

УДК 362.63-027.553:070

Ярослав МУДРИЙ

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки та соціальної роботи, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, вул. М. Коцюбинського, 2, м. Чернівці, Чернівецька обл., Україна, 58012
ORCID: 0000-0002-1632-9439

Марія ГУЛЯЄВА

кандидат педагогічних наук, асистент, асистент кафедри педагогіки та соціальної роботи, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, вул. М. Коцюбинського, 2, м. Чернівці, Чернівецька обл., Україна, 58012
ORCID: 0000-0003-2963-6881

Бібліографічний опис статті: Мудрий, Я., Гуляєва, М. (2024). Інформаційно-просвітницькі кампанії як засіб профілактики домашнього насильства. *Ввічливість. Humanitas*, 3, 47–53, doi:

**ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОСВІТНИЦЬКІ КАМПАНІЇ ЯК ЗАСІБ
ПРОФІЛАКТИКИ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА**

Анотація. Мета статті – розкрито суть та висвітлено можливості інформаційно-просвітницьких кампаній у профілактиці домашнього насильства. Аналіз наукових, публіцистичних, довідкових джерел, Інтернет-ресурсів, узагальнення, систематизація матеріалу дозволила зробити висновок, що такі кампанії мають важливе значення у приверненні уваги громадськості до теми, яка часто страждає від замовчування та стигматизації.

Змістом і метою інформаційно-просвітницьких кампаній є підвищення обізнаності, що включає в себе зусилля, спрямовані на підвищення рівня знань про причини та наслідки різних видів насильства, боротьбу зі ставленням,

переконаннями та нормами, які потурають домашньому насильству, а також інформування людей про відповідні закони, політику, послуги та права.

Ключовими моментами інформаційних заходів є наступні: підвищення обізнаності, як обов'язкова умова та фундамент для запобігання насильству; врахування можливостей інформаційно-просвітницького підходу; розуміння обмежень такої діяльності; розробка ефективних заходів з підвищення обізнаності.

Встановлено, що найпотужніші міжнародні та національні кампанії – це інтерактивні кампанії. Саме вони привертають увагу глядачів і змушують їх замислитися над серйозністю проблеми. Такі кампанії можуть варіюватися від проникнення у сферу маркетингу та розміщення актуальної інформації на товарах і продуктах до встановлення рекламних та довідкових щитів, автоматів з інформацією про боротьбу з насильством.

Інші кампанії проти домашнього насильства намагаються привернути увагу громадськості, використовуючи впізнавану іконографію. Коли глядач стикається з чимось знайомим, проблема здається набагато реальнішою. Наведено приклади таких кампаній, які включають зображення відомих персонажів, наприклад, принцес, які зазнали насильства, ляльок Барбі з синцями та закривавлених героїв мультфільмів або ж фото реальних чи відомих людей тощо.

Ключові слова: *домашнє насильство, гендерно обумовлене насильство, інформаційно-просвітницькі кампанії, профілактика, підвищення обізнаності.*

Yaroslav MUDRYI

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Senior Lecturer of the Pedagogics and Social Work Department, Yurii Fedkovych Chernivtsi National University, 2 Kotsiubynskoho St., Chernivtsi, Chernivtsi region, Ukraine, 58012
ORCID: 0000-0002-1632-9439

Mariia HULIAIEVA

PhD in Pedagogy, Assistant, Lecturer of the Pedagogics and Social Work Department, Yurii Fedkovych Chernivtsi National University, 2 Kotsiubynskoho St., Chernivtsi, Chernivtsi region, Ukraine, 58012

ORCID: 0000-0003-2963-6881

To cite this article: Mudryi, Y., Huliaieva, M. (2024). Informatsiino-prosvitnytski kampanii yak zasib profilaktyky domashnioho nasylstva [Informational and Educational Campaigns as a Means of Preventing Domestic Violence]. *Vvichlyvist. Humanitas*, 3, 47–53, doi:

INFORMATIONAL AND EDUCATIONAL CAMPAIGNS AS A MEANS OF PREVENTING DOMESTIC VIOLENCE

***Abstract.** The aim of the article is to reveal the essence and highlight the possibilities of informational and educational campaigns in preventing domestic violence. Analysis of scientific, journalistic, reference sources, internet resources, generalization, and systematization of material allowed to conclude that such campaigns play an important role in drawing public attention to a topic that often suffers from silence and stigma.*

The content and purpose of informational and educational campaigns are to increase awareness, which includes efforts aimed at raising the level of knowledge about the causes and consequences of various types of violence, combating attitudes, beliefs, and norms that tolerate domestic violence, as well as informing people about relevant laws, policies, services, and rights.

Key points of informational activities include the following: increasing awareness as a mandatory condition and foundation for preventing violence; considering the possibilities of an informational and educational approach; understanding the limitations of such activities; developing effective awareness-raising measures.

It has been established that the most powerful international and national campaigns are interactive campaigns. They attract viewers' attention and make them reflect on the seriousness of the problem. Such campaigns can range from infiltrating the marketing sphere and placing relevant information on goods and products to installing advertising and informational billboards, vending machines with information about combating violence.

Other campaigns against domestic violence seek to attract public attention using recognizable iconography. When the viewer encounters something familiar, the problem seems much more real. Examples of such campaigns are given, which include images of well-known characters, such as princesses who have experienced violence, Barbie dolls with bruises and bloody cartoon heroes, or photos of real or famous people, etc.

Key words: *domestic violence, gender-based violence, informational and educational campaigns, prevention, raising awareness.*

Актуальність проблеми. Незважаючи на декларовані принципи всезагальної рівності та недискримінації, поваги до особистих меж і кордонів, свободи, гідності та недоторканності особи, а головне – визнання здоров'я та життя людини найвищими цінностями, – спостерігаємо процвітання та вкорінення жорстокості і насильницьких форм поведінки, зокрема, в сім'ї, у сучасному суспільстві.

Соціальна робота із запобігання домашньому насильству є одним із напрямів загальнодержавної соціальної профілактики. Водночас потребують перегляду та актуалізації форми і методи первинної профілактики як найбільш «універсального» та загального рівня (напрямую) профілактики, який передбачає заходи інформаційно-просвітницького характеру щодо проблеми насильства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти соціально-педагогічної роботи із запобігання сімейному насильству над дітьми у своїх працях розкривають К. Бабенко, О. Мальцева, Т. Перцева, Я. Овсяннікова, В. Огоренко. Питання гендерно обумовленого насильства досліджували Т. Веретенко, О. Дудоров, Я. Климчук, Т. Любімова, В. Полубінський,

М. Хавронюк, Н. Шведова. Заходи профілактики домашнього насильства описані у роботах В. Андрєєнкової, О. Артюх, В. Бондароської, Л. Булах, Т. Журавель, Н. Комарової, К. Чернець.

Мета дослідження – розкрити зміст, можливості та умови ефективності інформаційно-просвітницьких кампаній у профілактиці домашнього насильства.

Виклад основного матеріалу. Інформаційно-просвітницькі заходи широко використовуються і відіграють важливу роль у запобіганні домашнього насильства. Хоча й малоімовірно, що виключно інформаційно-просвітницькі заходи здатні суттєво зменшити рівень насильства. Часто існує невідповідність між запланованими цілями інформаційно-просвітницьких заходів і тим, чого вони повинні досягнути. Наприклад, організація може поширювати інформацію про новий закон про протидію домашньому насильству з метою зниження рівня насильства з боку чоловіків, але сама по собі ця стратегія навряд чи досягне цього.

Важливо розуміти, чого можна досягнути за допомогою заходів з підвищення обізнаності, якими власне і є інформаційно-просвітницькі кампанії. Це може стати основою для прийняття рішень щодо впровадження інформаційно-просвітницьких підходів, розробити і впровадити зміни, пов'язані з інтервенційними заходами, і визначити найкращі практики для більш ефективних зусиль з підвищення обізнаності.

Розпочати варто з поняття *«підвищення обізнаності»*, що охоплює різноманітні види діяльності і часто включає в себе зусилля, спрямовані на підвищення рівня знань про причини та наслідки різних видів насильства, боротьбу зі ставленням, переконаннями та нормами, які потурають домашньому насильству, а також інформування людей про відповідне законодавство, послуги та права.

Підвищення обізнаності здійснюється через різні способи передачі повідомлень: телебачення, радіо, підкасти, виставки, білборди, вистави, Інтернет, комікси, журнали та інші публікації, театр, музику, плакати,

мистецтво, соціальні мережі, семінари, громадські діалоги чи дебати. Підвищення обізнаності є обов'язковою умовою та фундаментом для запобігання насильству.

Кампанії та заходи, спрямовані на запобігання домашньому насильству та насильству за ознакою статі (гендерно обумовленого насильства – ГОН), такі як щорічні «16 днів проти насильства», також супроводжуються заходами з підвищення обізнаності. Вони спрямовані на різні аудиторії – широку громадськість, національні та місцеві органи влади, окремих осіб тощо.

Такі заходи варіюються від одноразових повідомлень до довгострокових програм, таких як телевізійні чи радіопередачі, або як частина постійної активістської кампанії. Багато підходів до підвищення обізнаності спрямовані на зміну ставлення до насильства, сексуальної експлуатації, а також гендерних норм, які визначають прийнятні та належні дії для жінок і чоловіків у певній групі чи суспільстві (Гурковська, 2020). Наприклад, переконання в тому, що бити дружину морально неприйнятно, відрізняється від очікування, що постраждала особа не повідомить про насильство в правоохоронні органи.

Інформаційно-просвітницькі кампанії з підвищення обізнаності привабливі тим, що вони можуть генерувати знання про певні проблеми та охопити значну аудиторію за відносно низьких затрат. Надаючи інформацію, яка ставить під сумнів гендерні норми або стигматизує небажану поведінку, вони можуть підтримувати позитивні норми та спонукати до роздумів про шкідливі норми, які призводять до домашнього насильства (Перцева, 2021).

Засоби масової інформації як творці культури можуть суттєво вплинути на громадську думку щодо домашнього насильства. Це важливо, оскільки ставлення, ролі та небажані соціальні норми, які посилюють гендерну нерівність, є потужним чинником насильства над жінками та можуть стати перешкодою для соціальних змін, якщо їх не змінити.

Підходи, спрямовані на підвищення обізнаності, можуть допомогти оприлюднити відповідні закони та політику щодо протидії домашньому насильству та ГОН, у свою чергу це може дати поштовх для розуміння, що

насильство є неприйнятним. Заходи з підвищення обізнаності можуть підтримувати рухи за права жінок і створювати сприятливе середовище для реалізації жінками своїх прав, формуючи підтримку громади або політичну волю (Веретенко, 2021).

Інформаційні кампанії мають потенціал для підвищення рівня знань щодо законодавства про насильство, негативні наслідки домашнього насильства та право жінок жити без насильства і повідомляти про нього. Умовами їх ефективності мають бути скоординованість, інноваційність та достатнє фінансування. Також має бути моніторинг та їх оцінка, щоб отримати докази їхнього впливу на протидію домашньому насильству. Оцінки проведених інформаційно-просвітницьких кампаній засвідчили, що вони сприяли змінам у ставленні до гендерної проблематики та зменшенню рівня прийняття насильства щодо жінок як такого (Гурковська, 2020).

Дослідження, проведене в Леоні, Нікарагуа, задокументувало значне зниження рівня фізичного насильства з боку інтимних партнерів за 20-річний період. Одним із можливих чинників такого зниження були широкомасштабні інформаційні кампанії, очолювані жіночим рухом, які документували зміни в законодавстві і політиці щодо запобігання насильству стосовно жінок та дівчат (Violence Against Women and Girls – VAWG), мали на меті трансформувати шкідливі соціальні норми та заохочувати жінок до реалізації їхніх прав (Ellsberg, 2020).

Підходи, спрямовані на підвищення обізнаності, інформують не тільки про існуючі закони чи політику, вони висвітлюють наявність та діяльність певних служб реагування, що допомагає зменшити бар'єри для доступу до підтримки або вплинути на прийняття постраждалими рішення про те, чи повідомляти про випадки насильства. Підвищення обізнаності може допомогти подолати мовчання та стигму, пов'язані з розкриттям фактів насильства, а також підтримати емпатію та солідарність з постраждалими від насильства.

Підходи до підвищення обізнаності відігравали особливу роль у кризових ситуаціях, таких як пандемія COVID-19, оскільки кампанії можна було

реалізувати дистанційно та безпечно під час локдаунів і періодів соціального дистанціювання. Зокрема, італійська урядова кампанія із запобігання домашньому насильству, розпочата під час пандемії COVID-19, призвела до різкого збільшення кількості дзвінків на національну гарячу лінію з питань домашнього насильства. Однак медіакампанія призвела до зменшення кількості повідомлень у районах із сильними гендерними стереотипами, що свідчить про необхідність також боротися з останніми, щоб збільшити кількість повідомлень про домашнє насильство (Deiana, 2020).

Домашнє насильство та ГОН зумовлені не лише ставленням, переконаннями та нормами, але й низкою інших чинників (наприклад, відсутність навичок побудови стосунків, поганий стан психічного здоров'я, зловживання алкоголем), саме тому інформаційно-просвітницькі заходи самі по собі часто є недостатніми для зниження рівня насильства.

Зміна ставлення до ГОН та гендерної рівності вимагає більш інтенсивних втручань, ніж зазвичай пропонують інформаційно-просвітницькі підходи, оскільки ставлення може бути глибоко вкоріненими переконаннями, сформованими в дитячі роки, які постійно підкріплюються (Greene, 2020).

Більше того, зміна обізнаності та ставлення не обов'язково призводить до зміни поведінки. Як показують дослідження у сфері громадського здоров'я, люди можуть знати, що певна поведінка є шкідливою, але продовжують її здійснювати – наприклад, вести малорухливий спосіб життя, мати надмірну вагу або продовжувати палити (Лимаренко, 2022).

Цінності, переконання, ставлення, норми і поведінка впливають один на одного, і їхні взаємовідносини є складними. Надання інформації не обов'язково призводить до оптимального вибору, оскільки люди не завжди зважують переваги та наслідки вибору, щоб потім прийняти раціональне рішення щодо найкращого способу дій (Дудоров, 2019).

Досвід реалізації програм з профілактики насильства доводить, що соціальне середовище може стати перешкодою на шляху до стійких змін у поведінці. Щоб підтримати людей у зміні та підтримці нової поведінки,

підвищення обізнаності має бути частиною багатокомпонентних інтервенцій і відігравати додаткову роль до інших ефективних компонентів (Mannell, 2019).

Зусилля з підвищення обізнаності мають більше шансів бути результативними, якщо вони адаптовані до аудиторії, на яку розраховані, і спонукають людей думати і відчувати щось про те, що їм пояснюють або показують.

Проведення формативних досліджень (інтерв'ю та фокус-групових дискусій) може допомогти визначити ставлення, переконання та норми, що переважають у цільовій аудиторії (Ткаченко, 2020) Це може допомогти визначити, наскільки сильними або жорсткими є переконання та норми, а також де існують можливості для змін. Переконання можуть бути особливо мінливими, якщо люди не впевнені в тому, як інші поведуть себе в тій чи іншій ситуації, або не мають достатнього досвіду. Так, людина, яка ніколи раніше не повідомляла про випадок домашнього насильства, може бути більш відкритою до зміни своїх переконань щодо ймовірності отримання співчутливої реакції на розкриття порівняно з тими, хто вже мав негативний досвід повідомлення про насильство.

Важливо також консультиватися з постраждалими (різними за статтю та гендерною ідентичністю, сексуальною орієнтацією, віком, етнічним походженням, класом, інвалідністю) щодо змісту та меседжів кампанії. Повідомлення повинні бути попередньо протестовані серед цільових аудиторій, щоб переконатися, що вони є доречними, правильно зрозумілими та звести до мінімуму будь-які непередбачувані негативні наслідки.

Загальна стратегія підвищення обізнаності полягає в тому, щоб підкреслити поширеність домашнього насильства та ГОН. Наприклад, широко використовується інформація, що «кожна третя жінка зазнала домашнього насильства» Але ця ж стратегія може ненавмисно «нормалізувати» насильство або зобразити його як частину культури, що може бути використано для виправдання насильства. Крім того, такі глобальні цифри можуть не

стосуватися кожного середовища – показники можуть бути значно вищими або нижчими в різних умовах.

Ефективні підходи до підвищення обізнаності мають бути достатньо інтенсивними та охоплювати широкі, проте конкретні цільові аудиторії.

Позитивне прагнення (підкреслення переваг ненасильницьких, рівноправних стосунків) має набагато більше шансів зацікавити аудиторію, ніж «каральні» чи жорстко регламентуючі поведінку повідомлення (наприклад, підкреслення виключно наслідків насильства або визначення факторів ризику як неявних причин насильства). Адже останні можуть ненавмисно викликати опір або зворотну реакцію. Так, медійні та комунікаційні матеріали, розроблені для програми «SASA!», намагаються представити позитивні ненасильницькі реалії та запропонувати переконливий приклад у місцевому контексті. Вони уникають звинувачень, закидів, підтримують гідність людей (Raising Voices. Media and Communications). Висвітлення спільної користі позитивних норм може бути більш ефективним, ніж боротьба з укоріненими негативними нормами.

Матеріали, які вказують людям, що вони повинні думати, рідко мають значущий вплив на їхнє ставлення чи поведінку. Ось чому важливо запрошувати людей до дискусій і запитань, поєднуючи підвищення обізнаності з подальшими можливостями для діалогу та роздумів. Хоча засоби масової інформації можуть поширювати інформацію, саме спілкування між людьми та взаємодія сприяють зміні установок та є більш впливовими з часом.

Розглянемо вже реалізовані всесвітньо відомі інформаційно-просвітницькі кампанії профілактики домашнього насильства:

Domestic Violence Cartoon Illustrations / Ілюстрації до мультфільмів про домашнє насильство (2014). Італійський художник Александро Паломбо ілюструє карикатурні пари на тему домашнього насильства у своїй серії під назвою «Що ти за чоловік? – Зупини насильство над жінками». Тривожні зображення зображують відомих вигаданих жінок, які нібито перебувають у хороших, довготривалих стосунках.

Такі пари, як Білосніжка і Мисливець, Попелюшка і Чарівний Принц, стереотипно живуть довго і щасливо, але Паломбо хоче, щоб ви побачили щось більше. Принц не такий вже й чарівний, коли стоїть над закривавленим тілом Попелюшки з каменем у руці. Навіть більш сучасні партнерські стосунки, такі як Пітер і Лоїс Гріффін та Мардж і Гомер Сімпсон, зображені у ситуації домашнього насильства. Обидві жінки зображені поруч зі своїми усміхненими чоловіками з чорними очима і товстими губами.

Серія ілюстрацій покликана привернути увагу до проблеми домашнього насильства. Паломбо закликає глядачів звертати увагу на промовисті ознаки побиття жінок – адже навіть якщо з ними поводяться «як з принцесами» на публіці, це не означає, що так само з ними поводяться і в приватному житті.

«Ефект сарани» (2014) – це книга та мультимедійна кампанія, яка має на меті підвищити обізнаність про повсякденне домашнє насильство та інші форми насильства, що трапляються в усьому світі. У книзі стверджується, що ключ до подолання бідності лежить у вирішенні проблеми подолання насильства в сім'ї. Мультимедійна кампанія включає приголомшливу і тривожну інфографіку, а також відеоролик (URL: <https://youtu.be/cZRMXkyRd7Q>), який показує тяжке становище людей, які не мають нікого і нічого, щоб захистити їх від щоденного насильства. Кампанія є творінням Міжнародної місії «Справедливість».

Abused Princess Ads / Побиті принцеси, або ж Принцеси, що потерпають від насильства (2014). Близькосхідний графічний ілюстратор Saint Ноах («Святий Містифікатор») створив зображення побитих принцес Діснея в рамках рекламної кампанії проти домашнього насильства. Зображення викликають жах, адже на них зображені традиційно задоволені та щасливі героїні мультфільмів з порізами, синцями та подряпинами.

Кампанія під іронічною назвою «Щасливі як ніколи» зображує класичних принцес Діснея – Аріель, Попелюшку, Аврору та Жасмін – з обличчями, сповненими жахливих травм. Кожне з зображень просить глядача замислитися над тим, чи належним чином до них ставиться їхня друга половинка,

запитуючи: «Коли він перестав ставитися до тебе, як до принцеси?», а потім: «Ніколи не пізно покласти цьому край». Святий Містифікатор сподівається, що шокуючі образи діснеївських принцес допоможуть постраждалим від домашнього насильства зробити крок вперед і повідомити про ці жахливі випадки.

Revised Abuse Campaigns, The «Don't Edit, Don't Hide» campaign / «Переглянути» кампанії проти зловживань, кампанія «Не редагуй, не приховуй» (2014). Кампанія «Не редагуй, не приховуй» проходила на фан-сторінці Demus у Facebook і розповідає про Розіту – персонаж, який був створений, щоб представляти жінок, які стикаються з насильством у всьому світі. Розіта навмисно залишала суперечливі коментарі на сторінці у Facebook, що миттєво змушувало інших виступати проти її висловлювань. Люди з гострим оком помітили б, що пости Розіти були позначені як «відредаговані», а відкриття історії редагування посту показало б більше про сумну історію Розіти і про те, як вона виправдовувала дії нападника, наприклад, припускаючи, що вона заслуговувала на згвалтування, бо фліртувала з ним.

Ця кампанія проти насильства від Demus використовує можливість редагування постів у соціальних мережах, проводячи порівняння з тим, як постраждалі часто перекручують свою історію, щоб якимось звинуватити себе у вчиненому (URL: <https://youtu.be/9nWc2T45InQ>).

Anti-Abuse Fashion Shows / Модні покази проти зловживань (2015). У рамках міжнародної кампанії «16 днів проти насильства» N'weti влаштувала шокуючий трюк для підвищення обізнаності про домашнє насильство під час Тижня моди в Мозамбіку. Сподіваючись донести сильне послання про гендерне насильство, на незвичайному дефіле жінки вийшли на подіум з макіяжем у вигляді синців і побоїв, в розірваному одязі. Хоча покази часто використовуються для демонстрації стилів, які стануть популярними в майбутньому, цей показ був представлений як такий, «якого не повинно було статися», а також як такий, що не повинен бути джерелом натхнення для майбутнього. На завершення показу моделі пройшли по подіуму з табличками,

які вказували, куди постраждалі насильства можуть звернутися за допомогою (URL: <https://youtu.be/y3NXIfhte08>).

Anti-Gender Violence Campaigns, «The She reported him, but she was killed anyway» campaign / Кампанії проти гендерного насильства, кампанія «Вона повідомила про нього, але її все одно вбили» (2021). Александро Паломбо, відомий італійський художник та активіст, нещодавно розпочав кампанію, спрямовану на підвищення обізнаності про гендерне насильство. Серія робіт під назвою «Вона заявила на нього, але її все одно вбили» підкреслює жахливі наслідки насильства над жінками – злочину, який здебільшого залишається безкарним. Кампанія поширює зображення таких відомих жінок, як Кейт Міддлтон та Камала Харріс, як постраждалих від домашнього насильства. Під зображеннями побитих облич читаються твердження: «Вона заявила на нього – Але їй ніхто не повірив – Але вона залишилася сама – Але вона не була захищена – Але він не був заарештований – Але її все одно вбили». Такими постерами митець сподівається привернути увагу до поганої реакції політиків на проблему гендерно обумовленого насильства», продемонструвавши, наскільки неефективною є система підтримки та захисту постраждалих.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Протидія домашньому насильству є завданням всього цивілізованого світу, у багатьох країнах реалізуються ефективні методи боротьби і урегулювання проблеми насильства. Інформаційно-просвітницькі кампанії проти домашнього насильства мають важливе значення для привернення уваги громадськості до теми, яка страждає від замовчування та стигматизації. Вони привертають увагу глядачів і змушують їх замислитися над серйозністю проблеми. Заходи можуть варіюватися від проникнення у сферу маркетингу та розміщення актуальної інформації на товарах і продуктах до встановлення рекламних та довідкових щитів, автоматів з інформацією про боротьбу з насильством тощо.

Незважаючи на важливість інформаційно-просвітницьких кампаній, їх ефективність у протидії домашньому насильству самотійно, без інших дій та заходів не доведена. Розробка та впровадження інтервенцій, спрямованих на

зниження рівня домашнього насильства, потребує групових занять за участю всіх учасників, критичного осмислення проблем влади та гендерної нерівності, навчання на власному досвіді, розвитку навичок взаємовідносин та зусиль, спрямованих на підтримку розширення прав і можливостей потенційних та фактичних постраждалих від насильства осіб.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Актуальні проблеми сімейного насильства: монографія / Т.О. Перцева, В.В. Огоренко, Г.М. Кожина та ін.; за заг. ред. проф. Т.О. Перцевої та проф. В.В. Огоренко. Дніпро, 2021. 188 с.
2. Веретенко Т., Климчук Я. Технології соціальної роботи із жінками, які постраждали від домашнього насильства. Актуальні питання гуманітарних наук. 2020. Вип 33, том 1. С. 286–291.
3. Гурковська К.А., Нікітін А.А. Протидія домашньому насильству: міжнародний досвід. Альманах міжнародного права. 2020. Випуск 24. С. 97–104.
4. Дудоров О.О., Хавронюк М.І. Відповідальність за домашнє насильство і насильство за ознакою статі (науково-практичний коментар новел Кримінального кодексу України) / За ред. М.І. Хавронюка. К.: Ваїте, 2019. 288 с.
5. Лимаренко Ю.С. Детермінанти домашнього насильства на мікрорівні (за матеріалами Харківського регіону). Юридичний науковий електронний журнал. 2022. № 3. С. 208–210.
6. Ткаченко І. Домашнє насильство у сучасному світі: прояви та правові методи боротьби. Збірник наукових праць Національної академії внутрішніх справ. 2020. Т 2. С. 111–114.
7. Deiana C., Geraci A., Giua L. Hang Up on Stereotypes: Domestic Violence and Anti- Abuse Helpline Campaign. SSRN. 2020. [Electronic resource]. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3643922
8. Ellsberg M. et al. Long-term change in the prevalence of intimate partner violence: A 20-year follow-up study in León, Nicaragua, 1995-2016. BMJ Global Health. 2020.

9. Greene C.A., Haisley L., Wallace C., Ford J.D. Intergenerational effects of childhood maltreatment: A systematic review of the parenting practices of adult survivors of childhood abuse, neglect, and violence. *Clin Psychol Rev.* 2020. No. 80:101891. doi: 10.1016/j.cpr.2020.101891.
10. Mannell J. et al. Why interventions to prevent intimate partner violence and HIV have failed young women in southern Africa. *Journal of the International AIDS Society.* 2019. No. 22(8).
11. Raising Voices. Media and Communications. How to develop communication materials. SASA! Start Activist Kit. [Electronic resource]. URL: <https://raisingvoices.org/activism/media-communications/>

REFERENCES:

1. Pertseva T.O., Ohorenko V.V., Kozhyna H.M. and oth. (2021). *Aktualni problemy simeinoho nasylstva [Current Issues of Domestic Violence]*. Edited by Prof. T.O. Pertseva and Prof. V.V. Ohorenko. Dnipro. 188 p [in Ukrainian].
2. Veretenko T., Klymchuk Y. (2020). *Tekhnolohii sotsialnoi roboty iz zhinkamy, yaki postrazhdaly vid domashnioho nasylstva. [Technologies of Social Work with Women Affected by Domestic Violence]*. *Current Issues in Humanities.* Issue 33, Volume 1. pp. 286–291 [in Ukrainian].
3. Hurkovska K.A., Nikitin A.A. (2020). *Protydiia domashnomu nasylstvu: mizhnarodnyi dosvid. [Countering Domestic Violence: International Experience]*. *Almanac of International Law.* Issue 24. pp. 97–104 [in Ukrainian].
4. Dudorov O.O., Khavroniuk M.I. (2019). *Vidpovidalnist za domashnie nasylstvo i nasylstvo za oznakoiu stati (naukovo-praktychnyi komentar novel Kryminalnoho kodeksu Ukrainy) [Responsibility for Domestic Violence and Gender-Based Violence (Scientific-Practical Commentary on the Amendments to the Criminal Code of Ukraine)]*. Ed. by M.I. Khavronyuk. Kyiv: Vayte, 288 p [in Ukrainian].
5. Lymarenko Yu.S. (2022). *Determinanty domashnoho nasylstva na mikrorivni (za materialamy Kharkivskoho rehionu). [Determinants of Domestic Violence at the Micro Level (Based on Materials from the Kharkiv Region)]*. *Legal Scientific Electronic Journal.* No. 3. pp. 208–210 [in Ukrainian].

6. Tkachenko I. (2020). *Domashnie nasylstvo u suchasnomu sviti: proiavy ta pravovi metody borotby*. [*Domestic Violence in the Modern World: Manifestations and Legal Methods of Combat*]. Collection of Scientific Papers of the National Academy of Internal Affairs. Vol. 2. pp. 111–114 [in Ukrainian].
7. Deiana C., Geraci A., Giua L. (2020). *Hang Up on Stereotypes: Domestic Violence and Anti- Abuse Helpline Campaign*. SSRN. [Electronic resource]. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3643922 [in English].
8. Ellsberg M. et al. (2020). *Long-term change in the prevalence of intimate partner violence: A 20-year follow-up study in León, Nicaragua, 1995-2016*. *BMJ Global Health*. [in English].
9. Greene C.A., Haisley L., Wallace C., Ford J.D. (2020). *Intergenerational effects of childhood maltreatment: A systematic review of the parenting practices of adult survivors of childhood abuse, neglect, and violence*. *Clin Psychol Rev*. No. 80:101891. doi: 10.1016/j.cpr.2020.101891. [in English].
10. Mannell J. et al. (2019). *Why interventions to prevent intimate partner violence and HIV have failed young women in southern Africa*. *Journal of the International AIDS Society*. No. 22(8). [in English].
11. Raising Voices. Media and Communications. How to develop communication materials. SASA! Start Activist Kit. [Electronic resource]. URL: <https://raisingvoices.org/activism/media-communications/> [in English].