



Посольство
Великої Британії
в Україні

Путівник для громад зі зміни соціальних норм для запобігання домашньому насильству



2022



Посольство
Великої Британії
в Україні

Путівник для громад

Практичний посібник зі зміни соціальних норм для запобігання домашньому насильству

2022

Авторки-упорядниці:

Марина Пухова,

спеціалістка з комунікацій та зв'язків з громадськістю

Олеся Компанієць,

менеджерка програми UNFPA із запобігання та протидії гендерно зумовленому насильству

Надія Ковалевич,

координаторка UNFPA із запобігання гендерно зумовленому насильству

Цей посібник підготовлено за фінансової підтримки Посольства Великої Британії в Україні в межах проєкту «EMBRACE: Посилення національних і регіональних механізмів побудови адаптивної, підзвітної та економічно ефективної системи протидії та запобігання гендерно зумовленому насильству», який здійснюється Фондом ООН в галузі народонаселення (UNFPA). Матеріали, висновки та рекомендації, викладені в цій публікації, можуть не відображати офіційну позицію Уряду Великої Британії або UNFPA.

This handbook was prepared with the financial support of the British Embassy Kyiv within the project “EMBRACE: Enhancing National and Regional Mechanisms to Build Responsive, Accountable & Cost-Effective System of GBV Response and Prevention” implemented by UNFPA, the United Nations Population Fund. The findings, conclusions and recommendations in this handbook do not necessarily reflect the official position of the Government of the United Kingdom or UNFPA.

ЗМІСТ

Вступ	7
Про що цей путівник?	7
Для кого цей путівник?	8
Про що важливо пам'ятати?	8
Соціальні норми	9
Чому люди вчиняють так, як вчиняють?	9
Що таке соціальні норми?	9
Як це впливає на домашнє насильство?	12
Як відбуваються зміни?	14
Отже, які є етапи змін на індивідуальному рівні?	16
Що мотивує до змін?	18
Програма зі зміни соціальних норм для запобігання домашньому насильству у вашій громаді	19
На який період розраховано програму?	20
Скільки часу потрібно на реалізацію кожного етапу?	21
Як впроваджувати програму?	21
Етап 1	
Підготовка та аналіз ситуації	26
Чому цей етап важливий?	26
Розробка стратегії	32
Етап 2	
Інформаційно-просвітницька робота	34
Чому цей етап важливий?	34
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.1. Актуалізація проблеми	38
Етап 3	
Навчання громади	44
Чому цей етап важливий?	44
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.2. Початок публічного обговорення проблеми	49

Етап 4	
Громада у дії	56
Чому цей етап важливий?	56
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.3. Згуртування громади	64
Етап 5	
Закріплення правильної поведінки	67
Чому цей етап важливий?	67
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.4. Демонстрація успішного досвіду	70
Моніторинг та оцінка ефективності	74
Заключне слово	80
ДОДАТКИ	
Додаток 1 Поняття домашнього насильства та види насильства	82
Додаток 2 Методи досліджень	84
Додаток 3 Постановка цілей за системою SMART	86
Додаток 4 Приклад стратегії	88
Додаток 5 Корисні посилання на публікації в ЗМІ	91
Додаток 6 Рекомендації з надання коментарів ЗМІ	93
Додаток 7 Правила зображення постраждалих у ЗМІ	95
Додаток 8 Рекомендації з розробки інформаційних матеріалів	96
Додаток 9 Базова інструкція для організації навчального тренінгу	99
Додаток 10 Список корисних відеороликів	103
Додаток 11 Методи проведення робочих сесій	104

Додаток 12	
Рекомендації щодо відеороликів	106
Додаток 13	
Програма з переліком активацій відповідно до етапів	108
Додаток 14	
План програми зі зміни соціальних норм у вашій громаді	110
Додаток 15	
Приклади таблиць для моніторингу та оцінки ефективності	115
Додаток 16	
Додаткові запитання для проведення зустрічей з оцінки ефективності	116
Джерела	117

ВСТУП

Про що цей путівник?

Насильство проти жінок є однією з найбільш розповсюджених форм порушень прав людини. Протягом життя від насильства страждає майже третина (27%) жінок всього світу віком від 15 до 49 років. В Україні більше чверті (28%), або майже три з десяти жінок, у яких раніше був інтимний партнер, кажуть, що вони зазнали фізичного та/або сексуального насильства з його боку. У 42% випадків місцем скоєння насильства є власний дім.



27%
жінок всього світу віком від 15 до 49 років страждає від насильства протягом життя

Статистика тривожна. Попри наявність програм, що розробляються та впроваджуються для підвищення рівня обізнаності населення щодо проблеми, поведінка, що призводить до випадків насильства все ще має місце. Зокрема, в Україні від фізичного та сексуального насильства щороку продовжують страждати **1,1 млн жінок**. Чому так відбувається? Чому насильство залишається прийнятним?

Річ у тому, що в суспільстві існують певні погляди та переконання щодо домашнього насильства – соціальні норми. Вони надають правову перевагу чоловікам, виправдовують насильство та сприяють укоріненню гендерної нерівності між чоловіками та жінками. Існування деструктивних соціальних норм призводить до того, що їхня хибність вважається нормою і навіть не ставить під сумнів неправильність поведінки.

Розуміння базису соціальних норм щодо домашнього насильства, того, як вони працюють і як їх можна змінити, допоможе запобігти насильству проти жінок і попередити його негативні наслідки.

Цей путівник створено, щоб допомогти вам мобілізувати свою громаду і почати поступово змінювати ті соціальні норми, що мають шкідливі наслідки та, зокрема призводять до випадків домашнього насильства.

Для кого цей путівник?

Цей путівник буде корисним як для організацій, що системно працюють з проблемою домашнього насильства, так і для активних людей, які віддані своїй громаді і хочуть зробити щось корисне, щоб сприяти подоланню проблеми.

Путівник стане в пригоді активістам(-кам), які прагнуть створити громаду, де і чоловіки, і жінки можуть вільно обирати спосіб життя, висловлювати свої переконання, виражати себе так, як їм подобається, і стати тим, ким хочуть.

Організації-активісти чи активні громадяни(-ки), цей путівник не вимагає від вас спеціальної підготовки, знань чи навичок. Він вимагає сміливості та відданості меті, бажання створювати зміни та готовності довго працювати, робити маленькі кроки і бути терплячими, щоб стати свідками змін.

Про що важливо пам'ятати?

Зміна вкорінених соціальних норм – це довготривалий і кропіткий процес. На шляху доведеться докласти багато зусиль, щоб ініціювати помітні та відчутні зрушення.

Під час роботи у вас можуть виникнути побоювання, що ваші зусилля даремні, оскільки ви не побачите результату одразу. У вас можуть з'явитися сумніви щодо того, наскільки завдання досяжне, оскільки переконання у вашій громаді настільки сильні, що їх важко змінити. Ви можете зустрітися зі спротивом та, можливо, навіть негативною реакцією, оскільки ваші дії можуть сприйматися як занадто радикальні, а дискусії, ініційовані вами, будуть далекими від зручних і звичних тем, які прийнято обговорювати в спільноті.

Це нормальні та резонні побоювання, адже й справді, завдання складне.

Пам'ятайте, що швидкого вирішення проблеми немає, але у вашій громаді точно є невикористані можливості, які ви можете почати використовувати для ефективних соціальних змін.

Сподіваємося, що цей путівник допоможе вам і забезпечить вас ефективним інструментарієм для трансформаційної роботи у ваших громадах.



СОЦІАЛЬНІ НОРМИ

Чому люди вчиняють так, як вчиняють?

Люди ухвалюють рішення нераціонально. Саме тому надання правильної інформації рідко завершується логічним вибором найкращого шляху. Люди емоційні. Вони постійно перебувають у суспільному контексті, особливий вплив в якому мають інші люди, з якими вони безпосередньо живуть або постійно взаємодіють. Те, що відбувається навколо, має таке ж важливе значення, як і особиста думка.

Людина може знати, що для неї добре, цілком усвідомлювати негативні наслідки своєї поведінки, але приймати рішення, які частково або навіть повністю цьому суперечитимуть. Так відбувається тому, що людина мислить соціально, тобто у відповідності до існуючих в її соціумі норм. У такому випадку її сприйняття набуває такої ж важливості, як і реальність, у якій вона існує.

Соціальні норми формуються на підставі переконань. Останні іноді бувають помилковими і, як результат, можуть суттєво гальмувати важливі позитивні зміни. Це пояснює, чому зміни у правовому полі (прийняття законопроектів і підзаконних актів) або з точки зору матеріального забезпечення (створення притулків, кризових кімнат тощо), або на рівні індивідуальних знань (інформування про існування проблеми, важливість реагування тощо) не завжди призводять до зміни поведінки і попередження випадків скоєння насильства.

Відповідно, якщо необхідно попередити домашнє насильство, потрібно змінювати соціальні норми, які допускають і сприяють зловживанню правами жінок. Вирішальним завданням стає зміна несправедливих, шкідливих норм на нові, які заохочують свободу та рівноправність, сприяють побудові ненасильницьких і здорових стосунків. Отже, впровадження та використання позитивних норм можуть стати потужним інструментом для змін у громаді.

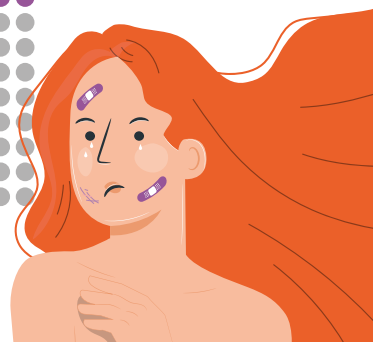
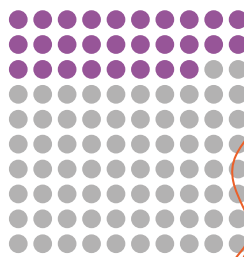
Що таке соціальні норми?



Соціальні норми –

це неформальні правила поведінки в групі. Вони базуються на переконаннях людей щодо того, як думають, поведуться та чого очікують інші люди, думка яких для них є важливою. Це керує поведінкою в конкретних ситуаціях і визначає, що є прийнятним, доречним і нормальним.

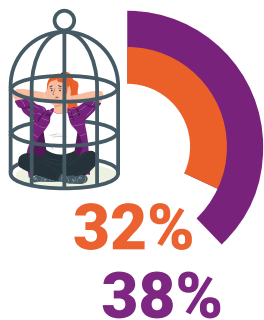
Поведінка, що призводить до насильства проти жінок, часто закріплюється саме тому, що вважається загальноприйнятною. Крім того, вона зберігається та підтримується, оскільки її дотримується (або стверджує, що дотримується) більшість людей, які в межах громади продовжують впливати один на одного.



28%

населення України вважають, що фізичне насильство чоловіка проти жінки можна виправдати

Наприклад, майже третина (28%) населення України вважають, що фізичне насильство чоловіка проти жінки можна виправдати. Серед виправдань, які призводять до нормалізації, зокрема, перебування жінки під впливом алкоголю або наркотиків, відсутність фізичного спротиву, провокуюча поведінка з боку жінки тощо.



Або, наприклад, хибне сприйняття маскулінності, відповідно до якого 32% чоловіків вважають, що думка жінки щодо рішень, від яких залежить спільне сімейне життя, є менш вагомою.

І в тому числі нехтування правом жінки на власну думку, згідно з яким 38% чоловіків вважають, що хороша жінка ніколи не ставить під сумнів рішення чоловіка, навіть якщо вона не згодна.

Ці та всі інші соціальні норми засвоюються протягом дорослішання та соціалізації у внутрішньому сімейному контексті та при взаємодії із зовнішнім колом спілкування. Надалі вони існують у межах референтних груп, або мереж, тобто людей, думка яких є важливою при ухваленні рішення. Важливою особливістю референтної групи є те, що вона може бути віддаленою, а не розташованою у фізичній близькості до людини, яка ухвалює рішення.

Людина може дотримуватись соціальних норм:

- щоб засвідчувати свою приналежність до певної групи;
- у результаті прямого примусу з боку осіб, що мають критичний вплив на людину;
- через тиск із боку соціуму. Цей тиск у свою чергу проявляється у різних формах. Наприклад, якщо людина дотримується нормальної поведінки, то отримує соціальну винагороду (прийняття, схвалення, пошану). Якщо вона порушує загальноприйнятну поведінку, то її піддають санкціям (знуцання, висміювання, стигматизація).

Отож профіль соціальної норми за структурою є таким:

Загальноприйнята поведінка, що практикується в соціумі;

Люди дотримуються цієї поведінки під впливом інших людей, чия думка є важливою;

Люди вірять, що інші люди, чия думка є важливою, вчиняють так само;

Люди вірять, що інші люди, чия думка є важливою, схвалюють і очікують такої поведінки.

Чому?

- Засвоїли у процесі соціалізації (Наприклад, чоловік принижує дружину, тому що в дитинстві був свідком психологічного насильства свого батька проти матері).
- Засвідчують приналежність (Наприклад, чоловік забороняє жінці носити спідницю вище коліна, оскільки він є членом релігійної спільноти, яка дотримується суворих правил цнотливості).
- Наслідують те, що бачать навколо (Наприклад, молодий хлопець ображає свою партнерку лайкою, інколи штурхає, тому що бачив, як його друзі кілька разів вчиняли так само).
- Отримують винагороду (Наприклад, жінка буде терпіти насильство з боку чоловіка, оскільки її мати це схвалює, бо так краще для дітей та збереження сім'ї).

Оскільки **соціальні норми – це фактично спільні переконання щодо інших людей, ці переконання іноді можуть бути хибними**. По-перше, люди можуть помилково вважати поведінку більш типовою та розповсюдженою, ніж вона є насправді. По-друге, люди можуть дотримуватись певної поведінки, оскільки вони неправильно припускають, що всі інші вважають її прийнятною.

Сила впливу кожної окремої соціальної норми залежить від ймовірності та серйозності наслідків у разі її недотримання, а також значною мірою від її відповідності особистому світогляду та переконанням людини. Якщо людина має високий рівень самоусвідомленості та велику силу волі, то вона сильніше спиратиметься колективному впливу соціальних норм у громаді.

Як це впливає на домашнє насильство?

Поведінка, що призводить до випадків домашнього насильства проти жінок, має місце через типовість, прийнятність та очікування в референтних групах, що вона буде дотримана у відповідних випадках або за необхідності. Тобто така поведінка диктується та підтримується завдяки встановленим сприятливим соціальним нормам. Більшість з них є **гендерними нормами** – переконаннями щодо типової та прийнятної поведінки для жінок і чоловіків. Саме ці норми визначають те, як чоловіки та жінки бачать себе в соціальних та інтимних стосунках, розуміють свою сексуальність і чим керуються при розподілі ролей, обов'язків і ресурсів.

Насильство часто, хоч і не завжди, є наслідком домінуючих переконань, що побутують у суспільстві щодо поняття маскулінності. Якщо існують соціальні очікування, відповідно до яких чоловіки мають контролювати жінок, то фізична та сексуальна сила часто розглядаються як «законні» способи здійснення цього контролю. Це допомагає пояснити, чому чоловіки частіше вдаються до насильства і чому жінки так часто є саме постраждалими.

Детальніше про поняття домашнього насильства та його види у [Додатку 1](#).

Гендерні норми –

переконаннями щодо типової та прийнятної поведінки для жінок і чоловіків.



Приклади соціальних і гендерних норм, які сприяють насильству щодо жінок:

- ☞ Чоловік має більшу соціальну вагу та статус, є важливішим та соціально вищим за жінку.
- ☞ Думка чоловіка щодо рішень, від яких залежить спільне життя, є більш вагомою.
- ☞ Для чоловіка важливо показувати дружині / партнерці, хто головний.
- ☞ Чоловік має право фізично покарати жінку за «неправильну» поведінку.
- ☞ Чоловік має право заборонити дружині / партнерці відвертий на його думку одяг або недоречний макіяж.
- ☞ Дружина повинна займатись сексом із чоловіком, навіть якщо їй не хочеться цього.

Приклади соціальних і гендерних норм, які сприяють подоланню насильства щодо жінок:

- Чоловіки та жінки мають рівний соціальний статус і однаково соціально важливі.
- Думки чоловіків і жінок щодо рішень, від яких залежить спільне життя, є однаково вагомими.
- У стосунках чоловіки та жінки мають рівні ролі.
- Дружина, як і чоловік, не повинна займатись сексом, якщо вона цього не хоче.
- Жоден прояв насильства не може бути виправданим ні за яких умов і є абсолютно неприйнятним.
- Відповідальність за скоєне насильство лежить лише на кривдникові.

Приклади соціальних і гендерних норм, які сприяють насильству щодо жінок:

- 🗣️ Хороша дружина слухається свого чоловіка навіть, якщо не згодна з ним.
- 🗣️ Дружина повинна терпіти насильство заради збереження сім'ї.
- 🗣️ Якщо жінка перебувала під впливом алкоголю або наркотиків, вона частково сама винна в тому, що постраждала від фізичного або сексуального насильства.
- 🗣️ Якщо жінка постраждала від фізичного або сексуального насильства, то зазвичай вона сама винна і зробила щось таке, чим спровокувала цю ситуацію.
- 🗣️ Фізичне насильство є прийнятним способом вирішення конфлікту у стосунках.
- 🗣️ Сексуальна активність (включаючи зґвалтування) є маркером маскулінності.
- 🗣️ Якщо чоловік погано поводиться зі своєю дружиною, сторонні особи (не члени сім'ї) не мають втручатись.
- 🗣️ Домашнє насильство – це проблема маргіналізованих груп населення (наприклад, тих хто зловживає алкоголем, має наркотичні залежності, людей ромської спільноти тощо).
- 🗣️ Говорити про проблему домашнього насильства – це соромно.
- 🗣️ Домашнє насильство – це приватна справа подружжя / пари.
- 🗣️ Розлучення – це ганебно.

Приклади соціальних і гендерних норм, які сприяють подоланню насильства щодо жінок:

- Чоловік має контролювати власні сексуальні бажання.
- Домашнє насильство – не приватна справа.
- Домашнє насильство – не табу, про нього не можна мовчати.
- Якщо чоловік погано поводиться зі своєю дружиною, сторонні особи (не члени сім'ї) повинні втручатись. Готовність втрутитись, щоб зупинити насильство та допомогти постраждалій особі – це звична справа для кожної людини.

Отже, трансформаційний підхід із викорінення шкідливих і встановлення нових норм щодо гендерних ролей, розуміння маскулінності та сексуальності, а також розподілу обов'язків і ресурсів між чоловіками та жінками може мати вирішальне значення для подолання проблеми домашнього насильства у вашій громаді. А розвіювання хибних уявлень, щодо того, що означає бути «справжнім чоловіком» чи «справжньою жінкою» може стати важливим першим кроком на шляху до змін.



Як відбуваються зміни?

Соціальні норми не статичні, вони весь час переглядаються та змінюються. Ці зміни можуть бути незначними і непомітними в ретроспективі кількох місяців чи років, але в будь-якому випадку це динамічний та безперервний процес, помічаємо ми його чи ні.

Перегляд соціальних норм відбувається внаслідок постійної взаємодії між людьми. Саме завдяки цій взаємодії можна змінити вкорінені переконання і допомогти людям змінити уявлення про те, що є доцільним, прийнятним та в цілому нормальним.

У громаді взаємодія між людьми відбувається на різних рівнях. Існують різноманітні типи стосунків, починаючи від сімейного кола і закінчуючи взаємодією на рівні широкої громадськості. Але всі ці взаємодії безпосередньо чи опосередковано впливають на людину у процесі ухвалення рішень, а також на шляху до змін.

Щоб краще зрозуміти, як люди спілкуються, обмінюються інформацією та впливають одне на одного, можна уявити кілька концентричних кіл, в центрі яких буде знаходитись людина. Ці кола є узагальненою ілюстрацією рівнів впливу від безпосереднього до найбільш опосередкованого.



Індивідуальний — особистісний рівень, в основі якого знаходиться сформована система цінностей та світогляду кожної окремої людини. Наприклад, якщо жінка або чоловік були свідками або постраждали від насильства в дитинстві, вони можуть вважати, що насильство є прийнятним, або бути впевненими, що це ефективний спосіб вирішення сімейних конфліктів.

Рівень сімейного кола та близьких стосунків — на цьому рівні вплив мають найближчі члени родини, інші рідні, кращі друзі, сусіди (оскільки перебувають у безпосередній фізичній близькості). Наприклад, якщо найближчі друзі вважають насильство з боку чоловіка проявом сили та маркером маскулінності, то це заохочуватиме чоловіка до застосування фізичної сили для демонстрації дружині, хто в стосунках «головний». Або якщо батьки вважають розлучення ганебним і заохочують терпіти насильство заради збереження сім'ї, то жінка може страждати від регулярних знущань протягом усього життя.

Рівень громади — в межах цього рівня відбувається взаємодія з вихователями в дитячих садочках, учителями в школах, викладачами в університетах, колегами та керівниками на роботі, працівниками різноманітних служб і сервісів (охорона здоров'я, поліція, суд, бізнес, благодійні організації, гуртки за інтересами, краса та догляд за тілом тощо). Наприклад, якщо соціальні служби відмовляються сприймати насильство всерйоз, заохочують жінку «зберегти сім'ю», в якій є місце насильству, то проблема розглядається як нормальне явище, а жінки зневірюються в можливості отримати допомогу. Або якщо лікар на прийомі не запитує, звідки в жінки синці чи забої, то це призводить до применшення проблеми та сприяння тому, що жінки недооцінюють небезпеку для власного здоров'я.

Рівень широкої громадськості — вплив на цьому рівні відбувається шляхом взаємодії людини зі ЗМІ, через дотримання законів і національних політик, що впроваджуються державним апаратом, а також у зв'язку з міжнародними відносинами між Україною та іншими країнами світу. Наприклад, якщо ЗМІ не висвітлюють проблему домашнього насильства, це сприяє формуванню табуованості та заохочує упередження, що насильство є приватною справою.

Отже для ініціювання та підтримки змін важливо діяти на всіх рівнях і мобілізувати представників всіх кіл впливу. Це поступовий процес, що має накопичувальний ефект. Щоб внести і надалі підтримувати зміни потрібна велика кількість людей, які будуть думати та діяти відповідно до нових норм. Ця велика кількість, яка є достатньою для збереження нової поведінки, називається критичною більшістю. Створення критичної більшості починається з мобілізації окремих людей і надалі полягає в поступовому розширенні та збільшенні їхньої кількості, доки чисельність цих різноманітних людей з усіх кіл впливу не буде здатна створювати та надалі підтримувати довготривалі зміни.

Крім колективного впливу та змін внаслідок досягнення критичної більшості, важливо розуміти, як відбувається зміна переконань та уявлень на індивідуальному рівні. Оскільки допоки людина особисто не усвідомлює та не визначає для себе існування проблеми, вона не починає відчувати необхідність щось змінювати у своєму житті. Чоловіки та жінки можуть ухвалювати нові для себе рішення тільки тоді, коли відчують готовність до цього.

Процес індивідуальних змін не завжди відбувається лінійно. Часто люди можуть переходити від одного етапу до наступного в неідеально правильній з точки зору теорії послідовності. Втім, цей процес є типовим для багатьох і проходячи через декілька етапів, людина змінює своє мислення і як результат свої дії.

Отже, які є етапи змін на індивідуальному рівні?

Етап 1 – Перед спогляданням

На цьому етапі людина ще не усвідомлює, що її поведінка може завдавати шкоди, тобто вона не визначає для себе проблему як таку, з якою потрібно щось робити.

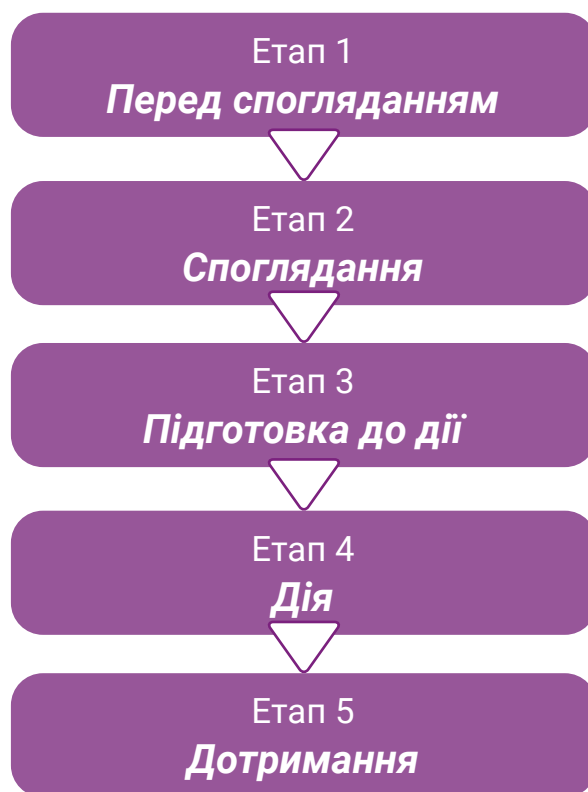
Наприклад, чоловік не усвідомлює що дати ляпаса, трусити або штовхнути дружину є проблемою. Коли назріває конфлікт, для його вирішення чоловік застосовує фізичну силу, оскільки вважає таку поведінку нормальною.

Етап 2 – Споглядання

На цьому етапі людина починає розуміти, що проблема є проблемою. Вона може почати сумніватися в правильності та доцільності своєї поведінки.

Чоловік починає замислюватися, чи застосування фізичної сили та побиття дружини насправді є найкращим способом вирішення конфлікту. Ця думка може виникнути у зв'язку з тим, що він:

- бачить, що дружина отримала видимі травми після побиття, наприклад синці;
- чує як про неприйнятність домашнього насильства спілкуються колеги на роботі;



- чує від батьків чи інших близьких родичів, що можливо, варто спробувати якимось інакше вирішити проблему;
- зустрічає в стрічці Facebook статтю про те, які методи сімейні психологи рекомендують для екологічного та ефективного вирішення сімейних конфліктів;
- чує історію про те, як сусід, який раніше жив в іншому будинку, викликав поліцію, коли почув за стінами звуки, схожі на серйозну сварку, зойки від побиття та шум розбитих тарілок.

Етап 3 – Підготовка до дії

На цьому етапі людина шукає інформацію, підтримку та потенційні варіанти альтернативної поведінки. В результаті вона вирішує, що можна спробувати діяти інакше.

Чоловік може почати обговорювати з колегами на роботі прийнятність чи неприйнятність певних дій і чи можна їх охарактеризувати як насильство, шукати більше інформації та рекомендації на профільних сайтах або в книжках про сімейні стосунки, стежити за тим, як інші чоловіки, яких він поважає, ставляться до своїх дружин, а також запитувати у них, як вони вирішують конфлікти. В результаті чоловік вирішує спробувати розібратись з наступним конфліктом іншим способом. Так, коли під час сварки негативні емоції почнуть переповнювати, чоловік попросить дружину залишити його наодинці або сам піде на певний час, щоб заспокоїтись, після чого він запропонує дружині все обговорити та спробувати прийти до конструктивного рішення.

Етап 4 – Дія

На цьому етапі людина починає впроваджувати наміри та вносити безпосередні зміни в свою поведінку.

Під час сварки чоловік не застосовує фізичну силу, а натомість вирішує проблему шляхом обговорення почуттів і чинників, які призвели до сварки, включно з варіантами можливого вирішення та попередження конфлікту в майбутньому.

Етап 5 – Дотримання

На цьому етапі людина системно дотримується нової поведінки. Зміни стають довготривалими та в результаті змінюють якість життя на краще.

Чоловік визнає переваги відмови від застосування фізичної сили проти дружини. Він відчуває підвищення самооцінки, адже вона поважає його більше. Чоловік може помітити, що дружина стала спокійнішою та менш наляканою, більше довіряє. Він починає більше насолоджуватися сімейними стосунками, а також може отримати визнання від батьків чи близьких родичів.

Важливо пам'ятати, що людина не зможе змінити поведінку повністю й одразу з першої спроби, і наприклад, потім ніколи не застосовувати фізичну силу для вирішення сварки з дружиною. На шляху будуть такі моменти, коли людина може розгніватися, засумніватися або розчаруватися, через що повернутися до старої поведінки.

Повертатися до звичної поведінки, хоч наскільки хибною вона може бути, є природним. Але це не означає, що людина не зможе спробувати знову і змінити свої дії в майбутньому. Щоб засвоїти нове корисне переконання та впровадити кращу поведінку в своє життя, як і з колективними змінами та досягненням критичної більшості, потрібні час, наполегливість і підтримка від інших.

Що мотивує до змін?

Важливо також пам'ятати, що люди рідко змінюються, коли стимулом виступає щось негативне, наприклад примус, погрожування або звинувачення. Зміни відбуваються тоді, коли люди особисто бачать потенційні позитивні переваги. Інакше яка тоді для них мотивація робити щось інакше?

Використання негативних стимулів для зміни соціальних норм лише ускладнить процес і створить додаткові перепони на шляху до встановлення нових корисних норм. Натомість, заохочення позитивними стимулами, а саме практичними життєстверджувальними наслідками подолання насильства та перевагами його відсутності в житті матиме набагато більшу рушійну силу для зміни шкідливої поведінки.

Приклади негативних стимулів:

- 🗨 Низька самооцінка
- 🗨 Травми
- 🗨 Погане самопочуття
- 🗨 Страх
- 🗨 Депресія
- 🗨 Втрата можливостей
- 🗨 Ізолюваність і самотність
- 🗨 Розлучення
- 🗨 Страх втрати дітей
- 🗨 Погіршення успішності дітей у школі
- 🗨 Погіршення або втрата працездатності
- 🗨 Погіршення ефективності на роботі
- 🗨 Емоційний розрив між партнерами
- 🗨 Вимушений та неприємний секс

Приклади позитивних стимулів:

- Впевненість у собі та своїх силах
- Хороше самопочуття
- Спокій
- Здоров'я тіла
- Безпека та комфорт
- Щастя та надія
- Єдність
- Довіра та близькість у стосунках
- Секс у задоволення
- Повага
- Любов і вдячність
- Довготривалі здорові стосунки між партнерами
- Довіра та тісні стосунки з дітьми
- Довіра та повага у громаді

Приклади негативних стимулів:

- 🗣️ Неповага
- 🗣️ Ненависть та образа
- 🗣️ Знищення сімейного майна
- 🗣️ Фінансове навантаження на сімейні ресурси
- 🗣️ Навантаження на громадські та соціальні служби
- 🗣️ Поганий приклад для наслідування
- 🗣️ Насильство в наступному поколінні.

Приклади позитивних стимулів:

- Покращення успішності дітей у школі
- Підвищення ефективності на роботі
- Хороший приклад для наслідування
- Збереження сімейного майна
- Вміння екологічно вирішувати конфлікти
- Мир.

Наведення конкретних позитивних прикладів допоможе людям побачити практичні переваги життя без насильства і, як результат, почати рухатись в новому кращому для себе, громади і суспільства напрямку.

Програма зі зміни соціальних норм для запобігання домашньому насильству у вашій громаді

Існує безліч стратегій та підходів, які можна використати для побудови та впровадження програми зі зміни соціальних норм для запобігання домашньому насильству в громаді.

У цьому путівнику запропоновано комбінацію освітнього та інформаційного підходів у побудові комплексної стратегії, що сприятиме формуванню змін у поведінці всіх членів громади — і постраждалих, і свідків, і кривдників, і також тих, хто безпосередньо з насильством ще не стикався в жодній із зазначених ролей.

Зокрема, ви помітите, що програму побудовано на активностях, які:

- у першу чергу спрямовані на покрокове утвердження нульової терпимості до будь-яких проявів домашнього насильства;
- сприяють підвищенню розуміння як серед постраждалих, так і серед свідків, яку поведінку з боку кривдника потрібно ідентифікувати як насильство;
- спрямовані на надання релевантної або навіть критично важливої інформації (наприклад, про закони, які врегульовують питання та наслідки скоєння домашнього насильства, види та причини скоєння насильства, номери гарячих ліній, адреси денних центрів тощо);
- заохочують залучення членів громади до активного втручання в ситуацію домашнього насильства;

- орієнтовані на інформування та навчання членів громади (включаючи і постраждалих, і свідків), як реагувати у випадку домашнього насильства, в які спеціалізовані служби направляти постраждалих з метою забезпечення та надання їм необхідної підтримки;
- дають доступ до критично важливих навичок (на кшталт, конструктивне спілкування між партнерами, використання емоційного інтелекту у вирішенні сімейних конфліктів тощо);
- сприяють підвищенню рівня освіти, збільшенню знань і поглибленню розуміння проблематики в цілому.

Також, для кращого розуміння програму умовно буде розбито на 5 етапів, відповідно до 5-ти етапів, через які проходить людина в процесі індивідуальних змін — трансформації старих шкідливих переконань, встановлення нових корисних соціальних норм і, відповідно, формування нової корисної поведінки.

Нагадаємо, що етапами змін на індивідуальному рівні є:



Відповідно до них, етапи програми розподіляються на: Підготовка та аналіз ситуації, Інформаційно-просвітницька робота, Навчання громади, Громада у дії, Закріплення правильної поведінки.

На який період розраховано програму?

Зміна соціальних норм є динамічним, складним і доволі тривалим процесом, що при цьому ще й залежить від низки факторів. Серед них, зокрема, розмір вашої громади, наскільки сильно вкорінені шкідливі норми та наскільки розповсюджена проблема домашнього насильства, чи є інфраструктура, яка забезпечує допомогу постраждалим і в якому обсязі, а також — ступінь відкритості та готовності різноманітних установ та організацій співпрацювати й підтримувати вашу діяльність тощо.

Незважаючи на це, ми пропонуємо вам планувати активну роботу та впроваджувати запропоновану програму протягом щонайменше 4–5 років.

Скільки часу потрібно на реалізацію кожного етапу?

Програму умовно поділено на 5-ть етапів. Терміни реалізації кожного залежатимуть від розміру команди вашої організації, рівня довіри до вас та вашої близькості до членів громади, наявного фінансування та кількості організацій, установ та в цілому партнерів, яких ви можете залучити до процесу. За нашою оцінкою та рекомендаціями тривалість етапів може бути такою:

Назва етапу	6–9 місяців	6–12 місяців	12–18 місяців	12–18 місяців	від 6 місяців
Етап 1 — Підготовка та аналіз ситуації					
Етап 2 — Інформаційно-просвітницька робота					
Етап 3 — Навчання громади					
Етап 4 — Громада у дії					
Етап 5 — Закріплення правильної поведінки					

Організувавши активності одного етапу, підбийте підсумки та проведіть оцінку результатів, зробіть висновки щодо того, що можна покращити і після цього переходьте до реалізації наступного етапу.

Як впроваджувати програму?

Програма, що запропонована у цьому путівнику, є докладним покроковим керівництвом з детальною інформацією щодо того, що і як можна зробити для запобігання домашньому насильству у вашій громаді. Відповідно її потрібно використовувати як практичну основу для своєї діяльності.

Втім, ви можете адаптовувати окремі ідеї та вносити зміни, які допоможуть зробити кожен окрему активацію більш зрозумілою та ближчою для громади, а отже, й набагато ефективнішою.

Ви також можете адаптувати програму відповідно до ресурсів, якими володієте, тобто регулювати масштаб. Так, в кожному з етапів запропоновано не одну активацію, а декілька. Якщо ви маєте можливість, то плануйте

реалізацію їх усіх. Якщо ваші сили та ресурси дещо або суттєво обмежені, по-перше, не засмучуйтесь, а по-друге заплануйте реалізацію хоча б 1–2 активацій на кожному етапі. Ваша навіть мінімальна робота краща, ніж абсолютна бездіяльність.

Після вивчення путівника, а також в ході реалізації активностей, ви можете надихнутися і на власні ідеї. Не відкидайте їх, а навпаки, доповнюйте ними програму відповідно до етапів та запропонованої структури. Це тільки посилить ефект та сприятиме тому, що у вашій громаді формуватиметься нульова толерантність до домашнього насильства.

Хоча всі запропоновані в путівнику ідеї можуть бути адаптовані до контексту вашої громади, послідовність етапів мобілізації громади у відповідності до етапів змін на особистому рівні потрібно зберегти. Саме такий цілісний підхід дозволить вам поступово досягати потрібних корисних змін у вашій громаді.

Отже, як впроваджувати програму?

Процес впровадження програми можна описати метафорично. Це як, наприклад, будувати будинок.

На першому етапі важливо визначитись з оптимальним дизайном, розробити робочі креслення, обрати найкращі матеріали та скласти кошторис витрат. Аналогічно, на першому етапі програми – Підготовка та аналіз ситуації – ви будете досліджувати проблему домашнього насильства у вашій громаді, визначати стратегію, прораховувати бюджет та складати конкретний план дій, що є чітко визначеним у часі і таким, який дійсно можна реалізувати.

Далі потрібно закласти фундамент майбутнього будинку і встановити каркаси, що підтримуватимуть майбутні стіни та дах. Відповідно на цьому етапі – Інформаційно-просвітницька робота – ви впроваджуватимете активності, які допоможуть актуалізувати проблему домашнього насильства, стануть основою для подальшого публічного обговорення ситуації та слугуватимуть інформаційною підтримкою на всіх подальших етапах програми.

Активация –

це окремий захід, проєкт або будь-яка взаємодія, за допомогою якої формується впізнаність компанії / організації / проблеми, доносяться ключові повідомлення, вибудовуються довготривалі відносини з цільовими аудиторіями та формується їхня лояльність.





Коли готовий фундамент та є основа для створення стін, час скласти цеглину до цеглини, укріплювати їх будівельним розчином і будувати стіни. Це етапи Навчання громади та Громада у дії, коли завдяки активностям ви допомагатимете членам громади спочатку отримувати нові необхідні навички, а потім гуртуватимете громаду й об'єднуватимете її окремих членів в одне ціле заради спільної мети — досягнення нульової толерантності до домашнього насильства.

І врешті-решт залишається дах. Це етап Закріплення правильної поведінки, на якому ви закріплюватимете всі ті якісні зміни, які вам вдалося ініціювати протягом попередніх етапів та мотивуватимете членів громади продовжувати дотримуватись нової поведінки.



Іншим порівнянням для впровадження програми є приготування фруктового пирога. Так, на першому етапі ви маєте визначитись з рецептом, необхідним обладнанням, формами та ємностями для вимірювання, а також інгредієнтами страви (Підготовка та аналіз ситуації). Надалі вам потрібно приготувати основу для пирога, пропрацювати стінки та зробити їх достатньо міцними, щоб вони тримали форму в майбутньому (Інформаційно-просвітницька робота). Після цього ви готуватимете начинку: оброблятимете окремо фрукти та готуватимете їх для того, щоб вони утворили цільну начинку з єдиною вершковою структурою (Навчання та Громада у дії). І наприкінці закриєте пиріг декоративною сіточкою аби вміст пирога був захищений та добре сформований у формі (Закріплення правильної поведінки).

Потрібно також розуміти, що кожен етап програми має чітко визначену мету та завдання. На цьому будуються всі запропоновані в путівнику активності і відповідно від цього ви можете відштовхуватись для розробки і втілення власних ідей.

Так, у таблиці нижче наведено мету та завдання відповідно до кожного етапу програми:

Назва етапу	Мета	Завдання
Етап 1 – Підготовка та аналіз ситуації	Спланувати реалізацію всіх наступних етапів програми	<ul style="list-style-type: none"> • Дослідити проблему домашнього насильства в громаді, визначити найбільш розповсюджені переконання, що побутують у громаді; • провести аналіз та скласти списки потенційних партнерів, які можуть допомогти та сприяти впровадженню активностей у майбутньому; • розробити чітку стратегію, скласти план дій, сформувані орієнтовний кошторис витрат.
Етап 2 – Інформаційно-просвітницька робота Підетап 2.1 – Актуалізація проблеми	Актуалізувати проблему в громаді	<ul style="list-style-type: none"> • Вказати на міфи та стереотипи, соціальні норми, які сприяють тому, що домашнє насильство толерується в громаді; • привернути увагу до цифр, що ілюструють ситуацію в громаді; • привернути увагу до шкідливих моделей поведінки у випадку домашнього насильства; • розповісти про вплив та наслідки домашнього насильства для жінок, чоловіків, дітей та громади в цілому; • пояснити як зміна сприйняття, відмова від застарілих стереотипів та нова поведінка покращать життя в громаді.
Етап 3 – Навчання громади	Надати громаді необхідні навички для підтримки нової поведінки	<ul style="list-style-type: none"> • Надати практичні знання окремим членам громади щодо того, як можна запобігти домашньому насильству; • підготувати окремих членів громади до дії проти домашнього насильства; • надихнути окремих членів громади сприяти та самостійно поширювати корисні зміни для подолання домашнього насильства в майбутньому

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва етапу	Мета	Завдання
Інформаційно-просвітницька робота – Підетап 2.2 – Початок публічного обговорення проблеми	Ініціювати публічне обговорення проблеми	<ul style="list-style-type: none"> • Залучити членів громади до обговорення один-на-один та висловлення особистої думки; • надати інформацію щодо того, як правильно діяти у випадку домашнього насильства (якщо ти свідок чи постраждала), як розпізнати постраждалу особу, куди звертатися у випадку домашнього насильства, які існують спеціалізовані служби підтримки та допомоги у вашій громаді
Етап 4 – Громада у дії	Згуртувати громаду	<ul style="list-style-type: none"> • Об'єднати окремих активних членів громади заради спільної мети; • ініціювати активації, в яких громада демонструє єдність, фокусується на спільному вирішенні проблеми та готова разом впроваджувати дії задля подолання домашнього насильства.
Інформаційно-просвітницька робота – Підетап 2.3 – Згуртування громади	Показати згуртованість громади	<ul style="list-style-type: none"> • Актуалізувати питання колективної відповідальності громади за вирішення проблеми домашнього насильства; • залучити громаду до створення та авторства в інформаційних активностях.
Етап 5 – Закріплення правильної поведінки	Забезпечити сталість нової поведінки	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулювати членів громади дотримуватись нової правильної поведінки; • впровадити систему винагород, яка мотивуватиме членів громади продовжувати працювати над покращенням ситуації, подоланням і попередженням проблеми домашнього насильства в майбутньому.
Інформаційно-просвітницька робота – Підетап 2.4 – Демонстрація успішного досвіду	Показати успішні приклади інших	<ul style="list-style-type: none"> • Надавати приклади альтернативної поведінки та варіантів здорового вирішення проблем у стосунках; • демонструвати успішні приклади зміни поведінки (і свідків, і постраждалих); • підтверджувати, що зміни можливі.

Тепер перейдемо до більш детального розгляду кожного етапу, а також усіх активностей, які ви можете впровадити у вашій громаді з метою зміни соціальних норм для запобігання домашньому насильству.

ЕТАП 1

ПІДГОТОВКА ТА АНАЛІЗ СИТУАЦІЇ

Мета першого етапу — підготуватися до реалізації усіх подальших активностей.

Завдання етапу:

1. глибше зануритись в дослідження соціальних норм у вашій громаді. Важливо спробувати всебічно їх дослідити, зрозуміти, які переконання, що заохочують домашнє насильство, домінують, а також оцінити, які вкорінені ставлення мають сильніший вплив на членів вашої громади;
2. проаналізувати склад громади і подумати про те, хто має найбільший вплив і відповідно може стати вашим ключовим партнером. Це важливо, оскільки саме цих людей ви залучатимете у першу чергу. Зокрема, будете покращувати їхнє розуміння проблеми домашнього насильства, а також будете допомагати розвивати навички для його запобігання, щоб надалі ці люди могли стати вашими першими потужними агентами змін;
3. розробити стратегію, в якій будуть прописані усі ваші подальші кроки, зазначені всі ключові партнери, яких ви надалі залучатимете, а також чіткий план дій із зазначенням часу реалізації, орієнтовного бюджету та показників ефективності.

Перший етап програми співпадає з етапом, на якому окремі люди у вашій громаді ще не усвідомлюють, що їхня поведінка може бути хибною або шкідливою, вони не визначають для себе проблему і не мають потреби в її вирішенні. Саме тому цей час є найбільш сприятливим для вас, щоб максимально підготуватись — як теоретично, так і практично — для майбутнього успішного впровадження програми.

Чому цей етап важливий?

Якщо ви хочете домогтися позитивних зрушень та отримати результат, ваші дії мають бути чітко спланованими, скоординованими та відповідати реальній ситуації й потребам у громаді. Ви повинні зрозуміти що, коли і



навіщо ви робите, які ресурси маєте наразі, а які вам додатково потрібно залучити в майбутньому. Проведений аналіз, детально і якісно спланована робота – ваші карта з координатами та компас, які допоможуть прокласти маршрут і дотримуватись правильного курсу протягом всієї подальшої реалізації програми.

Активації етапу:

1. Аналіз ставлень і переконань у громаді

Ефективна програма зі зміни соціальних норм, у нашому випадку направлена на зміну ставлення та запобігання домашньому насильству, завжди базуватиметься на аналізі реальної ситуації, яка є в громаді. Тобто першочерговим завданням є вимірювання та глибинне дослідження ставлень і переконань у громаді стосовно домашнього насильства. Вимірявши ці переконання кількісно та якісно, надалі можна працювати над тим, щоб коригувати їх або докорінно змінювати.

Предметний аналіз допоможе глибше зануритись у першопричини проблеми, встановити взаємозв'язки між окремими її складовими, виявити прогалини тощо. Отримана та структурована інформація сприятиме кращому розумінню, як ваші дії мають впливати на цільову аудиторію, на які результати мають бути направлені ваші окремі активації та до яких змін у громаді вони зрештою мають привести.

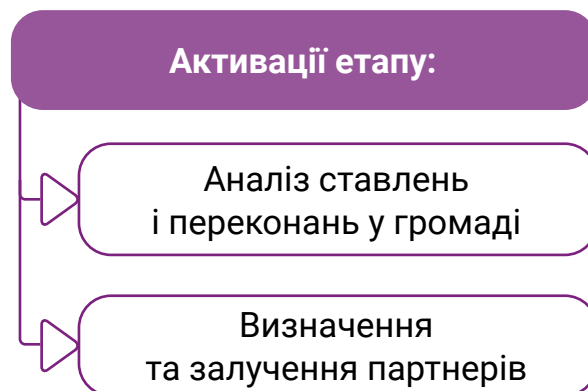
Покрокова механіка:

Проаналізувати та виміряти усталені в громаді соціальні норми можна завдяки проведенню соціального дослідження.

Для загального розуміння існують різноманітні формати таких соціальних досліджень, а саме:

- пошукове (вивчення наявної інформації, порівняння даних у ретроспективі кількох років або у зіставленні відповідно до національності, географії проживання, віку, рівня освіти тощо);
- описове (кількісний та якісний збір і перевірка інформації шляхом кількісного анкетування, проведення фокус груп, глибинних інтерв'ю тощо);
- аналітичне (виявлення причинно-наслідкових зв'язків завдяки проведенню реального експерименту або комп'ютерному моделюванню).

Опис різних методів проведення дослідження ви знайдете у [Додатку 2](#).



При цьому вам не обов'язково ініціювати власне комплексне соціологічне дослідження на кілька етапів. На сьогодні вже існує достатньо широка інформаційна база, яка в тому числі постійно оновлюється і доповнюється завдяки роботі Фонду ООН у галузі народонаселення та інших організацій, які опікуються питаннями домашнього та гендерно зумовленого насильства.

Зокрема, зануритися глибше в проблематику та орієнтуватися в соціальних нормах, що є першопричинами, які призводять до ситуацій домашнього насильства, вам допоможуть такі актуальні дослідження:

- UNFPA – [Ставлення громадян до ГЗН та домашнього насильства у 2019-2021 рр.](#)
- UNFPA – [Економічні наслідки насильства щодо жінок в Україні у 2017 р.](#)
- UNFPA – [Сучасне розуміння маскулінності у 2018 р.](#)
- ОБСЄ – [Добробут та безпека жінок у 2019 р.](#)
- Крім того, ви можете звернутися до [Національного банку досліджень, Київського міжнародного інституту соціології](#), або баз даних, які збираються маркетинговими дослідницькими агенціями, на кшталт [Gradus](#), [Info Sapiens](#) або [Ipsos](#) тощо.

Якщо ви все ж таки бажаєте додатково провести соціологічне дослідження у своїй громаді, то можете звернутися до UNFPA або проконсультуватися з експертами(-ками) дослідницьких агенцій чи центрів, що були згадані вище.

2. Визначення та залучення партнерів

Не важливо, чи ви віддані своїй громаді активісти, чи члени громадської організації, яка більш системно займається соціальними питаннями в громаді в цілому та, зокрема, проблемою домашнього насильства, в довготривалому процесі соціальних змін вам не обійтись без сторонньої підтримки.

Ця підтримка може реалізовуватись і надаватись у різноманітній формі – від фінансової (на реалізацію конкретних активностей), до інформаційної чи покровительської. Втім, будь-яка підтримка важлива і не буде зайвою.

Саме тому перед початком реалізації потрібно скласти список і спробувати залучити всіх можливих на цьому етапі партнерів. Надалі з часом і масштабуванням вашої діяльності цей список розширюватиметься і поповнюватиметься. Втім, на перших етапах розуміння потенційних партнерів може суттєво сприяти та пришвидшити реалізацію окремих активностей.

Ваші партнери повинні передусім розділяти ваші цінності та переконання щодо питань домашнього насильства, мати хорошу репутацію, проактивну громадянську позицію та бажання змінювати громаду на краще і, звісно, підтримувати та сприяти вашій діяльності.

Нижче розглянемо можливих партнерів, підтримкою яких і як саме ви можете заручитись вже на перших етапах.

Покрокова маханіка:

Традиційні лідери(-ки)

Це впливові особи на різних рівнях, які є надзвичайно важливими з точки зору впливу на громаду.

Дізнайтеся ім'я та контакти вашого міського / сільського голови та його заступників. Крім того, якщо ви живете у великому місті, складіть список релевантних комітетів, департаментів та управлінь, яким надалі можна адресувати прохання (Департамент соціального захисту, Департамент суспільних комунікацій, Управління з питань реклами, Департамент з охорони здоров'я, Департамент з питань освіти та науки тощо).

Перевірте, хто відповідає за патрульну поліцію та спеціалізовані сервіси з надання підтримки постраждалим від насильства (мобільні бригади соціально-психологічної допомоги, первинні служби соціально-психологічного консультування, денні центри, кризові кімнати та притулки тощо).

Список можливих партнерів:



Традиційні лідери (-ки)



Громадські організації, активісти(-ки) та захисники(-ці) прав жінок



Приватний сектор



Нетрадиційні лідери(-ки) думок в громаді

Громадські організації, активісти(-ки) та захисники(-ці) прав жінок

Це окремі структури, які можуть займатися питаннями гендерної рівності або працювати з різними віковими категоріями населення (наприклад, молодь чи люди похилого віку), а також — опікуватися проблемами вразливих груп населення, які в тому числі страждають від насильства (наприклад, ВІЛ-інфіковані, ромські жінки, люди з інвалідністю, люди з алкогольною чи наркотичною залежністю тощо).

Залучення таких партнерів може бути дуже корисним з точки зору інформаційної та організаційної підтримки, а також в обміні досвідом під час реалізації окремих заходів.

Складіть список таких громадських організацій, спробуйте знайти контакти керівників(-ць) (на сайті організації чи, наприклад, у Facebook). Якщо вам відомі громадські активісти(-ки), які потенційно зможуть долучитись до розповсюдження інформації та комунікувати важливі для громади повідомлення, додайте їх до списку. Якщо на думку ніхто не спадає, розпитайте знайомих, проконсультуйтеся з іншими представниками(-цями) громадських організацій або обговоріть це питання з членами вашої громадської організації.

Приватний сектор

Це представники(-ці) телекомунікаційних компаній та ЗМІ, а також представники(-ці) компаній і різноманітних підприємств.

Подумайте про локальних представників(-ць) бізнесу або національні компанії, які мають сильні представництва у вашому місті та активно сприяють розвитку культури, благоустрою, покращенню здоров'я тощо.

Не слід виключати й представників(-ць) середнього бізнесу, які можуть бути благодійниками та підтримувати окремі ініціативи, хоч і значно меншими фінансовими ресурсами порівняно з великими компаніями.

Обов'язково складіть список регіональних телеканалів і місцевих видань. На їхніх сайтах розшукайте контакти редакторів і конкретних журналістів(-ок). Промоніторте матеріали видання. Ви можете помітити, що інколи зазначається авторство опублікованих статей. Відтак, ви матимете у вашому арсеналі імена журналістів(-ок), які раніше вже піднімали проблему насильства, і відповідно з більшою ймовірністю інформаційно підтримають вас у майбутньому.

Не забудьте і про активних локальних користувачів(-ок) соціальних мереж – лідерів(-ок) громадської думки та блогерів(-ок) – які користуються популярністю у вашій громаді.

Нетрадиційні лідери(-ки) думок в громаді

Це може бути хто завгодно з вашої громади, хто не потрапив до категорій, перелічених вище. Наприклад, лікарка, перукар чи вчителька старшої школи тощо. Але про нього / неї точно знають у громаді. Його / її думку поважають. До його / її слова дослухаються.

Розпитайте про таких людей у своїх знайомих і знайомих ваших знайомих. Або якщо знаєте таких людей особисто, або просто чули про них, внесіть їх до списку потенційних партнері.



Як можна залучати партнерів?

Особиста тет-а-тет комунікація

Якщо ви ще не знайомі особисто, ви можете звертатися безпосередньо до потенційних партнерів у їхніх соціальних мережах — писати повідомлення у Facebook чи направляти запити на електронну пошту. Головне, не бійтеся звертатися та просити про підтримку чи допомогу. Навіть якщо вам відмовлять, про вашу діяльність та мету змінити громаду на краще в будь-якому випадку дізнаються. Після спілкування в соціальних мережах, ініціюйте офіційні знайомства вживу або неформальні зустрічі на каву й обговорення можливого об'єднання зусиль на шляху до зміни соціальних норм.

Крім того, згадуйте про свої наміри та діяльність в особистій комунікації з рідними та знайомими. Можливо, вони також долучаться до вашої команди або поділяться рекомендаціями щодо інших людей, яких можна залучити.

Зовнішня комунікація

Про пошук небайдужих активістів(-ок), майбутніх членів команди або просто волонтерів(-ок) ви можете інформувати в соціальних мережах. Якщо ви громадська організація, це можна робити на вашій сторінці і надалі просити членів ділитись публікаціями в особистих стрічках.

Друковані оголошення та запрошення можуть також спрацювати, якщо ви знаєте, що в окремих структурах та їхніх будівлях користуються попиту дошки оголошень, інформація на яких регулярно оновлюється. Крім того, оголошення можна розповсюджувати й у власному будинку.

Якщо ваша громада практикує різного формату громадські збори, ви можете виступити з короткою презентацією про ваші плани та наміри діяльності, спрямованої на подолання домашнього насильства. Наприкінці презентації розкажіть, що шукаєте потенційних партнерів, які були б готові долучитись та сприяти вашій діяльності.

Офіційні звернення до представників(-ць) бізнесу / місцевої адміністрації

З деякими партнерами краще комунікувати в більш офіційному полі і направляти офіційні запити / звернення з проханням підтримки. Якщо ви громадська організація, ви можете ініціювати підписання меморандуму, в якому закріпити наміри щодо майбутньої співпраці.

Як можна залучати партнерів:

- Особиста тет-а-тет комунікація
- Зовнішня комунікація
- Офіційні звернення до представників бізнесу / місцевої адміністрації

Кого ще варто мати на увазі?

Надалі під час реалізації окремих активностей вам можуть знадобитись підтримка та послуги конкретних спеціалістів(-ок). Зокрема,

- фотографа(-ині) та відеографа для фотозйомки і відеофіксації заходів, що будуть ініційовані вами в громаді;
- дизайнера(-ки) для оформлення брошур, постерів, презентацій тощо;
- копірайтера(-ки) або журналіста(-ки), які допомагатимуть з написанням матеріалів для ЗМІ / соцмереж;
- менеджера(-ки), які зможуть допомогти з координацією та організацією окремих подій, якщо вашого ресурсу буде замало;
- волонтерів(-ок), які можуть долучитися на різних етапах і підключатись під різні задачі (це можуть бути учні/учениці старших класів, студенти/-ки та загалом усі охочі).

Розробка стратегії

Перед стартом реалізації програми у вашій громаді вам потрібно чітко розуміти що? чому і навіщо? коли і з ким? ви робитимете. Відповідно вам потрібно скласти стратегію на 4–5 років з детальним планом впровадження активностей, переліком цілей та очікуваних результатів, яких ви плануєте досягти.

Покрокова механіка:

Організуйте зустріч – стратегічну сесію з усіма учасниками(-ицями) вашої організації або членами вашої команди, які надалі будуть залучені до впровадження програми. Будьте готові інтенсивно працювати протягом 3–4 годин.

Перед зустріччю попросіть учасників(-иць) підготуватися та детально ознайомитись з путівником, запропонованими у ньому підходом та активаціями. Крім того, уважно ознайомтесь з результатами наявних або проведених вами досліджень.

Разом із командою обговоріть стереотипи та міфи, що найбільш розповсюджені у вашій громаді, соціальні норми, які мають найсильніший вплив. Відповідно надалі, протягом впровадження кампанії, ви робитимете на них найбільший акцент та приділятимете найбільше уваги.



Разом з учасниками(-ицями) зачитайте уважно описання кожного етапу, його мету, завдання та запропоновані активації. Обговоріть чи потрібно адаптовувати цей етап для вашої громади, і як саме з точки зору часу та кількості активацій. Обов'язково розставте акценти відповідно до соціальних норм, які переважають у вашій громаді.



Подумайте, чи хотіли б додати власні активації, крім запропонованих у путівнику, та розширити ними свою програму. Якщо так, обговоріть з учасниками(-ицями), якими могли б бути ці активації. При розробці відштовхуйтесь від цілей та завдань кожного етапу.

Надалі для кожного етапу складіть цілі, яких ви плануєте досягти. Кожну ціль ми рекомендуємо поставити за системою SMART. Детальніше про неї наведено у [Додатку 3](#).

Для кожного етапу складіть список активацій, після чого складіть план імплементації кожної з них. При плануванні періоду реалізації обов'язково враховуйте час на підготовку. Крім того, під час планування кожної окремої активації ви можете одразу фіксувати ресурси, які потрібні на реалізацію (фінанси, спеціалісти(-ки) та кваліфіковані кадри, потенційні партнери тощо).

Після опрацювання активацій на всіх етапах складіть загальний план імплементації. Оцініть кількість активацій, які плануєте реалізувати, період впровадження програми, а також ще раз перевірте, наскільки реалістичним є ваші плани, чи спроможні ви все реалізувати, які ресурси маєте в наявності, а які потрібно буде додатково залучити.

За результатами обговорення, зафіксуйте всі напрацювання. Внесіть їх в окремий документ, опрацюйте та фіналізуйте його, після чого обов'язково надайте доступ усім учасникам. Не важливо, чи це буде файл word чи excel-таблиця. Головне, щоб надалі цей документ був для вас робочим і ви постійно користувались та звірялись з ним у процесі впровадження програми.

Приклад стратегії, на який ви можете орієнтуватися для розробки наведено в [Додатку 5](#).

ЕТАП 2 ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОСВІТНИЦЬКА РОБОТА

Мета другого етапу — постійна інформаційна підтримка та надання корисних та цінних знань членам громади для підтримання їх у процесі змін.

Особливість цього етапу в тому, що він розпочинається як окремий самостійний етап, але не закінчується, а продовжується власне аж до завершення програми.

Чому цей етап важливий?

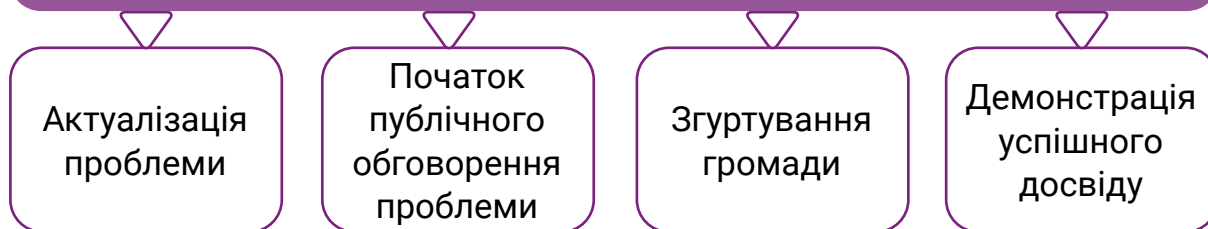
Постійна інформаційна підтримка та висвітлення різних складових проблеми домашнього насильства є невід’ємними для підтримки процесу змін. Завдяки інформаційній підтримці члени громади зможуть розширити свої знання про причини та наслідки насильства, вплив шкідливих переконань, а також будуть обізнані щодо чинного законодавства та своїх прав. Такі знання про проблему є критичними для її вирішення. Вони спонукатимуть до роздумів, поступово стигматизуватимуть небажану поведінку, формуватимуть та підтримуватимуть позитивні норми.



Крім того, члени вашої громади мають бути постійно поінформованими в тому, що відбувається і отримувати корисні знання, які посилюватимуть вплив активацій, що впроваджуються на кожному етапі в межах вашої програми.

Отже **інформаційна підтримка** — це з одного боку один з дієвих інструментів для формування громадської думки, його можна порівняти з опорою для підтримки та підв'язки рослин, що в'ються. З іншого боку — це спосіб підвищення ефективності зусиль на всіх етапах протягом впровадження програми. Іншими словами, це як знання про погодні умови, напрямки вітру чи, наприклад, вартість квитків або стан доріг, які необхідні для здійснення успішної подорожі до кінцевого пункту призначення.

В цілому Етап 2 складається з 4-х підетапів:



Від одного підетапу до наступного змінюються мета, завдання та теми для інформування громади. Докладніше це проілюстровано в таблиці нижче:

Назва Етапу	Мета	Завдання
Підетап 2.1 – Актуалізація проблеми	Актуалізувати проблему в громаді	<ul style="list-style-type: none"> Вказати на міфи та стереотипи, соціальні норми, які сприяють тому, що домашнє насильство толерується в громаді; привернути увагу до цифр, що ілюструють ситуацію в громаді; привернути увагу до шкідливих моделей поведінки у випадку домашнього насильства; розповісти про вплив та наслідки домашнього насильства для жінок, чоловіків, дітей та громади в цілому; пояснити як зміна сприйняття, відмова від застарілих стереотипів та нова поведінка покращать життя в громаді.
Підетап 2.2 – Початок публічного обговорення проблеми	Ініціювати публічне обговорення проблеми <i>(у часі етап співпадає з етапом 3 – Навчання громади)</i>	<ul style="list-style-type: none"> Залучити членів громади до обговорення сам на сам та висловлення особистої думки; надати інформацію щодо того як правильно діяти у випадку домашнього насильства (якщо ви свідок чи постраждала), як розпізнати постраждалу особу, куди звертатися у випадку домашнього насильства, які існують спеціалізовані служби підтримки та допомоги у вашій громаді.

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва Етапу	Мета	Завдання
Підетап 2.3 – Згуртування громади	Показати згуртованість громади (у часі етап співпадає з етапом 4 – Громада у дії)	<ul style="list-style-type: none"> Актуалізувати питання колективної відповідальності громади за вирішення проблеми домашнього насильства; залучити громаду до створення та авторства в інформаційних активностях.
Підетап 2.4 – Демонстрація успішного досвіду	Показати успішні приклади інших (у часі етап співпадає з етапом 5 – Закріплення правильної поведінки)	<ul style="list-style-type: none"> Надавати приклади альтернативної поведінки та варіантів здорового вирішення проблем у стосунках; демонструвати успішні приклади зміни поведінки (і свідків, і постраждалих); підтверджувати, що зміни можливі.

Надалі робота на підетапах будуватиметься на 3-х основних форматах, а саме роботі зі ЗМІ, поширенні інформаційних матеріалів та нестандартних активаціях.

Покрокові механіки для роботи зі ЗМІ та з поширення інформаційних матеріалів будуть описані нижче. Покрокова механіка впровадження нестандартних активацій буде прописана для кожної активації окремо.

Організація матеріалів у ЗМІ

Розглядайте ЗМІ як дуже важливий канал комунікації, а журналістів як ваших партнерів. Саме вони допомагатимуть висвітлювати ваші активації та доносити важливі ключові повідомлення до членів вашої громади. Це сприятиме поступовій зміні усталеної негативної та формуванню нової позитивної громадської думки щодо проблеми насильства.

Покрокова механіка:

Складіть список ЗМІ, актуальних для вашої громади. Так, до цього списку можуть увійти:

- регіональні онлайн-видання,
- регіональні друковані видання,
- регіональне ТБ,
- регіональні радіостанції тощо.

Зв'яжіться з журналістами(-ками) / головними редакторами(-ками) / випускаючими редакторами(-ками) видань з вашого списку. Пам'ятайте, що в комунікації з ними вам варто бути доволі наполегливими, але в будь-якому випадку завжди ввічливими. Якщо у вас немає контактів конкретних людей, пишіть запити на загальну пошту, що зазвичай зазначена на сайті.



Запропонуйте виданням підготувати один чи серію матеріалів, або зробити ефір на радіо чи сюжет на ТБ, що будуть присвячені проблемі домашнього насильства у вашій громаді.

У [Додатку 3](#) ми також зібрали корисні посилання на публікації в ЗМІ, на які ви можете орієнтуватися та використовувати як вдалі приклади.

Будьте готовим до того, що вам доведеться надати кандидатуру психолога(-ині) для проведення інтерв'ю / написання матеріалу.

У випадку коли ви працюватимете з постраждалими, обов'язково змінійте їхні імена в матеріалі для забезпечення конфіденційності та безпеки. Рекомендовано проводити інтерв'ю з ними в присутності кваліфікованого(-ої) спеціаліста(-ки). Наприклад, на базі денного центру.

Рекомендації з надання коментарів ЗМІ, а також правила зображення постраждалих детальніше наведені у [Додатку 6 та 7](#) відповідно.

Не засмучуйтесь, якщо вам не вдалося зацікавити журналіста(-ку) чи редактора(-ку) з першого разу. Продовжуйте спілкування та спроби. Рухайтесь поетапно. Одночасно одну тему варто обговорювати з одним виданням. При цьому, ви можете паралельно вести переговори з кількома виданнями, але про матеріали на різну тематику для забезпечення ексклюзивності публікацій.

Не зупиняйтесь на публікації лише в одному виданні. Спробуйте організувати максимально можливу кількість матеріалів на різних майданчиках, включаючи етери на радіо та участь у телевізійних програмах.

Поширення інформаційних матеріалів

У межах інформаційно-просвітницької роботи ви можете створювати різноманітні інформаційні матеріали. Вони можуть бути друкованими. Наприклад, інформаційні брошури, буклети, листівки, постери. Такі матеріали потрібно розповсюджувати:

- як роздаткові матеріали для посилення впливу окремих активацій — брошури, буклети, листівки тощо;

- для анонсування подій та організації інформаційних кампаній в цілому – постери та плакати різних розмірів у приміщеннях шкіл, університетів, молодіжних центрів, житлових будинків тощо, а також на зовнішніх носіях (сітілайти, рекламні щити, білборди тощо).

Ваші інформаційні матеріали також можуть бути цифровими. Наприклад, інфографіки, інформаційні заставки, цифрові постери. Такі матеріали потрібно розповсюджувати для анонсування подій та організації інформаційних кампаній у соціальних мережах та на зовнішніх цифрових носіях (рекламні діджитал панелі).

Покрокова механіка:

Передусім визначтесь з тим, де розміщуватиметься інформаційний матеріал чи яким шляхом розповсюджуватиметься. Крім цього, обдумайте мету та завдання майбутнього інформаційного матеріалу – навіщо він вам потрібен, головну чи другорядну роль він відіграє, скільки інформації ви плануєте розмістити тощо.

Відповідно до цього визначтесь з форматом – розміром, щільністю, видом друку та тиражем у випадку друкованих інформаційних матеріалів.

Залучіть до створення кваліфікованого(-у) дизайнера(-ку), спеціаліста(-ку), що розуміється на цьому та має досвід у створенні матеріалів різних форматів. Складіть технічне завдання на підставі пунктів, зазначених вище, та передайте його на подальшу реалізацію дизайнеру(-ці).

Ви також можете підібрати приклади інформаційних матеріалів, які вам подобаються та відповідають форматові, який ви плануєте реалізувати. Цю підбірку ви можете використовувати як додаткову детальну інформацію, що допоможе, надихне та направить дизайнера(-ку) у ході реалізації.

У Додатку 8 ми зібрали додаткові рекомендації з розробки та створення інформаційних матеріалів, а також приклади матеріалів, що раніше вже були розроблені UNFPA.

Інформаційно-просвітницька робота:

Підетап 2.1. Актуалізація проблеми

Мета підетапу 2.1 – привернути увагу до існування проблеми в цілому, актуалізувати ситуацію.

Завдання підетапу:

1. поінформувати цільову аудиторію про актуальний стан, останні дані статистики щодо проблеми домашнього насильства передусім в громаді та в Україні в цілому;
2. розповісти громаді про міфи та стереотипи, про їхній вплив та наслідки домашнього насильства для кожного члена громади – жінок, чоловіків, дітей;

- показати шкідливі моделі поведінки у випадку домашнього насильства та як вони сприяють укоріненню і перешкоджають вирішенню проблеми домашнього насильства;
- поінформувати як відмова від застарілих стереотипів та нова поведінка можуть покращити життя в громаді.

Цей етап відповідає етапу Споглядання на рівні індивідуальних змін, коли людина починає розуміти, що проблема є проблемою, і починає аналізувати правильність та доцільність своєї поведінки.

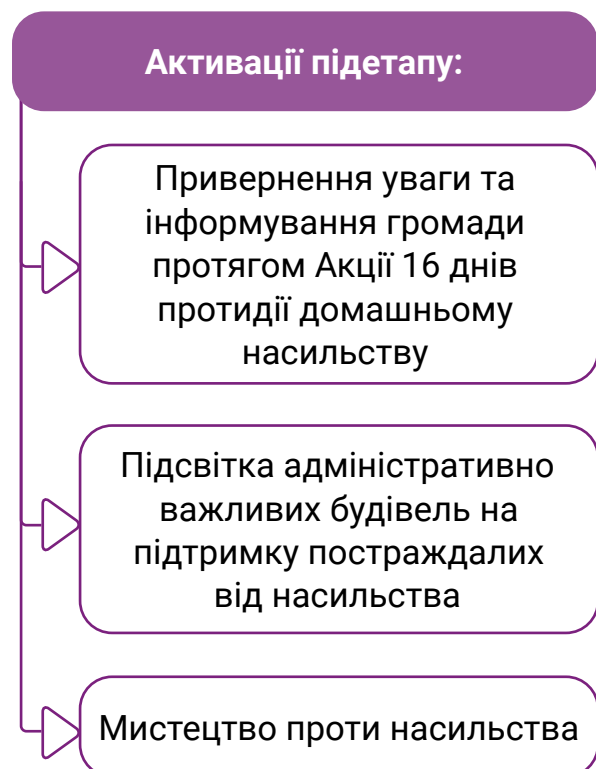
Теми для обговорення зі ЗМІ, створення та поширення інформаційних матеріалів:

- що таке соціальні норми та як вони впливають на домашнє насильство у вашій громаді;
- результати дослідження, проведеного у вашій громаді;
- поради психолога(-ині) щодо ознак, за якими можна розпізнати різні види насильства;
- як домашнє насильство чоловіка проти жінки впливає на дітей, які можуть бути наслідки;
- реальні історії з життя постраждалих про те, до яких наслідків призвело домашнє насильство в їхньому житті.

Активації підетапу:

1. Привернення уваги та Інформування громади протягом Акції 16 днів протидії домашньому насильству

Щорічно з 25 листопада по 10 грудня включно в Україні та в усьому світі проводяться інформаційні кампанії, спрямовані на підвищення обізнаності населення щодо проблеми домашнього насильства. Вони можуть по-різному називатись – «16 днів активізму проти домашнього та гендерно зумовленого насильства», «16 днів протидії домашньому насильству», «16 днів проти насильства» тощо. Утім, мета всіх кампаній однакова – привернути увагу до проблеми та заохотити людей відмовитись від толерантного ставлення до насильства, а також мотивувати їх діяти – втручатись та реагувати на



ситуацію домашнього насильства, говорити про проблему і звертатись за спеціалізованою допомогою, а також підтримувати постраждалих.

Щороку Фонд ООН у галузі народонаселення проводить інформаційні кампанії до 16 днів протидії домашньому насильству й зокрема, підтримує ініціативи громад. Наприклад, у 2021 році громади створювали Маніфести проти домашнього насильства. Так, мешканці 30-ти громад, які є партнерами проєкту «Міста та громади, вільні від насильства», власноруч писали мотивуючі слова підтримки постраждалим, фахівцям спеціалізованих сервісів, поліції та членам своєї громади (детальніше про цю активацію можна знайти на сторінці UNFPA в Instagram за посиланнями: <https://www.instagram.com/p/CYZfJrwoWyq>, https://www.instagram.com/p/CWvs_ZPtnc. Пізніше ці фрази були використані у зовнішній рекламі кампанії «Розірви коло» по всій Україні.

Варто планувати та створювати власні інформаційні кампанії та активації, щоб посилити дискусію щодо проблеми серед членів вашої громади. Нижче ми пропонуємо кілька прикладів активацій, які ви можете впровадити або взяти за основу для розробки власних ідей.

2. Підсвітка важливих адміністративних будівель на підтримку постраждалих

Уцілому підсвітка адміністративних та важливих для громади будівель в різних країнах світу активно використовується для висловлення підтримки різних вразливих груп населення та привернення уваги до різних соціальних проблем.

Символічним кольором боротьби з проблемою домашнього насильства є помаранчевий.

Символічним кольором боротьби з проблемою домашнього насильства є помаранчевий.

Ми пропонуємо вам підсвітити в цей колір адміністративні та інші важливі будівлі у вашому місті, наприклад національні театри, стадіони, торгові центри тощо. 16 днів протидії гендерно зумовленому та домашньому насильству стануть символічним та дуже влучним часом для організації підсвітки. Ви зможете привернути увагу громади та продемонструвати, що вона підтримує постраждалих і прагне подолати проблему.

Покрокова механіка:

Складіть список будівель, які ви плануєте підсвітити. Найкраще обирати об'єкти, що знаходяться в місцях великого скупчення та потоку людей (на центральних вулицях чи площах, наприклад) або користуються попитом (на кшталт торгових центрів).

Заручіться підтримкою міської адміністрації та отримайте від них офіційний дозвіл на реалізацію активації.

Проведіть переговори з керівництвом та технічними спеціалістами(-ками) кожного окремого об'єкту, узгодьте технічні особливості підсвітки. Так, для деяких об'єктів вам буде достатньо закупити та встановити світлофільтри помаранчевого та рожевого кольорів на вже встановлені прожектори, що використовуються для підсвітки будівлі в звичний час. Для інших об'єктів може знадобитись закупівля та монтаж прожекторів або програмування у випадку, якщо поверхня будівлі є цифровим екраном.

Узгодьте період, на який планується підсвітка будівель.

У день запуску організуйте фотозйомку локацій. Важливо зробити світлини, використовуючи широкоформатний об'єктив, що дозволить охопити будівлю повністю.

Проінформуйте ЗМІ про підсвітку, її мету та період, на який вона запланована, обов'язково надішліть світлини локацій. Спробуйте організувати сюжет з місцевим ТБ або ефір на радіо. Як героя чи героїню, що буде надавати коментарі / брати участь в ефірі ви можете надати представника(-цю) вашої громадської організації, мера / представника(-цю) міської адміністрації (за попередніми домовленостями з ним та його пресслужбою) або психолога(-иню), з якими співпрацювали для створення матеріалів у ЗМІ на попередніх етапах.

Зробіть також розсилку з новиною про підсвітку та світлинами в міській Telegram-канали (новини міста, актуальні події міста тощо).

Опублікуйте інформацію про підсвітку на своїх сторінках у соціальних мережах та за можливості поставте їх на промопросування, налаштовуючи таргетинг на мешканців вашого міста / селища.

Попросіть лідерів(-ок) думки про інформаційну підтримку. Ви можете запропонувати їм зробити репост вашої публікації в соціальних мережах, опублікувати світлини, надані вами, або зробити власні фото на фоні будівлі та опублікувати їх у своїй стрічці.

Не забудьте попросити міську адміністрацію про інформаційну підтримку — ви можете попросити пресслужбу мера зробити публікації на його сторінці у соціальних мережах, надавши світлини та тези про підсвітку, а також ініціювати розміщення новин на сайті міської адміністрації (за наявності).

Заохочуйте громаду робити світлини на фоні будівлі та викладати їх у свої соціальні мережі з #Місто_Назва міста_вільне_від_насилства.

Якщо ви можете залучити професійних спеціалістів, наприклад, відеографа, то спробуйте організувати відеозйомку з використанням дронів.

Крім того, ви можете розширити формат звичайної підсвітки організацією додаткових лазерних проєкцій на будівлі або навіть організувати

можливість для мешканців за бажанням виводити елементи на будівлю. У такому випадку технічно це може бути реалізовано так:

1. людина за допомогою мобільного пристрою зчитує QR-код, що розміщений на табличці поряд з будівлею або нанесений тимчасовими фарбами на ділянці дороги, або з проєкції, що статично виведена безпосередньо на саму будівлю;

2. QR-код веде на сторінку, на якій заздалегідь розроблено елементи для виводу на будівлю – це може бути логотип кампанії «Розірви коло», кружечки помаранчевого або рожевого кольорів, текстовий напис «Я проти насильства» тощо.

3. людина обирає елемент, який їй найбільш імпонує та «відправляє» його на будівлю.

3. Мистецтво проти насильства

Говорити про важливі для суспільства проблеми можна і використовуючи візуальну мистецьку форму – картина, скульптура, інсталяція. Саме тому ми пропонуємо залучити до інформаційної кампанії митців – художників та скульпторів – та разом з ними створити мистецьку виставку, яка буде повністю присвячена проблемі та шляхам боротьби з нею.

Покрокова механіка:

Складіть список митців, яких потенційно можна залучити до реалізації. Це можуть бути як більш відомі художники чи скульптори, так і ті, хто користується не такою великою популярністю, але є не менш талановитим майстром чи майстринею своєї справи. Шукати кандидатів ви можете на сайтах профільних мистецьких спілок, на кшталт [Національної спілки художників та скульпторів України](#) чи консультуватись з представниками(-цями) профільних навчальних закладів, якщо такі є у вашому місті.

Зверніться до митців з пропозицією створити об'єкти, що ілюструватимуть або будуть уособленням проблеми, упередженого ставлення людей та існуючих шкідливих переконань у громаді. Розкажіть їм більше про ситуацію, чому ви пропонуєте організувати подібну виставку та який вплив це матиме на членів громади.

Спробуйте домовитись з митцями/мисткинями про роботу на благодійних умовах. Якщо маєте додатковий бюджет, можете виділити його на закупівлю необхідних для митців/мисткинь матеріалів.



Разом підготуйте інформацію про кожен об'єкт – про що саме він? які символи використано? до чого закликає автор? і т.д.

Підготуйте також інформацію про виставку в цілому – з якою метою вона проводиться? яка тема та хто долучився?

Оберіть місце для проведення виставки – це може бути місце просто неба (центральна площа або вулиця міста, парк або сквер) або приміщення (торгівельний центр, університет, музей мистецтва). У будь-якому випадку

заручіться допомогою від місцевої адміністрації або представників приміщення та отримайте офіційний дозвіл на встановлення та проведення виставки.



Оформіть стенди та виставку відповідно до обраного місця. Складіть екскурсію виставкою. Подайте інформацію у вигляді брошури, яку відвідувачі отримають на вході. Важливо, щоб інформація з брошури була більш розширеною та доповнювала те, що написано на інформаційних табличках до кожного об'єкта. Іншим варіантом подачі

інформації може стати аудіогід або навіть окремий лендинг, перехід на який можна організувати за допомогою розміщення QR-коду на вході.

Організуйте офіційне відкриття виставки. Запросіть на нього міську адміністрацію, представників приміщення, у якому ви проводите виставку і обов'язково усіх митців і мисткинь. Запросіть також журналістів(-ок) та лідерів(-ок) думок. Організуйте для них окрему екскурсію виставкою та надайте всі необхідні матеріали для підготовки та розміщення анонсів (пресреліз, фотографії, описання скульптур, короткі біографічні довідки про кожного митця). Попросіть міську адміністрацію, представників приміщення та митців бути готовими сказати кілька слів для урочистого відкриття і надалі дати коментарі журналістам.

Виставка може функціонувати як 1–2 дні, наприклад, на вихідні, що припадають на 16 днів протидії насильству, так і протягом всього періоду проведення кампанії. Окрім залучення ЗМІ та лідерів(-ок) думок використовуйте для анонсування особисті соціальні мережі, сайти та сторінки у соціальних мережах міських адміністрацій. Ви також можете створити окрему подію у Facebook та організувати рекламу, якщо маєте додатковий бюджет на промопсування.

ЕТАП 3

НАВЧАННЯ ГРОМАДИ

Мета третього етапу — надати членам громади необхідні навички для підтримки нової поведінки та об'єднати їх в окремі активні групи впливу.

Завдання етапу:

- надати практичні знання окремим групам громади щодо того як можна запобігти домашньому насильству;
- підготувати цільові групи громади до дії проти домашнього насильства;
- надихнути окремих членів громади сприяти та самостійно поширювати корисні зміни для подолання домашнього насильства в майбутньому.

Цей етап програми відповідає 3 етапу — Підготовка до дії — на рівні індивідуальних змін, де ключовою складовою є підтримка з боку інших. Ця підтримка може надходити як від спільноти в цілому, так і від ближнього оточення, зокрема друзів, родини, колег чи сусідів. Крім того, ця підтримка може означати як практичну допомогу, так і психологічну, а також інформаційну.



Чому цей етап важливий?

Після того, як ви актуалізували проблему у вашій громаді, ви також маєте допомогти здобути конкретні навички. Без цього члени вашої громади не зможуть змінити звичну поведінку, оскільки просто не розумітимуть як саме потрібно це робити.

Протягом цього етапу ви об'єднуватимете різних членів вашої громади в невеличкі активні групи задля надання практичних знань, допомоги з набуття та розвитку корисних навичок і відповідно розширення впливу, зміцнення інформаційної підтримки та продовження процесу змін.

На цьому етапі енергія вже залучених людей та інтерес, що виник у результаті публічного обговорення проблеми, можуть бути використаними для того, щоб активізувати ще більше членів у вашій громаді, згуртувати їх у невеликі спільноти, навчити їх, щоб надалі вони могли надавати підтримку

постраждалим, розуміли як втручатись у ситуацію домашнього насильства та заохочували інших не залишатись байдужим і загалом у майбутньому самостійно розробляли план дій щодо подолання проблеми та активно впроваджували його на місцях.

Саме ці активні окремі спільноти стануть осередками впливу в межах всієї громади і надалі допомагатимуть вам підтримувати та розповсюджувати зміни, що сприятимуть формуванню нової поведінки і відповідно запобіганню домашньому насильству в майбутньому.

Активації етапу:

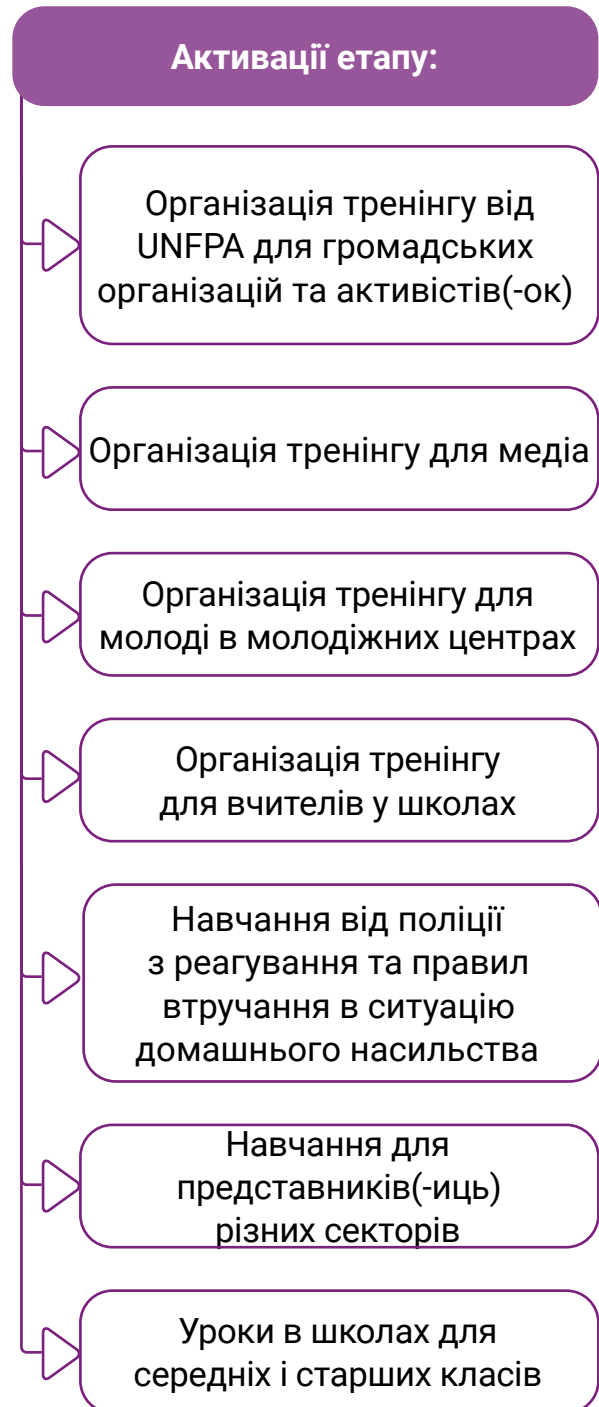
1. Організація тренінгу від UNFPA для громадських організацій та небайдужих активістів (-ок)

Мета тренінгу: підвищення обізнаності про проблему домашнього насильства, отримання знань щодо того, як розпізнавати постраждалих осіб та куди направляти за отриманням допомоги.

У вашій команді можуть бути члени, які долучилися зовсім нещодавно. Крім того, у вашій громаді можуть бути й інші громадські організації або небайдужі активісти(-ки), які працюють з проблемою домашнього насильства. Завдяки цьому тренінгу ви зможете поглибити та структурувати ваші знання та навички, а також ваших колег, адже важливо, щоб всі вони разом з вами мали правильне й максимально розгорнуте розуміння проблеми, хоч працювати надалі ви можете з використанням різних інструментів.

Покрокова механіка:

Базову інструкцію щодо організації цього та всіх нижче наведених тренінгів і навчань ми зібрали в [Додатку 7](#). Ви можете використовувати її за основу та адаптовувати відповідно до ваших потреб.



2. Організація тренінгу для журналістів(-ок)

Мета тренінгу: навчити медіа краще працювати з темою насильства; підвищити обізнаність про масштаб проблеми, стереотипи, міфи і стигматизацію постраждалих.

Важливо у медіа матеріалах не травмувати потерпілих і заохотити їх звертатись по допомогу. Професійні журналістські матеріали можуть не лише допомогти розірвати коло насильства свідкам і постраждалим, а й попередити майбутні випадки насильства. Тому необхідно пояснювати читачам, що жодному насильству, якої б форми воно не набувало, немає виправдання, а також надавати читачам корисні контакти допомоги.

За [посиланням](#) ви знайдете розроблений командою UNFPA Посібник для журналістів та журналісток з протидії насильству, яким можете вільно користуватись при навчанні та взаємодії з представниками медіа.

Аналогічно тренінгу для журналістів(-ок) ви можете провести навчання для лідерів(-ок) громадської думки.

3. Організація тренінгу для молоді в молодіжних центрах

Мета тренінгу: підвищення рівня обізнаності про психологічне насильство у стосунках та вироблення навичок протидії насильницькій поведінці.

Завдання тренінгу:

1. підвищити обізнаність учасників(-ць) про проблему домашнього насильства, зокрема, його психологічних проявів;
2. навчити учасників(-ць) розрізняти токсичні та здорові стосунки з партнеро(-кою), ідентифікувати аб'юзивну поведінку;
3. надати алгоритми дій у випадку коли потрапив(-ла) у токсичні стосунки як постраждалий(-ла), автор(-ка) насильства чи свідок;
4. надати інформацію про те, як попередити появу психологічного насильства у стосунках.



4. Організація тренінгу для вчителів у школах

Мета тренінгу: підвищення рівня обізнаності щодо різних видів насильства, вміння їх розпізнавати та розуміння алгоритмів реагування у випадку домашнього насильства; надання навичок учителям як комунікувати про домашнє насильство з учнями.

Організувати подібний тренінг краще на базі окремої школи із залученням усього викладацького складу. Якщо ви живете у великому місті, в якому налічується сотня шкіл, можете рухатись поступово. Оберіть один район і складіть список найбільших шкіл у ньому. Провівши тренінги для шкіл в цьому районі, рухайтесь до іншого району.

Якщо у вашому місті є університети, училища, аналогічно ви можете провести навчальні тренінги і для них.

5. Навчання від поліції з реагування та правил втручання в ситуацію домашнього насильства

Ініціюйте в громаді серію навчальних заходів від представників(-ць) поліції. Вони можуть бути присвячені алгоритму дій та правилам втручання у ситуацію домашнього насильства у такий спосіб, щоб не постраждати і не наразити на небезпеку себе та своїх близьких. Таким навчанням ви в тому числі будуватимете довіру до представників поліції як до служби, до якої потрібно звертатися у випадку домашнього насильства.

Такі заходи можна провести в школах для учнів середньої та старшої школи. Зокрема, залучити можна саме ті школи, в яких вам вдалося організувати тренінги на попередніх етапах. Крім того, ви можете ініціювати подібне навчання у професійно-технічних училищах та університетах, а також, наприклад, для великих компаній та їхніх працівників(-ць).

6. Навчання для представників(-ць) різних секторів

Ініціюйте проведення навчання для спеціалістів(-ок) різних секторів для посилення максимально різносторонньої підтримки змін в межах громади. Наприклад, це можуть бути представники(-ці) сфери охорони здоров'я, тобто лікарі/медичні працівники середньої ланки, які взаємодіють і можуть допомогти постраждалій під час прийому, якщо будуть поінформовані як розпізнати наслідки домашнього насильства та як відреагувати.

Подумайте, які ще структури на кшталт державних лікарень ви можете залучити.

Якщо ви живете у великому місті, в якому налічується значна кількість таких структур установ, рухайтесь поступово – від району до району аналогічно до підходу, який ми наводили для проведення навчання для вчителів.

7. Уроки в школах для середніх і старших класів

Часто вимушеними свідками домашнього насильства стають діти. Інформування їх про те, як розпізнавати домашнє насильство та як реагувати, дозволить:

- формувати розуміння у підростаючого покоління, що домашнє насильство не є нормою, навіть попри те, що шкідлива модель поведінки може бути нормою в родині;
- створити можливість додатково інформувати про те, що відбувається в родині, оскільки діти можуть самостійно звернутися до спеціалізованих служб по допомогу;
- формувати сприйняття, що домашнє насильство – це не приватна справа родини. Навпаки, це питання, яке обговорюється в громаді в цілому та серед однолітків, зокрема.

Покрокова механіка:

Обговоріть з дирекцією школи організацію уроків для учнів середніх і старших класів. Залучіть до процесу найбільш активних учителів, які намагаються застосовувати сучасні методи викладання та продемонстрували себе на тренінгах.

Уроків може бути декілька, зокрема за темами:

- Що таке насильство? Які існують види насильства (фізичне, сексуальне, психологічне, економічне)? Приклади ситуацій.
- Чому відбувається насильство? Приклади гендерно зумовлених соціальних норм.
- Як правильно реагувати, якщо ти стаєш свідком та як допомогти близькій людині, яка зазнає домашнього насильства. Алгоритми дій.

Разом з учителем розробіть методичний план–конструктор уроку. Як референси ви можете використовувати напрацювання кращих учителів, що зібрані на платформі Освіторія.медіа. Наприклад,

- <https://osvitoria.media/experience/urok-pro-pam-yat-vijnu-ta-prymyrennya-vchytelskyj-konstruktor/>
- <https://osvitoria.media/experience/urok-do-dnya-pam-yati-zhertv-golodomoru-vchytelskyj-konstruktor/>
- <https://osvitoria.media/experience/uroky-nezalezhnosti-na-ves-rik-pryshheplyuyemo-gidnist/>

А також, як додаткові роздаткові матеріали – інформаційні брошури та буклети, що зібрані на сайті Розірви коло у розділі Інформаційні матеріали – <https://rozirvykolo.org/materials/>.

У кінці уроку обов'язково заохотьте підлітків підписатися на сторінку проекту UNFPA Не дрібниці в Instagram (https://www.instagram.com/no_trivia/) та скористатися однойменним чатботом в Телеграм аби отримати безкоштовну і анонімну психологічну консультацію.

Ми рекомендуємо проводити ці уроки не факультативно, а в межах навчальної програми (уроки філософії, Я і Суспільство, охорона та безпека життєдіяльності тощо).

Інформаційно-просвітницька робота:

Підетап 2.2. Початок публічного обговорення проблеми

Мета підетапу 2.2 — розпочати публічне обговорення та відкриту дискусію на підставі інформації, отриманої із соціологічних досліджень (із відкритого доступу чи з додатково проведених вашими власними силами) щодо найбільш розповсюджених соціальних норм і переконань у вашій громаді.

Завдання підетапу:

1. залучити членів громади до обговорення сам на сам та висловлення особистої думки;
2. надати інформацію щодо того як правильно діяти у випадку домашнього насильства (якщо ви свідок чи постраждала особа), як розпізнати постраждалих, куди звертатися у випадку домашнього насильства, які існують спеціалізовані служби підтримки та допомоги у вашій громаді.

Коштом організації інформаційно-освітніх активностей ви зможете порушити мовчання та спробувати надати максимально можливого розголосу, стимулювати діалог та почати розмову про домашнє насильство серед членів вашої громади. Завдяки впровадженню інформаційної кампанії ви заохотите обговорення та зможете підштовхнути громаду до особистих роздумів щодо того чому відбувається домашнє насильство та до яких наслідків це призводить. Порушивши мовчання, ви змотивуєте членів громади почати сумніватися в правильності норм, що сприяють домашньому насильству.

Теми для обговорення зі ЗМІ, створення та поширення інформаційних матеріалів:

- алгоритми реагування та втручання у випадку, якщо ви свідок;
- психологічні поради щодо ознак, за якими можна розпізнати постраждалу особу від домашнього насильства;
- які існують бар'єри для втручання в ситуацію домашнього насильства та як їх можна подолати;

- особисті історії свідків домашнього насильства – приклади як вони подолали сумніви, страх і втрутилися в ситуацію домашнього насильства та допомогли постраждалим.

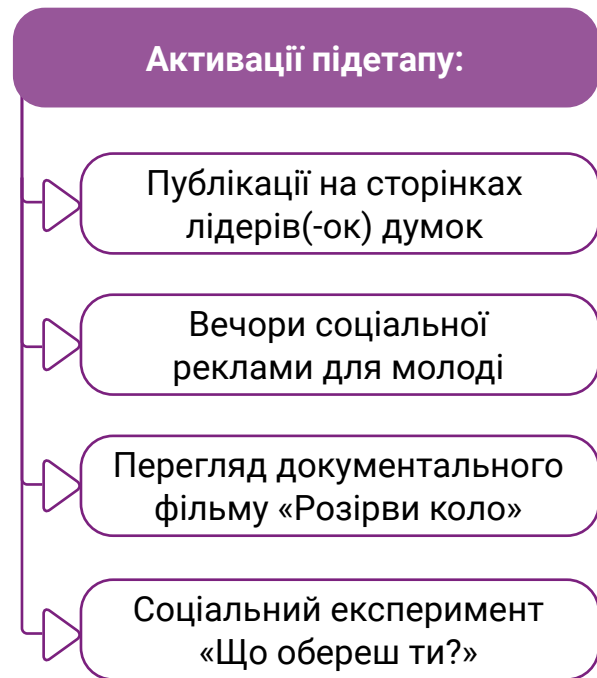
Активації підетапу:

1. Публікації на сторінках лідерів(-ок) думок

На цьому етапі варто почати залучати лідерів думок, до яких прислухаються у вашій громаді, і через них ініціювати публічну дискусію та подальше постійне обговорення проблеми.

Зокрема, нагадаємо, що лідером(-кою) думки можуть бути:

- надзвичайно публічна особа, яка відома не тільки в межах вашої громади, а й на національному рівні (блогер(-ка), співак / співачка, актор(-ка), телеведучий(-а) тощо), і родом саме з вашої громади;
- особа, що є менш медійною, але відомою у вашій громаді (ведучий(-а) на місцевому телебаченні / радіо, локальний(-а) блогер(-ка), голова міської адміністрації тощо);
- не медійна особа, але яка користується повагою у вашій громаді і досить активна в соціальних мережах.



Покрокова механіка:

Складіть список лідерів думки у вашій громаді.

Перегляньте дописи на сторінці, переконайтеся, що людина має цінності, які співпадають з вашими, не фігурувала в резонансних конфліктах, можливо, вже писала на тему домашнього насильства.

Зверніться особисто. Якщо в шапці профілю є контакти, куди надсилати запити на рекламі інтеграції та кооперацію, продублюйте запит і туди. Це підвищить шанси, що ваше повідомлення помітять і розглянуть у випадку, якщо ви спілкуєтеся з дуже медійною особою. Якщо ви звертаєтесь до міського голови, обов'язково контактуйте через його (її) пресслужбу / особистого пресекретаря.

Висловіть бажання співпрацювати та попросіть про інформаційну підтримку.

Запропонуйте лідеру(-ці) думки зробити публікацію, у якій висловіте думку про те, що домашнє насильство не особиста справа пари / подружжя, а проблема всієї громади. Попросіть у дописі поцікавитись думкою аудиторії (у форматі коментарів до допису).

Оскільки тема соціальна, спробуйте домовитись з лідером(-кою) думки про безкоштовну підтримку.

Надайте додаткові тези, статистику та інформацію, у разі коли лідер думки попросить вас про це.

Узгодьте дату виходу публікації та попросіть лідера думки поділитись з вами посиланням на публікацію.

Не зупиняйтесь на публікації лише від однієї людини. Спробуйте організувати максимально можливу кількість дописів від різних лідерів(-ок) думки у вашій громаді.

2. Вечори соціальної реклами для молоді

Ця активація допоможе вам зібрати молодь та залучити її до дискусії на сенситивну тему, передусім завдяки використанню зрозумілого та близького для цієї аудиторії інструментарію – відеоконтенту, а саме коротких відеороликів.

Покрокова механіка:

Ініціюйте дискусійні вечори на базі молодіжних центрів, якщо такі є у вашому місті. У випадку коли у вашому місті немає молодіжного центру, альтернативним майданчиком може стати професійне училище або університет, або центр розвитку культури тощо.

Дискусію організуйте на підставі перегляду та обговорення соціальних відеороликів, присвячених проблематиці. В [Додатку 10](#) ми зробили корисну підбірку кількох національних і приклади міжнародних відеороликів, на підставі якої ви можете створити власний плейліст.

Після перегляду відеороликів обговоріть такі питання з учасниками (-ицями):

- Який ролик запам'ятався найбільше? Чому?
- Які емоції ви відчували під час перегляду? Чим саме вони були викликані?
- Які переконання, стереотипи, бар'єри були розкриті у відеороликах? Чи існують, на вашу думку, інші стереотипи, бар'єри, переконання?
- Чи стикалися ви зі схожою ситуацією у своєму житті, чи були свідками випадків насильства? Як тоді вчинили? Як вчинили б зараз?
- Які висновки ви для себе зробили після перегляду?

Якщо учасників більше 12–15, розділіть їх на окремі групи по 4–6 осіб. У такому випадку за кожною групою має бути закріплений модератор, який координуватиме дискусію між учасниками(-ицями).



Наприкінці дискусії ви також можете зібрати зворотній зв'язок щодо того, наскільки сподобався такий формат, чи зацікавлені учасники(-иці) у проведенні ще одного такого вечора, що хотіли б покращити, що в цілому сподобалось / не сподобалось, чи отримали вони користь від участі і т.д.

Щоб дискусія проходила більш неформально, після перегляду відеороликів ви можете додатково організувати частування та напої.

У випадку коли ви організовуєте подію на базі молодіжного центру, для її анонсування максимально використовуйте канали комунікації центру.

Відтак, створіть реєстраційну анкету в Google Forms з такими полями: ПІБ, вік учасника, де навчається, контактний номер телефону, посилання на сторінки в соціальних мережах (за наявності).

Створіть подію на сторінці молодіжного центру в Facebook, розробіть макети зображень / ілюстрацій для оформлення події та публікацій, додайте опис події, зазначте дату, час і формат проведення, для кого розрахована подія, а також кількість місць, якщо передбачається обмеження. Розмістіть посилання на реєстраційну анкету – це можна зробити в описі події, а також в окремому інформаційному пості про майбутній вечір та важливість попередньої реєстрації для підтвердження участі.

Зробіть публікації про проведення події на сторінках молодіжного центру (у Facebook та Instagram за наявності), ініціюйте розсилку про проведення події по базі молодіжного центру (за наявності).

Додатково розішліть інформацію про подію з посиланням на реєстраційну форму особистим знайомим, кому на вашу думку вона може бути цікавою.

Попросіть про поширення інформації серед знайомих.

Розробіть постер про подію та розмістіть його на дошці оголошень молодіжного центру.

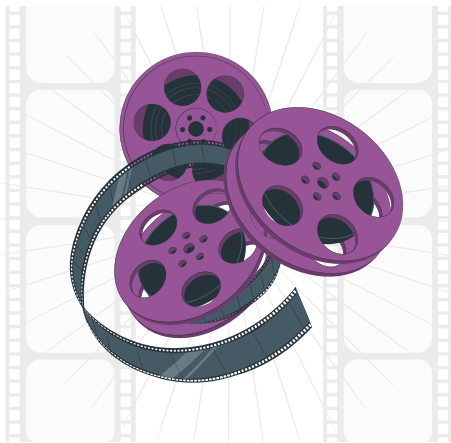
Якщо ви маєте додатковий бюджет на промопсування в соціальних мережах, налаштуйте рекламне просування (географічно таргетуйте лише мешканців вашої громади, поставте обмеження за віком (відштовхуйтесь від віку аудиторії, з якою працює центр та розширте її на 1–3 роки в обидві сторони).

Зв'яжіться з усіма, хто заповнив реєстраційну форму та підтвердіть їхню участь.

Якщо ви залучаєте університет / училище чи культурний центр, обов'язково використовуйте їхні канали комунікації (соціальні мережі, сайт, розсилки по внутрішніх базах, інформаційні плакати для дошок оголошення тощо), а також власні сторінки (соціальні мережі громадської асоціації або спілки, членом якої ви є).

За можливості обов'язково організуйте фото- та відеозйомку вечора. Поділіться світлинами та відеороликом у соціальних мережах, що використовувались на етапі анонсування, після проведення події.

До проведення дискусії ви можете залучити представників молодіжного центру, студентської ради або навіть когось із лідерів(-ок) думок, що живе у вашій громаді (популярний журналіст(-ка) або редактор(-ка), блогер(-ка), актор(-ка), співак / співачка, представник бізнесу тощо). Спробуйте домовитись про їхню участь на благодійних засадах.



3. Перегляд документального фільму «Розірви коло»

Організуйте перегляд документального фільму «Розірви коло» про жінок, постраждалих від домашнього насильства, що був знятий молодіжною українською режисеркою Єлизаветою Сміт та презентований Фондом ООН у галузі народонаселення у 2021 році.

Покрокова механіка:

Зверніться до представників UNFPA та попросіть надати вам матеріали для перегляду. У відкритому доступі стрічку можна переглянути за [посиланням](#).

Перегляд можна ініціювати на базі молодіжних центрів, де ви до цього проводили вечори соціальної реклами. Якщо у вашому місті немає молодіжного центру, альтернативним майданчиком може стати місцевий кінотеатр, професійне училище, університет або центр розвитку культури тощо.

Вхід на подію можна зробити платним, а зібрані з продажу квитків кошти можуть піти на розвиток інфраструктури з протидії домашньому насильству. Вартість квитка може складати 50 / 100 / 200 грн. Організувати платний продаж квитків з подальшим переведенням коштів на рахунок громадської організації / денного центру / притулку можна, наприклад, через платформу [Kontramarka.ua](#) або [TicketForEvent](#). Для анонсування ви можете використовувати кроки наведені в попередній активації. Вони є аналогічними.

4. Соціальний експеримент «Що обереш ти?»

Одним із дієвих форматів для залучення та зацікавлення членів громади є соціальний експеримент. Ми пропонуємо вам використати цей формат та провести власний соціальний експеримент у своїй громаді.

Покрокова механіка:

Складіть список реальних ситуацій, пов'язаних з домашнім насильством, у яких члени вашої громади можуть опинитись у ролі свідків. Наприклад, крики та звуки розбитого посуду за стінами, чоловік штурхає та підвищує голос на жінку на вулиці, чоловік відверто висміює поведінку дружини в колі друзів або розповідає про те, що він не дозволяє партнерці зустрічатись з подругою, оскільки вважає, що та має поганий вплив на партнера та ін.



Для кожної ситуації складіть список потенційних дій з боку свідків. Наприклад:

- нічого не робитиму, оскільки це не моя справа і я не маю втручатись у чужі сімейні конфлікти;
- зловлю себе на думці, що хотів(-ла) б втрутитись, але не знаю як саме потрібно чинити в цьому випадку;
- подумаю, що точно втрутився / втрутилась би, якби розумів / розуміла, що не опинюсь у небезпечній для себе ситуації;
- зателефоную в поліцію і повідомлю про те, що відбувається;
- зателефоную на гарячу лінію та проконсультуюся як правильно реагувати або попрошу по допомогу;
- спробую особисто поговорити з кривдником та владнати ситуацію тощо.

Усі ситуації та варіанти реакцій на них оформіть на великих стендах — окремий стенд з варіантами для кожної окремої ситуації. Біля варіантів відповіді залишайте місце, де учасники(-ці) зможуть відмічати той варіант, до якого вони схильються найбільше. Це можна робити за допомогою маркера, поставивши хрестик чи крапочку або за допомогою стікера-наліпки (наприклад, помаранчевого кольору у формі кружечка або квадратика).

Оберіть день та розмістіть стенди в місці великого скупчення людей у вашому місті. Це може бути центральна площа, вулиця або, наприклад, торговельний центр тощо. Ви можете розмістити стенди у формі кола. Це

додасть символізму експерименту, оскільки обираючи такі варіанти дії, як звернення в поліцію або на гарячу лінію, учасники(-ці) допомагатимуть постраждалим і громаді в цілому «розірвати» коло насильства.

У ході експерименту запропонуйте учасникам(-ицям) зайти в коло, уважно ознайомитись з кожною окремою ситуацією та обрати відповідну реакцію. Свій вибір учасники(-ці) мають продемонструвати іншим – залишити наліпку або поставити відмітку маркером. Отож, усі члени громади бачитимуть, як відреагували б інші, що схилить їх до формування більш активної позиції, якщо на момент проведення експерименту вона ще не сформувалася.

Після того, як учасники(-ці) пройшли через всі ситуації та обрали відповідь, розкажіть більше про суть активації, чому вона проводиться, з якою метою. Бажано надати залученим інформаційні брошури або буклети з покроковими інструкціями, як правильно реагувати та що робити, якщо ви стали свідком, а також додатковими посиланнями на сайт «Розірви коло» (rozirvykolo.org), де можна знайти більше корисної інформації щодо проблеми.

Перед проведенням експерименту обов'язково заручіться підтримкою міської адміністрації, отримайте офіційний дозвіл на встановлення стендів та проведення активації. Проінформуйте ЗМІ про день та час експерименту, попросіть про інформаційну підтримку та розміщення пресанонсів у виданнях. Тут ви також можете попросити про сприяння з боку особистих пресслужб мерів або губернаторів. Використовуйте для анонсування всі наявні ресурси: особисті соціальні мережі, сторінки лідерів думок, сайти та сторінки у соціальних мережах міських адміністрацій тощо.

Організуйте фотозйомку експерименту, а також проаналізуйте та підготуйте матеріали за результатами. Поділіться ними та світлинами з активації з усіма, хто підтримав вас на етапі анонсування.



ЕТАП 4

ГРОМАДА У ДІЇ

Завдяки попереднім етапам ви мобілізували як окремі групи громади, так і згуртували їх в окремі активні спільноти заради єдиної мети — створення громади, вільної від домашнього насильства. На цьому етапі важливо продовжувати працювати над посиленням взаємодії, щоб надалі громада почала діяти як єдине ціле.

Мета четвертого етапу — максимально згуртувати громаду.

Завдання етапу:

- об'єднати окремих активних членів та окремі активні групи в громаді заради спільної мети;
- ініціювати активації, в яких громада зможе продемонструвати єдність, сфокусується на спільному вирішенні проблеми та буде готова разом впроваджувати дії задля подолання домашнього насильства.

Цей етап відповідає етапу Дії на рівні індивідуальних змін, коли люди готові до дій і можуть розглянути і перевірити для себе на практиці різні варіанти альтернативної поведінки. Саме тому важливо, щоб вони бачили, що їхні зусилля схвалюються та підтримуються всією громадою. Це сприятиме їхній рішучості та заохочуватиме практикувати новий спосіб мислення.



Чому цей етап важливий?

Раніше ми розповідали, що люди у виборі поведінки керуються тим, що є прийнятним у суспільстві, що схвалюється іншими. Згуртувавши громаду та залучивши її до спільних дій, ви продемонструєте, що нова корисна поведінка — це соціальна норма, якої дотримується вся громада, а не тільки окрема людина.

Крім того, для забезпечення довготривалих змін важливо працювати не тільки на інформаційному рівні, а й на інституційному. Так, ви можете ініціювати обговорення щодо покращення існуючих та впровадження нових політик на рівні міста щодо запобігання та протидії домашньому насильству.

Цьому процесу сприятиме також реформа з децентралізації, що ініційована на рівні держави.

Отже, формування атмосфери колективної відповідальності за запобігання домашньому насильству, максимальне об'єднання та згуртування громади за рахунок проведення спільних активностей сприятимуть формуванню нової культури та корисних переконань проти домашнього насильства в межах всього великого колективу громади.

Активації етапу:

1. Кампанія зі збору коштів

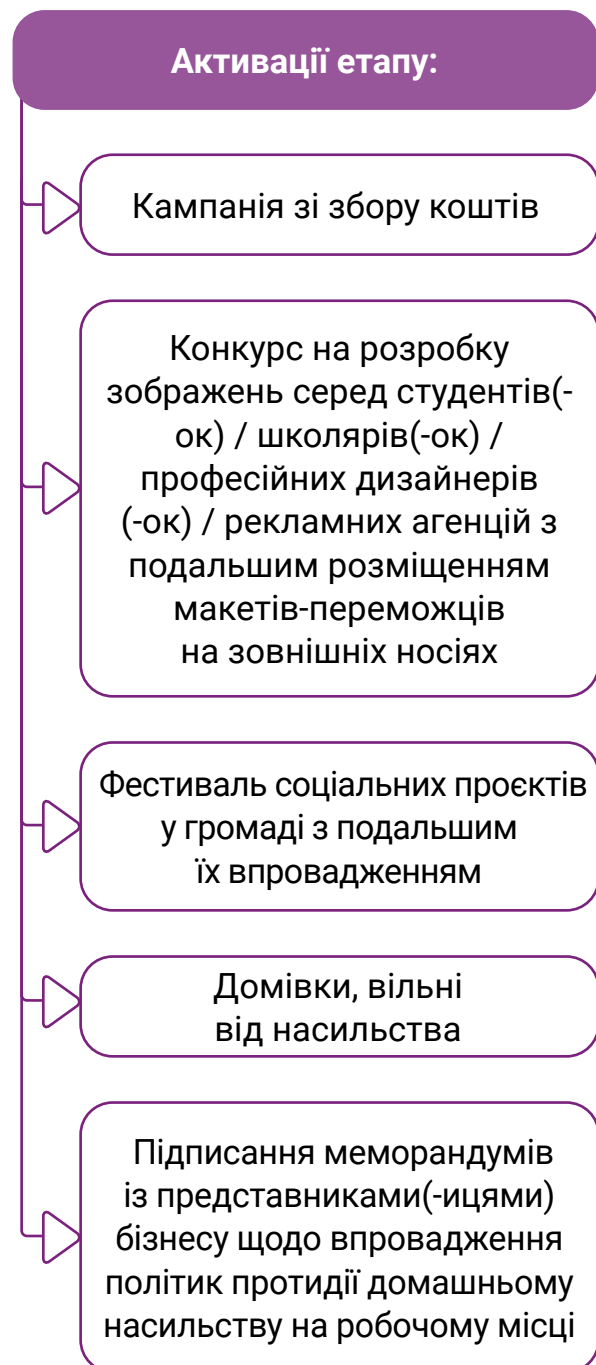
Запропонуйте громаді продемонструвати небайдужість та готовність підтримувати та сприяти подоланню проблеми домашнього насильства. Для цього ініціюйте кампанію зі збору коштів та спробуйте зібрати гроші на вирішення конкретної інфраструктурної проблеми. Це може бути створення кризової кімнати, проведення ремонту в денному центрі, закупівля техніки чи меблів, яких не вистачає в притулку, купівля автомобіля для роботи мобільної бригади, проведення курсів з освоєння нової професії для постраждалих тощо.

Покрокова механіка:

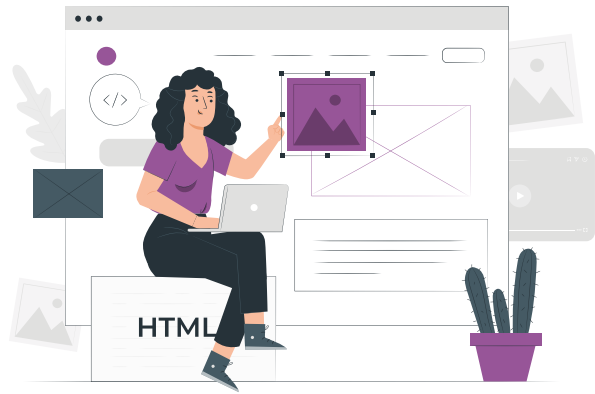
Відвідайте денний центр, притулок чи інший сервіс з надання допомоги постраждалим. Поцікавтеся, яку нагальну проблему ви можете вирішити за рахунок фінансової підтримки.

Визначте проблему та зафіксуйте конкретну суму, яку потрібно зібрати в громаді для вирішення.

Збирати кошти можна через власні платформи на рахунок вашого благодійного фонду або громадської організації. Для цього в інформаційних матеріалах та усіх публікаціях ви можете зазначати реквізити та призначення платежу. Якщо ви



маєте додаткові ресурси, то можете створити окрему сторінку (лендінг), де користувач(-ка) у кілька кліків зможе здійснити переведення коштів з власного рахунку на рахунок вашої або партнерської громадської організації чи благодійного фонду. Крім того, збір коштів можна проводити через спеціалізовані платформи, на кшталт [Української біржі благодійності](#).



Розповсюджуйте інформацію про збір коштів на всіх ресурсах, які маєте, включаючи ЗМІ, лідерів думки. Залучайте знайомих, спільні чати будинків тощо. Звертайтеся по допомогу до представників бізнесу, оскільки вони можуть зробити один централізований платіж на велику суму або наприклад, розповсюдити інформацію серед співробітників і тоді всі окремі бажаючі зможуть долучитись до спільного збору коштів.

Після завершення кампанії, проінформуйте усіх, хто долучився, висловіть вдячність за їхню небайдужість та підтримку, а також розкажіть про наступні кроки — як і коли ви плануєте використати зібрані кошти, скільки часу піде на вирішення нагальної проблеми, на яку ці кошти збиралися тощо.

Якщо процес довготривалий (наприклад, проведення ремонту в денному центрі) інформуйте про процес, розповідайте про те, чи все йде за планом, як просуваються справи і коли ви плануєте закінчити.

Коли всі роботи буде завершено, обов'язково підготуйте звіт, зробіть світлини та поділіться ними з усіма, хто долучився до збору коштів.

Збирати кошти можна також шляхом організації спільних забігів, спортивних змагань, благодійних маркетів, на яких продаються товари місцевих виробників та майстрів тощо. Якщо ви маєте достатньо ресурсів на організацію більш масштабної події, то пропонуємо провести одну з активностей, зазначених вище.

2. Конкурс на розробку зображень серед студентів(-ок) / школярів (-ок) / професійних дизайнерів(-ок) / рекламних агенцій з подальшим розміщенням макетів-переможців на зовнішніх носіях

Ініціюйте у вашій громаді конкурс на розробку зображень для зовнішньої реклами. У межах конкурсу зробіть декілька номінацій відповідно до віку учасників:

- школярі та школярки 9–11 класів
- студент(к)и університетів
- професійні дизайнер(к)и, копірайтер(к)и, креативні та арт-директори.

Якщо ви живете у невеличкому містечку, де немає університетів, до участі можна залучити студентів професійно-технічних училищ і коледжів або обмежитись тільки учнями та ученицями шкіл.

Покрокова механіка:

Оголошується відкритий конкурс на розробку зображення для зовнішньої реклами, що розкриватиме проблему домашнього насильства в громаді.

Учасники створюють проекти індивідуально. Для розробки макету вони мають обрати одне з 4-х ключових повідомлень:

1. Про домашнє насильство не можна мовчати. Варто звертатися по допомогу до спеціалізованих сервісів (*гарячі лінії, мобільні бригади соціально-психологічної допомоги, первинні служби соціально-психологічного консультування, денні центри, кризові кімнати і притулки*) або поліції.
2. Жоден прояв насильства не може бути виправданим ні за яких умов і є абсолютно неприйнятним. Особливий фокус на фізичному і сексуальному видах насильства, які є найбільш небезпечними для життя.
3. Відповідальність за скоєне насильство лежить лише на кривдникові.
4. Готовність втрутитися у ситуацію домашнього насильства має бути звичною справою для кожної людини. Домашнє насильство – не приватна справа.

Завдання – розробити зображення, у якому буде проілюстроване ключове повідомлення відповідно до обраної теми.

Учасники(-иці) матимуть на розробку ідеї та її реалізацію до 2-х місяців. Після чого всі роботи збираються та проходять декілька етапів відборів:

1. на відповідність технічним критеріям (правильність оформлення заявки, відповідність формату, наявність супровідної документації з описанням концепції та автора(-ки), які працювали над створенням);
2. оцінка за якісними критеріями (відповідність обраній темі, використання креативних підходів у реалізації, ефективність меседжу, повнота розкриття концепції тощо).



Відповідно до сумарно отриманих балів за перший та другий етапи формується рейтинг усіх поданих робіт за кожним напрямом.

До проведення оцінки ви можете залучити партнерів (представників(-иць) UNFPA, представників(-иць) міської адміністрації (мерів, губернаторів чи їх заступників, представників(-иць) бізнесу тощо), релевантних експертів(-ок) (дизайнерів, копірайтерів), а також лідерів(-ок) думки, з якими співпрацювали протягом попередніх етапів.

Якщо ви зможете залучити бізнес-партнерів, то вони можуть пропонувати і допомогти сформувати призовий фонд. Отож, усі переможці зможуть отримати ще й фінансову винагороду за активний внесок у протидію та попередження домашнього насильства.

Канали комунікації (анонсування та оголошення результатів):

- публікації в соціальних мережах Facebook та Instagram, включаючи додаткове промопросування;
- публікації на радіо та місцевому ТБ;
- публікації в ЗМІ;
- інформаційні постери в школах та університетах.

Крім того, для розміщення повної інформації про правила конкурсу, включаючи офіційні правила, умови відбору, етапи оцінювання, адресу та технічні деталі для подачі матеріалів, ви можете розробити простий лендінг на платформі [Tilda](#) або [Wix](#).

Роботи переможців і переможниць надалі розміщуються як соціальна реклама на зовнішніх носіях (сітілайти, борди, рекламні щити на зупинках, метролайти тощо).

3. Фестиваль соціальних проєктів у громаді

Ініціюйте у вашій громаді фестиваль соціальних проєктів. Це буде велика подія, яку зможуть відвідати всі бажаючі сім'ї вашої громади. Місцем проведення може стати місцевий кінотеатр, центр розвитку культури, палац мистецтв тощо. Якщо ви живете у маленькому містечку, провести подію можна на базі актової зали однієї зі шкіл.

Створення проєктів для фестивалю буде реалізовуватись шляхом залучення школярів старших класів, студентів 1–2 курсів університетів та небайдужих активістів(-ок) вашої громади.

Покрокова механіка:

Оголошується відкритий конкурс на створення проєктів, що сприятимуть подоланню домашнього насильства в громаді.

Команди з декількох учасників(-иць) або індивідуально обирають напрям в межах оголошеної теми.

Завдання — розробити проєкт, разом з покроковим алгоритмом впровадження, а також орієнтовним бюджетом на реалізацію.

Учасники(-иці) матимуть на розробку ідеї та її реалізацію до 2-х місяців. Після чого всі роботи збираються та проходять декілька етапів відборів:

1. на відповідність технічним критеріям (правильність оформлення заявки, наявність супровідної документації з описанням концепції, таймінгу, орієнтовного бюджету та команди, що працювала над створенням);
2. оцінка за якісними критеріями (відповідність обраній темі, повнота розкриття концепції, використання креативних підходів у реалізації, ефективність проекту, доцільність та аргументованість витрат у бюджеті, вплив на проблему тощо).

До проведення оцінки ви можете залучити партнерів та лідерів(-ок) думки, з якими співпрацювали протягом попередніх етапів.

Відповідно до сумарно отриманих балів за перший та другий етапи формується рейтинг усіх поданих робіт та виокремлюється шортліст з 5-ти проектами в кожній категорії (школярі, студенти, активісти).

У день проведення фестивалю відбувається презентація проектів. Команди, що працювали над створенням, презентують свої роботи відвідувачам фестивалю.

Після проведення презентацій робіт, оголошується старт голосування за найкращий проект у кожній темі. Голосування відбувається онлайн на платформі спеціального сервісу для проведення опитувань – [Survey Monkey](#) або [Google Forms](#). На голосування відводиться обмежена кількість часу (15–30 хв).

Після закінчення перерви на голосування, оголошуються результати, а переможці офіційно нагороджуються. Їхні проекти надалі реалізуються за сприяння міської адміністрації, команди, що розробляла проект, а також вашої підтримки.

Обов'язково запросіть на подію місцевих журналістів, теле- та радіоведучих, а після події поділіться з ними фотографіями та відеоматеріалами разом з постстрелізом про результати фестивалю та переможців. Зважаючи на необхідність репортажних матеріалів, потурбуйтеся про фото- та відеозйомку події.

Якщо ви зможете залучити бізнес-партнерів, то вони можуть спонсорувати і допомогти сформувати призовий фонд. Отож, усі переможці зможуть отримати часткову або повну фінансову підтримку на реалізацію проекту з протидії та запобіганню домашньому насильству.



Крім того, вхід на подію можна зробити платним — зібрані з продажу квитків можуть піти на розвиток інфраструктури з протидії домашньому насильству. Вартість квитка може складати 50 / 100 / 200 грн. Організувати платний продаж квитків з подальшим переведенням коштів на рахунок громадської організації / денного центру / притулку можна, наприклад, через платформу Kontramarka.ua або TicketForEvent.

Канали комунікації (анонсування та оголошення результатів):

- публікації в соціальних мережах Facebook та Instagram, включаючи подію на сторінці у Facebook + додаткове промопосування;
- зовнішня реклама (сітілайти, борди, рекламні щити на зупинках, метролайти тощо);
- публікації на радіо та місцевому ТБ;
- публікації в ЗМІ;
- інформаційні постери в школах та університетах.

Крім того, для розміщення повної інформації про правила фестивалю, включаючи офіційні правила, умови відбору, етапи оцінювання, адресу та технічні деталі для подачі матеріалів, ви можете розробити простий лендінг на платформі Tilda або Wix.

4. Домівки, вільні від насильства

Формувати спільноти можна також на базі окремих будинків та вулиць. Саме тому ми пропонуємо ініціювати кампанію спільно з органами місцевого самоврядування, а саме ОСББ¹ та ОСН².

Покрокова механіка:

Почніть з ОСББ або ОСН вашого будинку. Організуйте зустріч із представниками та представницями. Обговоріть впровадження активації з розміщення символічних інсталяцій на прибудинковій території. Наприклад, поруч із контейнерами для окремого збору сміття, можна встановити контейнер помаранчевого або рожевого кольору, на якому буде табличка з написом «Насильство — сміття. Винось його з дому» або розмістити на існуючих контейнерах великі наліпки з вищезгаданим текстом.

Крім того, ви можете домовитись про розміщення корисних матеріалів та регулярну інформаційну розсилку в чатах Viber або Telegram, де спілкуються мешканці будинку, і у такий спосіб використовувати цей канал для постійної інформаційно-просвітницької роботи.

-
1. **ОСББ** — об'єднання співвласників житлових та нежитлових приміщень у багатоквартирному будинку — представницькі органи для спільного управління житловим будинком та місцями спільного користування.
 2. **ОСН** — органи самоорганізації населення — представницькі органи мешканців міста або його окремих частин, тобто будинків, вулиць чи районів.

Організувавши подібні активації разом з ОСББ або ОСН у своєму будинку, переходьте до сусідніх будинків / вулиць. Якщо ви живете у великому місті, то можете рухатись від району до району, поступово залучаючи окремі будинки та працюючи над тим, щоб звільнити місто від домашнього насильства.

5. Підписання меморандумів із представниками бізнесу щодо впровадження політик протидії домашньому насильству на робочому місці

Ініціюйте довгострокову співпрацю з представниками(-ицями) бізнесу, яких вам вдалося залучити на попередніх етапах, або запропонуйте компаніям, з якими ви раніше не взаємодіяли, долучитися до руху з превенції та протидії домашньому насильству.

Покрокова механіка:

Напишіть запит із пропозицією довгострокової підтримки та залучення компанії з метою підтримки корисних змін у громаді.

Організуйте робочу сесію з керівництвом компанії, узгодьте зручну для всіх дату та час, обговоріть місце та формат проведення – наживо чи онлайн.

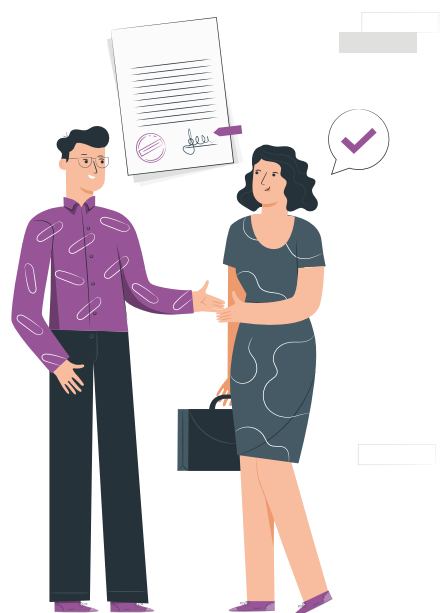
Протягом робочої сесії обговоріть можливості та механізми впровадження політик, що сприятимуть зміцненню ініційованих вами в громаді змін та заохочуватимуть впроваджувати їх у щоденну поведінку.

Робочу сесію пропонуємо організувати з використанням методу 6 капелюхів або креативного брейнштурмінгу. Детальніше про них у [Додатку 11](#).

За результатами обговорення складіть меморандум, у якому зафіксуйте політики, які компанії впроваджуватимуть з метою превенції домашнього насильства.

Рекомендуємо зробити фотографії процесу та розповісти про підписання меморандуму на сторінках компанії в соціальних мережах (за попереднім погодженням з керівництвом та пресслужбою), також, звісно, на своїх сторінках.

Спробуйте підписати меморандуми з кількома компаніями. Це можуть бути як представники великого бізнесу, так і компанії меншого розміру, які готові включатись та підтримувати позитивні зміни в громаді.



Інформаційно-просвітницька робота:

Підетап 2.3. Згуртування громади

Мета підетапу 2.3 – показати згуртованість громади.

Завдання підетапу:

1. розповідати про колективну відповідальність, руйнувати стереотипи про те, що домашнє насильство – особиста справа сім'ї.
2. залучити громаду до створення та авторства в інформаційних активностях.

Теми для обговорення зі ЗМІ, створення та поширення інформаційних матеріалів:

- процес змін – як відбуваються зміни переконань щодо домашнього насильства та як громада може подолати проблему;
- чому постраждалі можуть самотійно не впоратись з проблемою домашнього насильства? Як у цьому випадку може допомогти громада?
- Підбірки історій та прикладів як працюють з проблемою домашнього насильства в інших містах України та країнах світу в цілому, як інші громади згуртовуються та об'єднуються заради спільної мети.

Активації підетапу:

1. Марш на підтримку постраждалих від домашнього насильства

Продемонструвати, що громада має спільні наміри щодо подолання проблеми насильства та підтримки постраждалих, можна шляхом організації спільних маршей.

Покрокова механіка:

Організуйте зустріч із представниками(-ицями) міської організації та повідомте про бажання організації маршу. Заручіться їхньою підтримкою та отримайте офіційний дозвіл на проведення ходи.

Проінформуйте поліцію. Вони мають розуміти, що в місті збиратиметься значна кількість людей з метою мирної демонстрації. Крім того, важливо



забезпечити присутність патрулів для максимальної безпеки всіх, хто долучиться до маршу.

Оберіть та узгодьте дату проведення. Складіть маршрут ходи. Бажано, щоб це була центральна пішохідна вулиця або площа у вашому місті. Після чого використайте всі наявні ресурси для інформування громади про проведення маршу – від публікацій онлайн до розміщення друківаних постерів в будинках.

Попросіть учасників(-иць) підготуватися – запропонуйте їм одягти речі символічного кольору зробити плакати тощо.

Символічним завершенням маршу може стати демонстративне «розривання кола». Так, у кінці попросіть усіх учасників маршу стати в коло на центральній площі. Нехай всі візьмуться за руки. Далі на рахунок три попросіть всіх разом ствердно заявити: «Місто (Назва міста) вільне від насильства!» та різко роз'єднати руки, символічно розірвавши у такий спосіб коло. Якщо учасників дуже багато, ви можете створити кілька концентричних кіл від зовсім маленького до дуже великого і по черзі або одночасно виконати дії, запропоновані вище.

Запросіть на марш журналістів(-ок). Розкажіть, якою активацією плануєте завершити марш. Зокрема, це має зацікавити місцеве телебачення, тож спробуйте ініціювати сюжети.

Потурбуйтеся про фото- та відеозйомку ходи, щоб потім ділитись світлинами та відеороликами в соціальних мережах. Якщо маєте ресурси, спробуйте організувати зйомку з дронів. Зокрема, дуже видовищною буде відеофіксація символічного завершення ходи.

2. Спільне прибирання міста

Раніше ви могли зустрічатись або чути про порівняння домашнього насильства зі сміттям, яке потрібно виносити з дому. Продовженням цієї ідеї та потужним стимулом для подальшого об'єднання та згуртування громади, може стати велике прибирання міста – пляжу, центральної вулиці, площі, парку тощо. У такий спосіб члени громади не тільки символічно «виносимуть» домашнє насильство з дому, а й «прибиратимуть» від нього місто в цілому.

Покрокова механіка:

Оберіть день та час проведення акції, а також місце, яке плануєте прибрати разом з громадою. Це може бути улюблений громадський пляж, найбільший парк вашого міста або одна з вулиць.

Оголосіть цей день днем прибирання міста від насильства.

Проінформуйте про проведення акції та особисто запросіть журналістів, лідерів думок, представників міської адміністрації, представників бізнесу.

Крім того, ви можете централізовано запрошувати школи, університети, професійно-технічні училища тощо.

Підготуйте анонс та розмістіть його в соціальних мережах. Якщо маєте додатковий бюджет, організуйте промопросування. Розішліть анонси в ЗМІ. Якщо серед учасників будуть медійні особистості, не забудьте сказати про це журналістам, оскільки для них це може стати додатковим стимулом відвідати акцію.

Потурбуйтеся про наявність достатньої кількості сміттєвих пакетів, а також захисних рукавичок різних розмірів, щоб до прибирання могли долучитись і дорослі, і діти.

Організуйте фото- та відеозйомку акції. Оцініть результати прибирання, поділіться ними, а також світлинами та відеоматеріалами в соціальних мережах та окремо з журналіст(к)ами та медійними учасниками(-ицями), щоб вони також могли зробити публікації на своїх сторінках.

3. Спільне фарбування міського транспорту

Іншим варіантом об'єднання громади може стати спільне створення арт-об'єкту. Для цього не потрібно бути професійним художником чи скульптором. Долучитися може кожен. Так, об'єктом може бути міський транспорт — автобус, тролейбус, трамвай або вагон метро — і разом з громадою ви можете розфарбувати його, у такий спосіб перетворивши на мистецький об'єкт, який надалі пересуватиметься містом і нагадуватиме про спільні зусилля громади.

Покрокова механіка:

Організуйте зустріч із міською адміністрацією та представниками комітетів, що відповідають за транспортну інфраструктуру. Обговоріть ідею та попросіть виділити 1 або більше транспортних засобів, якщо це можливо. Це може бути один вагон метро або трамваю чи автобус або тролейбус повністю.

Оберіть день, час та місце проведення акції. Закупіть фарбу, спеціальні ролики та пензлі, а також захисні рукавички різних розмірів (це дозволить і дітям, і дорослим долучитись до процесу). Потурбуйтеся також про місце, в якому відбуватиметься фарбування — найкраще затягнути все захисною плівкою, щоб фарба не залишилась на дорогах і тротуарах.

Поінформуйте та запросіть усіх із громади долучитися до процесу — зробіть відповідні публікації в соціальних мережах, організуйте їх промопросування. Підготуйте анонси для ЗМІ, а також особисто запросіть журналістів, представників(-иць) міської адміністрації та транспортної інфраструктури. Не забудьте про лідерів(-ок) думки та представників(-иць) бізнесу.

Попросіть учасників (-иць) підготуватися — вдягнути такий одяг, який не дуже шкода, оскільки творчий процес може захопити настільки, що плям від фарби, як не намагайся, не вдасться уникнути.

Організуйте фото- та відеозйомку процесу, щоб потім поділитись світлинами та відеороликами в соціальних мережах, з медіа та партнерами.

ЕТАП 5

ЗАКРІПЛЕННЯ ПРАВИЛЬНОЇ ПОВЕДІНКИ

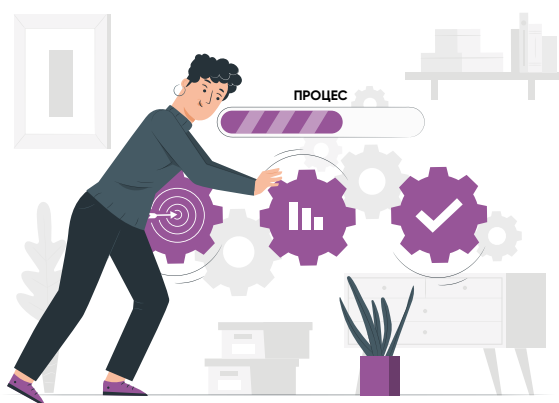
На попередніх етапах ви залучали окремих членів громади, працювали над підвищенням обізнаності та рівня знань про проблему та наслідки домашнього насильства, об'єднували окремі групи та всю громаду в цілому заради однієї мети – запобігання домашньому насильству та створення громади, вільної від цієї проблеми в майбутньому. На цьому етапі ви працюватимете над тим, щоб розпочаті вами зміни стали частиною повсякденного життя громади і підтримувалися її членами в довгостроковій перспективі.

Мета п'ятого етапу – створити механізми для інституціалізації змін, сприяти розробці та впровадженню нових політик, практик та протоколів у різних секторах, сферах та громадських установах. Ви маєте забезпечити сталість нової поведінки.

Завдання етапу:

1. стимулювати членів громади дотримуватись нової правильної поведінки;
2. впровадити систему винагород, яка мотивуватиме членів громади продовжувати працювати над покращенням ситуації, подоланням і попередженням проблеми домашнього насильства в майбутньому.

Цей етап співпадає з етапом Дотримання на рівні індивідуальних змін, коли людина починає системно дотримуватись нової поведінки. А отже, на цьому етапі критично важливо працювати над зміцненням та посиленням стійкості розпочатих позитивних процесів у довгостроковій перспективі.



Чому цей етап важливий?

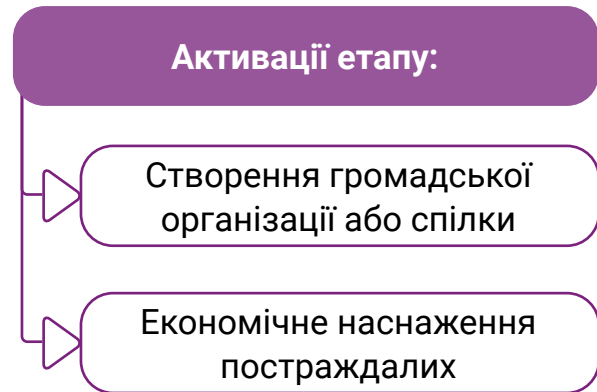
Корисна поведінка, яку завдяки вашій систематичній роботі почали практикувати члени громади, потребує такої ж систематичної підтримки, щоб надалі вона сильніше вкорінилась як прийнятна соціальна норма. Нагадаємо, що зміна поведінки – це нелінійний процес, а отже члени вашої громади можуть помиляться, повертатись до старих звичок і розчаровуватись у своїх силах. Саме тому важливо надалі постійно підтримувати,

мотивувати та заохочувати дотримуватись змін, щоб вони ставали корисною суспільною звичкою.

Активації етапу:

1. Створення громадської організації або спілки

Якщо у вашій громаді ще немає юридично зареєстрованої громадської спілки або громадської організації, дуже важливо це зробити для розширення спектру ваших можливостей в подальшій діяльності, в тому числі й з точки зору інституціалізації змін.



Так, громадська організація у порівнянні з окремими активіст(к)ами має ряд суттєвих переваг, зокрема:

- можливість подаватись на міжнародні програми підтримки, офіційно отримувати гранти та в цілому взаємодіяти з міжнародними інституціями;
- входити до складу громадської ради, брати участь в обговореннях, впливати на рішення місцевої влади;
- спілкуватись у правовому полі з представниками(-ицями) державної адміністрації на місцях з подальшим фіксуванням конкретних домовленостей та кроків безпосередньо у чинних юридичних документах (меморандумах, положеннях і т.д.);
- функціонувати як благодійний фонд (якщо це прописано в статуті) та офіційно акумулювати та звітувати за кошти на реалізацію активностей та програм у громаді.

Дізнатися більше про покроковий процес утворення громадської організації або спілки, а також необхідні для цього документи ви можете на спеціалізованій платформі [«Довідник громадського активіста»](#).

2. Допомога з профорієнтаційним навчанням та працевлаштуванням постраждалих

Психологічно постраждала людина може бути готова піти від кривдника та розпочати нове життя без насильства. Водночас вона, на жаль, може частково або повністю залежати від до нього фінансово. Ситуація ускладнюється, якщо є діти, яких також потрібно забезпечувати.

Відтак, постраждалим потрібно надавати не тільки психологічну та інформаційну підтримку, а й допомогти їм отримати навички, які сприятимуть їхній незалежності. Освоєння нової професії допоможе постраждалим

забезпечувати себе і дітей у майбутньому і відповідно сприятиме закріпленню нової корисної поведінки, яка закладалася на попередніх етапах.

Покрокова механіка:

Промоніторте, чи є у вашій громаді організації, які займаються профорієнтаційними курсами або перенавчанням для дорослих (наприклад, для отримання професійних навичок зі сфери краси та догляду, здоров'я та спорту або ІТ тощо). Якщо такі організації є на місцях, ініціюйте зустріч із керівництвом, запропонуйте організувати курси з отримання спеціалізації для постраждалих від домашнього насильства за максимально зниженою ціною або повністю безкоштовно.



Ви також можете звернутись до організацій, які проводять навчання онлайн. У такому випадку команда організації не обов'язково знаходитиметься у вашому місті, а всі переговори та зустрічі можна проводити онлайн, як і подальше навчання постраждалих.

Крім того, ви можете звернутись до Державного центру зайнятості (або його представництва у вашій громаді) та обговорити можливості для постраждалих у вашій громаді. Тут може йтися про квоти на вакансії, організацію профорієнтаційного навчання та перенавчання тощо. Усі домовленості обов'язково зафіксуйте в меморандумі про співпрацю.

Проінформуйте громаду та постраждалих про запуск навчання, відкриття квот на вакансії, використовуючи всі наявні канали та формати комунікації, включаючи партнерські).

Обов'язково розповідайте про хід навчання, діліться результатами учасників, які змогли опанувати нову професію і після цього успішно працевлаштувалися або розпочали власну підприємницьку діяльність.

Надалі намагайтесь ініціювати навчання в різних сферах та напрямках, щоб постраждалі мали можливість віднайти себе та реалізуватися в професії, яка не тільки надасть можливість остаточно «розірвати коло» та закріпити нову модель поведінки, а й буде приносити задоволення та радість одночасно з доходом.

Однією з платформ для навчання та професійного консультування постраждалих є [кар'єрний хаб «Розірви коло»](#), який реалізується Фондом ООН у галузі народонаселення. Через кар'єрний хаб постраждалі жінки можуть:

- записатися на безкоштовну консультацію до кар'єрного радника чи радниці щодо індивідуальної підтримки в пошуку роботи;

- отримати індивідуальну консультацію психолога чи психологині щодо підтримки під час працевлаштування та адаптації на новому робочому місці;
- брати участь в ініціативах, стійких і потрібних в умовах пандемії COVID-19, таких, що можуть приносити дохід
- подавати заявки на безкоштовні курси, тренінги, вебінари з метою розвитку професійних та комунікаційних навичок тощо.

Інформаційно-просвітницька робота:

Підетап 2.4. Демонстрація успішного досвіду

На цьому підетапі завдяки інформаційній діяльності ви демонструватимете, що зміни можливі, що вони вже відбуваються у вашій громаді і що є історії, які це підтверджують. Цим ви надихатимете та заохочуватимете інших підтримувати нову корисну поведінку, яку намагаєтесь впровадити в громаді у довгостроковій перспективі з метою попередження домашнього насильства в майбутньому.

Мета підетапу — показати успішні приклади інших.

Завдання підетапу:

1. надати приклади альтернативної поведінки та варіантів здорового вирішення проблем у стосунках;
2. демонструвати успішні приклади зміни поведінки (і свідків, і постраждалих);
3. підтверджувати, що зміни можливі.

Теми для обговорення зі ЗМІ, створення та поширення інформаційних матеріалів:

Реальні історії постраждалих — як їм вдалося подолати страх / зневіру / сумніви / матеріальну залежність від партнера та розірвати коло насильства; як і коли вони зрозуміли, що перебувають у ситуації домашнього насильства; що порадили б тим, хто перебуває в аналогічній ситуації наразі.

Поради психолога(-ів) щодо екологічних шляхів вирішення конфліктів у парі / подружжі / сім'ї.

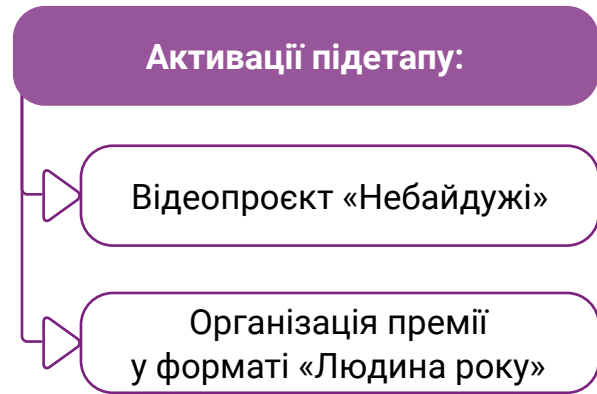
Поради про те як поговорити з дитиною про розлучення і підтримувати її після (у випадку, якщо постраждала вирішила закінчити стосунки з партнером, що вчиняє насильство).

Які перепони можуть бути на шляху та як їх подолати, якщо ви постраждали від домашнього насильства — поради та алгоритм дій від психологів.

Активації підетапу:

1. Відеопроєкт «Небайдужі»

Ми впевнені, що серед членів вашої громади знайдуться небайдужі люди, які вже підтримують постраждалих, втручаються, коли стають свідками, а також дотримуються категоричної позиції щодо домашнього насильства в цілому. Такі люди є чудовим позитивним прикладом для інших. Більш того, цих людей дуже добре знає громада, оскільки вони чиїсь родичі, кращі друзі чи просто знайомі, колеги по роботі чи сусіди. Ми пропонуємо вам розказати історії з життя та показати реальні приклади цих людей.



Так, у 2020 році Фонд ООН у галузі народонаселення відзначив декількох небайдужих членів громад, які допомагають постраждалим від домашнього насильства. Відеоролики з їхніми історіями можна переглянути за [посиланням](#). Ці відео історії ви можете використовувати як приклади для ваших матеріалів

Така активація допоможе не тільки привернути увагу до проблеми, а й заохотить інших членів громади брати приклад, переймати позитивний досвід та діяти так само. Крім того, це стане підтвердженням правильності дій та додатковою мотивацією для героїв та героїнь проєкту не зупинятись, продовжувати і культивувати аналогічну поведінку в своєму оточенні.

Покрокова механіка:

Складіть список потенційних героїв / героїнь проєкту. Це можуть бути люди, які стали свідками і втрутились у ситуацію домашнього насильства, або, наприклад, небайдужі містяни, які прихистили в себе постраждалу, працевлаштували її або допомогли зібрати потрібну суму на лікування і відновлення після особливо тяжких наслідків фізичного чи сексуального насильства тощо. Ви можете знати таких людей особисто. Якщо ні, зверніться за порадою до працівників(-ць) спеціалізованих сервісів (притулків, кризових кімнат, денних центрів тощо), якщо такі працюють у вашій громаді. Крім того, запитайте постраждалих – вони також можуть допомогти та посприяти у пошуку потенційних героїв / героїнь.

Зверніться до потенційних героїв / героїнь з пропозицією участі в проєкті. Обов'язково попередьте про те, що це формат відеозйомки і їм потрібно буде ділитись своїми історіями з життя та особистим прикладом на камеру. Розкажіть про те, що плануєте використовувати відзнятий матеріал для створення відеороликів та їх активного розповсюдження онлайн та офлайн протягом 16 днів протидії домашньому насильству. Будьте готовими до того, що не всі люди зі складеного вами списку погодяться стати учасниками/-ицями.

Залучіть до реалізації проекту спеціаліста-відеографа або агенцію, що спеціалізується на відеозйомці (і бажано має досвід зйомки соціальних відеороликів і роботи з активіст(к)ами чи благодійними фондами в цілому).

Разом з командою спеціалістів створіть концепцію та сценарії відеороликів, оберіть місце для проведення зйомок та узгодьте день та час з учасниками(-ицями). Вам може вистачити одного дня для проведення зйомок або знадобиться 2–3 дні чи більше, якщо у вас, наприклад, 10 героїв, а місцем локації обрано не студію, а місця, в яких відбувалися події з життя, про які розповідатимуть герої.

Під час монтажу обов'язково додайте титрування відеороликів і пам'ятайте про необхідність використання ліцензійної музики. Детальніше про формати та інші рекомендації щодо обов'язкових складових відеороликів ви знайдете у [Додатку 12](#).

Для розповсюдження відеороликів ви можете використовувати:

- сторінки вашої громадської організації в соціальних мережах (Facebook, Instagram, YouTube);
- сторінки героїв відеороликів;
- сторінки партнерських громадських організацій та фондів або дружніх представників бізнесу;
- платформи онлайн видань, а також їхні сторінки в соціальних мережах та особисті сторінки небайдужих журналістів;
- сторінки лідерів думок у вашій громаді;
- сайти та сторінки в соціальних мережах міської адміністрації або їхніх публічних представників (наприклад, мерів або губернаторів);
- місцеве телебачення;
- місцевий транспорт або вокзали, або інші будівлі, де є екрани для потенційної трансляції відеороликів.

2. Організація премії у форматі «Людина року»

Премія має на меті відзначати окремих фізичних та/або юридичних осіб за активну участь та значний вклад у подолання проблеми домашнього насильства в громаді. Цим ви не тільки мотивуватимете переможців премії продовжувати активну діяльність, а й надихатимете інших підключатися до боротьби і в цілому демонструватимете громаді, що з цією проблемою працюють й докладають зусиль для її подолання й подальшого попередження.

Покрокова механіка:

Для початку перевірте, чи проводять подібну премію у вашій громаді в цілому. Якщо так, то зв'яжіться з організаторами та спробуйте обговорити створення окремої категорії в межах існуючої премії. У цій категорії

може бути декілька номінацій за винятковий вклад в подолання проблеми домашнього насильства, наприклад найбільш небайдужий бізнес, або найбільш проактивний член громади. Надалі разом з організаторами пропишіть критерії відбору учасників(-иць) та механізм вибору переможця, суму винагороди, якщо це можливо. І звісно ж, долучайтесь до анонсування та подальшої організації події з нагоди церемонії.

Якщо у вашій громаді подібної премії ще не проводили, ви маєте чудову нагоду стати ініціаторами. У цьому випадку проведіть спочатку установчу зустріч із представниками міської адміністрації. На ній узгодьте проведення премії та пропишіть критерії відбору учасників та нагородження переможців. Зафіксуйте, що саме переможці отримуватимуть як нагороду. Наприклад, якщо це фінанси, то про яку саме суму йдеться.

Крім того, подумайте про символічну статуетку, якою можна відзначити людину. Розробіть її дизайн та макет. Надалі, якщо премія стане щорічною подією, переможець минулого року зможе передавати статуетку переможцеві поточного року.

Організуйте реєстрацію учасників(-иць), анонсуйте проведення премії. Якщо маєте достатньо фінансових ресурсів, організуйте також святкову церемонію з нагоди оголошення переможців і переможниць. На подію запрошуйте медіа для подальшого висвітлення події.

Якщо у вас немає значних ресурсів на організацію окремої події, ви можете передати нагороду разом із представником(-ицею) місцевої адміністрації особисто переможцю. Обов'язково запросіть на таке камерне вручення журналістів, організуйте фотозйомку.

Отож схематично програму з усіма активаціями ви можете побачити в таблиці [Додатку 13](#). Повну таблицю з переліком етапів, метою, завданнями, тривалістю та переліком активацій для кожного з них наведено в [Додатку 14](#).



МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ

Не менш важливою складовою процесу впровадження програми у вашій громаді є регулярний моніторинг та оцінка ефективності досягнення поставлених цілей. По-перше, це допоможе проаналізувати та зрозуміти, наскільки завдяки окремим активаціям та реалізованій кампанії в цілому вам вдалося змінити поведінку в громаді на краще. По-друге, коректно організовані моніторинг та оцінка допоможуть вам та вашій команді залишатись сфокусованими, а також своєчасно ухвалювати рішення та вносити необхідні для покращення результатів зміни.

Приклади таблиць для організації моніторингу та оцінки ефективності наведені в [Додатку 15](#).



Як проводити моніторинг?

Моніторинг здійснюється постійно протягом всієї реалізації програми. Його завданням є опрацювання інформації та аналіз всіх даних в ході впровадження активацій. Моніторинг також дозволить вам зрозуміти як громада сприймає кампанію, як цільові аудиторії реагують на активації, що працює і не працює з точки зору подачі інформації і т.д.

Що потрібно моніторити?

1. Дотримання робочого плану та впровадження запланованих активностей відповідно до розробленої стратегії.
2. Надходження та використання коштів на реалізацію активацій.
3. Завантаження членів команди та виконання ними поставлених задач.
4. Кількісні показники впроваджених активацій, серед яких можуть бути, наприклад:
 - залучені до окремих активацій члени громади, а саме учасники тренінгів, відвідувачі подій тощо;
 - отримані в ЗМІ публікації та їхнє охоплення, тобто загальна кількість переглядів цих публікацій на сторінках видань;
 - залучені лідер(к)и думки та отримані на їхніх сторінках публікації;

- перегляди, кліки на посилання, унікальні користувачі в соціальних мережах;
- перегляди, унікальні користувачі, час перебування на сторінці, показники відмови (ті користувачі, що зайшли на сторінку і одразу з неї вийшли) на сайті тощо;
- залучені партнери.

Якісні показники впроваджених активацій, серед яких можуть бути:

- відгуки членів громади щодо впроваджених активацій, тобто що сподобалось, що ні, що потрібно покращити чи змінити і т.д.;
- коментарі членів громади щодо зрозумілості окремих інформаційних чи графічних матеріалів;
- реакція на публікації в ЗМІ та соціальних мережах, тобто чи викликають позитивну / негативну дискусію, чи заохочують людей замислюватись / ставити додаткові запитання / шукати інформацію тощо;
- якість та повнота розкриття окремої проблеми / питання в публікації в ЗМІ або на сторінці лідера думки.

Які інструменти використовувати для моніторингу?

Слідкувати за дотриманням дедлайнів та процесом впровадження активацій, вам допоможуть робочі плани — загальний план імплементації всієї програми та окремі плани для кожної активації — які були розроблені вами з командою на першому етапі. Фіксуйте, чи рухаєтесь ви відповідно до плану. Якщо ні, то які фактори впливають та призводять до затримки / пришвидшення? Наприклад, це може бути затримка з фінансуванням, затримка відповіді від партнерів, лідерів думки або журналістів, непередбачувані технічні збої під час розробки вебсайту тощо. Відповідно до цього коригуйте дедлайни та період впровадження окремих активацій та програми в цілому.

У випадку, якщо ви або ваша організація не оформлені як юридична особа (благодійний фонд або громадська спілка) і відповідно не ведете бухгалтерський облік та фінансову звітність, надходження та використання коштів на реалізацію активацій ви можете фіксувати в звичайних таблицях Excel або Google таблицях, фіксуючи Заплановані, Фактично отримані та Фактично використані кошти з деталізацією кожного типу витрат.

Моніторити завантаження членів команди та виконання ними задач в межах поставлених дедлайнів можна в спеціалізованих онлайн середовищах [Asana](#), [Trello](#) або використовуючи таблиці Google за принципом розподілу задач на 3 групи (До виконання, В роботі, Виконано). Крім того, ви можете фіксувати відповідального, додавати важливі коментарі, фіксувати додатковий статус виконання задачі, на кшталт, На доопрацюванні або На перевірці тощо, а також безпосередньо зазначати дедлайни.

Для отримання показників охоплення публікацій потрібно надсилати запит безпосередньо у видання або використовувати безкоштовний онлайн-інструмент [SimilarWeb](#), який надасть статистику щодо відвідуваності видання. Виходячи з цих даних, ви можете робити висновок, наскільки вдалим є той чи інший медіамайданчик з точки зору кількості та якості читачів.

Повну інформацію щодо кількості переглядів, кліків та інших кількісних показників у соціальних мережах ви можете знайти та проаналізувати в режимі реального часу в рекламному кабінеті [Meta \(Facebook та Instagram\)](#). Так, завдяки моніторингу цих даних можна відслідкувати, які зображення та тексти краще сприймаються аудиторією, які матеріали збирають більше переглядів та реєстрацій, які формулювання ініціюють дискусію між користувачами в коментарях тощо.

Кількість переглядів, унікальних користувачів, час перебування на сторінці та інші кількісні показники створених вами сайтів можна відслідкувати за допомогою кабінету в [Google Analytics](#). Ця інформація може бути корисною з точки зору джерел, з яких користувачі отримують інформацію про сайт. Це може бути, наприклад, публікація з посиланням на сайт у соціальних мережах або публікація у вибраному виданні, яке користується популярністю в громаді. На підставі цієї інформації ви зможете зробити висновки, в які джерела надалі вкладати більше ресурсів для отримання кращих результатів.

Моніторинг якісних показників може відбуватись шляхом ваших особистих спостережень, а також членів вашої команди.

Обов'язково звертайте увагу на коментарі, які пишуть у соціальних мережах під вашими публікаціями, а також під ініційованими вами публікаціями на сторінках лідерів думки — про що вони? що запитують користувачі? якої інформації їм бракує? як вони в цілому сприймають публікацію / текст / фотографію чи ілюстрацію?

Прислухайтесь до відгуків партнерів — як вони реагують на ваші пропозиції? у чому сумніваються? на яких позитивних / негативних моментах акцентують увагу? Фіксуйте все це та використовуйте для покращення комунікації в майбутньому.

Крім того, ви також можете організувати опитування громади у декількох форматах. Наприклад:

- неформальна дискусія та обговорення з учасниками(-ицями) окремих активацій, спілкування з членами громади в цілому щодо вражень, побажань, потенційного впливу активацій на поведінку;
- кількісні тестування, фокус групи або глибинні інтерв'ю з метою отримання додаткової інформації щодо розроблених зображень, слоганів, активацій тощо.

Інформацію, яку ви отримуєте завдяки використанню інструментів, що зазначені вище, потрібно обов'язково обговорювати та аналізувати на спільних зустрічах.

Регулярні зустрічі-статуси

Організуйте проведення регулярних зустрічей, на яких ви обговорюватимете виконані завдання, плануватимете найближчі задачі, а також вирішуватимете критичні проблеми або термінові запитання, обговорюватимете поточні пропозиції для покращення реалізації активацій.

Найкраще проводити ці зустрічі щотижня. Рекомендуємо мати чіткий план зустрічі із запитаннями до обговорення, щоб статус з вашою командою пройшов максимально ефективно.

Після кожної такої зустрічі фіксуйте ключові моменти та готуйте короткий звіт, яким надалі важливо поділитись з усіма учасниками(-ицями) (через email-розсилку, в Google-документі зі спільним доступом або в спільному чаті в Telegram, Viber або Whatsapp).

Рекомендована тривалість таких зустрічей-статусів від 30 хв до 1 год.

Зустрічі після проведення окремих активацій

Після реалізації активацій в межах окремого етапу ініціюйте зустріч для обговорення з командою результатів, яких вам вдалося досягти. У цьому вам можуть допомогти питання, зазначені нижче:

- Що вдалося найкраще? Як ви це можете використовувати під час реалізації наступних активацій протягом впровадження програми?
- Що не вдалося? Яких помилок ви припустилися протягом реалізації? Чому? Що до цього призвело? Які висновки можна зробити, щоб уникнути аналогічних помилок у майбутньому?
- Яких кількісних та якісних результатів вдалося досягти? Наскільки вони відповідають тим показникам, які ви планували перед реалізацією? Що сприяло досягненню чи навпаки що завадило?

На підставі відповідей на запитання розробіть з командою план впровадження змін та уточнень, якщо такі потрібні.

Обов'язково зафіксуйте результати зустрічі та поділіться ключовими моментами обговорення з командою в найбільш зручному для вас форматі.

Рекомендована тривалість таких зустрічей від 1 до 2 год.

Як проводити оцінку ефективності?

Оцінка ефективності відбувається на підставі аналізу інформації у визначені моменти часу протягом впровадження програми. Щоб зробити висновок щодо ефективності, вам буде потрібно порівняти показники та оцінити динаміку їхньої зміни в часі.

Оцінка ефективності потрібна для аналізу результатів впроваджені вами програми:

- Чи вдалося змінити соціальні норми або послабити їхній вплив на поведінку членів вашої громади?

- Чи вдалося ознайомити громаду з корисною соціальною нормою та відповідно ініціювати та закріпити нову корисну поведінку?
- Чи досягнуті цілі, розроблені під час стратегічного планування та визначені для кожного окремого етапу та програми в цілому?



Щоб оцінити зміну показників у бік збільшення чи зменшення, потрібно перш за все встановити базові значення, за якими ви зможете проводити порівняння в майбутньому. Ці показники встановлюються на першому етапі під час аналізу ставлень та переконань серед членів вашої громади.

Наприклад, 32% чоловіків вважають, що думка жінки щодо рішень, від яких залежить спільне сімейне життя, є менш вагомою.

32% чоловіків є базовим значенням. Надалі у визначені моменти часу протягом реалізації програми, ви зможете оцінити, чи змінився цей показник і як саме.

Які інструменти використовувати для оцінки ефективності?

Це можуть бути різні види досліджень, а саме:

- глибинні інтерв'ю та фокус групи, які допоможуть ґрунтовно оцінити якісні зміни та вплив програми на поведінку членів громади;
- кількісні тестування, які допоможуть кількісно оцінити як саме змінились ті чи інші переконання в громаді.

При проведенні досліджень на різних етапах повинні бути одні й ті ж запитання. Відтак, на виході ви отримуватимете дані, які можна між собою порівнювати. Крім того, потрібно, щоб опитування проходили серед однієї і тієї ж вибірки людей, в даному випадку серед одних і тих же членів вашої громади, щоб відслідковувати чи змінюється їхнє сприйняття й поведінка і під впливом яких факторів.

Крім того, потрібно оцінювати динаміку зміни якісних та кількісних показників від етапу до етапу. Зібрану під час моніторингу інформацію в межах окремих етапів потрібно порівнювати між собою і робити відповідні висновки:

- Чи вдалося отримати більше публікацій в ЗМІ та серед лідерів думки?
- Чи змінилась риторика користувачів в коментарях? Можливо, вони почали активніше дискутувати на визначену тему, або навпаки, перестали реагувати на публікації?

- Чи вдається досягати однакових показників охоплення публікацій у соціальних мережах? Чи є суттєві покращення / погіршення показників?

Ми рекомендуємо проводити оцінку ефективності після завершення кожного етапу програми, а також обов'язково по завершенню програми в цілому.

Якщо ваша громада відносно невелика і ви володієте обмеженими ресурсами, ви можете провести оцінку ефективності у два етапи: в середині програми у порівнянні із запланованими на початку показниками та по завершенню впровадження.

Інформацію, яку ви отримуєте завдяки використанню інструментів, що зазначені вище, потрібно обов'язково обговорювати та аналізувати на спільних зустрічах.

Зустрічі з оцінки окремих етапів

Для проведення цієї зустрічі вам знадобиться документ, у якому будуть зафіксовані результати всіх активацій в межах етапу, який ви оцінюватимете, а також результати проміжних досліджень (кількісних опитувань, глибоких інтерв'ю, фокус груп тощо).

Обов'язково обговоріть та порівняйте з командою кількісні та якісні показники, динаміку їхньої зміни від етапу до етапу. Крім цього, ми рекомендуємо також обговорити таке:

- Чи вдалося досягти мети та виконати завдання етапу? Чи вплинуло це і як саме на поведінку членів у громаді?
- З якими викликами ви зустрілись у процесі впровадження етапу? Чи вдалося їх подолати чи ні?
- Що можна було б покращити або реалізувати інакше? Чи допомогло б це вам досягти помітно кращих результатів?
- Чи є нові ризики, які ви можете визначити та передбачаєте перед впровадженням наступного етапу? Чи відбулися критичні зміни, які можуть суттєво вплинути на розроблену вами стратегію? Чи потребує вона доопрацювання або уточнення?

Зафіксуйте результати зустрічі та поділіться ними з командою в найбільш зручному для вас форматі.

Рекомендована тривалість таких зустрічей від 1,5 до 3 год.

У [Додатку 16](#) ми також зібрали список додаткових запитань, які ви можете обговорювати під час зустрічей з командою, щоб ще глибше аналізувати виконану вами роботу.

ЗАКЛЮЧНЕ СЛОВО

Пам'ятайте, що мобілізація громади та впровадження змін — це не просто організація окремих активацій для інформування та залучення великої кількості людей. Це поступовий процес, що має бути ретельно спланований та організований. Це вимагатиме від вас та вашої команди значної енергії, щоденних зусиль, упевненості в своїх силах, мотивації і віри в те, що ситуацію можна змінити.

Сподіваємося, що після прочитання та вивчення цього путівника у вас з'явилося чітке розуміння плану подальших дій задля розробки та впровадження власної програми зі зміни соціальних норм у своїй громаді протягом найближчих 4–5 років. Пам'ятайте, що наведені та описані в цьому путівнику активності є лише прикладами. Не обов'язково обмежуватися лише ними, ви можете вільно розробляти власні ідеї і знаходити рішення, які будуть максимально ефективними для вашої громади. Головне, щоб ці активності відповідали запропонованому поетапному підходу.

Ми розуміємо, що попереду багато маленьких кроків, які потрібно зробити, щоб досягти великої мети. А тому ми бажаємо вам терпіння, сили та насаги і сподіваємося, що практичні додатки допоможуть втілити в життя усі ідеї!



ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

Поняття домашнього насильства та види насильства

Домашнє насильство найпоширеніший різновид гендерно зумовленого насильства.

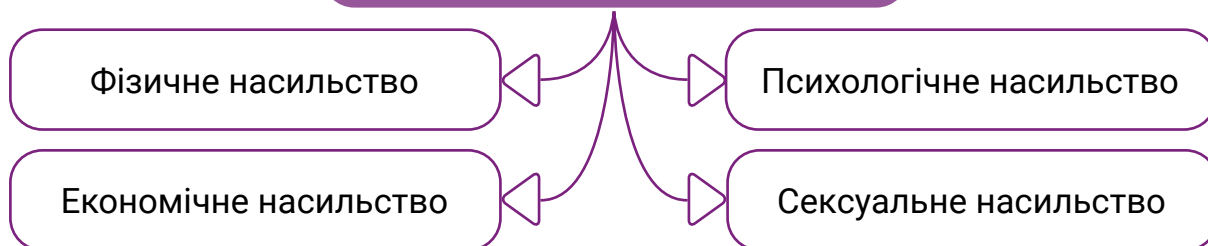


Домашнє насильство —

діяння (дії або бездіяльність) фізичного, сексуального, психологічного або економічного насильства, що вчиняються в сім'ї чи в межах місця проживання або між родичами, або між колишнім чи теперішнім подружжям, або між іншими особами, які спільно проживають (проживали) однією сім'єю, але не перебувають (не перебували) у родинних відносинах чи у шлюбі між собою, незалежно від того, чи проживає (проживала) особа, яка вчинила домашнє насильство, у тому самому місці, що й постраждала особа, а також погрози вчинення таких діянь*.

Згідно із Законом України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07 грудня 2017 р., № 2227-VIII

Форми домашнього насильства



Домашнє насильство має такі форми.

Фізичне насильство — форма домашнього насильства, що включає ляпаси, стусани, штовхання, щипання, шмагання, кусання, а також незаконне позбавлення волі, нанесення побоїв, мордування, заподіяння тілесних ушкоджень різного ступеня тяжкості, залишення в небезпеці, ненадання допомоги особі, яка перебуває в небезпечному для життя стані, заподіяння смерті, вчинення інших правопорушень насильницького характеру (Ст. 1 ЗУ «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07 грудня 2017 р., № 2227-VIII).

Окрім нанесення шкоди здоров'ю або життю безпосередньо постраждалій особі, фізичне насильство може носити й непрямий характер, наприклад, як відмову у наданні медичної допомоги, позбавлення сну, примусу постраждалої особи до вживання наркотиків або алкоголю, або спричинення ушкоджень іншим особам, наприклад дітям або іншим членам родини, щоб завдати жертві страждання.

Українське законодавство забороняє не тільки фізичне насильство щодо дорослих, але й фізичні покарання дитини батьками, а також застосування ними інших видів покарань, які принижують людську гідність дитини (ст. 150 Сімейного кодексу, ст. 289 Цивільного кодексу).

Наслідками фізичного насильства є: порушення фізичного або психічного здоров'я, нанесення шкоди честі та гідності постраждалого члена сім'ї, смерть постраждалої особи. **Психологічне насильство** — форма домашнього насильства, що включає словесні образи, погрози, у тому числі щодо третіх осіб, приниження, переслідування, залякування, інші діяння, спрямовані на обмеження волевиявлення особи, контроль у репродуктивній сфері, якщо такі дії або бездіяльність викликали у постраждалої особи побоювання за свою безпеку чи безпеку третіх осіб, спричинили емоційну невпевненість, нездатність захистити себе або завдали шкоди психічному здоров'ю особи (Ст. 1 ЗУ «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07 грудня 2017 р., № 2227-VIII).

Психологічне насильство включає погрози, ізоляцію постраждалої особи від спілкування з іншими людьми, публічне приниження, безкомпромісну критику, систематичне знецінення особи й призводить до емоційної невпевненості, закомплексованості, нездатності захистити себе, до порушення психічного та душевного благополуччя особи. Знуцання або погроза знуцання з третіх осіб або з живих істот, дорогих постраждалим, є також виявом психологічного насильства. Поширеним проявом психологічного насильства є переслідування (сталкінг), яке найчастіше здійснюється колишніми чи нинішніми інтимними партнерами. Загалом, психологічне насильство супроводжує всі інші форми насильства, адже через них страждає психічний стан постраждалих, але воно може бути вчинене і як окрема, самостійна форма насильства за відсутності інших.

Сексуальне насильство — форма домашнього насильства, що включає будь-які діяння сексуального характеру, вчинені стосовно повнолітньої особи без її згоди, або стосовно дитини незалежно від її згоди, або в присутності дитини, примушування до акту сексуального характеру з третьою особою, а також інші правопорушення проти статевої свободи чи статевої недоторканості особи, у тому числі вчинені стосовно дитини або в її присутності. (Ст. 1 ЗУ «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07 грудня 2017 р., № 2227-VIII).

Наслідками сексуального насильства є порушення фізичного або психічного здоров'я, нанесення шкоди честі й гідності постраждалого члена сім'ї.

Економічне насильство – форма домашнього насильства, що включає умисне позбавлення житла, їжі, одягу, іншого майна, коштів чи документів або можливості користуватися ними, залишення без догляду чи піклування, перешкоджання в отриманні необхідних послуг із лікування чи реабілітації, заборону працювати, примушування до праці, заборону навчатися й інші правопорушення економічного характеру (Ст. 1 ЗУ «Про запобігання та протидію домашньому насильству» від 07 грудня 2017 р., № 2227-VIII).

Ця форма домашнього насильства означає контроль над доступом постраждалої особи до економічних ресурсів, що знижує її здатність забезпечувати себе та призводить до матеріальної (і не лише матеріальної) залежності від кривдника.

Економічне насильство може включати не лише пряму заборону працювати, але може виявлятися і в перешкоджанні спробам займати більш високу посаду, у постійних свідомих порушеннях робочого графіка особи через часті телефонні дзвінки, несподівані візити й інші прояви переслідування; заборону отримання освіти; повне або часткове витрачання грошей або заощаджень постраждалої особи, щоб обмежити наявні у неї ресурси; інші способи використання економічних ресурсів постраждалої особи, примушування до жебрацтва, трудова експлуатація.

Часто економічне насильство передує проявам інших форм домашнього насильства, оскільки кривдник розширює економічні обмеження щодо іншої особи на всі сфери життя.

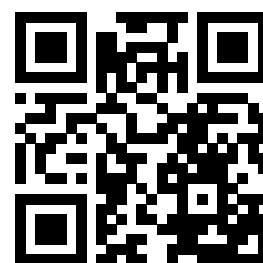
Домашнє насильство до сьогодні залишається одним із найбільш поширених і найбільш недооцінених за масштабами протиправних діянь як для чоловіків, так і для жінок.

Джерело інформації:

Протидія домашньому та ґендерно зумовленому насильству й добробут громад. Метод. посіб./за заг. ред. Кочемировська О.О. – 2020. – 64 с.

[Тут](#) ви можете знайти більше інформації про:

- національну систему запобігання та протидії домашньому насильству
- організацію міжвідомчої взаємодії у сфері надання послуг постраждалим від насильства
- підзаконні нормативно-правові акти у сфері запобігання та протидії домашньому насильству і насильству за ознакою статі в Україні.



<https://cutt.ly/hXw1aR0>

ДОДАТОК 2

Методи досліджень

Якісні методи дослідження використовуються для виявлення мотиваційних аспектів поведінки респондентів, персональних очікувань, уявлень, цінностей і т.д. Приклади:

Фокус групи (фокус групова дискусія) — групове інтерв'ю, організоване у вигляді розмови кількох респондентів (6–12 осіб), на задану інтерв'юєром-модератором тему. Комунікація відбувається переважно між самими респондентами, а модератор лише направляє розмову в потрібне русло. Метод дозволяє розкрити мотивацію людей, побачити варіанти сприйняття / ставлення до проблеми тощо. Важливо: на підставі фокус груп не можна робити кількісних висновків.

Глибинне інтерв'ю — неформалізована індивідуальна бесіда з респондентом, яка проводиться на підставі інструментарію (гайду) з переліком обов'язкових тем для обговорення. Перевага глибинним інтерв'ю надається при вивченні чутливих тем, або якщо учасників(-ць) важко зібрати для групової дискусії.

Кількісні дослідження використовуються для вивчення об'єктивних, кількісно вимірюваних характеристик поведінки людей, вони застосовуються тоді, коли необхідні точні, статистично надійні дані. Приклади:

Анкетування — письмова форма опитування, яка здійснюється, як правило, заочно, тобто без прямого і безпосереднього контакту інтерв'юєра з респондентом. Воно доцільне в двох випадках: а) коли потрібно запитати велике число респондентів за відносно короткий час, б) респонденти повинні ретельно подумати над своїми відповідями, маючи перед очима надруковані запитання.

Онлайн-опитування — це кількісний метод збору інформації, найсучасніший спосіб отримання і обробки даних. Від анкетного опитування респондентів відрізняється меншою точністю даних, так як складніше підібрати репрезентативну вибірку відповідну для опитування. Не всі категорії населення мають доступ до Інтернету і мають можливість заповнити анкету онлайн (в першу чергу це стосується старшого покоління 60+, так само мешканців сільських територій). Основними плюсами онлайн-дослідження є швидкість отримання даних і низька в порівнянні з традиційними техніками ціна.

ДОДАТОК 3

Постановка цілей за системою SMART

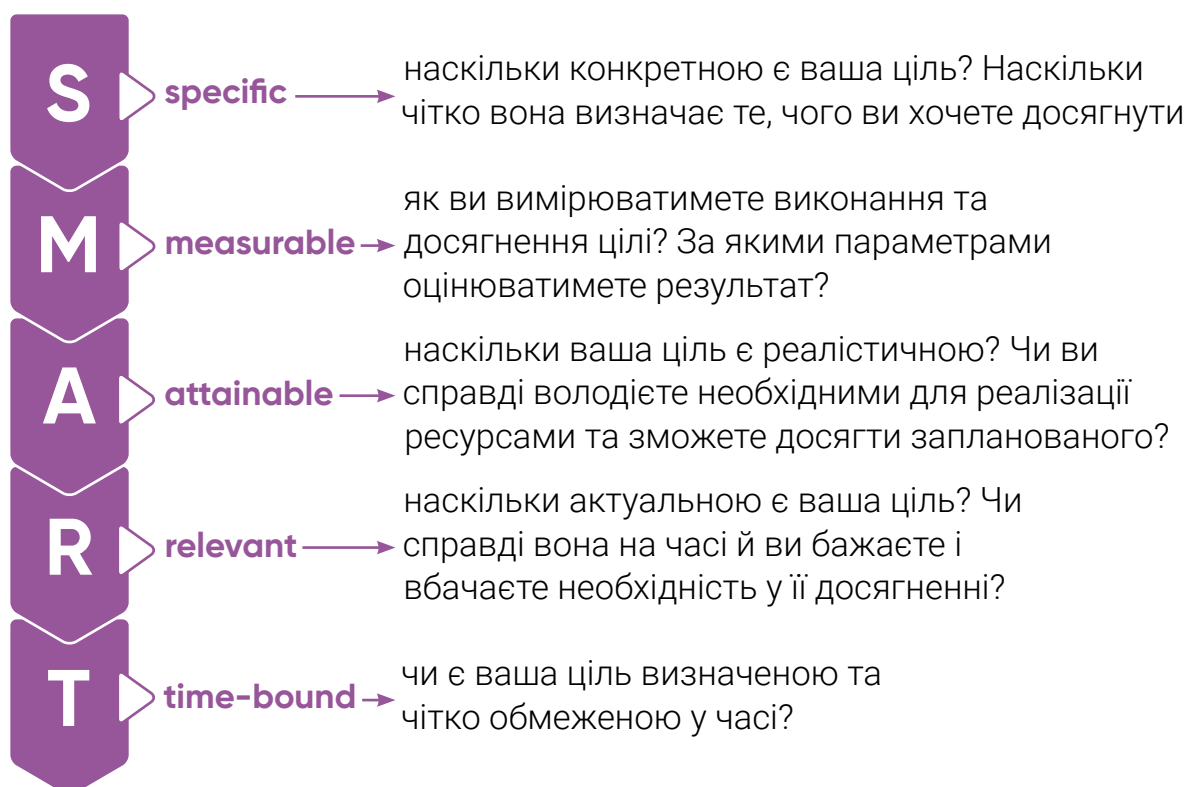
Система постановки цілей SMART — надзвичайно корисний інструмент як при роботі з коротко- та середньостроковими цілями (від 1-го тижня до 1-го місяця та від 1-го місяця до 1-го року відповідно), так і з завданнями у довгостроковій перспективі (більше 1-го року).

У випадку довгострокових цілей, оскільки бачення майбутнього буде набагато важче спланувати, можна ставити цілі—напряму руху і далі з часом коригувати та конкретизувати їх.

Важливо зазначити, що методика SMART — це передусім форма запису цілей, спосіб їхнього визначення та формулювання, а не метод досягнення. Ця методика допоможе вам планувати більш чіткі, конкретні і, що найважливіше, такі цілі, яких ви справді зможете досягнути в майбутньому.

Отже, як ставити цілі за системою SMART?

SMART — це англійська аббревіатура з 5 букв і кожна з них відповідає за характеристику вашої цілі:



Приклади:

Цілі не по SMART

- Проаналізувати проблему домашнього насильства в громаді
- Ініціювати 3 публікації в ЗМІ
- Отримати 3 млн охоплення в соціальних мережах

Цілі за системою SMART

- Разом із командою протягом найближчих 2 місяців проаналізувати не менше 3 досліджень щодо проблеми домашнього насильства, щоб визначити ключові стереотипи для використання в побудові майбутньої програми
- Протягом Етапу 2.2 ініціювати не менше 1 ефіру в місцевому радіо, 1 матеріалу зі статистикою щодо проблеми домашнього насильства та 1 сюжету на місцевому ТБ із залученням психолога, щоб підтримати публічне обговорення проблеми в громаді
- За рахунок організації промопосування з бюджетом у розмірі 10 тис. грн. і з таргетингом на населення вашого міста в соціальних мережах протягом 2 тижнів отримати охоплення 3 млн користувачів



ДОДАТОК 4

Приклад стратегії

Приклад оформлення:

Бар'єр	63% жінок вважають, що насильство є приватною справою подружжя
Ціль	до 2025 року 57% жінок вважають, що насильство є приватною справою подружжя
Аудиторія	жінки віком 25–44 роки, мешканки міста Київ, заміжні або мають партнера
Ключове повідомлення	домашнє насильство – не приватна справа. Звертатися по допомогу до спеціалізованих служб – це нормально і потрібно
Активізація	залучення лідерів громадської думки, які користуються популярністю у визначеній цільовій аудиторії
Канал комунікації	сторінки лідерів громадської думки в Instagram / Facebook
Інструмент комунікації	публікації у форматі постів та сторіс

Поради щодо розробки стратегії:

Аналіз ситуації – з якими ключовими бар'єрами ви стикаєтесь? За допомогою яких кількісних показників можна описати ці бар'єри?

Наприклад, 63% жінок вважають, що насильство є приватною справою подружжя.

Визначення цілей – як саме ви плануєте змінити ситуацію? Як це можна відобразити за допомогою кількісних показників?

Наприклад, до 2025 року 57% жінок вважають, що насильство є приватною справою подружжя.

Визначення цільових аудиторій – хто серед членів громади має отримати відповідну інформацію, щоб ситуація змінилася?

Наприклад, жінки віком 25–44 роки, мешканки міста Київ, заміжні або мають партнера.

Розробка ключових повідомлень – що саме ви хочете донести визначеним цільовим аудиторіям?

Наприклад, **домашнє насильство** — не приватна справа. Звертатися по допомогу до спеціалізованих служб — це нормально і потрібно.

Розробка активацій — як саме ви доноситиме ключові повідомлення визначеним цільовим аудиторіям?

Наприклад, шляхом залучення лідерів громадської думки, які користуються популярністю у визначеної цільової аудиторії.

Деталізація каналів та інструментів комунікації — які канали та інструменти використовуватимете для впровадження активації?

Наприклад, сторінки лідерів громадської думки в Instagram / Facebook; публікації у форматі постів та сторіс

Складання плану впровадження — протягом якого періоду відбуватиметься впровадження? Які кроки та які терміни реалізації кожного кроку?

Приклад оформлення плану впровадження:

Задача	Місяць 1			
	Тиждень 1	Тиждень 2	Тиждень 3	Тиждень 4
Скласти список лідерів думки в громаді				
Зібрати матеріали та скласти повідомлення для розсилки лідерам думки				
Розіслати звернення та інформацію всім лідерам думки зі списку				
Щодня оновлювати статус, фіксувати домовленості та дати виходу публікацій				
Розіслати звернення повторно у випадку, якщо лідер думки не виходить на зв'язок				
Провести моніторинг публікацій та зберегти посилання для звітності				
Особисто подякувати лідерам думки за публікацію та інформаційну підтримку				
Провести аналіз та оцінку результатів				

Окремо потрібно також попрацювати над тоном комунікації.

Тон комунікації – це те, як ви спілкуєтесь зі своїми цільовими аудиторіями в усіх каналах комунікації – друкованих матеріалах, публікаціях в соціальних мережах, пресрелізах в ЗМІ і т.д. Тон комунікації транслює ваші цінності та ставлення до цільових аудиторій. Його бажано зафіксувати у вашій стратегії, щоб всі члени команди могли комунікувати в єдиному стилі.

Приклад тону комунікації:

Який?	Простий	<i>без складних конструкцій та термінів, які можуть потребувати додаткового тривалого пояснення; з використанням простих речень, без жаргонізмів, сленгу, фамільярності</i>
	Дружній	<i>без зайвого пафосу, високопарних слів; як старший брат чи наставник, який може простими словами пояснити складні поняття та дати мудру пораду</i>
	Турботливий	<i>без зверхності та офіціозу; як менеджер, що піклується про послідовне та ефективно впровадження процесу та переймається емоційним станом підлеглих</i>
	Стоп-слова	<i>жертва, насильник</i>
	Альтернативні слова	<i>постраждала, кривдник</i>

Для розробки власного тону комунікації дайте відповідь на запитання нижче:

- Якби ваша організація була людиною, які риси характеру мала б? Як ставилася б до членів громади?
- Оберіть 3 слова, які найкраще охарактеризують те, як ви говорите?
- Що ми говоримо?
- Що ми не говоримо?

ДОДАТОК 5

Корисні посилання на публікації в ЗМІ

Приклади матеріалів у національних ЗМІ:

1. Деро – [Домашнє насильство: У МВС дали поради, як допомогти людині у скруті](#)
2. Факти – [Ти і так красива: як відрізнити насильство від кохання](#)
3. Українська правда – [«Боялася бути покараною». Дві історії про домашнє насильство та як від нього врятуватися](#)
4. Українська правда – [Як зрозуміти, чи почне людина вас бити за кілька років? 10 запитань до психолога про домашнє насильство](#)
5. Укрінформ – [Майже половина жертв домашнього насильства не звертаються до поліції. Дослідження](#)
6. Українська правда – [Б'є значить сяде? Домашнє насильство: кого і за що карає закон в Україні](#)
7. Детектор – [Що таке гендерно зумовлене насильство і хто від нього потерпає](#)
8. Радіо Свобода – [Міфи про домашнє насильство. Чи це проблема мало-забезпечених родин із низьким рівнем освіти?](#)
9. Українська правда – [«Через суди добились, щоб його посадили». Як захиститися від домашнього насильства юридично](#)
10. Радіо Свобода – [«Мамо, біжи, бо він тебе вб'є». Як постраждала від насильства пішла від кривдника і стала економічно незалежною?](#)
11. Дивись – [Заручники ситуації. Як домашнє насильство впливає на наших дітей](#)
12. Українська правда – [Домашнє насильство – не привід мовчати. Куди звертатися по допомогу?](#)
13. Новое время – [Не бійтесь. Як діяти потерпілим від сімейного насильства](#)

Приклади матеріалів у регіональних ЗМІ

14. Репортер – [Не жалійте кривдника. Куди звертатися на Прикарпатті у випадку домашнього насильства](#)

15. Центральноукраїнське бюро новин — [Домашнє насилля, або Якщо вам здається, що вас ображають, вам не здається](#)
16. Спецкор — [Нікуди й ні за що йти: коли в Сумах з'явиться притулок для постраждалих від домашнього насильства](#)
17. Галицький кореспондент — [Знущався зі співмешканки: прикарпатця засудили за домашнє насильство](#)
18. Суспільне (Полтавщина) — [«Це може статися будь з ким», — полтавська психологиня про домашнє насильство](#)
19. Є — [Домашнє насильство: куди звернутись за допомогою в Хмельницькому](#)
20. Терміново — [Від «не ходи сама» до «сама винна»: чому суспільство досі толерує насильство над жінками](#)

ДОДАТОК 6

Рекомендації з надання коментарів ЗМІ

Протягом впровадження програми зі зміни соціальних норм, а саме реалізації активностей в межах інформаційно-просвітницької роботи, може виникнути необхідність надавати коментарі на запити медіа.

Якщо раніше ви ніколи не спілкувались з представниками(-ицями) ЗМІ, це може бути доволі хвилююче. Утім, попередня підготовка допоможе вам суттєво, а можливо й повністю подолати страх та переживання.

Передусім важливо розуміти для якого видання чи програми й у якому контексті ви надаєте коментар — чи це ваша експертна думка щодо окремого питання, чи це оцінка дій інших осіб тощо.

Надалі уточніть у журналіста(-ки) щодо формату, в якому вам потрібно надати коментар — відповідь на запитання у письмовому вигляді, телефонна розмова чи інтерв'ю на камеру.

Перший варіант найпростіший з точки зору підготовки, адже у вас буде достатньо часу, щоб опрацювати та обдумати, що саме відповісти на запитання. Відповідайте на запитання конкретно та по суті, не використовуйте жаргонізмів, намагайтесь уникати специфічної термінології або пояснюйте її, якщо все ж таки вбачаєте необхідність у її використанні. Ілюструйте відповіді цифрами, реальними прикладами з життя, доповнюйте простими порівняннями чи метафорами (як у випадку з будинком чи фруктовим пирогом та нашою програмою). Крім того, подумайте, яку думку ви в цілому хотіли б донести відповідно до етапу, на якому ви зараз знаходитесь. Перед передачею коментаря уважно перечитайте його знову або попросіть колег перевірити на одруківки чи помилки, яких ви могли не помітити.

Другий варіант складніший, оскільки журналіст(-ка) може під час розмови ставити додаткові уточнюючі запитання і вам потрібно одразу на них реагувати та відповідати. Щоб уникнути несподіванок, попросіть журналіста поділитись попереднім списком запитань, які цікавлять. Зі свого боку підготуйте відповіді у форматі коротких тез чи розгорнутих відповідей. Дотримуйтесь рекомендацій щодо викладення думки, зазначених у першому варіанті. Під час телефонної розмови говоріть чітко, розмірено та не поспішайте.

Якщо ви ніколи раніше не спілкувались зі ЗМІ, третій варіант буде для вас найбільш хвилюючим, оскільки тут окрім вимови та темпу, потрібно додатково контролювати жести, вираз обличчя та тіло в цілому. Тож перед наданням інтерв'ю обов'язково уточніть таке:

- де саме ви надаватимете коментар — на вулиці, в студії чи в приміщенні школи, університету або спеціалізованого сервісу з надання допомоги постраждалим від домашнього насильства;
- чи будете ви сидіти чи вам потрібно буде стояти;
- куди краще дивитися — в камеру чи на журналіста(-ку).

Уникайте одягу з дрібним візерунком, у смужку чи занадто контрастних кольорів.

Під час надання коментаря або відповіді на запитання журналіста намагайтеся зберігати спокійний вираз обличчя, тримайте рівно спину та використовуйте помірну жестикуляцію для ілюстрації слів.

Перед наданням інтерв'ю підготуйте тези відповідно до рекомендацій, описаних для першого та другого варіантів.

У всіх трьох випадках обов'язково попросіть журналіста(-ку) поділитись матеріалом на попереднє узгодження перед публікацією. Якщо такої можливості немає або це випуск в ефірі радіо чи телебачення, попросіть передати посилання на опублікований з вашим коментарем матеріал, як тільки він вийде. У випадку, якщо були внесені зміни чи є неточності, сконтакуйте з журналістом(-кою) та попросіть про необхідні виправлення.



ДОДАТОК 7

Правила зображення постраждалих у ЗМІ

Згадування постраждалих у ЗМІ – це надзвичайно сенситивний процес, який потребує максимальної тактовності та розуміння того, через що довелося пройти постраждалим.

Перед будь-яким спілкуванням впевніться, що постраждалі готові говорити, відповідати на запитання та в цілому комунікувати зі ЗМІ. Отримайте від журналістів(-ок) попередній список запитань та передайте постраждалим на ознайомлення. Обов'язково проговоріть з постражданими, де саме планується вихід матеріалу та у якому форматі, уточніть, на яких умовах постраждалі готові спілкуватись – чи можна вказувати їхні імена, чи можна передавати фотографії, про які критичні моменти краще не згадувати в матеріалі, якщо такі є.

Якщо постраждала потребує повної конфіденційності та гарантій безпеки, обов'язково змініть її ім'я в матеріалі. Якщо це відеоінтерв'ю попросіть журналістів(-ок) використати ефект замилування або затемнення обличчя, а також зміни голосу.

Якщо постраждалі проти фотографій, ні в якому разі не наполягайте. Знайдіть інші зображення для ілюстрації матеріалу – абстрактні речі, вікно, руки тощо. У жодному разі не використовуйте фото дітей, які якимось чином залучені в історію насильства.

Радимо наполягати на збереженні анонімності, навіть якщо сама героїня чи герой прагнуть розкрити свою особу. Ними може керувати, до прикладу, бажання помститись кривднику, але коли емоції вщухнуть, вони можуть пошкодувати. Не кожна людина, в тому числі після травматичного досвіду, здатна раціонально оцінити ризики. Подумайте про неочевидні натяки на особу людини – обережно опишіть зовнішність і рід занять. Усі інтерв'ю і диктофонні записи тримайте під паролем, або видаляйте одразу після обробки

Якщо досвід постраждалої надзвичайно травматичний, краще проводити спілкування на базі спеціалізованого центру з надання допомоги, якщо такий є у вашому місті, або в присутності психолога(-ині).

Пам'ятайте, що людина може в будь-який час, на будь-якому етапі інтерв'ю відмовитись від публікації. Часом медіа це важко сприйняти, адже в матеріал було вкладено багато роботи, але поважайте своїх героїв і поставтесь із розумінням.

ДОДАТОК 8

Рекомендації з розробки інформаційних матеріалів

Якщо ви працюєте з проблемою домашнього насильства і плануєте створювати власні інформаційні матеріали, варто дотримуватися кількох корисних рекомендацій нижче.

По-перше, продумайте, про що саме ви створюєте інформаційний матеріал та детально опрацюйте його наповнення:

- чи не сприяють зображення або тексти стереотипізації та вкоріненню шкідливих упереджень;
- чи використовуються елементи (слова, приклади, ілюстрації), завдяки яким людина може впізнати себе та порівняти свою поведінку з наведеною;
- чи не зображені постраждалі в негативному світлі, чи не покладається на них провина;
- чи немає відвертих повчань щодо того, як варто діяти та якої поведінки потрібно дотримуватись (за виключенням інструкцій у випадку, коли людина опинилась у ролі свідка або постраждалої від домашнього насильства).

Зверніть увагу на мову, яку ви використовуєте в інформаційних матеріалах. Усі слова мають бути простими, доступними та зрозумілими для недосвіченої та необізнаної в проблемі домашнього насильства аудиторії. Специфічної термінології краще уникати або пояснювати за допомогою інформаційної довідки (релевантно для інформаційних буклетів, брошур, листівок і краще не використовувати для постерів та плакатів). Крім того, бажано використовувати позитивно або нейтрально забарвлену лексику, відмовитись від негативного контексту, нагнітання проблеми та використання слів, на кшталт, жертва, насильник, які можуть сприяти покладанню провини на постраждалу та в результаті вкоріненню шкідливого сприйняття.

Спробуйте розробити короткий слоган. Це може бути словосполучення або запитання, що заохочуватиме задуматись або мотивуватиме до безпосередньої дії. Це допоможе додатково привернути увагу до вашого інформаційного матеріалу та зацікавити аудиторію.



Тепер рекомендації щодо дизайну та ілюстрацій.

Структуруйте інформацію, виділяйте головне. Важливо, щоб ваш плакат або буклет був привабливим, а інформація, розміщена на ньому не створювала враження загроможденості та важкості.

Залишайте вільний простір на макеті, не обов'язково заповнювати все текстом, графічними елементами чи ілюстраціями.

Якщо ви створюєте макет для розміщення на зовнішніх носіях (сіті-лайти, рекламні щити, білборди), впевніться, що текст буде читабельним з великої відстані, а кількість тексту не потребує довготривалого вчитування та дослідження з боку аудиторії.

Не використовуйте забагато підкреслень, затемнень тексту, шрифтів, що можуть ускладнювати прочитання та сприйняття інформації.

Обов'язково помістіть логотип вашої організації або партнерів, що підтримують впровадження окремої активації або впровадження програми в цілому, а також номери телефонів чи вебсайти спеціалізованих служб підтримки та допомоги постраждалим (гарячі лінії, поліція, сайт кампанії «Розірви коло» тощо).

Використовуйте кольори, що органічно поєднуються між собою. Уникайте занадто контрастних відтінків або таких що є складними для друку (наприклад, неонові кольори).

Намагайтесь оформлювати всі інформаційні матеріали в єдиному стилі та дизайні. Це сприятиме побудові знання та формуванню асоціацій з вашою програмою серед членів громади, а отже, позитивно впливатиме на процеси змін. Як фірмовий стиль для оформлення ви можете використовувати варіант, розроблений для кампанії «Розірви коло» від UNFPA.

Працюючи з ілюстраціями, не використовуйте такі, що викликають страх, огиду, відразу, роздратування тощо. Уникайте зображень, що

демонструють фізичні наслідки домашнього насильства – крововиливи, синці, переломи кінцівок і т.д.

Не використовуйте ілюстрації чи графічні елементи просто так. Вони мають посилювати слоган чи ілюструвати інформацію, зазначену в матеріалі, а не відволікати увагу від головного.

Знайти більше різних прикладів та надихнутися на оформлення матеріалів ви можете на платформі [behance](https://www.behance.net).

Зручним безкоштовним онлайнним інструментом для створення дизайнів і публікації матеріалів є Canva.

Також ви можете використовувати за основу матеріали, які раніше були розроблені UNFPA, Фондом ООН у галузі народонаселення. Їх готові pdf версії та файли для редагування у графічних редакторах ви можете знайти за посиланнями:

<https://www.dropbox.com/sh/mhhk91k5ddqwpwv/AACDsk7KeZldSr4X0T2hJqG6a?dl=0>



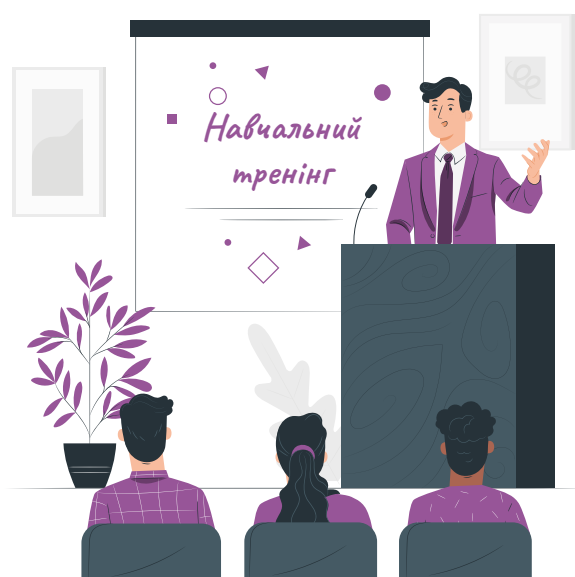
Найпопулярніші формати друківаних матеріалів:

- Постер – Формат А3, щільність 170 г/м², мелований папір, кольоровий друк з одного боку (4+0).
- Буклет – А4 в євроформаті, 2 згини, щільність від 130 до 170 г/м², кольоровий друк з обох сторін (4+4), глянцева папір або мелований папір з глянцева покриттям з обох сторін.
- Листівка / флаер – формат вільний відповідно до дизайну (наприклад, квадратний 100 x 100 мм або А5 чи А6), щільність 150 г/м², кольоровий друк з обох сторін (4+4), глянцева папір або мелований папір із глянцева покриттям з обох сторін.

ДОДАТОК 9

Базова інструкція для організації навчального тренінгу

Проведіть установчу зустріч з командою щодо тренінгу – обговоріть, що знадобиться для реалізації (на яку кількість учасників(-иць), беручи до уваги карантинні обмеження вашого регіону, розраховано тренінг; чи це виключно онлайн подія, чи наживо; якщо наживо, то яке за розміром приміщення знадобиться та що з техніки потрібно організувати (проектор, комп'ютер / ноутбук, колонки для виведення звуку тощо), а також які плануються роздаткові матеріали і чи потрібно їх заздалегідь роздрукувати тощо. Наприклад, це можуть бути інформаційні брошури та буклети від UNFPA – <https://rozirvykolo.org/materials/>



За необхідності залучіть до установчої зустрічі представників(-ць) UNFPA. Крім того, ви можете звертатися до них за матеріалами для проведення тренінгів або попросити про обмін досвідом, оскільки UNFPA зі свого боку регулярно проводить різноманітні навчальні тренінги в межах своїх програм.

Перед початком переговорів із платформою для проведення тренінгу (школа, лікарня тощо) потрібно обов'язково заручитися підтримкою вашого міського голови або представників міської адміністрації та отримати офіційний документ-рекомендацію на проведення тренінгу. При спілкуванні з міською адміністрацією ви також можете вказати, що проект з розширення можливостей та навичок викладачів відбувається в межах програми UNFPA «Міста і громади, вільні від домашнього насильства».

Узгодьте дату проведення тренінгу.

Якщо тренінг проходитиме наживо, домовтеся про місце проведення та попідкуйтеся про комфорт учасників – заплануйте частування (чай, кава,

вода) перед початком тренінгу, а також кавобрейки з фруктами, горішками або печивом для перекусу між навчальними блоками.

Створіть реєстраційну анкету в Google Forms. Приклад полів наведено нижче:

ПІБ, громадська організація (якщо планується, що долучатимуться учасники з різних громадських організацій), посада / вид діяльності, контактний номер телефону, адреса електронної пошти (обов'язково робоча!), посилання на сторінки в соціальних мережах (за наявності), чому для вас важливо пройти тренінг

або

ПІБ, назва видання, посада, контактний номер телефону, адреса електронної пошти (обов'язково робоча!), посилання на сторінки в соціальних мережах (за наявності), чому для вас важливо пройти тренінг

Якщо подія відкрита і до неї можуть долучитись усі охочі спеціаліст(к)и, доцільно створити відповідну сторінку з подією у Facebook. Розробіть макети зображень для оформлення події та публікацій, додайте описання тренінгу відповідно до теми та мети, зазначте дату, час і формат проведення, учасників(-иць), на яких розраховано тренінг, а також кількість місць, якщо передбачається обмеження. Розмістіть посилання на реєстраційну анкету — це можна зробити в описанні події, а також в окремому інформаційному пості про майбутній тренінг і важливість попередньої реєстрації для підтвердження участі.

Якщо подія закрита, наприклад для лідерів(-ок) громадської думки або журналістів та журналісток, то інформувати та розсилати запрошення потрібно особисто.

Інформуйте про проведення тренінгу на сторінках платформи (молодіжні центри, лікарні, підприємства тощо). Ініціюйте розсилку про проведення тренінгу по їхніх внутрішніх базах контактів.

Додатково розішліть інформацію про тренінг із посиланням на реєстраційну форму особистим знайомим, кому, на вашу думку, цей тренінг може бути корисним. Попросіть їх про поширення інформації.

Якщо подія відкрита і ви маєте додатковий бюджет на промопросування в соціальних мережах, налаштуйте рекламне просування (географічно таргетуйте лише мешканців вашої громади, потенційно оберіть серед інтересів ті, що відповідають інтересам учасників(-иць), наприклад, громадську діяльність, активізм, соціальні проекти або лікарська справа, лікування, пацієнти, медичний догляд тощо).

Напередодні обов'язково нагадайте про тренінг та пересвідчіться, чи зможе запрошений гість долучитися. Зв'яжіться з усіма, хто заповнив реєстраційну форму та підтвердіть їхню участь.

Якщо тренінг відбувається онлайн, у день проведення за кілька годин до старту проведіть технічну перевірку справності техніки, переконайтеся в стабільності Інтернет-з'єднання.

Якщо тренінг проводиться наживо, обов'язково організуйте фотозйомку для посткомунікації у власних соціальних мережах, а також на сторінках партнерів.

Після проведення поділіться матеріалами тренінгу та фотографіями в стрічці події на Facebook або через email-розсилку на електронні адреси учасників (електронну розсилку можна робити вручну або з використанням спеціальних інструментів, на кшталт [Mailchimp](#). При організації розсилок у разі невеликої бази адресатів, цей інструмент є безкоштовним).

Зберіть зворотній зв'язок від учасників(-иць) наживо наприкінці тренінгу, особисто розпитайте про їхні враження або проведіть анкетування. Створіть реєстраційну анкету в Google Forms з такими полями: чи сподобався вам тренінг, чи був він для вас корисним, що запам'яталося найбільше, що стало найбільш корисним, чого не вистачило, чи хотіли б ви долучатися до подібних тренінгів у майбутньому.

Орієнтовний перелік запитань:

1. Дані учасників:
2. Дата заходу
3. Ім'я
4. Вік
5. Стать
6. Місто проживання
7. Область
8. Електронна пошта
9. Оцінка тренінгу:
10. Наскільки ви погоджуєтеся з твердженням «Я отримав(-ла) нові знання й навички»? (оцінити від 1 до 10)
11. Наскільки ви погоджуєтеся з твердженням «Я знаю, як відрізнити токсичні стосунки від здорових»? (оцінити від 1 до 10)
12. Тренінг повністю виправдав мої очікування. (оцінити від 1 до 10)
13. Найбільш корисним для мене було(-ли)... (відкрите запитання)
14. Що особливо сподобалося під час тренінгу? (відкрите запитання)
15. Що не сподобалось під час тренінгу? (відкрите запитання)
16. Оцініть практичну корисність тренінгу. (оцінити від 1 до 10)

17. Я цілком задоволений(-а) роботою спікера(-ки), тренера(-ки). (оцінити від 1 до 10)

18. Я готовий(-а) рекомендувати цей тренінг своїм друзям і знайомим. (оцінити від 1 до 10)

19. Для покращення тренінгу рекомендую... (відкрите запитання)

Додайте лінк на оціночну анкету до тексту листа email-розсилки або в текст публікації з тезами та матеріалами за результатами тренінгу.

Крім того, ви можете домовитися з платформою для проведення тренінгів про подальше розміщення в них інформаційних плакатів про ознаки домашнього насильства, а також інформаційних брошур про те, що робити, якщо ви стали свідком або постраждали від насильства.

ДОДАТОК 10

Список корисних відеороликів

Ролики інформаційної кампанії “Розірви коло”:

- [Розірви коло насильства](#)
- [Розірви коло – Міфи про домашнє насильство](#)
- [Українські зірки проти домашнього насильства](#)
- [Що робити у випадку домашнього насильства](#)
- [Простими словами про домашнє насильство та гендерну рівність](#)

Ролики міжнародних кампаній:

- [Соціальна ізоляція та домашнє насильство](#)
- [Розірви коло домашнього насильства](#)
- [Що б зробив ти?](#)
- [Дзеркало](#)
- [Зупини насильство на початку](#)
- [Ми проти насильства](#)

Ролики про здорові стосунки:

- [Гайд здоровими стосунками](#)
- [\(Не\) дрібниці у стосунках](#)

Ролики про роботу програми UNFPA із запобігання та подолання домашнього і гендерно зумовленого насильства:

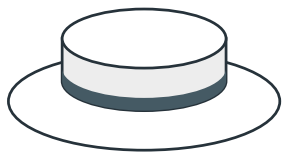
- [Як працюють сервіси для постраждалих від домашнього та/або гендерно зумовленого насильства?](#)
- [Муралі “Розірви коло”](#)
- [Як працює програма UNFPA Україна із запобігання та протидії домашнього та/або гендерно зумовленого насильства?](#)
- [Кар’єрний хаб “Розірви коло”](#)
- Більшість зазначених відеороликів, а також безліч інших ви можете додатково знайти на [YouTube-сторінці UNFPA](#).

ДОДАТОК 11

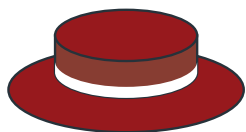
Методи проведення робочих сесій

Метод 6 капелюхів

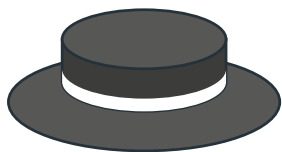
Авторство методу належить британському психологу, консультанту в області творчого мислення, письменнику Едварду де Боно. Метод передбачає розглядання проблеми під різними кутами. Так, капелюх певного кольору означає окремий режим мислення. Надягаючи його, людина у такий спосіб вмикає цей режим.



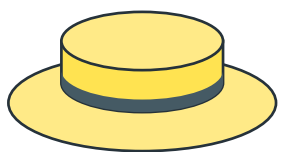
Білий капелюх використовується для презентації наявних даних, виявлення прогалин з точки зору інформації та джерел, де цю інформацію можна знайти.



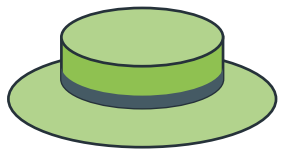
Червоний капелюх вмикає інтуїцію. Надягаючи його, людина може висловлювати внутрішні думки, здогадки, гіпотези, відчуття та враження, судження щодо проблеми в емоційній площині.



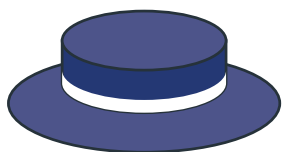
Чорний капелюх використовується для висловлення найбільш песимістичних прогнозів, конструктивної критики, потенційних ризиків та їхнього ранжування за серйозністю наслідків.



Жовтий капелюх є повною протилежністю чорному і передбачає максимально оптимістичний та позитивний погляд на проблему, виокремлення сильних сторін та переваг.



Зелений капелюх відповідає за творчість, пошук нестандартних ідей і неординарних поглядів.



Синій капелюх використовується для підбиття підсумків. Його надягає координатор процесу на початку, при постановці цілей та в кінці при завершенні роботи команди.

Учасники(-иці) по черзі приміряють капелюхи та висловлюють думки відповідно до режиму кожного з капелюхів. Таке різностороннє обговорення дозволяє сформуванню найбільш оптимального рішення.

Креативний брейнштормінг

Модератор(-ка) надає команді вступні, всю наявну інформацію та формулює мету, окреслює рішення, до якого потрібно прийти в процесі. Надалі у довільному порядку учасники(-ці) обмінюються думками та пропозиціями. Усі пропозиції фіксуються. Протягом обговорення жодна ідея не розкритикується, натомість модератор заохочує учасників обмінюватися абсолютно будь-якими думками, навіть якщо на перший погляд вони можуть бути зовсім нерелевантними.

В кінці відкритого викладення ідей модератор підбиває підсумки та пропонує розглянути ідеї й обрати одну з точок зору практичного вирішення поставленої проблеми.



ДОДАТОК 12

Рекомендації щодо відеороликів

Працюючи над концепцією відеоролику, дайте відповідь на такі запитання:

1. як герой / героїня розповідатиме про свою історію (самостійно від 1-ої особи чи відповідатиме на запитання людини, що також знаходитиметься в кадрі в як інтерв'юер)?
2. де відбуватимуться події (в студії для зйомок на однотонному фоні, приміщенні вашої благодійної організації чи на місці подій, наприклад)?
3. що відбуватиметься в кадрі (буде лише герой / героїня крупним планом, він / вона йтиме вулицею, триматиме в руках та показуватиме якісь речі, які стали ключовими в історії тощо)?
4. що говоритиме герой / героїня в кінці, як саме закликатиме до дії?

Чому потрібно додавати титрування?

Титрування необхідне, щоб суть відеоролику була зрозумілою в соцмережах, коли користувач гортає стрічку новин без звуку, а також при розміщенні в приміщеннях або локаціях, де звук не передбачений в принципі (вокзали, торгові центри, громадський транспорт тощо).

Чи обов'язково використовувати ліценційну музику?

Так, це обов'язково. Для пошуку музичної доріжки ви можете використовувати безкоштовні музичні стоки або бази платних аудіодоріжок, якщо у вас є додатковий бюджет на покупку треку для використання як музичного супроводу. Використання музики без ліцензії може призвести до заборони промопросування ваших відеороликів у соціальних мережах (Facebook, Instagram, YouTube).

Які формати використовувати?

Існують горизонтальний, вертикальний та квадратний формати відеороликів.

Горизонтальний формат (16:9 або 1280x720) найкраще підійде для розміщення на платформі YouTube, а також може бути використаний для просування в стрічці Facebook та Instagram.

Горизонтальний формат (1:1 або 1080x1080) найчастіше використовується для розміщення в стрічці Instagram.

Вертикальний формат (9:16 або 720x1280) має найбільшу практичну цінність, коли розміщення необхідне в stories в Instagram.

Якщо ж ви домовилися про розміщення відеоролика в ефірі місцевого телебачення, наприклад, як соціальної реклами, вам необхідно звернутись до представника каналу та уточнити технічні характеристики, яким має відповідати ваш відеоролик.

Якою може бути тривалість відеоролика?

Оптимальна рекомендована тривалість рекламного відеоролику становить 30-40 секунд для YouTube, а також стрічок Facebook та Instagram.

Для формату Instagram stories рекомендована тривалість – до 15 секунд.

Втім, тривалість ваших відеороликів може досягати 5, 10 і навіть 15 хв. У такому випадку для їхнього просування в соцмережах використовуйте короткі версії, так звані тизери-анонси, до 15 секунд, щоб привернути увагу користувачів та зацікавити їх переглянути відеоролик повністю.

ДОДАТОК 13

Програма з переліком активацій відповідно до етапів

Назва етапу	Активація
Етап 1 Підготовка та аналіз ситуації	<ul style="list-style-type: none"> • Проведення досліджень, оцінка результатів • Складання списків та залучення потенційних партнерів • Розробка стратегії та покрокового плану імплементації
Етап 2 Інформаційно- просвітницька робота Підетап 2.1 Актуалізація проблеми	<ul style="list-style-type: none"> • Організація матеріалів у ЗМІ • Поширення інформаційних матеріалів • Активації до 16 днів протидії насильству (підсвітка, мистецька виставка тощо)
Етап 3 Навчання громади	<ul style="list-style-type: none"> • Тренінг від UNFPA для громадських організацій та небайдужих активістів • Тренінг від UNFPA для журналістів • Тренінг від UNFPA для лідерів громадської думки • Тренінг від UNFPA для молоді в молодіжних центрах • Тренінг від UNFPA для вчителів у школах • Уроки в школах для середніх і старших класів • Навчання від поліції з реагування та правил втручання в ситуацію домашнього насильства • Навчання для представників різних секторів
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.2 Початок публічного обговорення проблеми	<ul style="list-style-type: none"> • Організація матеріалів у ЗМІ • Поширення інформаційних матеріалів • Залучення лідерів думок • Вечори соціальної реклами для молоді • Перегляд документального фільму "Розірви коло" • Соціальний експеримент "Що обереш ти?"

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва етапу	Активація
Етап 4 Громада у дії	<ul style="list-style-type: none"> • Кампанія зі збору коштів • Конкурс на розробку зображень з подальшим розміщенням макетів-переможців на зовнішніх носіях • Фестиваль соціальних проєктів у громаді з подальшим їх впровадженням • Домівки, вільні від насильства • Підписання меморандумів з представниками бізнесу щодо впровадження політик протидії домашньому насильству на робочому місці
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.3 Згуртування громади	<ul style="list-style-type: none"> • Організація матеріалів у ЗМІ • Поширення інформаційних матеріалів • Марш на підтримку постраждалих від домашнього насильства • Спільне прибирання міста • Спільне фарбування міського транспорту
Етап 5 Закріплення правильної поведінки	<ul style="list-style-type: none"> • Створення громадської організації або спілки • Профорієнтаційне навчання та працевлаштування постраждалих
Інформаційно-просвітницька робота: Підетап 2.4 Демонстрація успішного досвіду	<ul style="list-style-type: none"> • Організація матеріалів у ЗМІ • Поширення інформаційних матеріалів • Відеопроєкт “Небайдужі” • Організація премії у форматі “Людина року”

ДОДАТОК 14

План програми зі зміни соціальних норм у вашій громаді

Назва етапу	Мета	Завдання	Тривалість етапу та перелік активацій					
			6-9 місяців	6-12 місяців	12-18 місяців	12-18 місяців	від 12 місяців	
Етап 1 Підготовка та аналіз ситуації	Підготуватися до реалізації всіх наступних етапів програми	<p>Дослідити проблему домашнього насильства в громаді, визначити найбільш розповсюджені переконання, що побутують серед членів.</p> <p>Провести аналіз та скласти списки потенційних партнерів, які можуть допомогти та сприяти впровадженню активностей у майбутньому.</p> <p>Розробити чітку стратегію, скласти план дій, сформувані орієнтовний кошторис витрат.</p>	<p>Дослідження, оцінка результатів</p> <p>Складання списків та залучення потенційних партнерів</p> <p>Розробка стратегії та покрокового плану імплементації</p>					

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва етапу	Мета	Завдання	Тривалість етапу та перелік активацій				
			6-9 місяців	6-12 місяців	12-18 місяців	12-18 місяців	від 12 місяців
<p>Етап 2 Інформаційно-просвітницька робота</p> <p>Підетап 2.1 Актуалізація проблеми</p>	Актуалізувати проблему в громаді	<p>Вказати на міфи та стереотипи, соціальні норми, які сприяють тому, що домашнє насильство толерується в громаді.</p> <p>Привернути увагу до цифр, що ілюструють ситуацію в громаді;</p> <p>привернути увагу до шкідливих моделей поведінки у випадку домашнього насильства.</p> <p>Розповісти про вплив та наслідки домашнього насильства для жінок, чоловіків, дітей та громади в цілому.</p> <p>Пояснити як зміна сприйняття, відмова від застарілих стереотипів та нова поведінка покращать життя в громаді.</p>		<p>Організація матеріалів у ЗМІ</p> <p>Поширення інформаційних матеріалів</p> <p>Активації до 16 днів проти-дії насильству (підсвітка, мистецька виставка тощо)</p>			

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва етапу	Мета	Завдання	Тривалість етапу та перелік активацій				
			6-9 місяців	6-12 місяців	12-18 місяців	12-18 місяців	від 12 місяців
Підетап 2.2 Початок публічного обговорення проблеми	Ініціювати публічне обговорення проблеми (у часі етап співпадає з етапом 3 – Навчання громади)	Залучити членів громади до обговорення сам на сам та висловлення особистої думки. Надати інформацію щодо того як правильно діяти у випадку домашнього насильства (якщо ти свідок чи постраждала), як розпізнати постраждалу, куди звертатися у випадку домашнього насильства, які існують спеціалізовані служби підтримки та допомоги у вашій громаді.			Організація матеріалів у ЗМІ Поширення інформаційних матеріалів Залучення лідерів думок Вечори соціальної реклами для молоді Перегляд документального фільму "Розірви коло" Соціальний експеримент "Що обереш ти?"		
Підетап 2.3 Згуртування громади	Показати згуртованість громади (у часі етап співпадає з етапом 4 – Громада у дії)	Актуалізувати питання колективної відповідальності громади за вирішення проблеми домашнього насильства. Залучити громаду до створення та авторства в інформаційних активностях.				Організація матеріалів у ЗМІ Поширення інформаційних матеріалів Марш на підтримку постраждалих від домашнього насильства Спільне прибирання міста Спільне фарбування міського транспорту	

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва етапу	Мета	Завдання	Тривалість етапу та перелік активацій				
			6-9 місяців	6-12 місяців	12-18 місяців	12-18 місяців	від 12 місяців
Підетап 2.4 Демонстрація успішного досвіду	Показати успішні приклади інших (у часі етап співпадає з етапом 5 – Закріплення правильної поведінки)	Надати приклади альтернативної поведінки та варіантів здорового вирішення проблем у стосунках. Продемонструвати успішні приклади зміни поведінки (і свідків, і постраждалих). Підтвердити, що зміни можливі.					Організація матеріалів у ЗМІ Поширення інформаційних матеріалів Відеопроєкт "Небайдужі" Організація премії у форматі "Людина року"
Етап 3 Навчання громади	Надати членам громади необхідні навички для підтримки нової поведінки	Надати практичні знання окремим членам громади щодо того, як можна запобігти домашньому насильству. Підготувати окремих членів громади до дії проти домашнього насильства. Надихнути окремих членів громади сприяти та самостійно поширювати корисні зміни для подолання домашнього насильства в майбутньому.			Тренінг від UNFPA для громадських організацій та небайдужих активістів Тренінг від UNFPA для журналістів Тренінг від UNFPA для лідерів громадської думки Тренінг від UNFPA для молоді в молодіжних центрах Тренінг від UNFPA для вчителів у школах Уроки в школах для середніх і старших класів Навчання від поліції з реагування та правил втручання в ситуацію домашнього насильства Навчання для представників різних секторів		

Див. продовження таблиці на наступній сторінці

Назва етапу	Мета	Завдання	Тривалість етапу та перелік активацій				
			6-9 місяців	6-12 місяців	12-18 місяців	12-18 місяців	від 12 місяців
Етап 4 Громада у дії	Згуртувати громаду	Об'єднати окремих активних членів громади заради спільної мети. Ініціювати активації, в яких громада демонструє єдність, фокусується на спільному вирішенні проблеми та готова разом впроваджувати дії задля подолання домашнього насильства.				Кампанія зі збору коштів Конкурс на розробку зображень з подальшим розміщенням макетів на зовнішніх носіях Фестиваль соціальних проєктів у громаді з подальшим їх впровадженням Оселі, вільні від насильства Підписання меморандумів із представниками бізнесу щодо впровадження політик протидії домашньому насильству на робочому місці	
Етап 5 Закріплення правильної поведінки	Забезпечити сталість нової поведінки	Стимулювати членів громади дотримуватись нової правильної поведінки. Впровадити систему винагород, яка мотивуватиме членів громади продовжувати працювати над покращенням ситуації, подоланням і попередженням проблеми домашнього насильства в майбутньому.					Створення громадської організації або спілки Профориєнтаційне навчання та працевлаштування постраждалих

ДОДАТОК 15

Приклади таблиць для моніторингу та оцінки ефективності

Приклад таблиці для оцінки результатів

Показник	Базове значення	Етап оцінки 1	...	Етап оцінки 5	Ціль
% членів громади, які вважають, що фізичне насильство чоловіка проти жінки можна виправдати	28%	27%		25%	24% до 2025 року
% членів громади, які поінформовані про програму	0%	30%		70%	70% до 2025 року

Приклад таблиці для моніторингу публікацій у ЗМІ

№ п/п	Заголовок	Назва видання	Посилання	Охоплення видання	Коментарі
1	Домашнє насильство: У МВС дали поради, як допомогти людині у скруті	Depo	https://news.depo.ua/ukr/news/domashne-nasilstvo-u-mvs-dali-poradi-yak-dopomogti-lyudini-u-skru-ti-202202061421175	1,6 млн	

ДОДАТОК 16

Додаткові запитання для проведення зустрічей з оцінки ефективності

1. Чи змінилася думка в громаді щодо серйозності проблеми домашнього насильства? Яким чином?
2. Чи почали про домашнє насильство говорити більше? Чи вдалося вам викликати інтерес до проблеми серед різних представників вашої громади?
3. Чи довелося вам стикатися з негативом протягом реалізації активацій? Як ви з ним боролися? Чи було це ефективно?
4. Як реагують на вашу діяльність представники міської адміністрації, інші громадські організації та активісти, представники бізнесу та інших секторів у вашій громаді?
5. Чи мотивовані члени вашої команди для реалізації подальших етапів програми? Чи готові приділяти своїй діяльності стільки ж часу?
6. Чи вдалося вам завдяки активації додатково залучити партнерів чи отримати схвалення представників громади, якого ви не планували перед початком реалізації?
7. Чи вдалося вам залучити волонтерів? Чи виявили представники громади бажання долучитися і допомагати вам з подальшим впровадженням та реалізацією активацій?
8. Чи задоволені ви ходом реалізації та впровадження програми? Наскільки і чому?
9. Чи вдалося вам заохотити окремих представників вашої громади та змотивувати їх до створення власних ідей та проєктів з метою попередження домашнього насильства?
10. Чи змінилися упередження у вашій громаді щодо домашнього насильства? Яким чином?
11. Чому ви навчилися протягом впровадження окремих активацій, етапів та програми в цілому? Які висновки для себе зробили?
12. Які ваші найбільші та найсуттєвіші досягнення в межах кожного окремого етапу та програми в цілому?
13. Чи вдалося вам досягти змін в політиках та ініціювати інституційні покращення, чи вдалося вирішити нагальні інфраструктурні проблеми щодо домашнього насильства в громаді?

ДЖЕРЕЛА

1. Shifting social norms to tackle violence against women and girls (VAWG), DFID Guidance Notes, January 2016, UKAID
2. Violence Against Women Prevalence Estimates, WHO, 2018
3. Добробут та безпека жінок у 2019 р., ОБСЄ
4. Ставлення громадян до ГЗН та домашнього насильства у 2019 –2021 рр., UNFPA
5. Fostering behavior change to prevent violence against women, UN Women, December 2021
6. The SASA! Activist Kit for Preventing Violence against Women and HIV
7. Everybody wants to belong, A practical guide to tackling and leveraging social norms in behavior change programming, UNICEF, May 2019
8. Mobilising Communities to Prevent Domestic Violence, Raising Voices, 2003

