date populacije na koju će se usmeriti kampanja ili aktivnost.

Prikupljeni podaci mogu da obuhvataju sledeće:

- ▶ Anketa za zaposlene na prvoj liniji pre / posle obuke
- ▶ Ispitivanje opšte populacije o datoj temi (kao što su aspekti nasilja, pravni aspekti, zakoni koji se sprovode i znanje o dostupnim resursima)

Ovo će pomoći u tri oblasti: utvrđivanje nedostataka u znanju koja treba otkloniti podizanjem svesti, oblikovanjem kampanje ili programa, i ocenom uticaja nakon kampanje ili programa.

Pronalaženje odgovarajućeg vremena za objavljivanje podataka je važno. Može biti deo nacionalnog akcionog plana ili u vremenskom okviru koji određuje raspored (sistem podataka, objavljivanje, postupanje, rezime ili poruka), završavajući se javnim objavljivanjem nalaza.

Primer dobre prakse

Nacionalno istraživanje (Francuska, 2000)

Francuska vlada je 2000. godine prvi put sprovela veliko ispitivanje o nasilju nad ženama (Enquête nationale sur les violences faites aux femmes, ENVEFF). Iako je imalo određena ograničenja, poput obavljanja telefonskih razgovora (što je isključivalo žene bez pristupa telefonu) i izdvajanja samo starosne grupe od 20 do 59 godina, njegovi rezultati imali su veliki i trajni uticaj na medije. Njegova najočekivanija i najupečatljivija statistika bila je da se 1 od 10 žena tokom svog života susrela sa nekom vrstom nasilja nad ženama. Od tada se ova brojka koristi za više kampanja i poruka protiv nasilja nad ženama.

4.3.2 Uključivanje organizacija žena i stručnjaka za rodnu ravnopravnost

Uključivanje organizacija žena

Da bi se kreirala efikasna politika podizanja svesti, neophodno je razumeti gde i kako bi stvari moglo i trebalo poboljšati. Organizacije žena na Kosovu* imaju dugogodišnje iskustvo i dobro uspostavljenu mrežu na lokalnom nivou.

One radnoj grupi mogu obezbediti:

- ▶ kvantitativne podatke, tj. dragocene informacije o zajednici i lokalnim normama (posebno u vezi sa udaljenim ili ruralnim sredinama)

- ▶ kvalitativne podatke, odnosno dragocen uvid u stvarne situacije sa kojima se suočavaju žrtve, daleko od klišea
- ▶ njihov profesionalni pristup suočavanju sa žrtvama, počiniocima i svim ključnim agencijama (uključujući upotrebu standardnih operativnih procedura)
- ▶ njihove stavove i potrebe
- ▶ pomoć u odabiru poruka za kampanje

Lokalne organizacije takođe mogu da identifikuju potrebe za određenim informativnim akcijama i skrenu pažnju na te potrebe lokalnim vlastima kako bi dobile finansijsku podršku i političku podršku. Ova strategija moraće biti podržana širokom obukom svih zaposlenih na prvoj liniji.

U svom izveštaju o Crnoj Gori, GREVIO konstatuje značaj pažljivog osmišljavanja mera za podizanje svesti i obrazovanje radi rešavanja prevladavajućih stavova i percepcija u vezi sa nasiljem u porodici i drugim oblicima nasilja nad ženama. Preventivne mere i bilo kakve intervencije neizbežno će propasti ako veliki segmenti društva i zaposleni ne prihvate u potpunosti ideju da su porodično nasilje i drugi oblici nasilja neprihvatljivo ispoljavanje moći muškaraca nad ženama. (GREVIO, 2018)

Konkursi za projekte

Državne institucije bi mogle da razmotre raspisivanje konkursa za projekte za kampanje za podizanje svesti. Zahtevaće od organizacija žena ili NVO da iznesu projekte koje bi mogle da sprovedu ukoliko dobiju sredstva. Konkurs za projekte trebalo bi da ima rok i sadrži preciznu definiciju onoga što se traži od učesnika. Učesnici će shvatiti da njihov projekat može ili ne mora biti izabran i dobiće povratne informacije ako ne budu izabrani i da poboljšaju svoje buduće prijave.

Projekti trebalo da obuhvate:

- ▶ cilj (starost / područje / pol / profil, itd.) i broj ljudi do kojih se doprelo kroz projekat
- ▶ raspored
- ▶ tehnička sredstva za sprovođenje
- ▶ detaljan budžet
- ▶ podatke o stanju pre / posle
- ▶ sredstva za objavu
- ▶ sredstva za vrednovanje
- ▶ budućnost projekta nakon završetka finansiranja

Plan finansiranja:

- ▶ Utvrditi troškove i napraviti detaljan budžet
- ▶ Odrediti potencijalne privatne i javne finansijere
- ▶ Proučavati ranije / trenutno učešća finansijera uvidom u njihove godišnje izveštaje, biltene, konkurse za projekte, oblasti interesovanja itd.
- ▶ Odlučiti koji će najverovatnije finansirati projekat
- ▶ Jasno odrediti obrazloženje predloga i kakav povraćaj / korist donator može očekivati
- ▶ Biti spreman da promeni plan finansiranja u skladu sa novim mogućnostima ili odbijanjima.

Konsultacije stručnjaka za rodnu ravnopravnost

Službe za podršku i grupe žena već rade sa građanima i stručnjacima na podizanju svesti o nasilju i izgradnji empatije prema žrtvama. S tim u vezi, organizacije žena na lokalnom nivou često uspostavljaju formalna, kao i neformalna partnerstva sa lokalnom policijom, gradskom većnicom, medijima i stanovništvom (Gavrić, 2018).

Njihovo iskustvo i povratne informacije pomoći će u bavljenju:

- ▶ obimom nasilja
- ▶ percepcijom ljudi o NŽ i NP
- ▶ argumentima koji se iznose da bi se opravdalo nasilje, okrivile žrtve ili ograničilo shvatanje onoga što čini NŽ i NP
- ▶ time kako da se lokalno pristupiti takvim temama (aktivnosti, sastanci, leci, kampanje, u školama itd.).
- ▶ time da se ranije žrtve uključe u kampanje i podizanje svesti; dragocen angažman koji im omogućava njihovo poverenje u centre za pomoć i prihvatilišta.

Primer dobre prakse

Projekat organizacije Libres Terres des Femmes (Francuska, 2015).

Organizacija Libres Terres des Femmes ima sedište na severoistoku Pariza. Specijalizovana je za pružanje pomoći žrtvama nasilja u porodici (550 žena godišnje). Član je nacionalne mreže Fédération nationale solidarité femmes, FNSF. Evo koraka uspešnog projekta koji je realizovala:

- **Podaci:** Ljudi iz organizacije Fédération nationale solidarité femmes shvatili su da im je porodilište lokalne bolnice (Hôpital Lariboisière) uputilo veliki broj žena. Skoro sve su bili imigranti (uglavnom iz Afrike, Pakistana i Rusije) i francuski im nije maternji jezik.
- **Istraživanje:** Shvatili su da žene teško razumeju svoja prava (tj. francuski zakon protiv nasilja u porodici), a kamoli kako prijaviti nasilje ili silovanje od strane supruge u policijskoj stanici.
- **Potrebe:** Odlučili su da će najbolji način da se ženama prenese poruka biti snimanje kratkih filmova na njihovom maternjem jeziku.
- **Finansiranje:** Francusko Ministarstvo unutrašnjih poslova dalo je pozitivan odgovor na njihov zahtev i planiranje budžeta.
- **Implementacija:** Angažovan je stručnjak za rodno zasnovano nasilje koji je radio na svedočenjima prošlih i sadašnjih žrtava. Odlučeno je da će kratki animirani filmovi biti efikasniji od kratkih igranih filmova; priču bi u prvom licu ispričala žena koja više nije bila u situaciji nasilja.

Kao rezultat toga, producirano je 8 filmova od po 2,5 minuta sa određenim temama: „Kako podneti žalbu“, „Psihičko zlostavljanje“, „Nalog za zaštitu“, „Trudnoća i deca“, „Porodično nasilje i silovanje“, „Vratimo vaše samopouzdanje“, „Kako se razvesti“, „Kako vratiti samostalnost“. Svih 8 filmova sinhronizovano je na arapski, Bambara jezik, kineski (mandarinski), engleski, francuski, lingala jezik, portugalski, Soninke jezik, ruski, tamilski, volofski jezik. Filmovi su prikazivani ženama koje su lično dolazile u organizaciju Libre Terre des Femmes, onoliko puta koliko je bilo potrebno, i služili su kao osnova za budući rad. Otkako su filmovi dostupni na YouTube-u, gledala ih je šira publika, a ne samo žene koje traže pomoć u organizaciji Libre Terre des Femmes, a koriste se i za obuku zaposlenih na prvoj liniji. Pored toga, platforme kao što je YouTube pružaju statistiku gledanja, koja je istraživačima korisno sredstvo za kvantitativnu ocenu. Na primer, kratki animirani film o „Psihičkom zlostavljanju“ dobio je 38.600 jedinstvenih prikaza za francusku verziju, 2.450 na arapskom, 1.715 na engleskom... (podaci YouTube-a, oktobar 2020.)

Link to the videos: <http://www.ltdf.fr/l-association/nos-films-et-tous-nos-outils/>

4.3.3 Podsticanje saradnje između više agencija: uključivanje svih relevantnih zainteresovanih strana

Koordinacija među relevantnim zainteresovanim stranama je neophodna u osmišljavanju i sprovođenju inicijativa za podizanje svesti.

Dvadeset godina Kosovo* gradi pravni i politički okvir za ukidanje nasilja nad ženama i nasilja u porodici. Ovo se zasniva na snažnoj i bliskoj saradnji između međunarodnih i lokalnih organizacija i institucija. Na lokalnom nivou trinaest opština uspostavilo je višeagencijske mehanizme saradnje ili opštinske radne grupe između policije, nevladinih organizacija, skloništa, sudstva i drugih institucija za zaštitu i podršku žrtvama nasilja u porodici. Ova saradnja i razmena mišljenja ključno je sredstvo za efikasno podizanje svesti. Treba je podsticati i dalje pojačavati u svakoj dostupnoj prilici.

Uspešna kampanja moraće da okupi radnu grupu koju čine:

- ▶ Agencija za rodnu ravnopravnost
- ▶ nacionalni koordinator za nasilje u porodici
- ▶ lokalne organizacije žena kao što su prihvatilišta, nevladine organizacije i mreže u oblasti NŽ i NP
- ▶ stručnjaci za rodnu ravnopravnost
- ▶ stručnjaci za komunikaciju
- ▶ drugi stručnjaci, poput forenzičara, omladinskih organizacija, stručnjaka za obrazovanje, međunarodnih organizacija itd.

Idealno bi bilo da svi članovi koji su uključeni u startu učestvuju tokom čitavog procesa.

O postupku donošenja odluka treba prethodno odlučiti kako bi se utvrdilo kako će se donositi konačne odluke na svakom koraku procesa. Mora se predvideti vreme za razmenu mišljenja (putem e-pošte ili sastanaka). Glasanje u radnoj grupi moglo bi se pokazati kao najprikkladnije rešenje. Moraju postojati rokovi za konačne odluke.

Agencija za rodnu ravnopravnost i nacionalni koordinator za NP mogu, između ostalog:

- ▶ doneti stručnost
- ▶ nadgledati budžet i finansijske aspekte procesa
- ▶ nadgledati raspored
- ▶ uskladiti program kampanje za podizanje svesti sa centralnom politikom.

Lokalne organizacije žena i stručnjaci iz oblasti nasilja nad ženama će, između ostalog:

- ▶ izneti potrebe koje su prepoznali
- ▶ obučiti stručnjake za komunikaciju da razumeju rodno zasnovano nasilje i probleme povezane sa NŽ i NP
- ▶ opisati ciljnu publiku koju imaju na umu
- ▶ podeliti podatke i informacije korisne za kampanju
- ▶ predložiti odgovarajuće datume pokretanje.

Stručnjaci za NŽ i NP između ostalog će:

- ▶ podeliti tačne podatke i analizu
- ▶ predložiti teme kojima se treba baviti
- ▶ osigurati da kampanja stiže do prave publike odgovarajućim sredstvima

Stručnjaci za komunikaciju će, između ostalog:

- ▶ pomoći u definisanju ciljne publike
- ▶ doneti ideje i predloge za snažnu poruku (pisanu i vizuelnu) u okviru određenog budžeta
- ▶ proučiti odgovarajuća sredstva i kanale za kampanju prema publici, trajanju i budžetu
- ▶ predložiti najbolje vreme za pokretanje kampanje
- ▶ organizovati i sprovesti pre-testove u cilju modifikovanja poruke i vizuelnih elemenata ako je potrebno.

Stručnjaci za komunikaciju mogu favorizovati šokantnu poruku ili vizuelni prikaz koji možda neće odgovarati potrebama žrtava / stvarnosti nasilja u porodici, kao što su, na primer, iznele lokalne organizacije. S druge strane, zainteresovanim stranama i ženskim organizacijama može nedostajati znanje o budžetiranju kampanja ili količini informacija koje se mogu preneti u jednoj kampanji.

4.4. Rad sa medijima, uključujući ulogu Nezavisne komisije za medije i samoregulaciju sektora

4.4.1. Rad sa medijima

Transformativni potencijal medija u pogledu prikazivanja rodova i njihovih povezanih uloga u društvu je ogroman. „Mediji imaju jednako važnu ulogu kao i obrazovanje kroz korektno izveštavanje o fenomenu, očuvanje anonimnosti, etičko izveštavanje zasnovano na principima novinarstva“ (razgovor sa ARR, 2020). Kada se obuče, medijski radnici mogu biti glavni zastupnici promena. Kada nisu obučeni, njihov uticaj može stvoriti značajnu i trajnu štetu, odvratiti žrtve od istupanja i potkopati napore na podizanju svesti.

Misija OEBS-a na Kosovu* „Smernice za novinare: izveštavanje o porodičnom nasilju“ (2018) mogu biti dostupne svim medijskim radnicima, posebno u novinarskim i produkcijskim školama. Univerziteti i pravni fakulteti takođe bi to trebalo da koriste, jer će radnici iz pravosudnog sistema često biti prvi izvor informacija za novinare.

Budući da oglašavanje i reklame mogu preneti rodne stereotipe, u tom procesu ih ne treba zaboraviti. „Oglašavanje reprodukuje hiljade i hiljade slika, ojačavajući heteroseksualni rodni dualizam sa svojim stereotipima muškosti i ženstvenosti, uglavnom povezanim sa seksualnim željama muškaraca. Objektivizacija žena materijalizovana je u simboličkim kodovima seksualizovanih rodni uloga, usitnjavajući ih na delove (butine, noge, grudi, itd.) I fetišući žensko telo, uporedivo sa pornografskim prikazima. Shodno tome, ove dominantne konstrukcije „poželjne“, „idealne“ ženstvenosti za privlačenje muških maštanja kritikovane su kao doprinos muškom nasilju nad ženama.“ (Vulf, 2013)

U sprovođenju člana 17. Istanbulske konvencije, obuka medija može obuhvatati namenske radionice / konferencije. Učesnici bi bili predstavnici medija, kao i Agencija za ravnopravnost polova, nacionalni koordinator za nasilje u porodici, Udruženje novinara Kosova*, zaposleni na prvoj liniji, organizacije žena itd. Radionice se takođe mogu organizovati u školama novinarstva i produkcije, a za lokalne novinske organizacije ili klubove.

Radionice daju priliku za razmenu iskustava i izgradnju međusobnog razumevanja ciljeva i sredstava poboljšane saradnje. Nekim zainteresovanim stranama, a posebno grupama žena, izveštavanje medija o nasilju nad ženama i nasilju u porodici može biti prilično frustrirajuće. Radionice ili seminari mogu im pomoći da razumeju šta je potrebno za zanimljivo izveštavanje / prodaju vesti / pridobijanje gledalaca ili čitalaca itd.

Suprotno tome, mediji bi mogli da razumeju stvarnost nasilja nad ženama i nasilja u porodici i stav žrtava, kako agencije rade, ko daje resurse za profesionalne povratne informacije o priči, gde mogu dobiti podatke, uključujući zakonodavstvo, i kako mogu promeniti percepciju

kako bi doneli promenu. Ove informacije mogu im pomoći da prenesu pravu poruku, izbegnu okrivljavanje žrtava, izbegnu opravdanje zločina (ljubomora ili strast) i poštuju identitet i poverljivost žrtava.

Obično je produktivno da lokalne organizacije žena i lokalni mediji dele svoje iskustvo. Tokom godina, grupe žena na Kosovu* izgradile su snažne odnose sa medijskim radnicima, posebno na lokalnom nivou.

Moguće radnje Nezavisne komisije za medije

Pošto je odgovorna za nadgledanje sadržaja programa, Nezavisna komisija za medije može da izradi niz pravila o tome šta nije prihvatljivo i šta se neće tolerisati. Ovo obuhvata širok spektar NŽ, počev od prikazivanja žena kao predmeta, do „estetike“ NŽ ili NP. U okviru NKM mogla bi se uspostaviti posebna komisija.

Pokazatelji

- ▶ Pokazatelji mogu svim članovima namenske komisije da obezbede zajedničku definiciju šta je prihvatljivo ili nije. Pokazatelji bi trebalo da budu osmišljeni u saradnji sa više zainteresovanih strana sa samoregulatornim telima, medijskim organizacijama, akademskom zajednicom, stručnjacima za slobodu izražavanja i rodnu ravnopravnost i civilnim društvom.
- ▶ Na osnovu pokazatelja, NKM bi mogla da podstakne medijska samoregulatorna tela i / ili medijske organizacije da usvoje samoregulatorne mere, interne kodekse ponašanja / etike i unutrašnji nadzor i da osmisle standarde koji promovišu rodnu ravnopravnost. Pored toga, medijima bi se mogla nametnuti obaveza izveštavanja. To bi omogućilo veću slobodu samim medijima, ali bi takođe omogućilo značajan nadzor. Alternativno, na osnovu pokazatelja, NKM može da usvoji sopsstvenu regulatornu šemu i vrši nadgledanje sadržaja.
- ▶ NKM bi mogla da podstakne rukovodioce da zapošljavaju / promovišu više žena u medijskom sektoru kako bi podstakli žene da se pridruže radnom okruženju u kojem nema rodno pristrasnih gledišta i stavova.
- ▶ Podaci bi takođe mogli da posluže kao osnova za dalji rad. Na primer, NKM može da pokrene studiju prikazivanja žena / muškaraca u medijima. Pouzdana sredstva nudi Globalni projekat praćenja medija¹.

Izveštavanje

- ▶ Ako su finansijska sredstva dostupna, NKM se može poveriti mandat da zahteva da mediji pod njenom nadležnošću redovno dostavljaju izveštaje o sprovođenju politike rodne ravnopravnosti u svom sadržaju. I obratno, kao regulator medija, NKM bi, na osnovu Preporuke CM/Rec(2013)1 Komiteta ministara državama članicama o rodnoj ravnopravnosti i medijima, trebalo da ima mandat ili zadatak da uključi procenu takve primene politike rodne ravnopravnosti u medijima u njihovim godišnjim izveštajima.
- ▶ NKM bi trebalo da ima mandat da prima i rešava pritužbe javnosti na seksističko ponašanje / komentare, seksističko oglašavanje (ako je primenljivo), kao i prikaz nasilja nad ženama, prikazivanje žena kao seksualnih predmeta, identifikovanje žrtava seksualnog nasilja i diskriminacije na osnovu seksualne orijentacije. Mediji pod nadležnošću NKM trebalo bi da imaju obavezu da na jasan i vidljiv način obaveste svoju publiku o postojanju takvog mehanizma.

¹ Globalni projekat praćenja medija je najveće i najdugotrajnije istraživanje o rodnoj ravnopravnosti u svetskim medijskim vestima. Uveden je 1995. waccglobal.org

Obuka

- ▶ NKM bi takođe mogla da organizuje aktivnosti obuke i podizanja svesti, na primer o nesvesnoj pristrasnosti, inicijativama za uvođenje rodne ravnopravnosti, borbi protiv rodnih stereotipa, i naravno o govoru mržnje i seksizmu u medijskim sadržajima. Mogle bi se promovisati dobre prakse i poboljšati senzibilizacija novinara i producenata.

GREVIO u svom izveštaju o Španiji konstatuje svoje posebno zadovoljstvo dugogodišnjom ulogom koju je Opservatorija za slike žena (OIM) imala u nadgledanju i prozivanju seksističkih prikaza žena u medijima i oglašavanju. Osnovana 1994. godine pod Institutom za žene, ona obezbeđuje promociju uravnotežene, nestereotipne slike žena praćenjem sadržaja medija i oglašavanjem direktno i putem prituzbi šire javnosti u cilju prepoznavanja seksističkog ili diskriminatornog postupanja prema ženama. Ona ima ovlašćenja da zahteva izmenu ili uklanjanje najstereotipnijih ili ponižavajućih reklamnih kampanja protiv žena". (GREVIO, 2020)

Primer dobre prakse

Pristupiti medijskoj odgovornosti u oblasti NŽ i NP (Slovačka, 2014)

Zadatak 42 Slovačkog nacionalnog akcionog plana za prevenciju i eliminaciju nasilja nad ženama (2014-2019) poziva medije i preporučuje: „Pratite problem nasilja nad ženama i nasilja u porodici u medijima i oglašavanju na osnovu godišnjeg praćenja odabranih medija s ciljem povećanja efikasnosti medijskog zakona i samoregulacije.“

4.4.2 Podizanje svesti i obuka zaposlenih na prvoj liniji

KOGA obučavati:

- ▶ Zaposleni na prvoj liniji su svi zaposleni koji se javljaju na pozive na brojeve 112, 192, 194, policija, sudstvo, socijalni radnici, zdravstveni radnici (lekari opšte prakse, babice, ginekolozi, odeljenja za zdravstvenu zaštitu, ali i stomatolozi, ortopedi, osteopati itd.), prosvetni radnici – neki direktno uključeni u rad sa žrtvama, koji su informisani o situaciji, neki potencijalno povezani sa žrtvama, i oni koji nisu informisani, ali bi mogli da se informišu.
- ▶ Svaka obuka treba da bude osmišljena za određenu oblast zaposlenih na prvoj liniji / studente. Na primer, babice u porodilištima, medicinske sestre na odeljenjima za hitne slučajeve, policajci u ruralnim područjima, školski nastavnici itd, kao i svi studenti, kao što su studenti prava, studenti medicine, policajci na obuci, medijski studenti itd.

ZAŠTO obuka:

„Obuka je ključno sredstvo za rešavanje predrasuda kod zaposlenih, stereotipa i stavova kojima se okrivljuju žrtve, što može dovesti do sekundarne viktimizacije, gde žrtvu ponovo traumatizuju sami zaposleni i institucije odgovorne za njenu pomoć“ (Savet Evrope, 2017).

ŠTA obučavati:

Pripremiti ankete pre i posle obuke o nivou znanja učesnika u pogledu obima i stvarnosti nasilja nad ženama i nasilja u porodici, pravnih aspekata i definicija, socijalnih resursa, mehanizama upućivanja i saradnje više agencija.

Svi učesnici treba da odgovore na listu pitanja (da / ne ili detaljnije), kao što su:

P. Žena je silovana. Da li tužilaštvo treba da pomene da je nosila kratku suknju?

O. Da. Ne. Ne znam.

Primer dobre prakse kod etapa obuke

- ▶ Etape obično traju između 2 ili 3 sata do pet dana.
- ▶ Govornici se mogu birati za širok spektar zanimanja: policajci, sudstvo, zdravstveni radnici i grupe žena. U zavisnosti od glavnog ugla, ovo takođe može da obuhvati stručnjake za obrazovanje, psihologe itd.
- ▶ Učesnici treba da dobiju dokument koji sadrži glavne tačke i kontrolne liste
- ▶ U nekim slučajevima etape se mogu pozivati na princip obuke predavača u cilju daljeg širenja stručnog znanja.
- ▶ Stručno usavršavanje se može izvoditi i putem interneta. Učesnici mogu prisustvovati prema svom rasporedu. Kurs može da obuhvati video zapise, razgovore sa stručnjacima, testove, dodatne resurse i diplomu ili uverenje o pohađanju.
- ▶ Cilj je informisanje učesnika o njihovoj ulozi u okviru više agencija.

Dopiranje do žrtava, povećano prijavljivanje

„ARR je procenila da je do 90 % slučajeva nasilja u porodici ostalo neprijavljeno u 2008. godini. Širokorašprostranjeni stavovi o nasilju u porodici kao privatnoj / porodičnoj stvari, u kombinaciji sa društvenom stigmom, strahom od odmazde, nedostatkom poverenja u nadležne organe i ekonomskom zavisnošću od počinioca, redom doprinose potcenjivanju.“ (Savet Evrope, 2017.)

Pre pokretanja kampanje za povećanje broja prijave, važno je osigurati da postoje resursi, obučeno osoblje i sredstva za pomoć žrtvama: „U 2016. godini jedna od pet ustanova (centri za socijalni rad i prihvatilišta) nije mogla da podrži žene žrtve nasilja zbog nedostatka prostora, kapaciteta, resursa ili socijalnog stanovanja“ (Savet Evrope, 2017.). Bilo bi kontraproduktivno podsticati žene da prijavljuju slučajeve ako se ne obezbedi odgovarajuća reakcija. Na kraju će se vratiti počiniocu i možda će biti obeshrabrene od daljeg prijavljivanja slučajeva. Jednom kada se uspostave ustanove za podršku, institucionalne poruke mogu promovisati broj linije za pomoć, podstaći žrtve da prijave NŽ i NP podnošenjem pritužbe ili obraćanjem ustanovama socijalne zaštite.

U slučajevima seksualnog nasilja, ako su kazne za silovanje blage (kao što pokazuju dostupni podaci), biće besmisleno voditi kampanju koja podstiče prijavljivanje slučajeva i obećavajuće osude za počinioca. Bolje je prvo poslati poruku široj javnosti i potencijalnim počiniocima, objašnjavajući da žena koja hoda sama noću ili nosi kratku suknju nikada nije poziv na napad (Savet Evrope, 2014).

Primer dobre prakse

16 dana aktivizma protiv rodno zasnovanog nasilja (Kosovo*, 2017. i 2019)

Agencija za ravnopravnost polova obeležava 16 dana aktivizma protiv GVB-a od 2012. Razne aktivnosti se odvijaju na nacionalnom i lokalnom nivou, gde se ženske organizacije, opštinski službenici za ravnopravnost polova i međunarodne organizacije udružuju u podizanje svesti protiv GVB-a. Takođe, kalendar aktivnosti za 16 dana aktivizma na GVB koordinira se putem UN Women na Kosovu * kao deo Bezbednosnih i rodni grupa (SGG). Kampanja 2017. i 2019. mogla bi se smatrati jednom od najuspešnijih na osnovu visokog nivoa koordinacije, velikog broja organizovanih aktivnosti, kao i velike vidljivosti kampanje, postignute različitim metodama kao što su TV, radio, društveni mediji itd.“ (Demoli, 2020)

4.4.3. Privatni sektor

Privatni sektor ima ogroman potencijal za promociju kulture rodne ravnopravnosti. To može ohrabriti žene da se pridruže radnoj snazi i da se njihov glas čuje.

U oblasti podizanja svesti protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, privatni sektor može delovati u dva glavna pravca:

- ▶ Može da finansira ili sufinansira kampanju ili pruža usluge, poput štampanja plakata za slanje letaka u sopstvenim objektima.
- ▶ Mora da obezbedi sigurno radno okruženje, uključujući politiku nulte tolerancije prema NŽ i seksualnom uznemiravanju na radnom mestu.

Član 17. Istanbulske konvencije fokusira se na uključivanje kompanija za komunikaciju / informacionu tehnologiju i medije u podizanje svesti, ne samo u razvoju nacionalne politike za sprečavanje nasilja nad ženama, već i učešće u njenoj primeni. Dalje precizira potrebu da se usredsredimo na decu, roditelje i vaspitače, jer „informaciono i komunikaciono okruženje koje omogućava pristup ponižavajućem sadržaju seksualne ili nasilne prirode može biti štetno (član 17.2)“.

Primer dobre prakse



Sva tela su lepa

Neki brendovi poput brenda DOVE zalažu se za „pravu lepotu“ i „pozitivan stav prema telu“.

4.4.4. Utvrditi održivo finansiranje za podizanje svesti o NŽ i NP

Ulaganje u aktivnosti podizanja svesti je ekonomski opravdano: što je veće ulaganje u prevenciju, manje će biti NŽ i NP u smislu socijalnih, policijskih, pravosudnih i zdravstvenih troškova (Fornsvort i sar., 2012).

Međutim, NSZNPAP 2016-2020. planirao je budžet od 10.536.000 evra za aktivnosti i da „aktivnosti NP čine 0,001 % ukupnog godišnjeg kosovskog budžeta“, što je daleko od dovoljnog, pogotovo jer ove cifre uzimaju u obzir sve aktivnosti, uključujući i finansiranje prihvatilišta (Gavrić, 2018).

Trebalo bi povećati izdvojena finansijska sredstva vlade za kampanje za podizanje svesti. Ove kampanje mogu pokrenuti državna tela ili, kao što je gore pomenuto, zainteresovane strane kao što su ženske grupe, javljajući se sa konkretnim potrebama kojima se treba pozabaviti ili odgovarajući na poziv za projekte. Deo ili celokupno finansiranje može takođe doći od kompanija, privatnih donatora i / ili međunarodnih organizacija:

„Ključno je da se privatni finansijeri i fondacije više angažuju na stvaranju partnerstava i aktivnostima finansiranja za sprečavanje nasilja nad ženama, s obzirom na rasprostranjenost pojave, ali i s obzirom na smanjenje javnih sredstava za ovo pitanje.“ (Savet Evrope, 2016)

Odakle god da dolazi budžet, postoje pravila kojih bi korisnik koji vodi kampanju trebalo da se pridržava:

- ▶ Predstavite stabilno i zdravo računovodstvo
- ▶ Upostavite jasan plan i pogled na kampanju i planirane aktivnosti
- ▶ Odlučite se za realne finansijske ciljeve
- ▶ Imajte na umu vidljivost donatora (osim ako žele ostati anonimni)
- ▶ Radite na tačnom i detaljnom budžetu
- ▶ Pridržavajte se budžeta i održavajte zdravu ravnotežu
- ▶ Navedite rezultate i zaključke.

5. Koraci za kampanje za podizanje svesti

Planiranje rada podizanja svesti može se odnositi na 5 stubova novinarstva:

- ▶ **O kome** govorimo / **kome** se obraćamo
- ▶ **Zašto** to treba da radimo
- ▶ **Kada** je dobro vreme za pokretanje i završetak kampanje / aktivnosti / projekta
- ▶ **Šta** su sadržaj i koraci kampanje / aktivnosti / projekta
- ▶ **Gde** će se održati (posteri / na mreži / mediji / sastanci, mesta / gradovi / skloništa / obuka, itd.)
- ▶ **Kako** će se sprovesti

5.1. Početak / trajanje / kalendar kampanje

- ▶ Radna grupa bi trebalo obezbedi **radne pakete** na samom početku. Radni paket (RP) je jedinica rada. Radni paketi su organizovani hronološkim redosledom sa rokovima.

Oni se mogu podeliti ovako:

- RP 1 – Upravljanje i koordinacija, pokretanje projekta kampanje
- RP 2 – Prikupljanje materijala (dokumentacija, pregled članaka, fokus grupe, razgovori)
- RP 3 – Izrada kampanje prema sredstvima (veb lokacija, poster, TV, radio, leci) i ključnim akcijama
- RP 4 – Isprobavanje kampanje
- RP 5 – Pokretanje
- RP 6 – Aktivnosti informisanja
- RP 7 – Procena
- ▶ Rukovodilac projekta nadgleda radne programe i podseća članove radne grupe na rokove.
- ▶ Trajanje programa za podizanje svesti, od početka do kraja, može biti do dve godine i ne bi trebalo da traje manje od godinu dana.
- ▶ Sve uključene strane moraju poštovati raspored.
- ▶ Izbor smislenog datuma pokretanja / završetka može osigurati veći uticaj na medije, na primer:
 - 8. mart, Međunarodni dan žena
 - 25. novembar, Međunarodni dan borbe protiv nasilja nad ženama
 - 11. oktobar, Međunarodni dan devojčice.

5.2. Odredite publiku / mobilišite zajednice

- ▶ Publika može biti šira javnost, zaposleni na prvoj liniji, žrtve, svedoci, medijski producenti i novinari; o tome se mora odlučiti odmah na početku. Svaka kategorija se može podeliti u određene grupe. Naravno, javnu kampanju (TV, radio, poster) svi će videti / čuti, ali i dalje može posebno izdvojiti jednu društvenu grupu.
- ▶ Mobilizacija zajednice zahteva određivanje uticajnih pojedinaca ili grupa u datoj zajednici, njihovo angažovanje na pitanju koje ćete pokrivati, njihov nivo i način uticaja. Oni bi trebalo da deluju kao pojačala u prenošenju poruke ostatku populacije.
- ▶ U radnu grupu uvesti članove javnosti / ciljne grupe: „da bi se efikasno radilo, kampanja mora težiti ka razumevanju ponašanja predviđene publike prilikom osmišljavanja poruke kampanje, te stoga mora uključiti predstavnike predviđene publike u osmišljavanje, primenu i procenu kampanje“. (Savet Evrope 2014)

5.3. Definišite jednu jasnu i kratku ključnu poruku / slogan

Postoje različiti oblici nasilja nad ženama i nasilja u porodici, teme kojima se treba obratiti i publika do koje treba dopreti. Tokom godina trebalo bi pokriti sve teme:

- ▶ Odaberite jedan ugao (prevencija, zaštita dece, stereotipi, zdravlje, dostupna pomoć i pristup uslugama, uloga svedoka, informacije o zakonu, nulta tolerancija prema NŽ i NP).
- ▶ Odlučite ko treba da primi poruku.

Ključna pitanja:

- ▶ „Šta želimo da postignemo?“ budući da je najvažnije pitanje, jer rezimira celokupnu inicijativu za podizanje svesti, moglo bi dovesti do žestokih, ali korisnih rasprava među radnom grupom.
- ▶ „Da li će publika razumeti poruku?“ ako ovo ne dobije 95 %-100 % potvrdnih odgovora, poruku treba poboljšati dok ne bude potpuno jasna.
- ▶ „Da li će se setiti poruke?“ takođe treba da dobije visoku ocenu, jer je ovo krajnji cilj programa.

5.4 Dajte broj linije za pomoć / kontakt broj

- ▶ Sve kampanje treba da sadrže broj linije za pomoć, veb-sajt ili adresu e-pošte organizacije koja bi bila na prvom mestu u pružanju saveta i pomoći žrtvama i svedocima.
- ▶ Ako postoji saradnja između više agencija, može se obezbediti spisak kontakata (na letku ili na veb-sajtu): specijalizovane organizacije žena, određeni policijski brojevi, brojevi hitnih službi, gde su, ako je moguće, na raspolaganju obučeni radnici na prvoj liniji koji će prihvatiti poziv i dati uput.

5.5 Isprobajte poruku sa fokus grupom

- ▶ „Isprobavanje poruka sa ciljnim grupama, kao i sa žrtvama unapred pomoći će da se osigura da budu efikasne na ciljnu publiku i sprečiće neželjenu štetu.“ (Savet Evrope 2014). To će omogućiti vreme da se proverí da li je poruka razumljiva, laka za pamćenje, da li se lako prenosi ili da li je treba poboljšati. Takođe, važno je da jezik i slike budu jasni i da nema previše ili premalo informacija.
- ▶ To bi trebalo uraditi dosta vremena pre pokretanja, kako bi se omogućile sve neophodne izmene i drugo prethodno isprobavanje novih poruka.
- ▶ Akteri, kao i osmišljivači kampanje, moraće da prihvate kritiku i koriste je da unesu promene ako je potrebno. Ako, u slučaju prethodnog isprobavanja, poruka ne funkcioniše, to znači da je treba izmeniti. Treba uzeti u obzir sve predloge fokus grupe.

5.6 Pripremite ključni materijal

Ključni materijal mora da bude osmišljen u skladu sa finansijskim sredstvima, ciljnom publikom i načinima primene. Pripreme treba da omoguće vreme za ispitivanje materijala i njegovu odgovarajuću izmenu. Ključni materijal može da obuhvati plakate, letke, veb-sajt i priručnike.

U osnovi njihove izrade je pitanje gde i kako dopreti do publike. Iako bi poruka trebalo da bude jasna i razumljiva, pristup ključnom materijalu treba pažljivo planirati.

- ▶ Komplet sredstava može biti dostupan na mreži i može ga koristiti bilo koja ciljna grupa u bilo kom trenutku (posebno zaposleni na prvoj liniji). Komplet sredstava može da sadrži veb-sajtove i štampane mape puta, kao i letke koje mogu da distribuiraju. Masovni otvoreni kursevi na mreži (MOOC) se uveliko koriste jer ih njihova održivost čini finansijski zdravim.
- ▶ Bilo koji materijal osmišljen za žrtve mora imati na umu da je njihova sigurnost na prvom mestu. Diskrecija je najvažnija, jer bi se žrtve koje još uvek žive sa počiniocem mogle suočiti sa dodatnom opasnošću ako on sazna da je tražila pomoć.
- ▶ Veb-sajt bi trebalo da bude moguće napustiti brzo klikom na „x“ ili „escape“, a veb-sajt bi trebalo da objasni kako da se izbriše istorija pregledanja na mreži.
- ▶ U mestima u kojima bi žena mogla biti prisutna sa počiniocem (oddeljenja za hitne slučajeve ili porodilišta, policijske stanice), informacije / posterí mogu biti postavljene u ženskim toaletima, na primer, tamo gde on nema pristup.

5.7. Pripremite ključne akcije

Ključne akcije će se razlikovati i zavise od cilja kampanje. Zahtevaju pažljivo planiranje i širenje informacija.

Međutim, neplanirane akcije se ponekad mogu dogoditi u vrlo kratkom roku, kada ih podstakne neki događaj ili slučaj koji dovodi do vesti i privlačenja većeg interesovanja nego obično.

Na primer, u Francuskoj se desilo da je zbog ubistva poznate glumice od strane njenog poznatog dečka, pevača, avgusta 2003. godine, po prvi put žrtva NP dospela na naslovnici. Omogućila je stručnjacima na svim nivoima da privuku pažnju medija, govore protiv NP, utvrde da je žrtvino četvoro dece izgubilo majku (kao i mnoga druga deca u sličnim okolnostima) i podvuče činjenicu da se NP dešava u svim društvenim sferama.

5.8. Uzmite u obzir profesionalno praćenje reakcija

- ▶ Širom sveta, kampanje protiv NŽ i NP suočavaju se sa zlostavljanjem na mreži, od neosetljivih ili zlobnih komentara na mrežnim forumima i društvenim mrežama, pa sve do javnog otkrivanja adrese ili ličnih podataka žrtve (često se naziva i „doxxing“). Sajber nasilnici koriste svaku priliku da dodatno naštetite žrtvi, posebno dajući – istinite ili izmišljene detalje – o njenom životu i ugledu. Neki veb-sajtovi sa vestima to podstiču, na primer, prenoseći jezive detalje, izazivajući na taj način emocionalne reakcije na mreži. Oni biraju senzacionalizam umesto umerenosti ili zaštite žrtava.
- ▶ Prilikom pokretanja kampanje protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, treba očekivati seksistički govor mržnje na mreži. Akteri bi mogli da uzmu u obzir praktično nadgledanje kako bi sprečili bilo kakav poziv na nasilje i reakcije prema kampanji. Oni koji su zaduženi za ovo praćenje trebalo bi da prođu potpunu obuku o svim aspektima nasilja nad ženama i nasilja u porodici i zaštite podataka. Trebalo bi im biti dozvoljeno da brišu poruke mržnje i da blokiraju pošiljaoce.
- ▶ Stvara se novi softver za automatsko praćenje zloupotrebe na mreži. Vredi paziti na njegov najnoviji razvoj i da li su obuhvaćeni svi jezici.

5.9 Monitoring i evaluacija

Monitoring i evaluacija zavise od vrste preduzetog rada na podizanju svesti. Kao što je gore objašnjeno, prikupljanje podataka treba vršiti pre i posle kampanje ili programa, kako bi se izmerio njihov uticaj.

Mere za nadgledanje i procenu kampanje mogu da obuhvate:

- ▶ kvalitativna istraživanja koja ocenjuju uticaj i plan kampanje / aktivnosti
- ▶ ankete pre / posle kojima se ocenjuje nivo svesti, kao što su rodni stereotipi ili znanje o podršci dostupnoj za pomoć žrtvama, svest zaposlenih itd.
- ▶ podatke pre / posle o korišćenju specijalizovanih usluga, preporuka, poziva na liniji za pomoć, klikova na namenskom veb-sajtu itd.
- ▶ kao deo evaluacije nacionalnih akcionih planova za nasilje nad ženama i nasilje u porodici.

6. Kontrolna lista za kampanje za podizanje svesti

Ispod je rezime elemenata koje treba uzeti u obzir prilikom planiranja, sprovođenja i praćenja kampanja i programa za podizanje svesti o NŽ i NP (Savet Evrope, 2020. i 2014):

- ▶ Jasna definicija i shvatanje NŽ i NP sa rodnog i aspekta ljudskih prava
- ▶ Sastavni deo sveobuhvatnog pristupa NŽ i NP
- ▶ Jasni opšti ciljevi, konkretni ciljevi, pokazatelji.
- ▶ Na osnovu istraživanja i podataka / znanja.
- ▶ Dodeljeni budžet
- ▶ Uključeni stručnjaci za komunikaciju o NŽ i NP
- ▶ Prilagođeno kontekstu
- ▶ Uključeni predlozi za konkretne akcije
- ▶ Izbegavanje stereotipizacije
- ▶ Razmotrena kreativna i inovativna sredstva za prenošenje poruke
- ▶ Korišćeni uzori ili „ambasadori“
- ▶ Uključeni mediji
- ▶ Monitoring i evaluacija rezultata.

PRILOG 1

Relevantni članovi Istanbulske konvencije

Član 13 - Podizanje svesti

1. Strane se obavezuju da, redovno i na svim nivoima, propagiraju, odnosno sprovode kampanje ili programe podizanja svesti u javnosti o različitim manifestacijama svih vidova nasilja obuhvaćenih Konvencijom, njihovim posledicama po decu i potrebe da se takvo nasilje spreči u saradnji sa: državnim institucijama za ljudska prava i telima za ravnopravnost, civilnim društvom i nevladinim organizacijama, posebno ženskim, kad god je to potrebno, a sve s ciljem podizanja svesti i razumevanja šire javnosti.
2. Strane obezbeđuju širenje informacija u opštoj javnosti o raspoloživim merama za sprečavanje dela nasilja obuhvaćenih Konvencijom.

Član 15 - Obuka stručnjaka

1. Strane obezbeđuju ili se obavezuju da ojačaju odgovarajuću obuku zaposlenih, koji se bave žrtvama ili počiniocima svih dela nasilja obuhvaćenih Konvencijom, u vezi: sprečavanja i otkrivanja takvog nasilja, jednakosti između žena i muškaraca, potrebama i pravima žrtava, kao i o sprečavanju sekundarne viktimizacije.
2. Strane obezbeđuju da se u obuku iz stava 1. ovog člana uključi i obuka o koordiniranoj saradnji više organa radi sveobuhvatnog i adekvatnog rešavanja pojedinih slučajeva nasilja obuhvaćenih ovom konvencijom.

Član 17 - Učešće privatnog sektora i sredstava javnog informisanja

1. Uz dužno poštovanje slobode izražavanja i njene nezavisnosti, strane se obavezuju da podstiču privatni sektor, sektor za informacione i komunikacione tehnologije i sredstva javnog informisanja za učešće u razradi i sprovođenju politika i uspostavljanja smernica i sopstvenih regulatornih standarda za sprečavanje nasilja nad ženama i veće poštovanje njihovog dostojanstva.
2. U saradnji sa privatnim sektorom, strane razvijaju i promovišu sposobnosti kod dece, roditelja i vaspitača po pitanju rada u informacionokomunikacionom okruženju, koje omogućava pristup degradirajućem sadržaju seksualne ili nasilne prirode, a koji može biti štetan.

PRILOG 2 Moguće teme

Tema istraživanja	Cilj za kampanju	Moguće teme za kampanju
Podaci	Javnost	„X žena je njihov partner ubio 2019. – stavimo tačku na NP“ „Hiljade dece su svedoci kako je njihov otac pretukao majku, dajmo im bolje detinjstvo – budite drugačiji čovek“ Poruka: celokupna populacija bi imala koristi od iskorenjivanja nasilja nad ženama i nasilja u porodici
Razumevanje glavnih koraka u priči o žrtvi	Žrtve i svedoci	„Niste sami“; „Nije protiv zakona reći svom mužu ne“ Poruka: NŽ i NP je široko rasprostranjeno, ali je nezakonito / ne morate to da trpite
Nevoljnost / spremnost žrtava da razgovaraju o situaciji	Žrtve i svedoci, zaposleni na prvoj liniji, šira javnost	Prekini tišinu“ Poruka: zaposleni na prvoj liniji su prošli obuku o nasilju nad ženama i nasilju u porodici; povećajte poverenje žrtava u institucije
Nerado podnošenje žalbe	Žrtve i svedoci, zaposleni na prvoj liniji, šira javnost	„Verujemo vam“ Poruka: policijski službenici su obučeni za NŽ i NP
Samooptuživanje okrivljavanje žrtava društvena stigma	Žrtve i svedoci, zaposleni na prvoj liniji, šira javnost	Sramota nije tvoja“ „Novi mentalitet, novo društvo“ Poruka: mentalitet treba da se promene
Nivo poznavanja pravnih aspekata i socijalne pomoći	Žrtve i svedoci	Ovde smo da pomognemo“ Poruka: informacije o saradnji više agencija
Različite vrste NŽ i NP		

Literatura

AGENCIJA ZA RODNU RAVNOPRAVNOST, Kosovo* Program za rodnu ravnopravnost 2020-2024 i Akcioni plan.

AGENCIJA ZA RAVNOPRAVNOST POLOVA, Prezentacija žena u pisanim medijima 2011-2012 i 2014-2015

CARE, (2014). Vodič za praćenje i ublažavanje rodno zasnovanog nasilja.

SAVET EVROPE, (2020). Član 13. Istanbulske konvencije – Podizanje svesti. Obećavajući prakse u državama članicama SE u GREVIO izveštajima, Savet Evrope.

SAVET EVROPE, (2017). Mapiranje usluga podrške za žrtve nasilja nad ženama na Kosovu*, Savet Evrope.

SAVET EVROPE, (2016). Učešće privatnog sektora i sredstava javnog informisanja u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici: član 17. Istanbulske konvencije. Zbornik radova o Konvenciji Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, Savet Evrope.

SAVET EVROPE, (2014). Podizanje svesti o nasilju nad ženama, član 13. Istanbulske konvencije. Zbornik radova o Konvenciji Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, Savet Evrope.

SAVET EVROPE, (2014). Učešće privatnog sektora i sredstava javnog informisanja u sprečavanju nasilja nad ženama i nasilja u porodici: član 12. Istanbulske konvencije. Zbornik radova o Konvenciji Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici, Savet Evrope.

L. DEMOLI, (2020). Izveštaj o proceni potreba o podizanju svesti o nasilju nad ženama i nasilju u porodici na Kosovu*, Savet Evrope.

DŽ. DREZIN, M. LOJD-LEJNI, ur. (2003). Making a Difference, Strategic Communications to end Violence against Women, UNIFEM.

EIGE, (2017-2018). Unapređenje policijskih i pravosudnih podataka o nasilju intimnog partnera nad ženama u Evropskoj uniji.

EIGE, (2013). Studija na temu „Zbirka metoda, alata i dobrih praksi u oblasti nasilja u porodici (oblast D Pekinške platforme za akciju)“ – Podizanje svesti.

N. FORNSVORT, A. KOSAJ-MUSTAFA, M. EKONOMI, A. ŠIMA, D. DAUTI-KADRIJU (2012). Po kojoj ceni? Budžetiranje za sprovođenje pravnog okvira protiv nasilja u porodici na Kosovu, MŽK, UNDP.

S. GAVRIĆ, (2018). Mapiranje dokumenata politike i zakonodavstva o nasilju nad ženama i Istanbulska konvencija na Kosovu, Evropski ženski lobi.

GREVIO:

(2020). 1. opšti izveštaj o aktivnostima GREVIO, jun 2015-maj 2019, Savet Evrope.

(2017). Izveštaj (osnovni) GREVIO o oceni zakonodavnih i drugih mera kojima se sprovode odredbe Konvencije Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (Istanbulska konvencija) Albanija, Savet Evrope.

(2018). Izveštaj (osnovni) GREVIO o oceni zakonodavnih i drugih mera kojima se sprovode odredbe Konvencije Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (Istanbulska konvencija) Crna Gora, Savet Evrope.

(2020). Izveštaj (osnovni) GREVIO o oceni zakonodavnih i drugih mera kojima se sprovode odredbe Konvencije Saveta Evrope o sprečavanju i borbi protiv nasilja nad ženama i nasilja u porodici (Istanbulska konvencija) Španija, Savet Evrope.

M. DŽASPARD, E. BRAUN i sar. (2000). Enquête nationale sur les violences faites aux femmes, ENVEFF, INED, Francuska.

MREŽA ŽENA KOSOVA, (2015). Nema više izgovora. Analiza stavova, slučajeva i institucionalnih odgovora na nasilje u porodici na Kosovu, Priština.

MŽK, (2019) Apel za više žena u parlamentu.

M. NAGI KOVES HRABAR, (2018). British Awareness Campaigns on Domestic Violence against Women miss Opportunity to reframe Discourse - Gaps between Evidence on underreporting and visual Representation of Domestic Violence, disertacija za MA, Univerzitet u Malmu.

Republika Kosovo*, Ministarstvo pravde, Nacionalna strategija Republike Kosovo* o zaštiti od nasilja u porodici i Akcioni plan 2016-2020.

Republika Kosovo*, Zakon br. 03/L-182 o zaštiti od nasilja u porodici.

Misija OEBS-a na Kosovu*, (2018). Smernice za novinare: Izveštavanje u nasilju u porodici.

UNESCO, (1999). Smernice o rodno-neutralnom jeziku.

UNWOMEN, UNESCO, (2019). Veliki razgovor, Priručnik za rešavanje nasilja nad ženama u i putem medija.

L. VOKER, (1979) Udarana žena, Springer.

B. VULF, (Maig 2013). Rodno zasnovano nasilje i njegov izazov za vizuelno predstavljanje, Revista de recerca I d'analisi, izd. 30.

Razgovor sa Edijem Gusijom, ARR, 25.08.2020. god.

www.coe.int

Savet Evrope je vodeća organizacija za ljudska prava na kontinentu. Ona obuhvata 47 zemalja-članica, od kojih su njih 28 članice Evropske unije. Sve zemlje-članice Saveta Evrope pristupile su Evropskoj konvenciji za zaštitu ljudskih prava, ugovoru koji ima za cilj zaštitu ljudskih prava, demokratije i vladavine prava. Evropski sud za ljudska prava nadzire sprovođenje Konvencije u zemljama-članicama.

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE