

PR 4 - Ανάπτυξη Ικανοτήτων των Ομοίων σε Στρατηγικές Πολλαπλασιασμού και Δικτύωσης



**Οδηγός για τη Δικτύωση και την
Καμπάνια για την Πρόληψη και την
Εξάλειψη της Έμφυλης Βίας**



Οδηγός για τη Δικτύωση και την Καμπάνια για Πρόληψη και την Εξάλειψη της Έμφυλης Βίας



Το έργο MARIPOSA αποσκοπεί στη δημιουργία εργαλείων και προσεγγίσεων για την υποστήριξη των γυναικών που πλήττονται από την έμφυλη βία και στην ανάπτυξη νέων προοπτικών για την αποφυγή του κινδύνου κοινωνικού αποκλεισμού και της φτώχειας. Τα εργαλεία MARIPOSA υποστηρίζουν τις γυναίκες αυτές ώστε να αποκτήσουν μεγαλύτερη επίγνωση των ανθυγιεινών σχέσεων και καταστάσεων, πριν και μετά την αναζήτηση επαγγελματικής βοήθειας. Περισσότερες πληροφορίες μπορείτε να βρείτε στη διεύθυνση <https://mariposaproject.eu/>.

Τα εργαλεία πρέπει να χρησιμοποιούνται από τις γυναίκες μόνες τους. Θα τις βοηθήσουν να αποκτήσουν μεγαλύτερη διαύγεια για τα συναισθήματα και τις σκέψεις τους, τους μελλοντικούς τους στόχους και να ενδυναμωθούν οι ίδιες και η λήψη αποφάσεων στο μέλλον. Θα βοηθήσουν επίσης στον καθορισμό προληπτικών μέτρων για την αποφυγή επανάληψης των εκθέσεων σε κινδύνους.

Είναι σημαντικό να βρίσκονται σε μια συναισθηματικά και κοινωνικά ασφαλή κατάσταση και να γνωρίζουν ότι σε περίπτωση που χρειαστούν πρόσθετη επαγγελματική βοήθεια θα πρέπει να αναζητήσουν αυτή τη βοήθεια.

Με τον παρόντα οδηγό προσφέρουμε ένα ολοκληρωμένο βοήθημα σε όσες επιδιώκουν να συμμετάσχουν πιο ενεργά στον αγώνα για την καταπολέμηση του επίμονου ζητήματος της έμφυλης βίας και την ευαισθητοποίηση σχετικά με το φαινόμενο αυτό.

Στόχοι του παρόντος οδηγού

- Να καθοδηγήσει τις όμοιες και τις υποστηρίκτριες στην ενθάρρυνση της ενδυνάμωσης των γυναικών που πλήττονται από την έμφυλη βία
- Πώς να μιλάς, να δημιουργείς σταθερά δίκτυα και να πολλαπλασιάζεις τα μηνύματα κατά της έμφυλης βίας
- Πώς να σχεδιάσεις μια καμπάνια ευαισθητοποίησης για την πρόληψη και την καταπολέμηση της έμφυλης βίας

Ποια μπορεί να χρησιμοποιήσει αυτόν τον οδηγό

Όποια θέλει να κάνει καμπάνια ή να ευαισθητοποιήσει τους/τις πολίτες κατά της έμφυλης βίας. Είτε σκέφτεσαι να ξεκινήσεις να ενεργείς μεμονωμένα είτε ανήκεις σε μια μικρή οργάνωση, εδώ θα βρεις όλα όσα χρειάζεσαι για να ενώσεις τις προσπάθειές σου για τον τερματισμό της έμφυλης βίας!

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ. Τι είναι η έμφυλη βία;	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Συμμετοχή στον Αγώνα	5
Δικτύωση κατά της Έμφυλης Βίας	
1. Μπες στη διαδικασία! Στρατηγικές για την ατομική κινητοποίηση κατά της έμφυλης βίας	5
• Σκέψου πριν Δράσεις	9
• Ανάλαβε Δράση!	
2. Ενώνουμε τα Χέρια. Στρατηγικές δικτύωσης για μικρές οργανώσεις	11
• Γιατί είναι σημαντικό να Δικτυωθείς;	11
1. Οργανωτική Αυτοαξιολόγηση	11
2. Χαρτογράφηση	13
3. Προσεγγίζοντας	13
4. Δημιουργία Συμμαχιών και Συνεργειών	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ενίσχυσε τη φωνή σου.	14
Πώς να δημιουργήσεις μια καμπάνια ευαισθητοποίησης για την έμφυλη βία	
• Γιατί είναι σημαντικό να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με την έμφυλη βία;	14
• Γνώρισε τον εαυτό σου	14
1. Τι θέλεις να επιτύχεις με αυτή την καμπάνια;	15
2. Ποιον/α θέλεις να προσεγγίσεις μέσω της καμπάνιας;	16
3. Σε ποιους πόρους μπορείς να βασιστείς;	17
4. Ποιους/ες θέλεις να εμπλέξεις στην καμπάνια;	18
5. Τι θέλεις να επικοινωνήσεις στην ομάδα-στόχο σου;	19
6. Πώς θέλεις να επικοινωνήσεις το μήνυμά σου στο κοινό-στόχο;	20
• Από την Ιδέα στην Υλοποίησή της: Δημιουργία ενός Σχεδίου Δράσης	22
• Αξιολόγηση και παρακολούθηση	24
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	26
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β. ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΩΝ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΕΜΦΥΛΗΣ ΒΙΑΣ	42



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ. Τι είναι η έμφυλη βία;

Η **έμφυλη βία** ορίζεται ως: η βία που στρέφεται κατά ενός ατόμου λόγω του φύλου του ή η βία που πλήττει δυσανάλογα τα άτομα ενός συγκεκριμένου φύλου*.

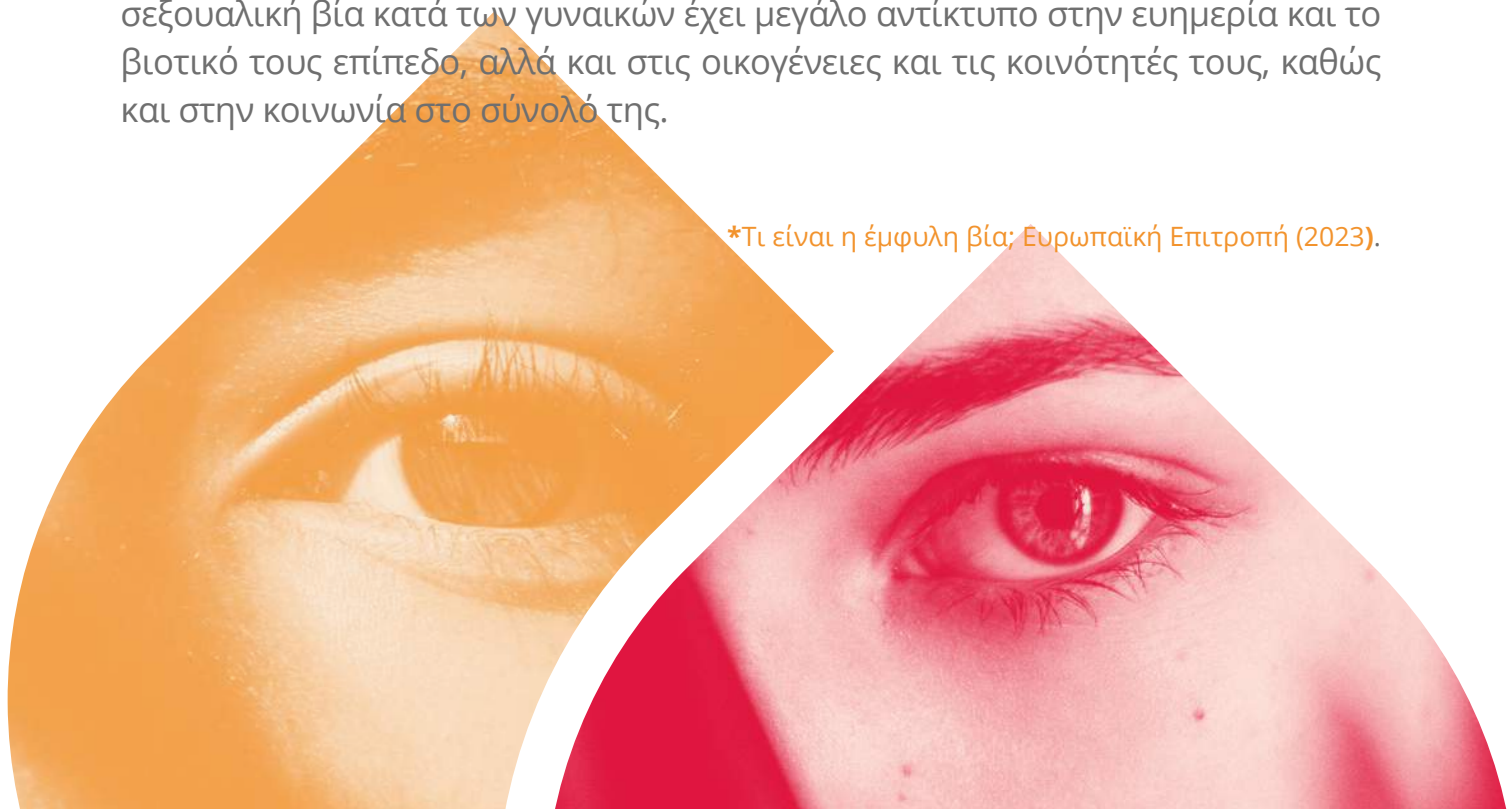
Η έμφυλη βία και η βία κατά των γυναικών αποτελούν παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και μορφή διάκρισης και περιλαμβάνουν όλες τις πράξεις που έχουν ως αποτέλεσμα ή είναι πιθανό να έχουν ως αποτέλεσμα σωματικές, σεξουαλικές και ψυχολογικές βλάβες και πόνο για τις γυναίκες.

Η έμφυλη βία μπορεί να έχει πολλές μορφές:

- Ενδοοικογενειακή βία
- Οικονομική βία
- Παρενοχλητική παρακολούθηση (stalking)
- Σωματική βία
- Σεξουαλική βία
- Παρενόχληση λόγω φύλου
- Διαδικτυακή βία
- Αναγκαστικός γάμος
- Ακρωτηριασμός των γυναικείων γεννητικών οργάνων

Η έμφυλη βία μπορεί να πλήξει άτομα όλων των ηλικιών και φύλων, αλλά συχνά είναι αλληλένδετη με καταστάσεις άνισης θέσης και τοξικών σχέσεων. Πολλοί άνθρωποι, ιδίως γυναίκες, υποφέρουν από δομική βία που εκδηλώνεται ως φτώχεια, αδύναμα δίκτυα υποστήριξης και ελλιπείς κοινωνικούς πόρους. Αυτό τις καθιστά πιο πιθανό να αντιμετωπίσουν ενδοοικογενειακή και σεξουαλική βία και πιο δύσκολο να ξεφύγουν από αυτήν. Το σύστημα (βιολογικού και κοινωνικού) φύλου, η συναισθηματική εξάρτηση και η κανονικοποίηση της βίας, δυσχεραίνουν τον εντοπισμό της δυναμικής της εξουσίας και τη διάσπαση του κύκλου της βίας. Η ενδοοικογενειακή και η σεξουαλική βία κατά των γυναικών έχει μεγάλο αντίκτυπο στην ευημερία και το βιοτικό τους επίπεδο, αλλά και στις οικογένειες και τις κοινότητές τους, καθώς και στην κοινωνία στο σύνολό της.

*Τι είναι η έμφυλη βία; Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2023).





ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Συμμετοχή στον Αγώνα. Δικτύωση κατά της Έμφυλης Βίας

1. Μπες στη διαδικασία! Στρατηγικές για την ατομική κινητοποίηση κατά της έμφυλης βίας.

ΣΚΕΨΟΥ ΠΡΙΝ ΔΡΑΣΕΙΣ

1. Γιατί θέλω να εμπλακώ;

Η κατανόηση των κινήτρων σου και του γιατί θέλεις να αφιερώσεις το χρόνο και τους πόρους σου στον αγώνα κατά της έμφυλης βίας, σε οποιαδήποτε μορφή της, είναι κάτι που θα καθοδηγήσει κάθε προσπάθεια που θα κάνεις και θα σε βοηθήσει να πάρεις καλύτερες αποφάσεις, να αποκτήσεις προοπτική, να δράσεις με ενσυναίσθηση και να είσαι πιο δημιουργική.

2. Τι γνωρίζω για την έμφυλη βία;

Δε χρειάζεται να είσαι ειδική στο θέμα, αλλά πρέπει να κατανοήσεις την πολυπλοκότητά του, προκειμένου να έχεις μια καλά ενημερωμένη θέση που θα σου επιτρέπει να συνεισφέρεις και να αισθάνεσαι άνετα με αυτό.

Σου προτείνουμε να αναζητήσεις πρώτα πληροφορίες σχετικά με την πραγματικότητα της έμφυλης βίας, ειδικά στο τοπικό σου πλαίσιο. Μπορείς να το κάνεις απλά ψάχνοντας στο διαδίκτυο και διαβάζοντας για το θέμα.

Στο τέλος αυτού του οδηγού, έχουμε προσθέσει ορισμένες προτεινόμενες πηγές που μπορεί να σε βοηθήσουν, αλλά υπάρχουν πολλές πηγές στο διαδίκτυο στις οποίες μπορείς να βασιστείς. Προχώρα και ρίξε μια ματιά!

3. Σε ποιο επίπεδο θέλω/μπορώ να εμπλακώ;

Τώρα που γνωρίζεις το εύρος του ζητήματος, από πού να ξεκινήσεις; Μην πανικοβάλλεσαι. Ο ακτιβισμός δε χρειάζεται να καταλάβει τη ζωή σου και δε χρειάζεται να είναι η προτεραιότητά σου. Το να εμπλακείς με οποιονδήποτε τρόπο συμβάλλει στην υποστήριξη και προώθηση ουσιαστικών σκοπών.

Το επίπεδο δέσμευσης που μπορείς να επιτύχεις εξαρτάται από τους πόρους σου και τον τρόπο με τον οποίο θέλεις να τους χρησιμοποιήσεις.

Σκέψου:

- **Τι πόρους έχω;**

Ο χρόνος και τα χρήματα είναι οι κύριοι πόροι που πρέπει να σκεφτείς. Αν έχεις άφθονο ελεύθερο χρόνο, ίσως θελήσεις να εμπλακείς περισσότερο και να είσαι παρούσα, ενώ αν δεν υπολογίζεις σε αυτή την επιλογή, ίσως θελήσεις να κάνεις δωρεές σε κάποιες πρωτοβουλίες, που είναι επίσης ένας σημαντικός τρόπος υποστήριξης των προσπαθειών κατά της έμφυλης βίας.

- **Πώς θέλω να συνεισφέρω;**

Αφού έχεις μια σαφή ιδέα για τους πόρους σου, ίσως θελήσεις να σκεφτείς πώς θα τους χρησιμοποιήσεις. Θα πρέπει επίσης να σκεφτείς αν επιθυμείς μια μακροπρόθεσμη συμμετοχή ή αν θέλεις απλώς να βοηθήσεις σε μια συγκεκριμένη στιγμή.

Εάν έχεις χρόνο:

Σκέψου αν προτιμάς να συμμετάσχεις αυτοπροσώπως, παρακολουθώντας διαδηλώσεις, συμμετέχοντας σε μια τοπική ομάδα υποστήριξης ή ακόμη και εθελοντικά σε μια ένωση- ή αν προτιμάς να συμμετέχεις διαδικτυακά. Τα τελευταία χρόνια, πολλές συλλογικότητες και οργανώσεις έχουν προσαρμοστεί στις νέες τεχνολογίες και έχουν αρχίσει να διοργανώνουν σεμινάρια, εκδηλώσεις και συνέδρια μέσω διαδικτύου, οπότε μπορεί να είναι και αυτή μια επιλογή.

Εάν έχεις χρήματα:

- Αν εξακολουθείς να θέλεις να συμμετάσχεις, αλλά ο ελεύθερος χρόνος σου είναι περιορισμένος, μπορείς να σκεφτείς να κάνεις δωρεά σε μια ένωση, συλλογικότητα ή πρωτοβουλία που μάχεται κατά της έμφυλης βίας.
- Σου προτείνουμε, πριν κάνεις δωρεά, να ενημερωθείς για το τι κάνει αυτός ο φορέας, ποια είναι η θέση του στις διάφορες πτυχές της έμφυλης βίας και με ποιους συνεργάζεται. Η έμφυλη βία έχει γίνει ένα πολύ δημοφιλές και επίκαιρο θέμα τον τελευταίο καιρό και το διαδίκτυο αντιμετωπίζει κάποιους κινδύνους απάτης. Να είσαι λοιπόν σίγουρη για την αξιοπιστία των πηγών που συμβουλεύεσαι και σε ποιον στέλνεις τα χρήματά σου.

Αν δεν έχεις κανένα από αυτά, μην ανησυχείς:

→ **Οι προσωπικές μας επιλογές είναι πολιτική.** Οι προσωπικές μας επιλογές επηρεάζουν εμάς και τους άλλους. Μπορείς να προσπαθήσεις να ενσωματώσεις τις προσπάθειές σου κατά της έμφυλης βίας στην καθημερινή σου ζωή, κάνοντας τα εξής:

- **Εκπαιδεύοντας** τον εαυτό σου και τους γύρω σου.
- **Αμφισβητώντας** τον σεξισμό, τον μισογυνισμό, την ομοφοβία, την τρανσφοβία, τον ρατσισμό, τον ταξισμό, την αναπηροφοβία και άλλες μορφές καταπίεσης και διακρίσεων όποτε τις συναντάς. Μπορείς να μιλήσεις, να παρέμβεις, να καταγγείλεις ή να υποστηρίξεις τα θύματα τέτοιων πράξεων.
- Με το να σέβεσαι και να **γιορτάζεις την ποικιλομορφία** των εμπειριών και των ταυτοτήτων των γυναικών. Μπορείς να ακούς και να μαθαίνεις από γυναίκες με διαφορετικό υπόβαθρο και εμπειρίες και να αποφεύγεις να κάνεις υποθέσεις ή κρίσεις με βάση στερεότυπα.
- **Εξασκώντας την αυτοφροντίδα και την αυτοαγάπη** ως μορφή αντίστασης κατά των πατριαρχικών προτύπων που υποτιμούν το σώμα, το μυαλό και τα συναισθήματα των γυναικών. Μπορείς να φροντίζεις τη σωματική και ψυχική σου υγεία, να εκφράζεις τα συναισθήματα και τις ανάγκες σου, να θέτεις όρια και να κυνηγάς τα πάθη και τα όνειρά σου.

→ **Το να μοιραζόμαστε είναι φροντίδα.** Ακόμη και αν δεν μπορείς να συμμετάσχεις στις πρωτοβουλίες άλλων συλλογικοτήτων, μπορείς πάντα να μοιραστείς τις προσπάθειές τους στα προφίλ σου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με αυτόν τον τρόπο, συμβάλλουμε στο να δώσουμε προβολή

→ στον αγώνα κατά της έμφυλης βίας.

Υπόγραψε κάποιο ψήφισμα. Η υπογραφή ψηφισμάτων είναι ένας χρήσιμος τρόπος για να εκφράσεις τη γνώμη σου και να υποστηρίξεις έναν σκοπό που σε ενδιαφέρει. Βοηθά επίσης τις οργανώσεις στη διάδοση των δράσεών τους και στη δημιουργία δικτύων υποστηρικτών που μπορούν να κινητοποιηθούν για περαιτέρω δράση, όπως δωρεές, εθελοντισμό, καμπάνιες ή διαμαρτυρίες.

- **Τι αισθάνομαι άνετα να κάνω;**

Το πώς θέλεις να συμβάλλεις στον αγώνα εξαρτάται επίσης από το τι αισθάνεσαι άνετα να κάνεις.

Η έμφυλη βία είναι κάτι που αφορά όλους τους ανθρώπους μιας κοινωνίας, ιδίως τις γυναίκες, και που μπορεί να έχει πολύ περίπλοκες πραγματικότητες, στις οποίες μπορείς να δεις τον εαυτό σου ή τους κοντινούς σου ανθρώπους να εκπροσωπούνται. Το να έχεις επίγνωση του επιπέδου και των όψεων της βίας δεν είναι πάντα εύκολο.

Αν δεν μπορείς να βοηθήσεις τον εαυτό σου, δεν θα μπορέσεις να βοηθήσεις τους άλλους. Έτσι, η συμβουλή μας είναι: φρόντισε τον εαυτό σου, βεβαιώσου ότι βρίσκεσαι σε σταθερή και ασφαλή θέση, θέσε τα δικά σου όρια και αποφάσισε τι αισθάνεσαι άνετα να κάνεις και σε ποιους χώρους.

Όταν εντάσσεσαι σε άλλες πρωτοβουλίες ή οργανώσεις, είναι σημαντικό να αισθάνεσαι άνετα και να ευθυγραμμίζεσαι με τις αξίες και τον τρόπο δράσης τους.

Υπάρχουν ορισμένες οργανώσεις που δημιουργούν μη μικτούς χώρους (μπορούν να συμμετέχουν μόνο γυναίκες) για να προσφέρουν ασφάλεια σε εκείνες τις γυναίκες που δεν αισθάνονται άνετα, προσωπικά ή ιδεολογικά, με τη συμμετοχή των ανδρών σε αυτά τα θέματα. Σου προτείνουμε να προβληματιστείς πάνω σε αυτό το θέμα και να πάρεις τη θέση με την οποία αισθάνεσαι πιο άνετα.



ΑΝΑΛΑΒΕ ΔΡΑΣΗ

Τώρα που έχεις προβληματιστεί σχετικά με την κατάστασή σου και τον τρόπο με τον οποίο θέλεις να συμβάλλεις στην υποστήριξη των γυναικών που πλήττονται από την έμφυλη βία, μπορείς να αρχίσεις να αναζητάς ενώσεις ή πρωτοβουλίες στις οποίες μπορείς να συμμετάσχεις.

1. Αναζήτηση σε τοπικό επίπεδο

Η πρώτη συμβουλή είναι να ψάξεις στο τοπικό σου πλαίσιο. Μπορείς να ξεκινήσεις ρωτώντας ανθρώπους γύρω σου, ψάχνοντας στο διαδίκτυο ή ρωτώντας σε τοπικά κέντρα.

Ενεργώντας στο τοπικό σου πλαίσιο, θα έχεις μεγαλύτερη δύναμη να δράσεις και να αλλάξεις την τοπική σου πραγματικότητα, όπου οι προσπάθειές σου είναι πραγματικά απαραίτητες. Η επικέντρωση στη διεθνή διάσταση της έμφυλης βίας, ακόμη και αν είναι ενθαρρυντική και βοηθά να γνωρίσουμε την παγκόσμια πραγματικότητα των γυναικών σε όλο τον κόσμο, μπορεί να είναι συντριπτική. Επιπλέον, η έμφυλη βία έχει πολλά πρόσωπα και είναι πολιτισμικά και κοινωνικά διαφορετικά ανάλογα με το πλαίσιο.

Πού;

- Σε κάθε χώρα υπάρχουν κάποιοι **δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς σε τοπικό επίπεδο** (Centri Antiviolenza στην Ιταλία, Centros de atención a las mujeres στην Ισπανία, κ.λπ.) στους οποίους μπορείς να απευθυνθείς για να ενημερωθείς για τις δραστηριότητες που προτείνουν και μοιράζονται.
- Πολλές εθνικές και διεθνείς οργανώσεις διατηρούν επίσης εστιασμένα τοπικά τμήματα (π.χ. Διεθνής Αμνηστία), όπου μπορείς να συνεισφέρεις.
- Τα Πανεπιστήμια ορισμένων χωρών έχουν επίσης ειδικές ενώσεις αφιερωμένες στην έμφυλη βία ή σε φεμινιστικές πρωτοβουλίες.

Συμβουλές:

- Τα τελευταία χρόνια, οι οργανώσεις και οι συλλογικότητες έχουν γίνει πιο δραστήριες στο σχεδιασμό εκδηλώσεων, ειδικά διαδηλώσεων, κατά τη διάρκεια ειδικών ημερομηνιών όπως η 8η Μαρτίου (Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας). - Νοεμβρίου (Διεθνής Ημέρα για την Εξάλειψη της Βίας κατά των Γυναικών). Πιθανόν να βρεις περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το θέμα όσον αφορά αυτές τις ημερομηνίες.
- Αν δεν μπορείς να βρεις μια συγκεκριμένη πρωτοβουλία ή οργάνωση που εργάζεται κατά της έμφυλης βίας στο τοπικό σου πλαίσιο και έχεις όρεξη, μπορείς επίσης να δημιουργήσεις τη δική σου πρωτοβουλία. Ωστόσο, η διαδικασία αυτή απαιτεί εξαιρετική προσπάθεια και υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα στο να ενταχθείς σε μια υπάρχουσα πρωτοβουλία.

Κάνε έναν κατάλογο με σχετικούς φορείς:

2. Μπες στη διαδικασία.

Σε αυτό το σημείο έχεις όλα όσα χρειάζεσαι για να αναλάβεις δράση.

Τηλεφώνησέ τους ή στείλε τους μήνυμα, πήγαινε να τους συναντήσεις, γνώρισε το έργο τους και σκέψου πώς μπορείς να συμβάλλεις και να υποστηρίξεις τις προσπάθειές τους για την πρόληψη και την καταπολέμηση της έμφυλης βίας.

Κάθε προσπάθεια που θα κάνεις, όσο μικρή ή μεγάλη κι αν είναι, θα είναι ένα ακόμη βήμα προς τη σωστή κατεύθυνση!

Συμβουλή:

- Φρόντισε να επιλέξεις την πρωτοβουλία/οργάνωση που ταιριάζει περισσότερο σε εσένα, τη στάση σου, τους πόρους σας και τις προθέσεις σου. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο ο προβληματισμός πριν είναι τόσο σημαντικός.

3. Ενημερώσου διαρκώς.

Δε σταματάμε ποτέ να μαθαίνουμε. Σου προτείνουμε να παρακολουθείς συνεχώς τις τελευταίες εξελίξεις στο θέμα: διάβασε άρθρα, ακολούθησε σελίδες στο Instagram/Facebook που ευαισθητοποιούν για το θέμα. Έτσι, μπορείς να συνεχίσεις να μαθαίνεις τρόπους για να συμβάλλεις σε αυτή την πραγματικότητα και να συνεχίσεις να προβληματίζεσαι σχετικά με το θέμα και τη θέση σου σχετικά με αυτό.





2. Ενώνουμε τα Χέρια. Στρατηγικές δικτύωσης για μικρές οργανώσεις.

.....ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ ΝΑ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΣ;.....

Η συμμετοχή σε μια προϋπάρχουσα πρωτοβουλία ή δίκτυο, είτε ενεργείς μόνη σου είτε ανήκεις σε μια μικρή οργάνωση, μπορεί να σε βοηθήσει:

- Να μάθεις από την εμπειρία και την τεχνογνωσία άλλων που ασχολούνται με το θέμα εδώ και πολύ καιρό.
- Να συνδεθείς με άλλους ανθρώπους που μοιράζονται το πάθος και τη δέσμευσή σου για τον τερματισμό της βίας κατά των γυναικών.
- Να ενισχύσεις τη φωνή και τον αντίκτυπό σου, ενώνοντας τις δυνάμεις σου με μια μεγαλύτερη και πιο διαφορετική ομάδα ανθρώπων.
- Να έχεις πρόσβαση σε περισσότερους πόρους και υποστήριξη (χρηματοδότηση, κατάρτιση, πληροφορίες και δεδομένα) που μπορούν να σε βοηθήσουν να επιτύχεις τους στόχους σου.
- Να γίνεις μέρος ενός παγκόσμιου κινήματος, ενισχύοντας όλες τις προσπάθειες για τον τερματισμό όλων των μορφών έμφυλης βίας.

1. Οργανωτική Αυτοαξιολόγηση

Όπως και στην ατομική κινητοποίηση, ένα από τα πρώτα βήματα είναι να έχεις επίγνωση των αξιών του οργανισμού σου.

- *Τι πρεσβεύετε;*
- *Ποιοι είναι οι στόχοι και οι αρχές σας;*
- *Πώς ευθυγραμμίζονται με τα παγκόσμια και εθνικά πλαίσια και πρότυπα για την έμφυλη βία;*

Ένα άλλο σημαντικό βήμα είναι να προβληματιστείτε συλλογικά σχετικά με τους πόρους που διαθέτετε ως οργάνωση, πώς και πόσο θέλετε να συνεργαστείτε με άλλες οργανώσεις, τι μπορείτε να φέρετε στο τραπέζι και τι χρειάζεστε από αυτή τη συνεργασία. Οι πόροι μπορεί να περιλαμβάνουν ανθρώπινα, οικονομικά, τεχνικά ή υλικά περιουσιακά στοιχεία που μπορούν να σας βοηθήσουν να επιτύχετε τους στόχους σας.

Μπορείς να χρησιμοποιήσεις κάποια εργαλεία όπως η ανάλυση SWOT για να συγκεντρώσεις όλες αυτές τις πληροφορίες. Η συνεργασία με άλλους οργανισμούς απαιτεί επίσης χρόνο, ενέργεια και δέσμευση. Πρέπει να εξετάσετε πόσο μπορείτε ρεαλιστικά να συνεισφέρετε και τι είδους υποστήριξη ή συνεργασία αναζητάτε.

Δυνατά σημεία



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Αδύναμα σημεία



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Ευκαιρίες



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Απειλές



.....

.....

.....

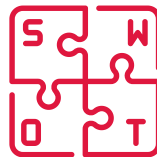
.....

.....

.....

.....

.....



2. Χαρτογράφηση

Προκειμένου να χαρτογραφήσεις τους φορείς και τα ενδιαφερόμενα μέρη που δραστηριοποιούνται ήδη για την έμφυλη βία, προτείνουμε τα ακόλουθα βήματα:

- Προσδιόρισε τους κύριους φορείς που εργάζονται για την πρόληψη και την αντιμετώπιση της έμφυλης βίας στην περιοχή σου, όπως κυβερνητικούς δημόσιους φορείς, οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών, κοινοτικές ομάδες και κινήματα και οργανώσεις για τα δικαιώματα των γυναικών. Πώς; Έχουμε προσθέσει ορισμένους πόρους σχετικά με το τοπικό πλαίσιο κάθε χώρας εταίρου (βλ. **παράρτημα Α** παρακάτω), αλλά μια γρήγορη διαδικτυακή αναζήτηση μπορεί να σε βοηθήσει στον εντοπισμό των σχετικών φορέων.
- Αξιολόγησε τους ρόλους, τις ικανότητες, τις ανάγκες, τα συμφέροντα και τις σχέσεις τους με άλλους φορείς.
- Ανάλυσε τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές τους (SWOT) για την αντιμετώπιση των θεμάτων της έμφυλης βίας. Σε αυτό το σημείο είναι επίσης χρήσιμο να έχεις επίγνωση των δικών σου δυνάμεων, αδυναμιών, ευκαιριών και απειλών της δικής σου οργάνωσης. Εξ ου και η σημασία της οργανωτικής αυτοαξιολόγησης.
- Ιεράρχησε τους πιο σημαντικούς ενδιαφερόμενους φορείς/παράγοντες για τον οργανισμό σου.

Συμβουλές:

- Προσπάθησε να αξιοποιήσεις τις ήδη υπάρχουσες σχέσεις με άλλες οργανώσεις και συλλογικότητες με τις οποίες έχεις ήδη συνεργαστεί, ακόμη και αν η σχέση μαζί τους δεν είναι επίσημη. Αυτό θα σε βοηθήσει να δημιουργήσεις ένα ισχυρότερο δίκτυο για την οργάνωσή σου.

3. Προσεγγίζοντας

Εδώ, θα πρέπει να σκεφτείς πώς θέλεις να προσεγγίσεις τις οργανώσεις που σε ενδιαφέρουν.

- Μπορείς να ξεκινήσεις επικοινωνώντας μαζί τους μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή τηλεφώνου, παρουσιάζοντας πρώτα τον οργανισμό σου και ζητώντας προσωπική συνάντηση με το πρόσωπο αναφοράς.
- Σε αυτή τη συνάντηση, πρέπει να θέσεις σαφείς στόχους σχετικά με το τι περιμένεις από τη συνεργασία και τι μπορούν να προσφέρουν οι οργανώσεις σου στον συνασπισμό.

Συμβουλές:

- Πρέπει να δημιουργήσεις εμπιστοσύνη και αμοιβαίο σεβασμό προκειμένου να ξεκινήσεις διάλογο, να μάθεις και να παρέχεις και να λαμβάνεις ανατροφοδότηση με τους δυνητικούς εταίρους ή συνεργάτες σου.
- Βεβαιώσου ότι μοιράζεστε τις ίδιες αξίες και ιδέες σχετικά με την έμφυλη βία.

4. Δημιουργία Συμμαχιών και Συνεργειών

Μπορείς να συνεργαστείς με άλλους φορείς για την καταπολέμηση της έμφυλης βίας με πολλούς τρόπους:

Η οργάνωσή σου μπορεί να ενταχθεί σε ένα ήδη υπάρχον δίκτυο οργανώσεων της κοινωνίας των πολιτών που ασχολούνται με θέματα έμφυλης βίας και να συνεργαστεί σε καμπάνιες, εκδηλώσεις ή συστάσεις πολιτικής. Εναλλακτικά ή συμπληρωματικά, μπορείς να αποφασίσεις να συνεργαστείς για συγκεκριμένες εκδηλώσεις & καμπάνιες, όπως αυτές που έχουν οριστεί για τις 8 Μαρτίου και τις 25 Νοεμβρίου.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ενίσχυσε τη φωνή σου. Πώς να δημιουργήσεις μια καμπάνια ευαισθητοποίησης για την έμφυλη βία

Γιατί είναι σημαντικό να αυξηθεί η ευαισθητοποίηση σχετικά με την έμφυλη βία;

- Η ευαισθητοποίηση είναι το κλειδί για τη διάδοση του σαφούς μηνύματος της μηδενικής ανοχής σε όλες τις μορφές βίας κατά των γυναικών και των κοριτσιών.
- Βοηθά επίσης στην αύξηση της γενικής ευαισθησίας, της κατανόησης και της γνώσης σχετικά με την ανισότητα των φύλων στις κοινωνίες μας.
- Είναι το κλειδί για την κινητοποίηση των κοινοτήτων και της κοινωνίας στο σύνολό της ώστε να επέλθουν οι απαραίτητες αλλαγές στις στάσεις, τις συμπεριφορές και τις πεποιθήσεις.
- Μπορεί επίσης να βοηθήσει στη δημοσιοποίηση των σχετικών νόμων και πολιτικών και να επικοινωνήσει μια ανάγκη της κοινωνίας στους δημόσιους πολιτικούς φορείς.

Τα βήματα προς μια επιτυχημένη καμπάνια για την πρόληψη και την καταπολέμηση της έμφυλης βίας.

ΓΝΩΡΙΣΕ ΤΟΝ ΕΑΥΤΟ ΣΟΥ

Όπως και στη διαδικασία της δικτύωσης, η ύπαρξη μιας σαφούς οργανωτικής ταυτότητας είναι θεμελιώδους σημασίας για να μπορέσεις να δημιουργήσεις μια επιτυχημένη καμπάνια ευαισθητοποίησης, ευθυγραμμισμένη με τις αξίες και τις πεποιθήσεις σου όσον αφορά την έμφυλη βία, τα ανθρώπινα δικαιώματα και κάθε άλλη πτυχή.

Για τη διεξαγωγή αυτού του προβληματισμού, μπορείς να χρησιμοποιήσεις τις συμβουλές που δόθηκαν στην προηγούμενη ενότητα, καθώς και αυτό το υλικό που αναπτύχθηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης:

[https://www.coe.int/en/web/gender-matters/gender-in-youth-work-and-youth-organisations#%7B%2263837055%22:\[0\]%7D](https://www.coe.int/en/web/gender-matters/gender-in-youth-work-and-youth-organisations#%7B%2263837055%22:[0]%7D)

1. Τι θέλεις να επιτύχεις με αυτή την καμπάνια;

Είναι σημαντικό να θέσεις **στόχους SMART**: Συγκεκριμένους, Μετρήσιμους, Εφικτούς, Συναφείς και Χρονικά Δεσμευμένους.

Για να καθορίσεις τον/τους στόχο/ους σου, ίσως χρειαστεί να σκεφτείς πρώτα ποια προβλήματα ή ποια πραγματικότητα της έμφυλης βίας προσπαθείς να αντιμετωπίσεις. Για να το κάνεις αυτό, μπορείς να χρησιμοποιήσεις κάποια εργαλεία όπως το «**δέντρο προβλημάτων**» (<https://www.coe.int/en/web/gender-matters/developing-an-initiative-or-a-strategy-addressing-gender-based-violence#50>), το οποίο θα σε βοηθήσει να έχεις μια σαφή και εμπειριστατωμένη ιδέα του ζητήματος και να επιλέξεις το «κλαδί» που πιστεύεις ότι μπορείς να αντιμετωπίσεις, λαμβάνοντας υπόψη την εστίαση, την εμπειρογνωμοσύνη και το ενδιαφέρον σου, καθώς και την/τις πτυχή/ες του ζητήματος στην/στις οποία/ες πιστεύεις ότι είναι πιθανότερο να έχεις αντίκτυπο.

ΣΤΟΧΟΣ: «Στόχος μας είναι να τερματίσουμε την έμφυλη βία στη γειτονιά μας»

Παράδειγμα: «Οι γυναίκες στη γειτονιά μας γνωρίζουν τα νομικά τους δικαιώματα όσον αφορά την καταγγελία της έμφυλης βίας».

Εδώ υπάρχουν ορισμένες **βασικές ερωτήσεις** που μπορεί να σε βοηθήσουν στον καθορισμό των στόχων:

- Ποιος είναι ο γενικός μας στόχος; Ποιος είναι ο τελικός στόχος στον οποίο θα συμβάλει η καμπάνια μας;



- Ποιος/οι είναι ο/οι ειδικός/οί μας στόχος/οι; Τι θέλουμε να επιτύχουμε μέσω αυτής της καμπάνιας;



Συμβουλή: Είναι θεμελιώδους σημασίας ο οργανισμός σου να διεξάγει μια προηγούμενη εσωτερική συζήτηση για να καθορίσει αυτούς τους στόχους και να βεβαιωθεί ότι είναι κοινοί και κατανοητοί από όλους τους συμμετέχοντες στην καμπάνια.

Όταν έχεις καθορίσει τον/τους στόχο/ους, μπορείς να αρχίσεις να σκέφτεσαι έναν τίτλο, ένα σύνθημα ή μια σύντομη περιγραφή για την καμπάνια, που θα σε καθοδηγήσει επίσης στον σχεδιασμό του περιεχομένου. Αν προτιμάς, μπορείς επίσης να αφήσεις αυτή την εργασία για ένα μεταγενέστερο σημείο. Είναι πιθανό η καμπάνια σου να έχει πολλούς στόχους. Στην περίπτωση αυτή, είναι σημαντικό να δώσεις προτεραιότητα και να τους χωρίσεις σε γενικούς ή ειδικούς, καθώς και σε βραχυπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους.

2. Ποιον/α θέλεις να προσεγγίσεις μέσω της καμπάνιας;

Ο καθορισμός μιας σαφούς ομάδας-στόχου ή κοινού είναι εξίσου σημαντικός για την καμπάνια σου. Ορισμένες **βασικές ερωτήσεις** για τον προσδιορισμό τους μπορεί να είναι οι εξής:

- Ποιον/α θέλεις να προσεγγίσεις;



- Ποιους/ες θέλεις να ευαισθητοποιήσεις;



- Σε ποιους/ες πιστεύεις ότι πρέπει να στοχεύσεις για να επιτύχεις την αλλαγή;



Παράδειγμα: «Η ομάδα-στόχος μας είναι οι ετεροφυλόφιλες γυναίκες που ζουν στην περιοχή, από 30 έως 50 ετών»..

Συμβουλές: Ένα ευρύτερο κοινό δε σημαίνει απαραίτητα και ευρύτερη ευαισθητοποίηση ή μεγαλύτερη επιτυχία. Ανάλογα με τον στόχο σου, μπορεί να θέλεις να απευθυνθείς σε συγκεκριμένες ομάδες με συγκεκριμένες ανάγκες ή στον γενικό πληθυσμό. Και τα δύο είναι έγκυρα, αλλά βεβαιώσου ότι το κοινό σου είναι σύμφωνο με τον στόχο σου, ρεαλιστικό και ότι ο αρχικός σου στόχος δε χάνεται.





3. Σε ποιους πόρους μπορείς να βασιστείς;

Πρέπει να είσαι ρεαλίστρια σχετικά με τους πόρους που μπορείς να χρησιμοποιήσεις για την καμπάνια. Εάν πιστεύεις ότι δεν έχεις βασικούς πόρους ή ότι αυτοί που διαθέτεις δεν επαρκούν για την εκπλήρωση του στόχου σου, μπορείς πάντα να σκεφτείς τη συνεργασία με άλλους φορείς (βλ. ενότητα 2 του ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 1) ή να επανεξετάσεις τον στόχο και να τον τροποποιήσεις σύμφωνα με τις δυνατότητές σου..

Τύπος πόρων:

- **Οικονομικοί πόροι:** Είναι βασικά τα χρήματα που μπορείς να επενδύσεις στην καμπάνια σου. Περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τους μισθούς του προσωπικού που θα συμμετάσχει στην καμπάνια (εάν πρόκειται να αμειφθεί) ή/και των επαγγελματιών και εξωτερικών συμβούλων, τα έξοδα για το υλικό της καμπάνιας (αφίσες, φυλλάδια) και τις εκδηλώσεις, τις αμοιβές για τη διαφήμιση σε διάφορα μέσα (όπως προσθήκες σε εφημερίδες ή τοπικά τηλεοπτικά κανάλια).

Συμβουλή: Σου προτείνουμε να δημιουργήσεις έναν αρχικό προϋπολογισμό, καταρτίζοντας απλώς έναν κατάλογο των οικονομικών και υλικοτεχνικών αναγκών που κρίνονται απαραίτητες για την καμπάνια, μαζί με τις πηγές και το ποσό των χρημάτων που μπορείς να αφιερώσεις σε αυτήν.

- **Ανθρώπινοι πόροι:** Τα άτομα που πρόκειται να συμμετάσχουν στη δημιουργία της καμπάνιας. Μπορεί να θέλεις να σκεφτείς πόσα άτομα θα χρειαστείς και ποιοι θα είναι οι ρόλοι τους, καθώς και αν υπολογίζεις ήδη σε αυτή την υποστήριξη ή αν θα πρέπει να τα προσλάβεις.
- **Χρόνος:** Θα πρέπει να γνωρίζεις πόσο χρόνο μπορούν να αφιερώσουν οι εμπλεκόμενοι στην καμπάνια και να δημιουργήσεις ένα χρονοδιάγραμμα και ένα σχέδιο δράσης σύμφωνα με αυτό.

Συμβουλή: Μπορεί να είναι χρήσιμο να σκεφτείς πόσο χρόνο θα χρειαστείς για να υλοποιήσεις όλες τις δραστηριότητές σου σε καθημερινή-εβδομαδιαία βάση και αν υπάρχουν κάποια στάδια της καμπάνιας κατά τα οποία θα χρειαστείς περισσότερη υποστήριξη, ανθρώπινη ή οικονομική.

4. Ποιους/ες θέλεις να εμπλέξεις στην καμπάνια;

Για να διασφαλίσεις την επιτυχία της καμπάνιας σου, θα πρέπει να φροντίσεις να εμπλέξεις τους σχετικούς φορείς και ενδιαφερόμενους.

Προκειμένου να τους εντοπίσεις, σου προτείνουμε τα **επόμενα βήματα**:

1. Χαρτογράφησε τους φορείς/ενδιαφερόμενους που ενδεχομένως ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν. Δεν είναι απαραίτητο να συμμετέχουν σε όλες τις φάσεις της καμπάνιας - μπορούν να συμμετέχουν στο σχεδιασμό, την ανάπτυξη, την υλοποίηση ή/και τη διάδοση της καμπάνιας.

Συμβουλή: Κατά την αναζήτηση ενδιαφερομένων, μην ξεχάσεις να προσθέσεις τις οργανώσεις, τις συλλογικότητες ή τους φορείς με τους οποίους έχεις συνεργαστεί στο παρελθόν. Αυτό θα σε βοηθήσει, όχι μόνο όσον αφορά μια συγκεκριμένη καμπάνια, αλλά και στη δημιουργία ενός ευρύτερου δικτύου συνεργατών που ο οργανισμός σου θα μπορεί να χρησιμοποιήσει για οποιαδήποτε άλλη δραστηριότητα ή σκοπό διάδοσης.

2. Καθόρισε ποιοι φορείς μπορούν και πρέπει να προσεγγιστούν ανάλογα με τη συνάφεια τους με το θέμα και τους πόρους σου. Αυτοί οι ενδιαφερόμενοι φορείς θα μπορούσαν να είναι:

- Διοικητικά όργανα ή/και φορείς λήψης αποφάσεων, που είναι αρμόδια για την κοινωνική ανάπτυξη, τα δικαιώματα των γυναικών, τη δικαιοσύνη, την υγεία και την εκπαίδευση,
- Οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών και ΜΚΟ που ασχολούνται με την πρόληψη της έμφυλης βίας, την αντιμετώπισή της και την υπεράσπιση των θυμάτων,
- Επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης και της επικοινωνίας που μπορούν να συμβάλουν στην ευαισθητοποίηση και την αναφορά θεμάτων που έχουν να κάνουν με την έμφυλη βία,
- Δωρητές και χορηγοί που μπορούν να παράσχουν οικονομική και τεχνική υποστήριξη για την καμπάνια,
- Κοινοτικοί ηγέτες και παράγοντες επιρροής που μπορούν να κινητοποιήσουν και να εμπλέξουν τον κοινό-στόχο.

Όπως έχει ήδη ειπωθεί, ο αριθμός και το είδος των ενδιαφερομένων φορέων θα εξαρτηθεί από τις λεπτομέρειες της καμπάνιας σου και τους πόρους που διαθέτεις για να τους προσεγγίσεις.

3. Δημιούργησε συνασπισμούς/συνέργειες/συνεργασίες για την ανάπτυξη ή/και τη διάδοση της καμπάνιας μαζί τους.

Σε αυτό το βήμα, είναι σημαντικό να υπάρχει σαφής κατανομή αρμοδιοτήτων και ρόλων μεταξύ όλων των ατόμων που εμπλέκονται στην καμπάνια.

Βεβαιώσου ότι οι οργανώσεις, οι φορείς και οι παράγοντες με τους οποίους συνεργάζεσαι και τα μέλη της οργάνωσής σου έχουν σαφή εικόνα των αρμοδιοτήτων τους και του τι αναμένεται από αυτούς.

5. Τι θέλεις να επικοινωνήσεις στην ομάδα-στόχο σου;

Τώρα είναι η ώρα να αναπτύξεις τα μηνύματά σου, με βάση τους στόχους της καμπάνιας σου.

Ορισμένες ερωτήσεις που μπορεί να σε βοηθήσουν στη διαδικασία:

- Ποια ιστορία θέλω να αφηγηθώ;



- Τι είναι αυτό που θέλω να επικοινωνήσω για να ευαισθητοποιήσω και να προκαλέσω κάποια δράση/αντίδραση στο κοινό-στόχο;



Συμβουλές:

- Μην μπερδεύεις τους στόχους της καμπάνιας με το περιεχόμενο που θέλεις να επικοινωνήσεις. Να έχεις επίγνωση της διαφοράς.
- Προσπάθησε να γράφεις τα μηνύματα σε θετικό τόνο, εστιάζοντας σε όλα όσα μπορούν να γίνουν και όχι τόσο πολύ στις αρνητικές πτυχές της κατάστασης, ακόμη και αν αυτές είναι επίσης πράγματα που πρέπει να γίνουν ορατά.
- Χρησιμοποίησε μια γλώσσα χωρίς αποκλεισμούς και με σεβασμό, η οποία λαμβάνει υπόψη την εμπειρία των θυμάτων και των επιζήσασων της έμφυλης βίας και δομείται από μηνύματα με βάση την πληροφόρηση για το τραύμα.
- Σκέψου διατομεακά: διασφάλισε ότι τα μηνύματα είναι πολιτισμικά ευαίσθητα και σέβονται τις διαφορετικές πολιτισμικές προοπτικές και εμπειρίες, με τον σεβασμό των ανθρωπίνων δικαιωμάτων πάντα στο επίκεντρο.
- Επικεντρώσου στην ενδυνάμωση των γυναικών που πλήττονται από την έμφυλη βία και απόφυγε τη θυματοποίησή τους.
- Ενδυνάμωσε τους ανθρώπους να διηγηθούν τις ιστορίες τους (σεβόμενες πάντα τη συγκατάθεση και την ιδιωτική τους ζωή), αυτό θα σας δώσει αυθεντικά και γνήσια μηνύματα.
- Άφησε τις φωνές αυτές να επιλέξουν το δικό τους ύφος και τόνο, στο τέλος είναι η δική τους ιστορία και θα πρέπει να επιλέξουν πώς θα την αφηγηθούν. Ωστόσο, βεβαιώσου πάντα ότι ταιριάζουν με το/τα προηγούμενως προσδιορισμένο/α κοινό/α και τον/τους στόχο/ους της καμπάνιας.



6. Πώς θέλεις να επικοινωνήσεις το μήνυμά σου στο κοινό-στόχο;

Για να επιλέξεις τον τρόπο επικοινωνίας με το κοινό-στόχο σου, πρέπει πρώτα να γνωρίζεις:

- Ποιες είναι οι αξίες, τα ενδιαφέροντα, η γλώσσα του κοινού-στόχου σου;



- Τι κινεί το κοινό σου;



- Τι θα τραβούσε την προσοχή του κοινού σου και θα ωθούσε το κοινό σου να δράσει;



- Πού βρίσκεται το κοινό σου;



- Πώς μπορείς να το προσεγγίσεις; Διαδικτυακά, πρόσωπο με πρόσωπο;



Συμβουλές:

- **Αν αποφασίσεις να χρησιμοποιήσεις τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την καμπάνια...**

Πρέπει να επιλέξεις προσεκτικά την πλατφόρμα και τα κανάλια στα οποία θα τοποθετήσεις τα μηνύματά σου. Εδώ έγκειται η σημασία της γνώσης του κοινού σου. Ανάλογα με ορισμένες κοινωνικοδημογραφικές μεταβλητές, όπως η ηλικία, το φύλο, το εισόδημα, το επάγγελμα, η θρησκεία κ.λπ., ορισμένα κανάλια μπορεί να είναι πιο κατάλληλα για την προσέγγιση μιας συγκεκριμένης ομάδας στόχου. Για παράδειγμα: Εάν η καμπάνια σου στοχεύει να προσεγγίσει ηλικιωμένες γυναίκες που ενδέχεται να υποφέρουν από ενδοοικογενειακή βία, η χρήση ορισμένων κοινωνικών δικτύων θα ήταν άχρηστη, καθώς οι ίδιες δεν τα χρησιμοποιούν.

- **Επίλεξε έναν τόνο για την καμπάνια και διατήρησέ τον σταθερό.**
- **Καθόρισε τον τύπο περιεχομένου που θα αναπτύξεις.** Αυτό ποικίλλει επίσης ανάλογα με το κοινό και τον στόχο. Υπάρχουν πολλά πιθανά περιεχόμενα:
 - Εκθέσεις, μελέτες και δημοσιεύσεις,
 - Δελτία τύπου και άρθρα,
 - Δημόσιες συναντήσεις και εκδηλώσεις,
 - Συνέδρια και εργαστήρια,
 - Εκπαιδευτικό υλικό, όπως φυλλάδια, αφίσες, ενημερωτικά δελτία,
 - Οπτικοακουστικό και καλλιτεχνικό υλικό, όπως εκπαιδευτικά βίντεο και ντοκιμαντέρ, έργα τέχνης κ.λπ.,
 - Περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως αναρτήσεις, reels, βίντεο, ζωντανές συνεδρίες κ.λπ.
- **Εξασφάλισε την προσβασιμότητα του υλικού.** Εξέτασε τη δυνατότητα μετάφρασης του υλικού σου σε διάφορες γλώσσες για να προσεγγίσεις το κοινό-στόχο σου και διασφάλισε ότι τόσο το υλικό όσο και οι εκδηλώσεις που ενδεχομένως οργανώνεις στο πλαίσιο της καμπάνιας είναι προσβάσιμες σε άτομα με κινητικές, οπτικές, ακουστικές ή/και άλλου είδους αναπηρίες.
- **Χρησιμοποίησε πολυκαναλικές στρατηγικές μάρκετινγκ.** Εάν χρησιμοποιείς διαφορετικές πλατφόρμες και κανάλια, θα έχεις περισσότερες δυνατότητες προσέγγισης και επικοινωνίας με το κοινό σου, εφόσον το έχεις αναλύσει προηγουμένως.



Από την ιδέα στην Υλοποίησή της: Δημιουργία ενός Σχεδίου Δράσης

Τώρα που εσύ και τα υπόλοιπα μέλη του οργανισμού σου έχετε προβληματιστεί σχετικά με κάθε στοιχείο της καμπάνιας, πρέπει να τα συγκεντρώσετε όλα σε ένα Σχέδιο Δράσης. Ένα Σχέδιο Δράσης είναι απλώς ένα έγγραφο που απαριθμεί τα βήματα που πρέπει να γίνουν για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου στόχου*

Η δημιουργία ενός Σχεδίου Δράσης θα σας βοηθήσει να διατηρήσετε την εστίασή σας, να μετρήσετε την επιτυχία της καμπάνιας σας, κάνοντας παράλληλα τις απαραίτητες προσαρμογές στο σχέδιο για να διασφαλίσετε ότι θα επιτύχετε τον στόχο σας, να επικοινωνήσετε με τους ενδιαφερόμενους και να τους δείξετε πώς σκοπεύετε να επιτύχετε τον στόχο σας και να διευκρινίσετε ποιους πόρους χρειάζεστε και ποια βήματα πρέπει να κάνετε για να τον επιτύχετε. Σε αυτό το σχέδιο δράσης θα πρέπει να συμπεριλάβετε:


- **Στόχους και σκοπούς:**



- **Κοινό-στόχο:**

- **Πόρους και προϋπολογισμό:**

- **Σχετικούς φορείς και ενδιαφερόμενα μέρη:**

- **Στρατηγική επικοινωνίας, η οποία περιλαμβάνει τα βασικά μηνύματα, τις δραστηριότητες και τα κανάλια και τις πλατφόρμες επικοινωνίας:** 
-
-
-
-

- **Καθορισμό και κατανομή καθηκόντων και ρόλων:**
-
-
-
-

- **Χρονικό πλαίσιο και χρονοδιάγραμμα:**
-
-
-
-

- **Εργαλεία αξιολόγησης και παρακολούθησης:**
-
-
-
-

Συμβουλές:

- Για να αξιοποιήσεις πλήρως τις δυνατότητες της καμπάνιας σου, είναι σημαντικό να ορίσεις την ομάδα που θα αναπτύξει το περιεχόμενο, καθώς και τις αρμοδιότητες και τα καθήκοντα κάθε μέλους της ομάδας.
- Ταυτόχρονα, είναι σημαντικό να ορίσεις προθεσμίες για τη διανομή και/ή τη διάδοση του περιεχομένου που παράγεται, ώστε να βεβαιωθείς ότι ακολουθείς το χρονοδιάγραμμα που έχει συμφωνηθεί.
- Ένας από τους βασικούς παράγοντες για την επιτυχημένη προώθηση περιεχομένου είναι ο συγχρονισμός. Θέλεις να προσεγγίσεις το κοινό σου όταν είναι πιο πιθανό να ασχοληθεί με το περιεχόμενό σου και να αναλάβει δράση. Για να το πετύχεις αυτό, πρέπει να παρακολουθείς τις ειδήσεις και να εντοπίζεις τις καλύτερες στιγμές για να μοιραστείς το περιεχόμενό σου. Ειδικότερα όσον αφορά την έμφυλη βία, υπάρχουν συγκεκριμένες ημερομηνίες, όπως η 8η Μαρτίου ή η 25η Νοεμβρίου, κατά τις οποίες οι ενέργειές σου μπορούν να φτάσουν σε μεγαλύτερο κοινό. Επίσης, μπορείς να σκεφτείς να ξεκινήσεις περιεχόμενο ή να οργανώσεις δραστηριότητες μετά από ένα σημαντικό γεγονός στο τοπικό σου πλαίσιο, για παράδειγμα μετά την έγκριση ή την απόρριψη ενός νόμου σε σχέση με την έμφυλη βία ή ως απάντηση σε μια υπόθεση βίας.
-



Αξιολόγηση και παρακολούθηση

Η αξιολόγηση μιας καμπάνιας ευαισθητοποίησης είναι σημαντική για τη μέτρηση της αποτελεσματικότητάς της και του αντικτύπου της στην αλλαγή στάσεων, συμπεριφορών και πεποιθήσεων που ενισχύουν την ύπαρξη της έμφυλης βίας. Επιπλέον, μπορεί να σε βοηθήσει να εντοπίσεις καλές πρακτικές για μελλοντικές προσπάθειες ή καμπάνιες.

Για να αξιολογήσει κανείς μια καμπάνια, πρέπει να καθορίσει δείκτες και τιμές-στόχους που αντικατοπτρίζουν τους συγκεκριμένους στόχους και τα αναμενόμενα αποτελέσματα της καμπάνιας.

Οι δείκτες είναι μετρήσιμες μεταβλητές που δείχνουν την πρόοδο και τα επιτεύγματα της καμπάνιας, ενώ οι τιμές-στόχοι είναι τα επιθυμητά επίπεδα επιδόσεων για κάθε δείκτη.

Για παράδειγμα, ένας δείκτης θα μπορούσε να είναι το ποσοστό των ατόμων που αναγνωρίζουν τις διάφορες μορφές έμφυλης βίας μετά την καμπάνια και η τιμή-στόχος θα μπορούσε να είναι το 80%.

Μην αφήνεις τα πάντα για την τελευταία στιγμή! Η αξιολόγηση θα πρέπει να διεξάγεται σε διάφορα στάδια της καμπάνιας: πριν, κατά τη διάρκεια και μετά- έτσι, σε περίπτωση που κάτι δεν πάει καλά, έχεις ακόμα χρόνο να το επεξεργαστείς.

Για να σχεδιάσεις και να αξιολογήσεις αποτελεσματικά μια καμπάνια, τρία βήματα είναι απαραίτητα.

1. **Πρώτον**, θα πρέπει να γίνει **μια βασική αξιολόγηση** πριν από την έναρξη της καμπάνιας. Αυτό περιλαμβάνει τη συλλογή δεδομένων σχετικά με την τρέχουσα κατάσταση και τις ανάγκες της ομάδας-στόχου, όπως οι γνώσεις, οι στάσεις και οι συμπεριφορές της σχετικά με το θέμα της καμπάνιας.
2. **Δεύτερον**, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα **σύστημα παρακολούθησης** κατά τη διάρκεια της καμπάνιας. Αυτό περιλαμβάνει την παρακολούθηση της υλοποίησης και της ανατροφοδότησης των δραστηριοτήτων της καμπάνιας, όπως η εμπέλεια, η ποιότητα και η ικανοποίησή τους από την ομάδα-στόχο.
3. **Τρίτον**, θα πρέπει να γίνει **αξιολόγηση των επιπτώσεων** μετά το τέλος της καμπάνιας. Αυτό περιλαμβάνει τη μέτρηση των αλλαγών και των αποτελεσμάτων της καμπάνιας στην ομάδα-στόχο και την κοινωνία, όπως η ευαισθητοποίηση, οι απόψεις και οι δράσεις τους σχετικά με το θέμα της καμπάνιας.

Με όλα αυτά τα στοιχεία, ο οργανισμός σου μπορεί να πραγματοποιήσει μια τελική αξιολόγηση της καμπάνιας.

Για να το κάνεις αυτό, χρησιμοποίησε **κάποιες από αυτές τις ερωτήσεις** 

- Ποια είναι τα συναισθήματά σου μετά την ημέρα δράσης; (Αυτό μπορεί να γίνει ως ένας σύντομος κύκλος στην ομάδα).

- Τι πιστεύεις ότι πήγε καλά;

- Ήταν κάτι πιο δύσκολο από ό,τι είχες φανταστεί;

- Υπήρξε κάτι απροσδόκητο;

- Πιστεύεις ότι υπάρχουν μαθήματα που θα μπορούσαμε να πάρουμε για την επόμενη φορά;

- Πετύχαμε αυτό που είχαμε θέσει ως στόχο;

- Πετύχαμε κάτι άλλο που ίσως δεν είχαμε προβλέψει;

- Αισθάνεσαι ικανοποιημένη με τον εαυτό σου και θα ήθελες να ξαναδοκιμάσεις κάτι τέτοιο;

- Τι θα κάνουμε στη συνέχεια;



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α. ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Εδώ θα βρες έναν κατάλογο με σελίδες/προφίλ/ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης και άλλες χρήσιμες πηγές πληροφοριών από τις χώρες-εταίρους της MARIPOSA, για όποια θέλει να ασχοληθεί με το θέμα σε ατομικό επίπεδο, αλλά και για μικρές ομάδες ατόμων/ συλλόγους που θέλουν να αυξήσουν τη δικτύωσή τους με άλλες οργανώσεις.

Όνομα	016
Τύπος πληροφορίας	Τηλεφωνική υπηρεσία, WhatsApp, ηλεκτρονική συνομιλία, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο
Σύντομη περιγραφή	Υπηρεσία παροχής πληροφοριών, νομικών συμβουλών και άμεσης ψυχοκοινωνικής υποστήριξης. Ξεκίνησε από το Υπουργείο Ισότητας
Σύνδεσμος	https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/recursos/telefono016/home.html
Όνομα	ATENPRO
Τύπος πληροφορίας	Τηλεφωνική υπηρεσία προσοχής και προστασίας για τα θύματα έμφυλης βίας
Σύντομη περιγραφή	Βασίζεται στη χρήση τεχνολογιών κινητής τηλεφωνικής επικοινωνίας και τηλεεντοπισμού. Ξεκίνησε από το Υπουργείο Ισότητας
Σύνδεσμος	https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/recursos/servicioTecnico/home.htm
Όνομα	Guía práctica para el asesoramiento legal a víctimas de violencia de género
Τύπος πληροφορίας	Πρακτικός οδηγός
Σύντομη περιγραφή	Πρακτικός οδηγός για την παροχή νομικών συμβουλών σε θύματα έμφυλης βίας. Εκδόθηκε από το Fundación Fernando Pombo
Σύνδεσμος	https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/recursos/Otros_Re cursos/docs/Guia_Fund_Pombo.pdf
Όνομα	Centros Municipales de Información a la Mujer
Τύπος πληροφορίας	Δημοτικά κέντρα πληροφόρησης γυναικών
Σύντομη περιγραφή	Τα κέντρα αυτά, από τα οποία αρθρώνεται μια συνολική παρέμβαση που απευθύνεται στις γυναίκες, προσφέρουν πληροφορίες, προσοχή και συμβουλές σχετικά με τις πολιτικές ισότητας και την προώθηση της συμμετοχής. Εξαρτώνται από το Ινστιτούτο Γυναικών της Ανδαλουσίας σε συνεργασία με τα τοπικά συμβούλια
Σύνδεσμος	https://www.juntadeandalucia.es/iam/index.php/iam/centros-municipales
Όνομα	Servicio de asesoramiento jurídico online
Τύπος πληροφορίας	Διαδικτυακές νομικές συμβουλές
Σύντομη περιγραφή	Διαδικτυακές νομικές συμβουλές Διαδικτυακή υπηρεσία νομικών συμβουλών για τη βία κατά των γυναικών, που εγκαινιάστηκε από την περιφερειακή κυβέρνηση της Ανδαλουσίας
Σύνδεσμος	https://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/online/asesoramiento_online/faq/pregunta.jsp

Όνομα **Servicio de asistencia a las víctimas**

Τύπος πληροφορίας Κέντρο νομικών συμβουλών

Σύντομη περιγραφή Υπηρεσία υποστήριξης θυμάτων για την παροχή νομικών πληροφοριών και συμβουλών, εξαρτώμενη από την περιφερειακή κυβέρνηση της Ανδαλουσίας

Σύνδεσμος <https://wrap.igualdad.gob.es/recursos-vdg/search/SearchDetail.action?resourceId=15690&previousPage=/recursos-vdg/search/SearchResult.action>

Όνομα **Punto Violeta**

Τύπος πληροφορίας Κατευθυντήριες γραμμές και υλικά

Σύντομη περιγραφή Μέσο που προωθείται από το Υπουργείο Ισότητας για τη συμμετοχή ολόκληρης της κοινωνίας στον αγώνα κατά της έμφυλης βίας και τη μαζική διάδοση των πληροφοριών που είναι απαραίτητες για να γνωρίζει κανείς πώς να ενεργεί σε περίπτωση βίας κατά των γυναικών.

Σύνδεσμος <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/informacionUtil/PuntoVioleta/home.htm>

Όνομα **Delegación del Gobierno contra la violencia de género**

Τύπος πληροφορίας Δημόσιος φορέας: Κυβερνητική Αντιπροσωπεία κατά της Έμφυλης Βίας

Σύντομη περιγραφή Φορέας διαχείρισης του Υπουργείου Ισότητας, που υπάγεται στην Υφυπουργό Ισότητας και κατά της έμφυλης βίας, που είναι αρμόδια για να προτείνει την πολιτική της κυβέρνησης του έθνους κατά των διαφόρων μορφών βίας κατά των γυναικών και να προωθεί, να συντονίζει και να συμβουλεύει όλα τα μέτρα που λαμβάνονται στον τομέα αυτό

Σύνδεσμος <https://violenciagenero.igualdad.gob.es/home.html>

Όνομα **Instituto Andaluz de la Mujer**

Τύπος πληροφορίας Δημόσιος φορέας: Ανδαλουσιανό Ινστιτούτο Γυναικών

Σύντομη περιγραφή Οργανισμός που υπάγεται στο περιφερειακό Υπουργείο Ισότητας, Κοινωνικών Πολιτικών και Συμβιβασμού για την προώθηση της ισότητας των φύλων. Υπήρξε πρωτοπόρος στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων μέτρων για την πρόληψη της έμφυλης βίας και τη φροντίδα των θυμάτων. Υπήρξε επίσης πρωτοπόρος στη δέσμευσή του για τη συνεκπαίδευση. Το Ινστιτούτο προσφέρει υπηρεσίες προσοχής και πληροφόρησης στις γυναίκες και αναπτύσσει προγράμματα για την προώθηση της ισότητας μεταξύ ανδρών και γυναικών

Σύνδεσμος <https://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/>

Όνομα **Teléfono 900**

Τύπος
πληροφορίας

Γραμμή πληροφόρησης γυναικών 900 200 999

Σύντομη
περιγραφή

Δωρεάν και μόνιμη υπηρεσία, διαθέσιμη 24 ώρες το 24ωρο, κάθε μέρα του χρόνου, μέρα και νύχτα. Λειτουργεί σε ολόκληρη την Ανδαλουσία. Είναι ανώνυμη και εμπιστευτική και επιτρέπει την άμεση επίλυση διαφόρων αμφιβολιών και προβλημάτων

Σύνδεσμος

<https://www.juntadeandalucia.es/institutodelamujer/index.php/2013-08-08-10-31-21/servicios-especializados-en-violencia-de-genero/telefono-900-atencion>

Όνομα **Asociación Mujeres Juristas Themis**

Τύπος
πληροφορίας

Ένωση γυναικών νομικών

Σύντομη
περιγραφή

Μη κυβερνητική, μη κερδοσκοπική, κρατική οργάνωση γυναικών δικηγόρων, νομικών, δικαστών και δικαστικών υπαλλήλων στην Ισπανία, η οποία προωθεί προτάσεις για την αλλαγή των νομικών κανόνων που παραβιάζουν τα δικαιώματα των γυναικών

Σύνδεσμος

<https://www.mujeresjuristasthemis.org/>

Όνομα **Federación Mujeres Progresistas**

Τύπος
πληροφορίας

Ομοσπονδία Προοδευτικών Γυναικών

Σύντομη
περιγραφή

Μη κυβερνητική, μη κερδοσκοπική οργάνωση που αποτελείται από ενώσεις, περιφερειακές και επαρχιακές ομοσπονδίες και άλλες προοδευτικές γυναικείες ομάδες σε εθνικό, περιφερειακό, επαρχιακό και τοπικό επίπεδο, με μέλη περίπου 23.000 άτομα. Αποστολή της είναι η προώθηση αλλαγών στις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτιστικές δομές προκειμένου να επιτευχθεί η ισότητα των φύλων και η ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών μέσω της φεμινιστικής πολιτικής συνηγορίας και της ενδυνάμωσης.

Σύνδεσμος

<https://fmujeresprogresistas.org/>

Όνομα **Fundación Mujeres**

Τύπος
πληροφορίας

Ίδρυμα Γυναικών

Σύντομη
περιγραφή

Μη κυβερνητικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός που εργάζεται για την υλοποίηση σχεδίων παρέμβασης στους διάφορους τομείς της κοινωνικής, πολιτικής, οικονομικής και πολιτιστικής συμμετοχής, με στόχο να καταστήσει τις ίσες ευκαιρίες πραγματικές και αποτελεσματικές

Σύνδεσμος

<https://fundacionmujeres.es/>

Όνομα **Mujeres en Igualdad**

Τύπος πληροφορίας Σύλλογος: Γυναίκες στην ισότητα

Σύντομη περιγραφή Ένας χώρος για όσους θεωρούν ότι οι ίσες ευκαιρίες είναι υπόθεση όλων, χωρίς να αποκλείουν κανέναν, όπου η βία κατά των γυναικών έχει ειδικό τμήμα

Σύνδεσμος <http://www.mujiresenigualdad.com/>

Όνομα **Asociación Clara Campoamor**

Τύπος πληροφορίας Σύλλογος

Σύντομη περιγραφή Ο Σύλλογος Clara Campoamor ιδρύθηκε λόγω της επιτακτικής ανάγκης υπεράσπισης των δικαιωμάτων των γυναικών μπροστά στη συνεχή παραβίαση αυτών των δικαιωμάτων, είτε στον κόσμο της εργασίας και της επαγγελματικής, υγειονομικής, πολιτιστικής ή οικογενειακής ζωής, είτε λόγω της ανυπεράσπισης των γυναικών που πέφτουν θύματα σεξουαλικών εγκλημάτων και επιθέσεων.

Σύνδεσμος <https://claracampoamor.eu/>

Όνομα **Comisión para la investigación de malos tratos a mujeres**

Τύπος πληροφορίας Συμβουλευτική ΜΚΟ των Ηνωμένων Εθνών

Σύντομη περιγραφή Η οργάνωση είναι το αποτέλεσμα της εμπειρίας επαγγελματιών γυναικών, ψυχολόγων, κοινωνικών λειτουργών, γιατρών, κοινωνιολόγων και δικηγόρων, που έρχονται σε επαφή με κακοποιημένες γυναίκες. Απώτερος στόχος της είναι η εξάλειψη της βίας κατά των γυναικών. Από την αρχή, οι τομείς προτεραιότητας στους οποίους εργάστηκαν ήταν η έμφυλη βία και η σεξουαλική εκμετάλλευση

Σύνδεσμος <https://malostratos.org/>

Όνομα **Fundación Ana Bella**

Τύπος πληροφορίας Δίκτυο Επιζήσασων Γυναικών

Σύντομη περιγραφή Παρέχουν αποτελεσματικές λύσεις με τη συμμετοχή γυναικών επιζήσασων, των μέσων ενημέρωσης, των δημόσιων διοικήσεων, των κοινωνικών φορέων και των εταιρειών, ώστε να ενεργούν ως φορείς κοινωνικής αλλαγής απέναντι στην έμφυλη βία και να δημιουργούν συστημικές αλλαγές

Σύνδεσμος <https://www.fundacionanabella.org/>

Όνομα **Proyectos Luz Casanova**

Τύπος πληροφορίας Μη κερδοσκοπική οργάνωση

Σύντομη περιγραφή Εργάζονται για μια κοινωνία φροντίδας και ένταξης των ατόμων που βρίσκονται σε κατάσταση σοβαρής έλλειψης προστασίας και αποκλεισμού, με ιδιαίτερη προσοχή στους άστεγους και στις γυναίκες και τα παιδιά που είναι θύματα έμφυλης βίας

Σύνδεσμος <https://proyectosluzcasanova.org/>

Όνομα **Fundación ASPACIA**

Τύπος πληροφορίας Μη κυβερνητική οργάνωση

Σύντομη περιγραφή Πρόκειται για μη κυβερνητική οργάνωση που εργάζεται για την εξάλειψη της βίας σε όλες τις εκφάνσεις της, την προστασία των θυμάτων και την προώθηση της ισότητας μεταξύ όλων των ανθρώπων. Φροντίζουν τα θύματα, εκπαιδεύουν επαγγελματίες, διερευνούν τα αίτια της βίας, ευαισθητοποιούν κατά της χρήσης της και διασφαλίζουν ότι όσοι έχουν ασκήσει βία δεν θα το ξανακάνουν

Σύνδεσμος <https://fundacion-aspacia.org/>

Όνομα **Asociación MUM**

Τύπος πληροφορίας Δίκτυο γυναικών ενωμένων κατά της κακοποίησης

Σύντομη περιγραφή Είναι μια μη κερδοσκοπική ένωση με στόχο να βοηθήσει τις γυναίκες που είναι θύματα κακοποίησης, είτε σωματικής, ψυχολογικής, σεξουαλικής, οικονομικής κ.λπ., ώστε να γίνουν από θύματα επιζήσασες, πάντα με τη συνοδεία και την προστασία τους.

Σύνδεσμος <https://asociacionmum.org/>

Όνομα **Servicio al ciudadano de la Guardia Civil**

Τύπος πληροφορίας Υπηρεσία Πολιτών της Guardia Civil (Πολιτική Φρουρά)

Σύντομη περιγραφή Το τμήμα αυτό παρέχει απαντήσεις σε ερωτήσεις σχετικά με το πότε και πώς πρέπει να ενεργήσει κανείς σε περίπτωση έμφυλης βίας, τη φροντίδα που παρέχεται στα θύματα και την υποστήριξη που τους δίνεται. Παρέχει επίσης πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο υποβολής αίτησης για έκδοση διαταγής προστασίας

Σύνδεσμος <https://www.guardiacivil.es/es/servicios/violenciadegeneroyabusoamenores/violenciagenero/index.html>

Όνομα **Ágora**

Τύπος πληροφορίας Επαρχιακή Ομοσπονδία Γυναικείων Συλλόγων

Σύντομη περιγραφή Στόχος της Ágora είναι να εργαστεί για την επίτευξη ίσων ευκαιριών μεταξύ γυναικών και ανδρών, να εξαλείψει κάθε είδους διακρίσεις εις βάρος των γυναικών, να διεκδικήσει τα δικαιώματά τους, να καταπολεμήσει την έμφυλη βία, να εργαστεί για την επίτευξη ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής, καθώς και να παρέχει υποστήριξη και συμβουλές στις ομοσπονδιακές γυναικείες ενώσεις

Σύνδεσμος <https://federacionagora.org/>

Όνομα **Plataforma Violencia Cero**

Τύπος πληροφορίας Πλατφόρμα κατά της κακοποίησης των γυναικών

Σύντομη περιγραφή Πρόκειται για μη κερδοσκοπικό οργανισμό, που αποτελείται από γυναικείες ενώσεις και άλλες ομάδες στην επαρχία της Μάλαγα. Στόχος του έργου τους είναι η καταπολέμηση κάθε είδους βίας κατά των γυναικών και η προώθηση της ισότητας ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες

Σύνδεσμος <https://plataformaviolenciacero.es/>

Όνομα **Espacio Violeta**

Τύπος πληροφορίας Φεμινιστικές αναγνώσεις και ιστολόγιο σπουδών φύλου

Σύντομη περιγραφή Είναι μια οργάνωση που ειδικεύεται στις σπουδές φεμινισμού και φύλου και, επιπλέον, ένας διαφορετικός χώρος διαβούλευσης, ένα σημείο συνάντησης και ένας τόπος για την ανταλλαγή γνώσεων σχετικά με τις γυναίκες, τις εξισωτικές αρρενωπότητες και την ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα

Σύνδεσμος <https://espaciovioleta.biblioteca.ulpgc.es/2020/11/19/la-violencia-contra-la-mujer-en-la-literatura-20-libros-escritos-por-mujeres/>

Όνομα **Asociación AMUVI**

Τύπος πληροφορίας Μη κερδοσκοπική γυναικεία οργάνωση

Σύντομη περιγραφή Η μη κερδοσκοπική γυναικεία οργάνωση AMUVI θέλει να αποτελέσει σημείο αναφοράς για την καταπολέμηση της βίας από την οπτική του φύλου. Να είναι ένας φορέας που θεωρείται πυλώνας στην καταπολέμηση της σεξουαλικής και έμφυλης βίας, στην προστασία των ανηλίκων που υφίστανται κακοποίηση, τόσο άμεσα όσο και έμμεσα μέσω της βίας που υφίστανται οι μητέρες τους

Σύνδεσμος <https://amuvi.org/>



Όνομα Win hellas

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Σύντομη περιγραφή Τοπική οργάνωση, που ασκεί πίεση, υπερασπίζεται και ενδυναμώνει τις γυναίκες, επίσης, ειδικεύεται στην αποκατάσταση της κακοποίησης, μέσω εκπαιδευτικών προγραμμάτων

Σύνδεσμος <https://www.winhellas.gr/>
<https://www.instagram.com/winhellas/>

Όνομα Διοτίμα

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα και μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Σύντομη περιγραφή Τοπική οργάνωση, που ειδικεύεται σε θέματα έμφυλης βίας και διακρίσεων- για περισσότερα από 30 χρόνια στέκεται στο πλευρό των επιζήσασων έμφυλης βίας, παρέχοντας νομική και ψυχοκοινωνική υποστήριξη

Σύνδεσμος <https://diotima.org.gr/>
<https://www.linkedin.com/company/crwidiotima/>
<https://www.facebook.com/NGOdiotima/>

Όνομα Διοτίμα - Help Desk μέσω chat και μέσω email

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα και επικοινωνία

Σύντομη περιγραφή Help Desk μέσω chat και μέσω email για γυναίκες που βιώνουν έμφυλη βία, που παρέχεται από τη Διοτίμα

Σύνδεσμος <https://diotima.org.gr/en/chat-helpdesk/>
<https://diotima.org.gr/en/email-helpdesk/>

Όνομα Διοτίμα - Help Desk με συχνές ερωτήσεις & απαντήσεις (FAQs)

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Συχνές ερωτήσεις και απαντήσεις (FAQs) για γυναίκες που βιώνουν έμφυλη βία, παρέχονται από τη Διοτίμα

Σύνδεσμος <https://diotima.org.gr/en/faq-helpdesk/>

Όνομα metoogreece.gr

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Μια κυβερνητική πλατφόρμα για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με θέματα σεξουαλικής παρενόχλησης, κακοποίησης και βίας. Ο ιστότοπος περιλαμβάνει όλες τις γραμμές βοήθειας για άμεση βοήθεια και υποστήριξη, καθώς και πληροφορίες σχετικά με τις διάφορες μορφές έμφυλης βίας

Σύνδεσμος <https://metoogreece.gr/>

Όνομα **WomenSOS.gr**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα και σελίδα Facebook

Σύντομη περιγραφή

Μια σελίδα κοινωνικής δικτύωσης που διατηρείται από τη Γενική Γραμματεία Δημογραφίας, Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων, διαθέσιμη στα Αγγλικά και τα Ελληνικά, καθώς και στα Αραβικά και Φαρσί (ορισμένες πληροφορίες) και παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις μορφές βίας κατά των γυναικών, τον τρόπο αναγνώρισης της βίας και το πού μπορεί να αναζητηθεί υποστήριξη, ενώ παρέχει πρόσβαση σε θεσμικά έγγραφα που μπορούν να βοηθήσουν τον επαγγελματία, το θύμα και/ή το άτομο που κινδυνεύει από βία να περιηγηθεί στο σύστημα.

Σύνδεσμος <https://womensos.gr/>
<https://www.facebook.com/WomenSOSgr-242892059153851/>

Όνομα **Οδηγός Τσέπης για την Έμφυλη Βία**

Τύπος πληροφορίας Εφαρμογή

Σύντομη περιγραφή

Ο «Οδηγός τσέπης για την Έμφυλη Βία» είναι μια εφαρμογή που αναπτύχθηκε βάσει διεθνών προτύπων σε περισσότερες από 12 γλώσσες για την καλύτερη αντιμετώπιση περιστατικών έμφυλης βίας από μη εξειδικευμένους επαγγελματίες και το ευρύ κοινό.

Σύνδεσμος <https://isotita.gr/gbv-guidelines/>
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gbv.pocketguide&hl=el&gl=US>
<https://apps.apple.com/gr/app/gbv-pocket-guide/id1366576273?l=el>



Όνομα **D.i.Re. – Donne in rete contro la violenza**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Εθνικό δίκτυο για την έμφυλη βία

Σύνδεσμος <https://www.direcontrolaviolenza.it/>

Όνομα **Differenza Donna**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Κορυφαία ΜΚΟ για την έμφυλη βία

Σύνδεσμος <https://www.differenzadonna.org/>

Όνομα **Nonunadimeno**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα, προφίλ Instagram, σελίδα Facebook

Σύντομη περιγραφή Εθνική πολιτική οργάνωση και ευρύ δίκτυο

Σύνδεσμος <https://nonunadimeno.wordpress.com/>
https://www.facebook.com/nonunadimeno/?locale=it_IT
<https://www.instagram.com/nonunadimeno/>

Όνομα **Robadadone**

Τύπος πληροφορίας Προφίλ Instagram

Σύντομη περιγραφή Λογαριασμός προβολής φεμινισμού

Σύνδεσμος <https://instagram.com/robadadonne?igshid=YmMyMTA2M2Y>

Όνομα **Collecttivo SCUM**

Τύπος πληροφορίας Προφίλ Instagram

Σύντομη περιγραφή Τοπική πολιτική οργάνωση

Σύνδεσμος https://instagram.com/collettivo_scum?igshid=YmMyMTA2M2Y

Όνομα **Casa Mediterranea delle Donne - Palermo**

Τύπος πληροφορίας Σελίδα Facebook

Σύντομη περιγραφή Καταφύγιο γυναικών

Σύνδεσμος <https://www.facebook.com/CasaMediterraneadelleDonnePalermo>

Όνομα **Associazione Le Onde - Onlus**

Τύπος πληροφορίας Σελίδα Facebook

Σύντομη περιγραφή ΜΚΟ για τα θύματα έμφυλης βίας

Σύνδεσμος <https://www.facebook.com/profile.php?id=100080369562016>

Όνομα **Casa Internazionale delle Donne**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Webradio της Casa Internazionale delle Donne

Σύνδεσμος <https://radiosa.casainternazionalelledonne.org/chi-siamo/>

Όνομα **Arcigay**

Τύπος πληροφορίας Προφίλ Instagram

Σύντομη περιγραφή ΛΟΑΤΚΙ+ τοπική οργάνωση

Σύνδεσμος <https://instagram.com/arcigaypalermo?igshid=MmJiY2I4NDBkZg==>

Όνομα **The Gender Talk**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Διαδικτυακή πλατφόρμα από ένα χρηματοδοτούμενο από το Erasmus+ έργο με εκπαιδευτικούς πόρους για νέους, εκπαιδευτικούς, επαγγελματίες και ενήλικες σχετικά με τους ρόλους και τα στερεότυπα των φύλων, την ψυχική ευεξία, τη συναισθηματικότητα και τη σεξουαλικότητα

Σύνδεσμος <https://thegendertalk.eu/>

Όνομα **Asociacione Millecolori onlus**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Τοπική ένωση κατά της έμφυλης βίας που λειτουργεί κέντρο κατά της βίας και καταφύγιο γυναικών

Σύνδεσμος <http://www.millecolorionlus.org/>

Όνομα **Noi uomini a Palermo Contro la Violenza sulle Donne**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή Τοπική ένωση ανδρών κατά της έμφυλης βίας

Σύνδεσμος <http://www.noiuominiapalermo.it/chi-siamo/>

Όνομα	Υποστήριξη των επιζήσασων έμφυλης βίας σε περιπτώσεις όπου δεν υπάρχει φορέας για την έμφυλη βία στην περιοχή σας
Τύπος πληροφορίας	Έγγραφο PDF
Σύντομη περιγραφή	Ομάδα κατευθυντήριων γραμμών για την έμφυλη βία - Οργάνωση
Σύνδεσμος	https://gbvguidelines.org/wp/wp-content/uploads/2022/07/Final-GBV-Pocket-Guide-Romanian.pdf
Όνομα	Δωρεάν τηλεφωνική γραμμή για εξειδικευμένη βοήθεια 0800 500 333
Τύπος πληροφορίας	Γραμμή βοήθειας
Σύντομη περιγραφή	Εθνικός Οργανισμός Ίσων Ευκαιριών μεταξύ Γυναικών και Ανδρών
Σύνδεσμος	https://anes.gov.ro/call-center/
Όνομα	BRIGHT SKY RO App
Τύπος πληροφορίας	Εφαρμογή
Σύντομη περιγραφή	Το Ινστιτούτο Έρευνας και Πρόληψης του Εγκλήματος, το Ίδρυμα Vodafone, η Ένωση Necuvinte και ο Code for Romania.
Σύνδεσμος	https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/bright-sky-ro-prevenirea-violentei-domestice
Όνομα	A.L.E.G
Τύπος πληροφορίας	Συμβουλευτική/ Ψυχολογική υποστήριξη
Σύντομη περιγραφή	Ένωση για την Ελευθερία και την Ισότητα των Φύλων
Σύνδεσμος	https://aleg-romania.eu/despre-noi/
Όνομα	Για Εξειδικευμένες Υπηρεσίες Βοήθειας σε Περιπτώσεις Ενδοοικογενειακής και Έμφυλης Βίας
Τύπος πληροφορίας	Τηλεφωνικός αριθμός και μήνυμα στο Whatsapp
Σύντομη περιγραφή	Gloria - Ολοκληρωμένη βοήθεια για τα θύματα έμφυλης βίας και ενδοοικογενειακής βίας
Σύνδεσμος	https://proiectulgloria.ro/contact/
Όνομα	THE TRUST PHONE FOR WOMEN
Τύπος πληροφορίας	Τηλεφωνικός αριθμός
Σύντομη περιγραφή	Διεθνές Κέντρο για την Προστασία και Προώθηση των Δικαιωμάτων των Γυναικών "La Strada"
Σύνδεσμος	https://lastrada.md/files/resources/4/2012_RO_Telefon_de_incredere.pdf

Όνομα **Fédération France Victimes**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Οργάνωση που παρέχει βοήθεια σε θύματα σεξουαλικής και σεξιστικής βίας. Κύριοι στόχοι:

- παροχή βοήθειας στα θύματα απευθείας
- βοήθεια και υποστήριξη άλλων οργανώσεων
- παροχή εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης σε άτομα που εργάζονται με θύματα σεξουαλικής και σεξιστικής βίας

Σύνδεσμος <https://www.france-victimes.fr/index.php/nous-connaitre/2015-06-16-21-30-20/organisation>

Όνομα **Declic Violence**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Δικτυακός τόπος που παρέχει πληροφορίες σχετικά με την έμφυλη βία, καθώς και διευθύνσεις και συνδέσμους που μπορεί να είναι χρήσιμοι (ονόματα οργανώσεων που βοηθούν τα θύματα).

Σύνδεσμος <https://declicviolence.fr/la-carte-interactive-liste?type=2®ion=10&department=>

Όνομα **Solidarité Femmes**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Δικτυακός τόπος που παρέχει πληροφορίες για το πώς και πού μπορεί κανείς να βρει οργανώσεις που βοηθούν θύματα έμφυλης βίας

Σύνδεσμος <https://www.solidaritefemmes.org/nous-trouver>

Όνομα **Planning Familial**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Οργάνωση που παρέχει βοήθεια σε θύματα έμφυλης βίας, καθώς και πληροφορίες σχετικά με τις διακρίσεις, τις αμβλώσεις και τον έλεγχο των γεννήσεων

Σύνδεσμος <https://www.planning-familial.org/fr#>

Όνομα **Elles Imaginent**

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Οργάνωση που παρέχει υποστήριξη (πρώτες βοήθειες, νομική υποστήριξη, εκπαίδευση)

Σύνδεσμος <https://ellesimaginent.fr/nos-actions/accompagnements/>

Όνομα Arrêtons les violences

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Κυβερνητικός δικτυακός τόπος που παρέχει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο εύρεσης μιας οργάνωσης για θύματα έμφυλης βίας, ανάλογα με την περιφέρεια/περιοχή, το είδος της ανάγκης (επίθεση, βιασμός, αναγκαστικός γάμος...), τη δραστηριότητα της οργάνωσης (ψυχολογική υποστήριξη, εκπαίδευση...) και την αναπηρία (προκειμένου να βρεθεί μια οργάνωση που μπορεί να εργαστεί με άτομα με ειδικές ανάγκες)

Σύνδεσμος <https://arretonslesviolences.gouv.fr/associations-de-lutte-contre-les-violences-sexistes-et-sexuelles/associations>

Όνομα Libre terre des femmes

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Οργάνωση που παρέχει πρακτική (στέγαση, κ.λπ.), νομική, ψυχολογική και επαγγελματική υποστήριξη σε γυναίκες θύματα έμφυλης βίας

Σύνδεσμος <http://www.ltdf.fr/>

Όνομα Maison des femmes

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Ιστοσελίδα που παρέχει πληροφορίες σχετικά με μια δομή που βοηθά τα θύματα έμφυλης βίας (ψυχολογική υποστήριξη, πρώτες βοήθειες, νομική υποστήριξη)

Σύνδεσμος <https://www.aphp.fr/maison-des-femmes#:~:text=Un%20lieu%20unique%20au%20nordL%27accompagnement%20est%20pluridisciplinaire>

Όνομα CIDFF Paris (Centre d'information sur les droits des femmes et des familles)

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Οργάνωση που παρέχει νομική βοήθεια, εκπαίδευση, επαγγελματική υποστήριξη

Σύνδεσμος <https://paris.cidff.info/>

Όνομα Centre Aubertine Auclert

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Ιστοσελίδα που παρέχει κατάλογο επαφών και διευθύνσεων οργάνωσεων που παρέχουν υποστήριξη σε θύματα έμφυλης βίας στην περιοχή Ile-de-France

Σύνδεσμος <https://orientationviolences.hubertine.fr/liste-des-dispositifs-accueil>

Όνομα **Frauenhelpline**

Τύπος πληροφορίας
Γραμμή βοήθειας

Σύντομη περιγραφή

Δωρεάν τηλεφωνική γραμμή βοήθειας για γυναίκες στην Αυστρία
Δωρεάν τηλεφωνική παροχή αρχικών συμβουλών και συμβουλών κρίσης για γυναίκες*, παιδιά και νέους που πλήττονται από βία:

- Γυναίκες* κάθε καταγωγής, σεξουαλικού προσανατολισμού, θρησκείας και σε όλες τις καταστάσεις ζωής
- Ανώνυμη και εμπιστευτική συμβουλευτική
- Συμβουλευτική στη μητρική γλώσσα στα αραβικά, βοσνιακά-κροατικά-σερβικά, αγγλικά, ρουμανικά, ισπανικά, τουρκικά και νταρί-φαρσί
- Διαθεσιμότητα από 0 - 24 ώρες 365 ημέρες το χρόνο, δωρεάν
- Ταχεία βοήθεια σε οξείες καταστάσεις
- Διευκρίνιση της τρέχουσας κατάστασης, ανακούφιση και καθοδήγηση
- Ψυχοκοινωνική συμβουλευτική για κρίσεις
- Ενημέρωση για νομικά και κοινωνικά θέματα που αφορούν τη βία κατά των γυναικών* και των παιδιών
- Στοχευμένη παραπομπή σε περιφερειακές δομές προστασίας γυναικών και συμβουλευτικά κέντρα
- Ενημέρωση για περαιτέρω συμβουλευτικές και υποστηρικτικές υπηρεσίες σε όλη την Αυστρία

Σύνδεσμος <https://www.frauenhelpline.at/> αριθμός: 0800 / 222 555

Όνομα **Vienna Intervention Centre against Violence in the Family**

Τύπος πληροφορίας
Ιστοσελίδα ΜΚΟ

Σύντομη περιγραφή

Από το 1999, το Κέντρο Παρέμβασης της Βιέννης διεξάγει την εκπαίδευση κατά της βίας μαζί με το Συμβουλευτικό Κέντρο Ανδρών της Βιέννης. Πρόκειται για το μοναδικό πρόγραμμα για παραβάτες στην Αυστρία που έχει σχεδιαστεί σύμφωνα με διεθνή πρότυπα. Στόχος της εκπαίδευσης αυτής είναι να επιφέρει αλλαγή στη συμπεριφορά των βίαιων ανδρών σε κυρίως ανοικτές αλλά δομημένες ομάδες και να μάθουν να συμπεριφέρονται σε συνεργασία. Παράλληλα, τα μέλη της οικογένειας που πλήττονται από τη βία υποστηρίζονται και ενισχύονται, γεγονός που μακροπρόθεσμα οδηγεί σε βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των εμπλεκόμενων.

Σύνδεσμος <https://www.interventionsstelle-wien.at/anti-gewalt-training>

Όνομα **MARACs - Protection of Particularly Vulnerable Victims of Family Violence**

Τύπος πληροφορίας
Ιστοσελίδα

Σύντομη περιγραφή

Το MARAC (Multi-Agency Risk Assessment Conference) είναι μια μέθοδος που αναπτύχθηκε το 2003 από την αστυνομία και τη Μονάδα Ασφάλειας Γυναικών στο Κάρντιφ/Ουαλία στο Ηνωμένο Βασίλειο.

Σύνδεσμος <https://www.interventionsstelle-wien.at/maracs-schutz-von-besonders-gefaehrdeten-opfern-von-gewalt-in-der-familie>

Όνομα MA 57 - Women's Service Vienna

Τύπος πληροφορίας Δίκτυο

Σύντομη περιγραφή

Η Υπηρεσία Γυναικών προωθεί γυναικείες ενώσεις και προγράμματα για την ισότητα των φύλων, προκειμένου να αντιμετωπιστούν συγκεκριμένα οι διακρίσεις εις βάρος των γυναικών και των κοριτσιών. Μελέτες, δημοσιεύσεις και εκδηλώσεις ασχολούνται με θέματα σχετικά με τη γυναικεία πολιτική και τα κοινοποιούν στο κοινό. Οι γυναίκες και τα κορίτσια λαμβάνουν συγκεκριμένη υποστήριξη μέσω των συμβουλευτικών υπηρεσιών της Υπηρεσίας Γυναικών.

Βοηθά γυναίκες και κορίτσια άμεσα και όλο το εικοσιτετράωρο μετά την εμπειρία βίας μέσω της 24ωρης τηλεφωνικής γραμμής έκτακτης ανάγκης γυναικών της υπηρεσίας κρίσης: + 43 1 71 71 9

Σύνδεσμος Τηλέφωνο: +43 1 4000 83515 / E-mail: frauen@ma57.wien.gv.at

Όνομα Γυναίκες της Βιέννης*

Τύπος πληροφορίας Κοινότητα στο Facebook

Σύντομη περιγραφή

Αυτή η ομάδα απευθύνεται σε γυναίκες (συμπεριλαμβανομένων των τρανς και ίντερσεξ γυναικών) και μη δυαδικά άτομα. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη αγγλόφωνη κοινότητα και πηγή πληροφοριών για γυναίκες που ζουν στη Βιέννη ή κοντά στη Βιέννη, στην Αυστρία. Φιλοξενεί διάφορες εκδηλώσεις.

Σύνδεσμος <https://www.facebook.com/groups/594392847326870>

Όνομα Γυναίκες στο Γκρατς

Τύπος πληροφορίας Γυναίκες στο Γκρατς

Σύντομη περιγραφή

Κοινότητα στο Facebook Οι «Γυναίκες στο Γκρατς» είναι μια κοινότητα στο Γκρατς για γυναίκες που μιλούν αγγλικά. Ο στόχος είναι να βοηθήσουν και να υποστηρίξουν όλους να αξιοποιήσουν στο έπακρο τη ζωή στο Γκρατς, τόσο τους ομογενείς όσο και τους ντόπιους. Ειδικά για τους νεοαφιχθέντες στο Γκρατς για να εγκατασταθούν και υποστηρίζει όλες τις κουλτούρες, θρησκείες και παραδόσεις.

Σύνδεσμος <https://www.facebook.com/groups/645277812524971/>

Όνομα Αυτόνομα Αυστριακά Καταφύγια Γυναικών

Τύπος πληροφορίας Ιστοσελίδα / δίκτυο

Σύντομη περιγραφή

Οργάνωση-ομπρέλα των αυτόνομων καταφυγίων γυναικών στην Αυστρία Ο αυτοπροσδιορισμός τους είναι: Είμαστε φεμινίστριες-κριτικοί-ακτιβίστριες-προληπτικές-ενημερωτικές-μη κομματικές, αλλά κομματικές για τις γυναίκες και τα παιδιά που πλήττονται από τη βία.

Σύνδεσμος <https://www.a oef.at/index.php>



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β. ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΜΠΑΝΙΩΝ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΤΑ ΤΗΣ ΕΜΦΥΛΗΣ ΒΙΑΣ



¿Entonces quién? (Τότε Ποιος;)

Εστίαση: Παγόβουνο έμφυλης βίας

Στόχοι:

1. Ευαισθητοποίηση σχετικά με το πώς η βία κατά των γυναικών δεν ξεκινά με τη σωματική βία, αλλά με λεκτικές δηλώσεις που μεταμφιέζονται σε κομπλιμέντα ή αστεία.
2. Να αναδειχτεί ότι τα μέσα ενημέρωσης ή οι άνθρωποι με μεγάλο αριθμό οπαδών μπορούν να επηρεάσουν τους άλλους και έχουν μεγάλη ευθύνη στη βία κατά των γυναικών.
3. Ευαισθητοποίηση των ανδρών ώστε να μην είναι συνένοχοι σε αυτή τη βία.

Δραστηριότητες/πρωτοβουλίες: Εκκίνηση ενός σποτ, που παίζεται στην τηλεόραση και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι φωνητικές διαφημίσεις παίζονται στο ραδιόφωνο. Το #EntoncesQuién είναι το επίσημο hashtag της καμπάνιας, το οποίο έχει γίνει viral λόγω του περιεχομένου και των αναφορών του σε πραγματικά γεγονότα που έχουν λάβει χώρα στην Ισπανία τα τελευταία χρόνια.

Φορείς που συμμετείχαν στη διοργάνωση/υλοποίηση: Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género. Ministerio de Igualdad, Gobierno de España (Αντιπροσωπεία της κυβέρνησης για τη βία κατά των φύλων. Υπουργείο Ισότητας, κυβέρνηση της Ισπανίας).

Ομάδες-Στόχοι:

- **Κύριες ομάδες-στόχοι:** Οι άνδρες που δεν συμμετέχουν ενεργά στον αγώνα κατά της έμφυλης βίας και ενεργούν ως συνεργοί που επιλέγουν να σιωπούν ή άνδρες που δεν γνωρίζουν τα διάφορα είδη βίας κατά των γυναικών.
- Μέσα μαζικής ενημέρωσης και άτομα με επιρροή σε άλλους, ιδίως εντυπωσιακοί νεαροί άνδρες.
- **Δευτερεύουσα ομάδα-στόχος:** Άνθρωποι που δεν γνωρίζουν τα διάφορα είδη βίας κατά των γυναικών.

Μήνυμα/μηνύματα και γλώσσα που χρησιμοποιήθηκαν:

- Το **#EntoncesQuién (#ΤότεΠοιος)** είναι η συνήθης ερώτηση που τίθεται όταν κάποιος αρνείται ότι έχει κάνει κάτι (ή, στην περίπτωση αυτού του βίντεο, ότι δεν κάνει τίποτα για τη βία σε αυτές τις καταστάσεις). Η καμπάνια έχει σκοπό να ευαισθητοποιήσει τους ανθρώπους, ιδίως τους άνδρες, σχετικά με το τι συμβαίνει στις γυναίκες στην καθημερινή τους ζωή, ώστε να κατανοήσουν το νόημα που κρύβεται πίσω από αυτές τις λέξεις και τις πράξεις. Αν όχι αυτοί, τότε ποιος θα υψώσει τη φωνή του κατά της έμφυλης βίας που οι γυναίκες καταγγέλλουν εδώ και χρόνια; Αν γνωρίζετε κάποιον που έχει κάνει κάτι τέτοιο, πρέπει να το αναφέρετε και να εμπλακείτε για να κάνετε το σωστό.
- Η γλώσσα στο βίντεο είναι ανεπίσημη, χρησιμοποιεί λεξιλόγιο της καθημερινής ζωής και καθόλου εξειδικευμένους όρους.

Τύπος υλικού που αναπτύχθηκε:

- Δύο τηλεοπτικά σποτ: ένα μεγαλύτερο (1:08 λεπτά) και ένα μικρότερο (0:20 λεπτά).
- Ραδιοφωνικές διαφημίσεις σε όλες τις επίσημες γλώσσες της Ισπανίας: Ισπανικά, Καταλανικά, Γαλικιανά και Βασκικά.
- Εικονογραφικό υλικό, όπως αφίσες, πανό, ψηφιακές πινακίδες, gifs.

Δυνατά και αδύνατα σημεία:**Δυνατά σημεία:**

- Το σποτ έγινε viral αφού ένας τηλεοπτικός παρουσιαστής αισθάνθηκε προσβεβλημένος από το βίντεο, αρνούμενος ότι έχει ενεργήσει ποτέ με τέτοιο τρόπο, παρά το γεγονός ότι το όνομά του δεν αναφέρεται ποτέ. Αυτό έκανε τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να δημιουργήσουν βίντεο συλλογής με τον εν λόγω παρουσιαστή να κάνει τις γυναίκες καλεσμένες να αισθάνονται άβολα. Παρομοίως, ένας streamer του Twitch αισθάνθηκε ότι υπήρξε υπαιτιγμός εναντίον του και απαίτησε από την κυβέρνηση να χρησιμοποιεί το δημόσιο χρήμα με υπευθυνότητα.
- Επιπλέον, το σποτ δείχνει πώς αυτές οι συμπεριφορές μπορεί να είναι επιβλαβείς και να θεωρούνται βία κατά των γυναικών, ακόμη και αν δεν είναι σωματική.

Αδύνατα σημεία:

Δεν εντοπίστηκαν αδύνατα σημεία.

Σύνδεσμοι:

- Σύνδεσμος στην ιστοσελίδα της καμπάνιας:
<https://violenciagenero.igualdad.gob.es/sensibilizacionConcienciacion/campanas/violenciaGobierno/entoncesqui/vgenero.htm>
- Σύνδεσμος στο σποτ (στα ισπανικά): <https://youtu.be/vxfR1-zqdwY>

Πρόσθετες πληροφορίες:

Το σποτ αυτό είναι η πιο πρόσφατη καμπάνια της ισπανικής κυβέρνησης για την 25η Νοεμβρίου. Το βίντεο αναφέρεται σε πράξεις βίας κατά των γυναικών που έχουν σημειωθεί τους τελευταίους μήνες και χρόνια στη χώρα.

- Ένας streamer στο Twitch δήλωσε ότι ένας φίλος του συνήθιζε να μην πίνει αλκοόλ όταν διασκέδαζε, ώστε οι μεθυσμένες γυναίκες να έχουν σχέσεις μαζί του.
- Ο οικοδεσπότης μιας πολύ δημοφιλούς τηλεοπτικής εκπομπής έχει κατηγορηθεί πολλές φορές ότι έκανε σεξιστικά, οικεία και άβολα αστεία και ερωτήσεις σε γυναίκες καλεσμένες.
- Ποδοσφαιριστές που έχουν κατηγορηθεί για σεξουαλική κακοποίηση ή επιθετικότητα και έχουν υπερασπιστεί από οπαδούς, αποτελούμενους κυρίως από άνδρες.
- Νεαροί άνδρες που ζουν σε ανδρική πανεπιστημιακή εστία και αποβλήθηκαν επειδή φώναζαν μισογυνιστικές και χυδαίες απειλές από τα παράθυρά τους προς τις γυναίκες που ζουν στη γυναικεία εστία που βρίσκεται απέναντι.



Don't Skip - Μην προσπερνάς

Εστίαση: Έμφυλη βία και Σεξισμός

Στόχοι:

1. Ευαισθητοποίηση της κοινωνίας, ιδίως των νέων, ώστε να μην προσπερνάμε τα καθημερινά περιστατικά έμφυλης βίας και σεξισμού.
2. Να δοθεί ορατότητα στο φαινόμενο της έμφυλης βίας και να συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας συλλογικής κουλτούρας μηδενικής ανοχής, προκειμένου να εξαλειφθεί η έμφυλη βία.

Δραστηριότητες/πρωτοβουλίες:

Η καμπάνια «Μην Προσπερνάς» (“Don't Skip”) υλοποιήθηκε στην Ελλάδα από το Κέντρο Γυναικείων Μελετών και Ερευνών «Διοτίμα», στο πλαίσιο του έργου με τίτλο «SPEAK: Νομική υποστήριξη και ευαισθητοποίηση κατά της έμφυλης βίας”

1. Ένας διαγωνισμός ταινιών μικρού μήκους, με τίτλο «Νέες και νέοι δημιουργοί ενάντια στη βία κατά των γυναικών: Μην προσπερνάς». Η επιδίωξη ήταν να συμμετάσχουν δημιουργοί (18 έως 30 ετών), να μοιραστούν τη φρέσκια κινηματογραφική τους ματιά και να ευαισθητοποιήσουν τους συμπολίτες τους. Στο διαγωνισμό έλαβαν μέρος έντεκα ταινίες.
2. Video spot, με το οποίο γίνεται ορατό το φαινόμενο της σεξουαλικής παρενόχλησης στο δημόσιο χώρο
3. Video spot, με το οποίο παρουσιάζονται τα στερεότυπα της λεκτικής κακοποίησης που χρησιμοποιεί ο δράστης, σε ένα καθημερινό περιστατικό ενδοοικογενειακής βίας
4. Video spot, με το οποίο το κοινό καλείται να μην αγνοεί τα σημάδια της έμφυλης βίας
5. Posts καμπάνιας, που περιλαμβάνει πίνακες αφηρημένης τέχνης, οι οποίοι παρουσιάζουν τις συνέπειες που βιώνουν οι γυναίκες θύματα ενδοοικογενειακής βίας και βιασμού
6. Φωτογραφικά στιγμιότυπα από την καθημερινή ζωή, ακόμη και νεαρών ζευγαριών, στα οποία καταγράφεται η δυσκολία και ο φόβος των γυναικών να μιλήσουν για τη βία που βιώνουν.

Φορείς που συμμετείχαν στη διοργάνωση/υλοποίηση: Προσωπικό του οργανισμού, νέοι/ες καλλιτέχνες που συμμετείχαν στο διαγωνισμό ταινιών, διάσημοι/ες ηθοποιοί που πρωταγωνιστούν στα βίντεο σποτ.

Ομάδες-Στόχοι: Γενικό κοινό, νέες και νέοι, γυναίκες επιζήσασες της έμφυλης βίας

Μήνυμα/μηνύματα και γλώσσα που χρησιμοποιήθηκαν:

- «Μην προσπερνάς», «Μην προσπερνάς την έμφυλη βία»
- Γλώσσες: Ελληνικά και Αγγλικά

Τύπος υλικού που αναπτύχθηκε:

- Videos,
- Posts στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στον ιστότοπο της καμπάνιας

Δυνατά και αδύνατα σημεία:

Δυνατά σημεία:

- Το μήνυμα της καμπάνιας διαδόθηκε ευρέως και προωθήθηκε από τα περισσότερα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης στην Ελλάδα.
- Υπήρξε επίσης μεγάλη ανταπόκριση από τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ιδίως από γυναίκες ηλικίας 25-45 ετών.
- Ένα από τα σποτ, στο οποίο πρωταγωνιστεί ο δημοφιλής ηθοποιός Ερρίκος Λίτσης, έγινε viral με πάνω από 1 εκατομμύριο προβολές.
- **Δεν εντοπίστηκαν αδύνατα σημεία.**

Σύνδεσμος:

Σύνδεσμος στην ιστοσελίδα: <https://diotima.org.gr/dontskip/en/index.html>





Call4Margherita: η πιο ακριβή πίτσα στον κόσμο

Εστίαση: Η καμπάνια επικεντρώθηκε στο ανεπαρκές σύστημα υποστήριξης που αδυνατεί να παράσχει άμεση ανταπόκριση στις γυναίκες θύματα βίας, καθώς οι υπηρεσίες υγείας και κοινωνικής υποστήριξης, οι υπάλληλοι των υπηρεσιών επιβολής του νόμου και οι δικαστικές αρχές δεν είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι ώστε να εντοπίζουν και να ανταποκρίνονται άμεσα σε περιπτώσεις έμφυλης βίας και ενδοοικογενειακής βίας.

Στόχοι:

1. Ευαισθητοποίηση του ευρύτερου κοινού και των θεσμικών οργάνων, ώστε το ζήτημα της καταπολέμησης της βίας κατά των γυναικών να καταστεί από επείγον ζήτημα της πολιτικής.
2. Συγκέντρωση χρημάτων

Δραστηριότητες/πρωτοβουλίες:

- Έναρξη καμπάνιας συγκέντρωσης χρημάτων σε εθνικό επίπεδο,
- Έναρξη καμπάνιας ευαισθητοποίησης μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (Instagram), ενθαρρύνοντας τους πολίτες να μοιραστούν το περιεχόμενο και τα μηνύματά της,
- Παρουσίαση μιας καλλιτεχνικής εγκατάστασης στο κέντρο της Ρώμης, ακολουθούμενη από ένα flashmob, και εθνική παρουσίαση του διαφημιστικού βίντεο της καμπάνιας.

Φορείς που συμμετείχαν στη διοργάνωση/υλοποίηση:

- **ActionAid Italia** (Διεθνής ακτιβιστική οργάνωση, δημιουργός της πρωτοβουλίας),
- **Caffeina** (ψηφιακό πρακτορείο),
- **Διασημότητες**, όπως οι Claudia Gerini, Michela Giraud, di Claudia Napolitano (The Jackal), Filippo Tortu, Daniele Garozzo, Miriam Sylla και Sandro Campagna- και ιταλικές επιχειρήσεις όπως οι PizziKotto, Gruppo Locauto, Italo, Levi's και Lovable (για τη διάδοση της καμπάνιας).

Ομάδες-Στόχοι: Γενικός πληθυσμό**Μήνυμα/μηνύματα και γλώσσα που χρησιμοποιήθηκαν:****Μηνύματα**

- *Διότι αν οι γυναίκες καλούν την αστυνομία προσποιούμενες ότι την παραγγέλνουν για να ξεφύγουν από τους βίαιους συντρόφους τους, αυτό σημαίνει ότι η πίτσα είναι ένα εργαλείο για να σώσουν τη ζωή τους και αξίζουν τα κονδύλια που πρέπει να διαθέσουν οι κυβερνήσεις του κόσμου για την καταπολέμηση της έμφυλης βίας. Διαμαρτυρηθείτε για να ξαναγίνει αυτή η πίτσα μια απλή πίτσα. Κάντε δωρεά (κωδικός qr) #Call4Margherita. »*
Αυθεντικό μήνυμα (στα Ιταλικά): *Se la pizza oggi non è più solo uno dei cibi preferiti al mondo, ma uno strumento per salvarsi la vita, significa che vale molto di più: vale i fondi che i Governi di tutto il mondo dovrebbero erogare per combattere la violenza sulle donne. Così nasce la pizza più costosa al mondo: #Call4MArgherita.*
- «Μια ζωή χωρίς βία δεν μπορεί να είναι πολυτέλεια».
- Hastag “#Call4Margherita”

Γλώσσα:

- Η καμπάνια χρησιμοποιεί τη γλώσσα που χρησιμοποιείται σε μια διαφήμιση πολυτελείας για να αντιμετωπίσει την πραγματικότητα της ενδοοικογενειακής βίας και το πώς ορισμένες γυναίκες, λόγω του φόβου των συνεπειών που θα έχει η καταγγελία ενός βίαιου συντρόφου, πρέπει να χρησιμοποιήσουν την παραγγελία μιας πίτσας ως δικαιολογία ή τέχνασμα για να προσπαθήσουν να αποφύγουν τους συντρόφους τους να τους «τιμωρήσουν» γι' αυτό.

Τύπος υλικού που αναπτύχθηκε:

- Video <https://www.youtube.com/watch?v=JrChsR8TTak>
- και αφίσες διάδοσης

Δυνατά και αδύνατα σημεία:**Δυνατά σημεία:**

- Τα κανάλια που χρησιμοποιούνται και η δημιουργικότητα στη χρήση της γλώσσας ενός διαφημιστικού σποτ πολυτελείας είναι πολύ αποτελεσματικά εργαλεία και τρόποι ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης και των θεσμών, καθώς παρουσιάζουν τη βία ως κάτι συγκεκριμένο, το οποίο μπορεί να δει κανείς να υλοποιείται σε μια πίτσα.
- Η εμπλοκή επιχειρήσεων, και συγκεκριμένα πιτσαριών, προσφέρει ένα άμεσο και ισχυρό κανάλι επικοινωνίας με το κοινό, καθώς το μήνυμα ήταν τυπωμένο στα κουτιά της πίτσας, μαζί με τον σύνδεσμο για δωρεά στην καμπάνια.
- Η παρουσίαση της καμπάνιας με μια προσωπική εκδήλωση δημιουργεί προσδοκίες και προσφέρει μια πιο άμεση επικοινωνία με τα μέσα ενημέρωσης.
- Η συμμετοχή διασημοτήτων από διαφορετικά υπόβαθρα βοηθά στην προσέγγιση διαφορετικών ακροατηρίων.

Αδύνατα σημεία:

- Η αναπαράσταση της έμφυλης βίας με κάποιο τρόπο σε μια «φантаχτερή πίτσα», αν και δημιουργική, κινδυνεύει να φανεί λίγο επιφανειακή και το μήνυμα του βίντεο μπορεί να προκαλέσει σύγχυση.
- Εκτός από τη συγκέντρωση χρημάτων και την ευαισθητοποίηση, δεν υπάρχει άμεση δράση με τη συμμετοχή πολιτικών θεσμών ή αρχών για να ζητηθεί να αφιερωθούν περισσότερα χρήματα σε πρωτοβουλίες κατά της έμφυλης βίας, οπότε μπορεί να φτάσει μόνο στο γενικό πληθυσμό και όχι στους θεσμούς.

Σύνδεσμοι:

- Σύνδεσμος στην ιστοσελίδα: <https://www.actionaid.it/call4margherita>
- Σύνδεσμος στην καμπάνια Instagram: [@Call4Margherita](https://www.instagram.com/Call4Margherita)





ΣΠΑΣΜΕΝΑ ΦΤΕΡΑ (BROKEN WINGS)

Εστίαση: Καμπάνια πρόληψης της ενδοοικογενειακής βίας

Στόχοι: Ενημέρωση του κοινού για τις σοβαρές συνέπειες της καταχρηστικής συμπεριφοράς στα ζευγάρια.

Δραστηριότητες/πρωτοβουλίες:

- **Ταινία ντοκιμαντέρ “Broken Wings”:** Αποτελεί το κεντρικό σημείο της καμπάνιας και παρουσιάζει την κατάσταση των θυμάτων ενδοοικογενειακής βίας στη Ρουμανία που δεν ζήτησαν βοήθεια από κανέναν, μέσα από διάφορες περιπτώσεις κρατουμένων στο σωφρονιστικό κατάστημα γυναικών Târgșor. «Το ντοκιμαντέρ είναι χτισμένο γύρω από τις ιστορίες των γυναικών που έζησαν μια ζωή κακοποίησης και φόβου, η οποία τις παρακίνησε να υπομείνουν χρόνια σκληρής ταλαιπωρίας, να μην ζητήσουν βοήθεια από κανέναν, φτάνοντας κάποια στιγμή να κλάψουν και να γίνει θύτης από θύμα, αποδίδοντας δικαιοσύνη στον εαυτό του», λένε οι διοργανωτές.
- **Οδηγός ασφαλείας για τα θύματα οικογενειακής βίας,** που δημιουργήθηκε και διανεμήθηκε σε όλα τα αστυνομικά τμήματα σε όλη την επικράτεια. Ο Οδηγός αυτός απευθύνεται σε άτομα που καταλαβαίνουν ότι βρίσκονται σε μια βίαιη κατάσταση και κάνουν τα πρώτα βήματα για να βγουν από αυτό το περιβάλλον. Ο Οδηγός συνοδεύεται από αφίσες που θα επικολληθούν στις σκάλες των μπλοκ στους πίνακες ανακοινώσεων. Οι αφίσες απευθύνονται στο «μαύρο νούμερο» της βίας, σε εκείνους τους ανθρώπους που δεν περιλαμβάνονται σε καμία στατιστική, που δεν έχουν μιλήσει ποτέ για αυτό που ζουν.
- **Εκδήλωση** που διοργανώθηκε με την υποστήριξη του δημαρχείου της Oradea.

Φορείς που συμμετείχαν στη διοργάνωση/υλοποίηση:

ASOCIAȚIA NECUVINTE

Ομάδες-Στόχοι::

- Άνθρωποι σε Πανεπιστήμια και Λύκεια,
- Γενικό κοινό (το υλικό τοποθετήθηκε σε πολυσύχναστους δημόσιους χώρους και σε όλα τα αστυνομικά τμήματα, σε εθνικό επίπεδο),
- Θύματα έμφυλης βίας.

Μήνυμα/μηνύματα και γλώσσα που χρησιμοποιήθηκαν: Πες «Όχι» στην ενδοοικογενειακή βία

Τύπος υλικού που αναπτύχθηκε:

- Τηλεοπτικό σποτ,
- Ταινία ντοκιμαντέρ ,
- Οδηγός Ασφάλειας,
- Αφίσες.

Δυνατά και αδύνατα σημεία:**Δυνατά σημεία:**

- Η καμπάνια δημιούργησε το ντοκιμαντέρ “BROKEN WINGS”, το οποίο μεταφέρει ένα ισχυρό μήνυμα για την ενδοοικογενειακή βία.

Αδύνατα σημεία:

- Η καμπάνια δε διαθέτει επίσημο ιστότοπο και το όνομα της καμπάνιας μπορεί εύκολα να συγχέεται με μια τουρκική σειρά, οπότε δεν υπάρχει σαφής επίσημη ταυτότητα της πρωτοβουλίας.

Σύνδεσμοι:

- Σύνδεσμος σε ιστοσελίδα: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/campanii-proiecte/campania-de-prevenire-a-violentei-domestice-aripi-frante>
- Σύνδεσμος στο Τηλεοπτικό σποτ: <https://www.youtube.com/watch?v=tMdlC2V2fEs>
- Σύνδεσμος στην ταινία ντοκιμαντέρ: <https://www.youtube.com/watch?v=MSIevNsnvtE>



Φεύγοντας (Partir/ Leaving)

Εστίαση: Οικονομική στήριξη δράσεων κατά της έμφυλης βίας

Στόχοι: Συγκέντρωση χρημάτων ύψους 1 εκατομμυρίου ευρώ.

Δραστηριότητες/πρωτοβουλίες:

- Γραμμές βοήθειας και συνομιλίες υποστήριξης,
- Υποστήριξη δημιουργίας καταφυγίων 17/05/2023,
- Ευαισθητοποίηση των νέων γενεών σχετικά με την ισότητα των φύλων,
- Νομική υποστήριξη των θυμάτων,
- Ανάπτυξη δραστηριοτήτων προσανατολισμένων στην ψυχολογική και σωματική ανασυγκρότηση των θυμάτων.

Φορείς που συμμετείχαν στη διοργάνωση/υλοποίηση: Maison des Femmes

Ομάδες-Στόχοι: Γενικό κοινό, όλοι όσοι είναι πρόθυμοι να δωρίσουν.

Μήνυμα/μηνύματα και γλώσσα που χρησιμοποιήθηκαν:

Η γλώσσα που χρησιμοποιείται είναι κατατοπιστική: υπάρχουν ποσοστά για την έμφυλη βία και τα κέντρα βοήθειας

Τύπος υλικού που αναπτύχθηκε: Σύντομο βίντεο



Δυνατά και αδύνατα σημεία:

Δυνατά σημεία:

Η καμπάνια χρησιμοποιεί ενημερωτική γλώσσα, θέτει σαφή στόχο, λειτουργεί με πλήρη προσανατολισμό και ενσωματώνει τη διαφάνεια στις δραστηριότητές της.

Δεν εντοπίστηκαν αδύνατα σημεία.

Σύνδεσμοι:

- Σύνδεσμος στην ιστοσελίδα: <https://fondationdesfemmes.org/actualites/campagne-violences-conjugales/>
- Σύνδεσμος στο video: https://www.youtube.com/watch?v=EstaEbK5XpA&embeds_referring_euri=https%3A%2F%2Ffondationdesfemmes.org%2F&embeds_referring_origin=https%3A%2F%2Ffondationdesfemmes.org&source_ve_path=Mjg2NjY&feature=emb_logo



STOP - Stadtteile Ohne Partnergewalt

Εστίαση: Βία μεταξύ συντρόφων

Στόχοι: Ενεργοποίηση των γειτόνων για την καταπολέμηση της βίας μεταξύ συντρόφων

Δραστηριότητες/πρωτοβουλίες:

Η καμπάνια χωρίζεται σε 8 βήματα:

1. Η πρωτοβουλία προέρχεται από ένα θεσμικό όργανο της γειτονιάς,
2. Ενεργοποιητική έρευνα - με την υποβολή ερωτήσεων στους κατοίκους της περιοχής, έχουν ήδη ενεργοποιηθεί,
3. Δημιουργία ομάδων δράσης της γειτονιάς,
4. Συζητήσεις με πρωτοβουλία των ομάδων, κινητοποίηση των κατοίκων της περιοχής,
5. Δημιουργία ομάδων δράσης σε επίπεδο συνοικίας,
6. Ανάπτυξη ατομικού δικτύου υποστήριξης
7. Διατήρηση των επαφών και του δικτύου
8. Πολιτική δικτύωση.

Φορείς που συμμετείχαν στη διοργάνωση/υλοποίηση: Μια εγκατάσταση της γειτονιάς (π.χ. κέντρο γειτονιάς, κέντρο κοινότητας, σχολείο γονέων) λαμβάνει την απόφαση να ασχοληθεί με το θέμα και να διαθέσει προσωπικό, χώρους και κονδύλια γι' αυτό.

Ομάδες-Στόχοι: Τοπικοί πολίτες & κάτοικοι της περιοχής

Μήνυμα/μηνύματα και γλώσσα που χρησιμοποιήθηκαν: Μην αποστρέφετε το βλέμμα σας αν εντοπίσετε συντροφική βία στη γειτονιά σας

Τύπος υλικού που αναπτύχθηκε: Βίντεο, σημαίες & αφίσες



Δυνατά και αδύνατα σημεία:

Δυνατά σημεία:

- Η πρωτοβουλία αυτή μπορεί να αναληφθεί από τους τοπικούς κοινωνικούς λειτουργούς και τα αντίστοιχα ιδρύματά τους. Κατά συνέπεια, η υλοποίησή της υπερβαίνει τη διάρκεια της χρηματοδότησης και εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το επίπεδο αφοσίωσης που είναι σε θέση να επενδύσουν.
- Ένα σημαντικό πλεονέκτημα έγκειται στην ικανότητά της να δημιουργεί άμεσες συνδέσεις με άτομα, χρησιμοποιώντας όχι μόνο πλατφόρμες μέσω ενημέρωσης όπως το Facebook, αλλά και μέσω της κοινωνικής εργασίας στην κοινότητα.
- Η εργασία σε τοπικό επίπεδο βοηθά στην κινητοποίηση των γειτόνων και έχει πολύ ισχυρό μήνυμα.

Αδύνατα σημεία:

- Ο συντονισμός της εμπλοκής της τοπικής κοινότητας χρειάζεται συνεχή υποστήριξη και φαίνεται να χρηματοδοτείται αποκλειστικά μέσω της χρηματοδότησης του έργου, γεγονός που μπορεί να αποτελέσει ζήτημα για τη βιωσιμότητά του.
- Πρόκειται για μια πρωτοβουλία που απαιτεί πολλές προσπάθειες και απαιτεί υψηλό επίπεδο δέσμευσης από τους συμμετέχοντες οργανισμούς.
- Το βίντεο της καμπάνιας μπορεί να προκαλέσει βαθιές συναισθηματικές αντιδράσεις, οι οποίες μπορεί να είναι χρήσιμες για την εμπλοκή του κοινού, αν και μπορεί να προκαλέσει σκανδαλισμό σε ορισμένους ανθρώπους.

Σύνδεσμοι:

- Σύνδεσμος στην ιστοσελίδα: <https://stop-partnergewalt.at/>
- Σύνδεσμος στο video:

https://www.youtube.com/watch?v=Ut1GneqKGas&t=57s&ab_channel=A%C3%96F-VereinAutonome%C3%96sterreichischeFrauenh%C3%A4user

ΕΤΑΙΡΟΙ

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΗΣ. ASOCIACION CAMINOS
Ισπανία - www.asoccaminos.org

EDRA
Ελλάδα - www.edra-coop.gr/el

CESIE
Ιταλία - www.cesie.org

ASOCIATIA HABILITAS, CENTRU DE RESURSE
SI FORMARE PROFESIONALA BUCHAREST
Ρουμανία - www.habilitas.ro

ELAN INTERCULTUREL
Γαλλία - www.elaninterculturel.com

GESOB
Αυστρία - www.gesob.at

MARIPOSAPROJECT.EU



Co-funded by
the European Union

EACEA, Erasmus+, Key Action 2 - Cooperation partnerships in adult education

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.

2021-1-ES01-KA220-ADU-000033400



This work is licensed under CC BY-NC-SA 4.0.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>