

# →PIATA ŽENA←

## Pod'akovanie:

Predloženú evaluáciu bolo možné zrealizovať vďaka materiálom poskytnutým **Informačným a dokumentačným centrom pre ženskú a rodovú problematiku, Aspekt**

Ďakujeme predstaviteľkám organizácií **Aliancia žien Slovenska, Fenestra, Podisea, Možnosť voľby a EsFem** za ich čas a ochotu pri poskytnutí rozhovorov pre potreby evaluácie.

## Autorský tím:

**Monika Bosá  
Andrea Brndiarová  
Ján Vittek**

## →PIATA ŽENA← (evaluácia s využitím GEM)

→PIATA ŽENA← je informačná mediálna kampaň realizovaná **Iniciatívou Piata žena** s cieľom upozorniť na závažnosť násilia páchaného na ženách v párových vzťahoch. Iniciatíva Piata žena (neskôr Občianske združenie Piata žena) združuje sedem slovenských feministických mimovládnych organizácií: **Aliancia žien Slovenska**, Altera (v súčasnosti pod názvom **Podisea**), **Aspekt**, Eset (v súčasnosti pod názvom **EsFem**), **Fenestra**, **Možnosť voľby** a **Pro Familia**.

Doteraz boli zrealizované dva ročníky tejto mediálnej kampane (november 2001-február 2002 a november 2002-február 2003) Predmetom evaluácie bude prvý ročník kampane. Oba ročníky boli realizované v rámci „16 dní aktivizmu proti násiliu páchanému na ženách“. Kampaň bola štandardne ukončená a vyhodnotená:

### Ciele projektu na realizáciu kampane boli stanovené takto:

1. uskutočniť prvú kampaň proti násiliu páchanému na ženách v SR na národnej úrovni, v ktorej verejne pomenujeme fenomén násilia páchaného na ženách ako rodovo podmienený problém, ktorého základom je asymetria moci v spoločnosti a budeme informovať širokú verejnosť o príčinách a rozsahu násilia voči ženám v SR, ako aj o možnostiach jeho riešenia,
2. posilniť rokovací pozíciu ženských MVO vo vzťahu k vládnym inštitúciám, ktoré by následne viedli k presadeniu nami pripravených opatrení a aktivít v prospech obetí násilia páchaného na ženách.

Kampaň **piata žena** bola prvá mediálna kampaň proti násiliu páchanému na ženách v párových vzťahoch na celonárodnej úrovni. Jej význam možno hodnotiť pozitívne z viacerých aspektov:

- celonárodná úroveň kampane s využitím multi-mediálnych prostriedkov
- spolupráca siedmich ženských MVO zaoberajúcich sa problematikou násilia páchaného na ženách v iniciatíve **piata žena**
- spoločná podpora najvýznamnejších donorov dlhodobo podporujúcich ženskú problematiku
- získanie záujmu médií a politických strán
- prelomenie tabuizovanej témy a vyvolanie verejnej diskusie
- zverejnenie rozsahu násilia páchaného na ženách
- pomenovanie fenoménu násilia páchaného na ženách ako rodovo podmieneného problému, ktorého základom je asymetria moci v spoločnosti a vyvrátenie mýtov spojených s týmto problémom
- príprava spoločenskej situácie pre prijatie nevyhnutných legislatívnych zmien
- podieľanie sa na príprave legislatívnych zmien
- uskutočnenie prvého reprezentatívneho výskumu k násiliu páchanom na ženách

Kampaň →PIATA ŽENA← prebiehala v dvoch častiach – v tzv. podlinkovej, zameranej na PR a publicistiku, a v nadlinkovej – mediálnej časti. (Časové rozdelenie kampane sa ukázalo nevyhnutným kvôli nedostupnosti mediálneho priestoru v predvianočnom období. Práve vtedy je totiž verejnosť zahlcovaná jednak komerčnou reklamou smerujúcou k vianočným nákupom, jednak charitatívnymi akciami hlavne v prospech detí. Dalo sa preto očakávať, že cenovo i kapacitne by naša mediálna kampaň pred Vianocami nedosiahla želaný efekt a nepodarilo by sa nám spoty a billboardy umiestniť ani zďaleka v takom rozsahu, v akom sme to dosiahli v januári a februári.)

Realizované aktivity kampane sú uvedené v chronologickom poradí.

## Prvá časť kampane →PIATA ŽENA←

- **pracovné raňajky s novinárkami, 19. november 2001**

Pred uskutočnením prvého stretnutia s kontaktnými novinárkami sme pre ne pripravili osem materiálov, ktoré im mali poskytnúť základné informácie o násilí páchanom na ženách, o situácií týraných žien na Slovensku, ako aj o kampani **piata žena**.

Pred začiatkom kampane sme uskutočnili stretnutie s kontaktnými novinárkami, aby sme ich informovali o zámeroch kampane. Na stretnutí sa zúčastnili zástupkyne 9 médií. Novinárky obdržali pripravené materiály, publikáciu Konať proti násiliu na ženách a pozvánku na prednášku Evy Sopkovej a prezentáciu publikácie Trauma a uzdravenie. Informovali sme ich koncepcii kampane a o možnostiach spolupráce médií s mimovládnyimi organizáciami. Následne prebehla diskusia o spôsobe informovanie o násilí páchanom na ženách v médiách.

- **prvé zaškolenie k infolinke, 22. november 2001**

Pred spustením infolinky podpory ku kampani **piata žena**, sme uskutočnili prvé jednoduchové zaškolenie pracovníčok na infolinke. Zaškolenie viedli Monika Grochová a Klára Benková, zúčastnilo sa na ňom 12 účastníčok. Druhé zaškolenie k práci na infolinke sme realizovali 14. decembra.

- **tlačová konferencia na úvod kampane, 23. november 2001**

(Pred tlačovou konferenciou sa uzavrel výber loga (autorka Jana Sapáková). )

Na tlačovej konferencii sme oficiálne odštartovali kampaň Vyhlásením iniciatívy **piata žena**. Pre novinárov/ky boli okrem vyhlásenia distribuované informácie o kampani a organizáciách zapojených do iniciatívy. Vyhlásenie vypracovali Jana Cviková a Juliana Szolnokiová.

Na tlačovej konferencii vystúpili zástupkyne iniciatívy **piata žena**, ako aj zástupkyne donorov kampane a zúčastnilo sa jej 11 médií. Tlačovú konferenciu moderovala Oľga Pietruchová, na konci poskytli zástupkyne iniciatívy viacero rozhovorov médiám.

- **prednáška Evy Sopkovej a prezentácia publikácie Trauma a uzdravenie,**

23. november 2001

Organizácie Aspekt a Pro Familia pripravili na úvod kampane verejnú prednášku Evy Sopkovej: Násilie a jeho dôsledky spojenú s prezentáciou publikácie Judith Lewis Herman: Trauma a uzdravenie, ktorú vydal Aspekt. Na tomto podujatí sa zúčastnilo asi 90 ľudí, medzi nimi zástupkyne a zástupcovia výkonnej moci, médií, mimovládnych organizácii ako aj donorov kampane. Po prednáške sa uskutočnila recepcia. Podujatie sa konalo vďaka finančnej podpore nadácie Heinrich Böll Stiftung v rámci Regionálneho programu pre ženy v strednej Európe. Aktivita nebola uskutočnená z rozpočtu kampane.

- **spustenie infolinky podpory,**

24. november 2001

Na základe spolupráce so Slovenskými telekomunikáciami sme začali prevádzkovať bezplatnú infolinu podpory ku kampani **piata žena**. Na tejto infolinke môže verejnosť podporiť našu kampaň, ako aj dozvedieť sa viac o problematike násilia páchaného na ženách. Infolinka funguje denne od 8:00 do 24:00. Pred jej spustením prebehlo zaškolenie pracovníčok a pripravili sme základné informácie pre rôzne typy volaní. Všetky volania na infolinu boli zaznamenávané.

- **seminár o traume,**

24. a 25. november 2001

Aspekt zorganizoval v dňoch 24. a 25. novembra medzinárodný seminár k problematike traumy, na ktorom prednášala Sonja Wohlatz z Rakúska. Na seminári sa zúčastnilo 29 účastníčok. Aktivita nebola uskutočnená z rozpočtu kampane.

- **sprevádzkovanie novej verzie webstránky [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk),**

30. november 2001

S určitým oneskorením sme pripravili novú verziu webstránky [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk), kde sú umiestnené základné informácie o kampani **piata žena**, materiály o násilí páchanom na ženách, monitoring médií, diskusné fórum a zoznam partnerov kampane. Základné informácie o kampani a materiály o násilí páchanom na ženách boli umiestnené aj na webstránkach organizácii Možnosť voľby a Aspekt.

- **výskum verejnej mienky,**

5. december 2001

Agentúra Markant uskutočnila v novembri pre iniciatívu **piata žena** prvý reprezentatívny výskum verejnej mienky o vnímaní násilia páchaného na ženách. Výsledky tohto prieskumu nám agentúra odovzdala v podobe základných zistení, ako aj tabuliek odpovedí podľa jednotlivých skupín respondentov a respondentiek. Výsledky výskumu následne interpretovala Eva Sopková a pripravili sme z nich tlačovú správu.

- **diskusia o čítankách a šlabikároch,**

6. december 2001

Aspekt v spolupráci s Obcou spisovateľov Slovenska usporiadali diskusiu o čítankách a šlabikároch. Školské učebnice majú významnú úlohu v primárnej prevencii násilia páchaného na ženách.

- **diskusia na STV - Klub otvorenej spoločnosti,**

8. december 2001

Jana Cviková, Monika Grochová, Adriana Mesochoritsová a Oľga Pietruchová diskutovali v známej publicistickej relácii STV na tému násilia páchaného na ženách a kampani piata žena. V 40 minútovej relácii sme spropagovali kampaň a analyzovali aspekty rodovo-podmieneneho násilia. Diskusiu moderovala Oľga Pietruchová. Relácia sa napriek nie neskóremu vysielačiemu času stretla s pozitívnym ohlasom ako u odbornej tak i laickej verejnosti.

- **druhá tlačová konferencia,**

10. december 2001

Pri príležitosti Medzinárodného dňa ľudských práv a záveru prvej časti kampane sme spolu s Amnesty International zorganizovali tlačovú konferenciu. Zástupkyne Amnesty International informovali o 53. výročí prijatia Deklarácie ľudských práv. Zástupkyne a zástupca iniciatívy **piata žena** informovali novinárov a novinárky o porušovaní ľudských práv žien a o výsledkoch výskumu verejnej mienky. Na tlačovej konferencii sa zúčastnilo 9 médií, z toho 3 televízie.

- **pochod za ľudské práva,**

10. december 2001

Iniciatíva **piata žena** sa zúčastnila na pochode za ľudské práva, ktoré zorganizovalo 7 mimovládnych organizácií a iniciatív. Pochod sa uskutočnil v Bratislave, vystúpili na ňom zástupcovia a zástupkyne Amnesty International, Ľudia proti rasizmu, Iniciatívy Inakosť, nadácie Občan a Demokracia a iniciatívy **piata žena** (Jana Cviková a Monika Grochová). Na pochode sa zúčastnilo asi 100 ľudí.

- **diskusia Amnesty International k násiliu páchanom na ženách,**

13. december 2001

Nitrianska organizácia Amnesty International zorganizovala verejnú diskusiu o násilí páchanom na ženách a kampani piata žena. Diskusie sa zúčastnila Oľga Pietruchová, ktorá prezentovala kampaň a relevantné publikácie k téme. Prítomných bola zhruba 45 účastníkov.

## **Druhá časť kampane →PIATA ŽENA←**

- **televízne a rozhlasové spoty**

V spolupráci s reklamnou agentúrou iSTEP Communication sme pripravili reklamnú kampaň s ústredným sloganom „Každá piata žena je týraná. Zaujíma nás?“ Agentúra natočila televízny spot, a

rozhlasový spot na motívy detskej básničky *Jeden, dva, tri, štyri, päť, už to vieme naspamäť*. Oba spoty boli hrané resp. čítané renomovanými slovenskými hercami. Filozofiou spotov bolo divákov a poslucháčov zaujať, upozorniť na problém a emocionálne vyrušiť a pripútať k téme.

Na základe rokovaní s médiami a ich ústretovosti sme získali bezplatný reklamný priestor v mnohých médiách a od 21. januára sme spustili reklamnú časť kampane. Televízny spot bol umiestnený v troch celonárodných televíziách (Markíza, TA3, Global) a jednej regionálnej (TV Naša Bratislava) v celkovom počte asi 300 odvysielaní, rozhlasový spot v šiestich celonárodných rádiách (Fun, Twist, Slovenský rozhlas, Expres, Okey, RockFM) a desiatich lokálnych v celkovom počte asi 1000 odvysielaní.

Reklamná kampaň v médiách pokračuje na základe záujmu jednotlivých médií aj po oficiálnom ukončení kampane. Celková hodnota bezplatne získaného reklamného priestoru má hodnotu približne 11.500.000,- Sk.

- **billboardy**

S rovnakým sloganom ako pri spotoch „*Každá piata žena je týraná. Zaujíma nás?*“ sa nám podarilo vyrobiť a umiestniť 100 billboardov po celom Slovensku na frekventovaných a vysokosledovaných plochách. Grafický návrh a tlač zabezpečovala agentúra iSTEP Communication, výlepové plochy poskytl zadarmo firma Akzent Media. Nakoľko sa jedná o prvú kampaň na tému násilia páchaného na ženách, zvolili sme čiste textovú nekontroverznú podobu, hoci agentúra pripravila aj 3 ďalšie grafické návrhy s obrazovým námetom. Na billboarde bola zreteľne uvedená infolinka a internetová stránka, ako i zúčastnené organizácie, donori kampane a mediálni partneri.

- **internetový banner**

Animovaný internetový banner, korešpondujúci s motívmi spotu a billboardu bol umiestnený bezplatne na ôsmich portáloch. Celkový počet zobrazení bol približne 1 milión.

- **vydanie publikácie Piata žena: Aspekty násilia páchaného na ženách, január 2002**

Aspekt v rámci svojej publikačnej činnosti vzdal zborník *Piata žena: Aspekty násilia páchaného na ženách*, v ktorom sú zhrnuté všetky relevantné dokumenty a informácie k téme násilia páchaného na ženách, ako i rozhovory a publicistika na danú tému. Zborník bol vydaný zo zdrojov Aspektu mimo rozpočtu kampane.

- **prezentácia publikácií Piata žena a Urobím ti peklo, 29. január 2002**

V Zichyho paláci v Bratislave uskutočnil Aspekt prezentáciu kníh *Piata žena a urobím ti peklo*. Prezentácia bola spojená s verejnou diskusiou na tému násilia páchaného na ženách a kampane *piata žena*. Podujatia sa zúčastnilo približne 60 ľudí, prevažne žien. Aktivita bola uskutočnená zo zdrojov Aspektu mimo rozpočtu kampane.

- **verejná prednáška Renate Egger: Vznik a vývoj rakúskeho hnutia proti násiliu na ženách,**

7. február 2002

Známa rakúska psychologička a odborníčka na násilie páchané na ženách Renate Egger rozprávala na verejnej diskusii v Zichyho paláci v Bratislave o vzniku a vývoji hnutia za ženské práva a proti násiliu na ženách v Rakúsku. Podujatia sa zúčastnilo asi 80 ľudí. Aktivita bola uskutočnená zo zdrojov Aspektu mimo rozpočtu kampane.

- **divadelné predstavenie Neplač, Anna,**

8. a 9. február 2002

Banskobystrické divadlo uviedlo v divadle Aréna predstavenia *Neplač, Anna*, ktoré tematicky uzavrelo kampaň *piata žena*. Akcia bola uskutočnená mimo rozpočtu kampane.

## **Aktivity realizované počas celej kampane**

- **mediálne výstupy**

Kampaň **piata žena** má charakter kampane zameranej na zvyšovanie uvedomenia verejnosti o probléme násillia páchaného na ženách. Z tohto dôvodu sme si stanovili v rámci kampane za cieľ pripraviť masívnu medializáciu tejto témy. Postupne sme sa dopracovali k modelu spolupráce s kontaktnými novinárkami, ktoré pripravili veľkú časť mediálnych výstupov. Časť mediálnych výstupov vo forme publicistiky pripravili aj jednotlivé zástupkyne iniciatívy. Tieto mediálne výstupy sme priebežne monitorovali a sledovali reakcie. Za obdobie od 23. novembra do 10. decembra sme zaznamenali 71 mediálnych výstupov súvisiacich s kampaňou. Okrem toho sa v médiách objavovali aj ďalšie správy a informácie, týkajúce sa násillia páchaného na ženách, ako i konkrétnych prípadov týrania žien.

V medializácii sme pokračovali aj v prekleňovacom období a v druhej časti kampane. V druhej časti kampane sme zaznamenali 25 mediálnych výstupov a aj po skončení kampane sa v médiách objavujú aj ďalšie mediálne výstupy. Celkový počet výstupov bol 96.

V médiách rezonovali aj legislatívne návrhy upravujúce občianske i trestné právo v oblasti domáceho násillia, na ktorých spolupracovali aj niektoré MVO z iniciatívy **piata žena** (Aliancia žien Slovenska, Fenestra, Pro Familia). Za pozitívne považujeme aj to, že slogan „Každá piata žena je týraná“ sa používal štandardne pri medializácii témy a tým si verejnosť túto skutočnosť osvojila.

- **infolinka piata žena**

Počas celej kampane sme prevádzkovali infolinku, ktorá funguje do 28. februára 2002. Do 10. februára sme mali 312 volaní, 672 ľudí podporilo kampaň.

- **webstránka [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk)**

Za obdobie od 23. novembra 2001 do 10. februára 2002 stránku navštívilo 5672 ľudí, prevažne zo Slovenska, ale aj z iných krajín (Česká republika, Rakúsko, Nemecko, USA, Veľká Británia, Chorvátsko, Kanada, Švajčiarsko, Švédsko, Španielsko, Austrália, Dánsko, Nórsko, Poľsko, Belgicko, Maďarsko, Ruská federácia, Írsko, Francúzsko, Rumunsko, Izrael, Holandsko, Japonsko, Fínsko, Taliansko, Island, Hongkong, Mexiko, Americká Samoa, Saudská Arábia, Cyprus).

Na webstránke [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk) sa rozbehla diskusia o násillí páchanom na ženách, ktorá spolu s infolinkou a reakciami v internetových médiách poskytuje základnú spätnú väzbu o vnímaní kampane verejnosťou.

(predmet evaluácie)

- **politické rokovania**

Niektoré organizácie z iniciatívy **piata žena** (Aliancia žien Slovenska, Fenestra a Pro Familia) sa aktívne zúčastnili prípravy legislatívnych zmien v oblasti trestného a civilného práva. V Národnej rade SR sa uskutočnili 2 stretnutia s poslankyňami a poslancami NR a zástupcami Ministerstva spravodlivosti SR. Hoci boli súbežne pripravované dva návrhy legislatívnych noriem (jedna zo strany Národnej asociácie sudkýň Slovenska a druhá zo strany Aliancie žien Slovenska), na uskutočnených stretnutiach sa podarilo vypracovať jeden spoločný návrh, ktorý sa dostane na rokovanie NR SR už v najbližších dňoch. Všetky politické strany deklarovali podporu týmto návrhom, čo by znamenalo v legislatívnej oblasti veľký pokrok na pomoc obetiam domáceho násillia.

Môžeme s istotou povedať, že široká politická podpora vyplýva aj z uvedomenia si problému politikmi vďaka našej kampane.

(Zdroj: Záverečná správa k projektu. Autorka: Ing. Olga Pietruchovej. Komplettné znenie záverečnej správy uvádzame ako prílohu)

# EVALUÁCIA:

Evaluácia, ktorú sme sa rozhodli zrealizovať je neštandardná. Na rozdiel od zvyčajného postupu pri evaluácii neboli indikátory stanovené pred realizáciou projektu a nemonitorovali sa priebežne počas jeho realizácie. Dôvod tohto „porušenia princípov evaluácie“ je jednoduchý. Pre evaluáciu s využitím GEM sme sa rozhodli až po ukončení projektu. Z toho vyplývajúce problémy sme sa rozhodli riešiť tak, že sme pristúpili k evaluácii „nezamýšľaného“. Rozhodli sme sa zamerať našu pozornosť na využívanie ICT v kampani, hlavne s dôrazom na komunikáciu verejnosti a komunikáciu v rámci Iniciatívy Piata žena.

## Predmetom evaluácie sú preto:

1. **Reakcie verejnosti** na kampaň a problematiku násilia páchaného na ženách v párových vzťahoch.
  - A) reakcie **na webstránke** [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk) (diskusia)
  - B) reakcie **na články** publikované v rámci kampane a uverejnené na internete
2. **Komunikácia medzi organizáciami združenými do Iniciatívy Piata žena** (neskôr o. z. Piata žena) a ich vnímanie kampane a využívanie ICT v kampani.

## Metódy, ktoré sme pri evaluácii použili:

### 1. Reakcie verejnosti

Zamerali sme sa na:

- a) rodové rozdiely prítomné v spôsobe diskusie
- b) frekvenciu čiastkových tém v rámci diskusie
- c) prípadnú zmenu v spôsobe diskusie v priebehu kampane, ktorá by potvrdila jej pozitívny vplyv na informovanie verejnosti
- d) možné úpravy webstránky zvyšujúce efektivitu informácií o problematike násilia páchaného na ženách v párových vzťahoch

### Výskumné otázky a úlohy:

- Potvrdiť existenciu rodových rozdielov prítomných v spôsobe diskusie.
- Zistiť frekvenciu čiastkových tém v rámci diskusie.
- Identifikovať prípadnú zmenu v spôsobe diskusie v priebehu kampane, ktorá by potvrdila jej
- Pozitívny vplyv na informovanie verejnosti.
- Navrhnuť možné úpravy webstránky zvyšujúce efektivitu informácií o problematike násilia páchaného na ženách v párových vzťahoch.

Samotné vyhodnotenie diskusie prebiehajúcej na webe ako aj reakciám na články pozostávalo z niekoľkých krokov:

1. Bolo nutné urobiť obsahovú analýzu jednotlivých príspevkov

2. Pokúsiť sa vytvoriť kategórie v rámci ktorých bude prebiehať samotná štatistická analýza príspevkov, a to s ohľadom na nami zvolené výskumné úlohy
3. Zvoliť vyhovujúce indikátory a naplniť kategórie údajmi
4. Štatisticky pomocou prvo- a druhostupňového triedenia vyhodnotiť údaje
5. Navrhnuť možné úpravy

Po obsahovej analýze boli navrhnuté nasledujúce kategórie a ako indikátor slúžili explicitné vyjadrenia diskutujúcich k jednotlivým navrhnutým kategóriám, pričom do úvahy bolo vzaté i celkové vyznenie príspevku:

- pohlavie účastníka
- osobná skúsenosť s násilím
- bezprostredná skúsenosť s násilím v najbližšom okolí
  - neskôr kvôli nedostatočnému zastúpeniu rekatégorizované do jednej kategórie
- odsúdenie násilia páchaného na ženách
- vyjadrenie podpory kampani
- spochybnenie štatistických údajov o počte týraných žien
- odmietnutie feminizmu
- spochybnenie použitia finančných prostriedkov na kampaň
- odvolávanie sa na násilie páchané na mužoch
- príčina násilia
  - vzdelávanie a výchova
  - v samotnom útočníkovi
  - v samotnej obeti násilia
  - v oboch partneroch
  - v alkohole
- postoj k inštitúciám
  - postoj k polícii
  - postoj k vláde
  - postoj k štátu
- postoj k zákonom

## 2. Komunikácia v rámci Iniciatívy Piata žena a využívanie ICT v kampani

### Štruktúra rozhovoru:

#### A Motivácia pre kampaň:

1. prečo sa venujete téme násilia
2. prečo ste sa rozhodli venovať kampani
3. ako sa vyberali organizácie, ktoré budú robiť kampaň
4. ako ste vymysleli názov

#### B. ICT

1. Ako ste pracovali s informačnými technológiami
  - čo ste využívali pre kampaň (TV, rozhlas, printy, konferencia, semináre, kuptúrne podujatia, www, e-mail, telefón, osobné stretnutia, lobbying, ...)
2. Ste spokojná s tým, ako sa ICT využívali (v čom boli prínosné, v čom boli resty)
3. Čo by ste vy osobne navrhovali upraviť alebo zmeniť pri takejto kampani?
4. Aké ICT ste využívali pri komunikácii v rámci Piatej ženy



5. Ste spokojná s tým, ako sa pre komunikáciu využívali
6. Čo by ste vy osobne upravili alebo zlepšili pri komunikácii Piatej ženy?

#### C. Kampaň:

1. Bol podľa vás rozdiel medzi prvým a druhým ročníkom kampane?  
- Ak áno, v čom
2. Úspechy kampane
3. Neúspechy kampane
4. Ako ďalej s kampaňou

Zamerali sme sa pritom na:  
(výskumné otázky a úlohy)

- a) motiváciu pre problematiku a kampaň
- b) spokojnosť s kampaňou
- c) výhrady voči kampani s dôrazom na komunikáciu a spoluprácu medzi organizáciami
- d) záujem na pokračovaní kampane
- e) návrh možných zmien

Respondentky vyplnili pološtrukturovaný dotazník, ktorého textovou a obsahovou analýzou sme získali prehľad o ich názoroch a postojoch na kampaň / v súvislosti s kampaňou.

Pri vyhodnocovaní sme sa zamerali na vyššie uvedené výskumné otázky a úlohy.

## Výsledky evaluácie:

### 1. reakcie verejnosti:

#### A) reakcie vrámci diskusie na webstránke [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk):

počet účastníkov a účastníčok diskusie:

49

počet vstupov:

66

počet žien:

28

počet mužov:

21

neurčené pohlavie:

0

pozitívne reakcie na kampaň:

15 žien a 6 mužov

negatívne reakcie na kampaň:

2 ženy a 3 muži

najfrekvencovanejšie pripomienky (témy):

- ◆ názov kampane
- ◆ financovanie kampane
- ◆ feminizmus a feministické organizácie
- ◆ prístup štátnych inštitúcií

Počas trvania kampane prebiehala na web stránke [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk) verejná diskusia. Časť diskusie sa venovala samotnej internetovej stránke, resp. informáciám na nej uverejnených a druhá časť bolo venovaná článkom a vystúpeniam v médiách, ktoré vychádzali z kampane →PIATA ŽENA←.

Diskusii na webstránke sa zúčastnilo spolu štaridsať deväť ľudí, pričom mnohí sa zapájali do diskusie opakovane. Hneď na úvod treba zdôrazniť, že sa vyvinula veľmi emotívna diskusia, hoci niekedy narušovaná jednotlivými ojedinelými diskutujúcimi. Tieto „extrémnosti“, prezentované tromi účastníkmi, však boli zväčša ignorované, alebo boli ostatnými odsúdené. Do diskusie sa zapojilo dvadsať jeden mužov a dvadsať osem žien. Z ich reakcií bolo možno priamo zistiť počet tých, ktorí/é sa stretli s násilím, či už na sebe alebo na svojich blízkych, zväčša na matkách. Do diskusie sa zapojilo päť žien, ktoré zažívajú násilie a niekoľkí účastníci sa zmienili o násilí v ich bezprostrednom okolí.

Viac ako polovica diskutujúcich vyjadrila explicitne podporu kampani a iniciatíve alebo odsúdila násilie páchané na ženách, (často aj násilie páchané na ľuďoch všeobecne). Väčšina z tohto počtu boli ženy (pätnásť žien, len šesť mužov). Dve ženy a traja muži sa postavili proti kampani, čo vysvetlili hlavne muži nedôverou voči feminizmu a feministickým organizáciám, alebo možnosťou lepšieho využitia peňazí, napr. na stavbu azylových domov pre týrané ženy. Financovanie kampane sa v diskusii objavilo niekoľko krát. Z ich postojov bolo možné určiť, že účastníci a účastníčky vôbec nemajú prehľad o tom, kto sa na kampani podieľa, z akých zdrojov bola financovaná, čo všetko je náplňou práce spolupodieľajúcich sa organizácii na kampani. Vyskytli sa názory podobné nasledujúcemu: „*Za peniaze minute na podobne veci by sa dali postaviť domy kam by sli tyraní ľudia*“ Avšak napriek niektorým výhradám otázka financovania ostala marginálnou. Otázka feminizmu, sa vyskytovala v diskusii len sporadicky, v drvivej väčšine prípadov zo strany mužov, našli sa však aj dva prípady u žien. Feministické hnutie tu bolo mužmi napádané ako hnutie snažiace „sa uchvátiť moc“: „*vy, feministky ,ste pliahou ľudstva. Ako sikovne sa pokúšate nevinnou kampanou za "nevinne" získať podporu emancipovaných zien. Snazíte sa presadzovať svoje zaujmy aj na Slovensku... Chlapi, čo podporujete emancipáciu , vedzte, že feministky vas chcú len použiť na dosiahnutie svojich zaujmov a potom, čo to dosiahnu obratia svoju pozornosť aj na vas, ak sa im nebudete podriaďovať ( ! zobudte sa !)*“. Za dôležitejšie ako reakcie na pojem feminizmus (používam slovo pojem, pretože všetkých, kto feminizmus odsudzoval bolo jasne vidieť, že o tomto hnutí nemajú vôbec žiadne relevantné informácie.), sa dá považovať to, že zopár diskutujúcich, približne asi päť, ikeď laickou formou, vnímalo rodové pozadie tejto problematiky: „*neznášam názory typu žena je len rodička detí, dobrá akurát tak na sexuálne uspokojenie alebo na to , aby za mužom upratovala a vyhovelá mu pri každom jeho vrtochu... akým právom sa žena považuje za menejcennú a podriadenú mužovi? čo je to "to", čo ju až tak odlišuje a robí inou, veď hoci nemá penis tak ako muž nemá vagínu, je to živá ľudská bytosť, ktorá si zaslúži a má nárok na všetky práva, ktoré má muž a ktoré sa jemu priznávajú bez rozmýšľania! Ak sa predstavitelia cirkvi a iní "veriaci" odvolávajú na slová v Biblii podľa ktorých je žena podriadená, zodpovedná za všetko zlo na svete, rozmýšľajú vôbec o tom, čo týmito názormi spôsobujú?*“

„*Myslím si, že nie je na svete žena, ktorej by aspon jediný raz nedal muž najavo svoju nadradenosť. Ci uz v práci alebo v domácnosti. Som pracujúca žena prevazne v mužskom kolektive. Nemusím snád ani hovoriť, ako tazko som sa musela presadzovať. Proste čo je pre chlapa samozrejmosťou ,to si žena musí vydobýť tazkou pracou a este aj tak sa na vas pozerajú ako na najaku anomáliu s nevyslovenou poznámkou: čo tu chces ty slepica, tam chod rodiť detí a staraj sa o ne a nazaberaj tu miesto nam chlapom - tvorcom života.*“ Na tomto mieste by bolo potrebné spomenúť reakcie (hoci iba dve), ktoré však vyzdvihujú do popredia problém tabuizovania: „*Chcela by som Vam touto cestou podakovať za tak vybornu kampan. Som veľmi rada, že konečne tento problém nezostáva iba v rodine.*“

Najdiskutovanejšou témou bol názov kampane „piata žena“. Štyria muži spochybnili samotné číslo, ktoré sa im zdalo veľmi prehnané. V samotnej diskusii sa objavili siedmi účastníci, traja muži a štyri ženy, ktorí/é sa postavili na obhajobu štatistiky. Celá diskusia sa práve polemikou o zastúpení týraných žien v populácii SR stala značne emotívnou. Presnejšie údaje z prostredia slovenskej spoločnosti by veľmi pomohli presvedčiť tých, ktorí majú tendenciu význam tejto problematiky zmenšovať<sup>1</sup>: „*Jedná sa totiž podľa môjho názoru o nereálne vysoké číslo a očakával, že ho máte podložené serióznym prieskumom. ... Moje podozrenie sa potvrdilo - túto akciu nevedú odborní sociálni pracovníci, ale feministky. Číslo ktoré uvádzajú vo svojej propagande je nespávne a nepodložené. Aby bolo jasné - mužov, ktorí bijú svoje ženy považujem za chrapúňov a svojej rodine (moja matka, žena a dve dcéry) poskytujem ochranu a nie ohrozenie. Ale v žiadnom prípade nie je správne, aby v takejto citlivej téme niekto ohľupoval verejnosť nafúknutými faktami.*“ Práve na tento príspevok prišlo najviac reakcií, asi

<sup>1</sup> V súčasnosti (2004) je k dispozícii reprezentatívny výskum, ktorý potvrdzuje, a bohužiaľ aj presahuje šíslo, ktoré sme si pre kampaň do názvu zvolili.

v rovnakom počte od mužov ako aj od žien. Asi najlepšiu a najkvalifikovanejšiu z nich sa dá považovať odpoveď, ktorá sa vyskytla až v závere diskusie „Cislo 5 nebolo vycucane z prsta, ale vychádza zo statistik tých stredo-europejských krajín, ktoré statistiky robia. Vo Veľkej Británii hovoria policajne statistiky a odhady o každej štvrtkej žene, v USA o každej tretej. Kampaň bola skvelá, aj keď tvrdosijnych zastancov "rodinného sukromia" asi nepresvedčíte. Vela stastia.“

Ďalšou veľmi frekventovanou témou diskusie bol prístup rôznych štátnych inštitúcií k problematike násillia páchaného na ženách v párových vzťahoch. Spomínané boli hlavne také inštitúcie ako polícia, vláda či štát všeobecne. Takmer vo všetkých prípadoch boli tieto inštitúcie spomínané v negatívnom kontexte. Najkritickejšie sa diskutujúci vyjadrovali k polícii. Vyčítali jej predovšetkým neschopnosť zakročiť proti násilníkovi: „A polícia... dovoľte mi zasmiať sa. Keď môj biologicky otec mlátil moju maminku a išiel na nás nožom a sme sa skrývali v izbe a držali kľučku aby neotvoril, privolaní policajti len povedali, že nemôžu vtrhnúť do bytu len tak. Že môžu až vtedy, keď sa niečo stane.... Vážení toto je problém!!! Keď Vás s policajtmí za dverami môže násilník zabiť!“. V podobnom duchu sa nieslo až sedem príspevkov. Štát, vláda a zákony boli spomínané v piatich príspevkoch. Išlo hlavne o kritiku zákonov a vlády, ktorá nie je schopná zmeniť legislatívu na efektívne pomáhajúcu v boji proti násilliu páchanému na ženách. Inštitúcie spolu obdržali až štrnásť negatívnych ohlasov, približne v rovnakom pomere od žien aj mužov. Dve reakcie zo strany mužov sa však snažili hájiť políciu v duchu, že „netreba hádzat' všetkých policajtov do jedného vreca“.

Počas celej diskusie sa objavovali aj negatívne reakcie na kampaň, ktoré však nepredstavovali viac ako štvrtinu celkového počtu. Tieto reakcie, až na jednu - dve výnimky nespochybňovali kampaň ako takú, snažili sa len zmenšiť jej význam tým, že poukázali na niektoré iné dôležité sociálne problémy, či sociálnu situáciu vo všeobecnosti. Tie najkritickejšie príspevky pochádzali od mužov, ktorí, ako bolo vyššie spomenuté, pôsobili na celú diskusiu značne rušivo. Jeden príklad: „V tomto štáte je veľa závažnejších problémov, s ktorými sa nič nerobí. Každý si musí pomôcť zo svojich rodinných problémov sám a myslím si, že táto kampaň vôbec nič nevyrieši.“ Veľmi často sa v diskusii objavovala aj téma násillia, ktorého obeť sú deti, muži, či zvieratá. „Som piaty muž, som týraný, zaujíma Vás to?“

K tomuto javu často dochádza aj v iných diskusiách, avšak v tejto súvislosti treba poukázať na fakt, že názov web stránky znie „stop násilliu“, čo svojím spôsobom odkazuje na všetko násillie, nielen na násillie páchané na ženách. Je možné, že zmena názvu stránky by pomohla odstrániť aspoň časť z nezmyselných reakcií typu : „a kto sa postará o zvieratá ...“, alebo „No. Nemyslím si že otázka týrania sa zužuje len na ženy. Ak teda máme byť dôslední, tak si oblepme cesty billboardmi o týraní zvierat, detí, mužov, rastlín ...“

Počas priebehu celej diskusie sa jej účastníci snažili viac či menej laickým spôsobom hľadať príčiny násillia páchaného na ženách, či už v povahe samotného násilníka, v jeho výchove, v spoločenskom prostredí, zákonoch, rodine či v iných inštitúciách a zaoberali sa aj počtom obetí násillia. Dosť veľká časť diskusie sa uberala nesprávnou cestou a pri výmene názorov dochádzalo aj k osočovaniu sa jej účastníkov navzájom. Celej diskusii by značne prospelo, keby nebola ponechaná sama na seba, ale keby do nej aspoň občas zasiahla niektorá z odborníkov realizujúcich kampaň, ktorá by ju dokázala usmerniť. Je nutné ešte upozorniť na fakt, že na stránku sa prihlasovali aj ženy, ktoré zažívajú násillie, či ľudia, ktorí takéto ženy poznajú a chcú im pomôcť. Na stránku chýbajú dostatočne výrazne uvedené praktické informácie o možnostiach pomoci. Rovnako nedostatočne zvýraznené boli aj kontaktné adresy na organizácie, na ktoré sa dá v jednotlivých prípadoch obrátiť.

## Záver:

### a) rodové rozdiely v diskusií:

- ◆ Celkovo ženy reagovali na kampaň pozitívnejšie, ako muži.
- ◆ Muži sa cítili priamo obviňovanými z toho, že páchajú násillie na ženách. Častejšie zdôrazňovali, že aj muži sú obeťami násillia. (Takmer výlučne to spomínali muži. Ženy sa k tomu vyjadrovali iba v priamych reakciách na tvrdenia mužov)

◆ Spochybňovanie financovania a tým aj dôveryhodnosti kampane vychádzalo prevažne zo strany mužov. Veľmi zaujímavé však je, že v prípade, ak muži napadli feminizmus, objavili sa reakcie žien spochybňujúce dôveryhodnosť feministických organizácií prostredníctvom tvrdení o zneužívaní peňazí mimovládnyimi organizáciami.

◆ Zaujímavý rodový rozdiel sa preukázal v "identifikácii príčin násillia". Výhradne muži (s jednou výnimkou) považovali za príčinu násillia páchaného na ženách „konzumný spôsob života“ tento názov však v skutočnosti označuje mužský stereotyp predpisujúci mužom orientáciu na úspech, povinnosť naplňať rolu živila.

#### b) Najfrekvencovanejšie čiastkové témy:

##### ◆ názov kampane

Opakovane dochádzalo k spochybňovaniu údaju „každá piata...“ Predpokladli sme, že sa v tejto súvislosti vyskytnú zásadnejšie výhrady, napriek tomu, očakávali sme väčší odpor, vzhľadom na skutočnosť, že do ukončenia prvého ročníka kampane sme nemali k dispozícii relevantné reprezentatívne údaje. Napriek ukázalo, že práve preto, že tento údaj sme zo Slovenska nemali relevantné údaje, práve tento fakt fungoval ako motivácia diskusie. (Problém bol v tom, že diskusia nebola riadená)

##### ◆ financovanie kampane

Opakovane sa objavovala výhrada, že financie, ktoré boli vynaložené na realizáciu kampane mohli byť využité na priamu pomoc ženám, ktoré zažívajú násillie. Preto sa ukazuje ako opodstatnená potreba transparentnejšieho prístupu aj smerom k verejnosti.

##### ◆ feminizmus a feministické organizácie

Negatívny obraz feminizmu v spoločnosti, ktorý ešte vždy pretrváva sa prejavil aj v nedôvere voči kampane. Opäť výhradne zo strany mužov.

##### ◆ prístup štátnych inštitúcií

Najzásadnejšie pripomienky boli smerované voči polícii a voči legislatíve na pomoc ženám, ktoré zažívajú násillie. Toto smerovanie diskusie považujeme za veľmi prínosné. Je možné ho využiť ako argumentáciu pri lobbingu.

#### c) prípadná zmena v spôsobe diskusie v priebehu kampane, ktorá by potvrdila jej pozitívny vplyv na informovanie verejnosti

◆ Nie je možné vysledovať zásadnejšie zmeny v charaktere diskusie, ktorá sa realizovala na webstránke. Možno aj to je argument pre potrebu riadenia diskusie. Ukazuje sa totiž, že diskusia sa často „točila v kruhu“.

#### d) možné úpravy webstránky zvyšujúce efektivitu informácií o problematike násillia páchaného na ženách v párových vzťahoch

◆ Za najzávažnejšiu potrebu úpravy webstránky, ktorá vyplynula z evaluácie považujeme potrebu riadenia diskusie.

◆ V prípade záujmu o podporu zo strany mužov by bolo potrebné odlíšenie páchatel'ov násillia na ženách od mužov, ktorí násillie na ženách nepáchajú. Aj z diskusie na webstránke sa ukazuje možnosť práce s mužmi prostredníctvom eliminácie stereotypov obmedzujúcich mužov a vedúcich k vzniku násillného správania či už voči ženám, alebo všeobecne.

◆ Je možné uvažovať o zvýraznení kontaktných adries a prípadne aj o bližšom popise toho, čo na „kontaktných číslach“ môžu klientky očakávať, nie iba telefónne číslo.

◆ Je možné uvažovať o zmene názvu webstránky z [www.stopnasiliu.sk](http://www.stopnasiliu.sk) na explicitnejšie vyjadrenie toho, že sa stránka venuje problematike násilia páchaného na ženách<sup>2</sup>

## B) reakcie na články:

počet článkov s reakciami:

114

počet účastníkov a účastníčok diskusie:

74

počet žien:

27

počet mužov:

38

neurčené pohlavie:

9

pozitívne reakcie na kampaň:

14 (8 žien, 4 muži, 2 bez možnosti určenia príslušnosti k pohlaviu)

negatívne reakcie na kampaň:

0

najfrekvencovanejšie pripomienky (témy): \_\_\_\_\_

- ◆ Identifikácia „možných príčin násilia páchaného na ženách“.
- ◆ Kritika konania štátnych inštitúcií a nedostatočnej legislatívy.
- ◆ Vnímanie rodových stereotypov ako pozadia problému násilia páchaného na ženách.

### SÚHRNÁ SPRÁVA O DISKUSII VEREJNOSTI V SÚVISLOSTI S REAKCIAMI NA UVEREJENÉ ČLÁNKY

Diskusii nadvezujúcich na uverejnené články sa zúčastnilo sedemdesiat štyri ľudí, z toho dvadsať sedem žien a tridsať osem mužov. Deväť diskutujúcich neuviedlo, alebo im nebolo možné určiť pohlavie. Reakcií spolu bolo sto štrnásť. V deviatich prípadoch reakcie opisovali bezprostrednú skúsenosť s násilím, či už ho zažívala samotná diskutujúca alebo vyzozorovanú v jeho blízkom okruhu. Diskutujúci sa venovali téme na ženách veľmi široko, aj v jeho ďalších súvislostiach, pričom samotné články mali v tomto kontexte len druhoradú (skôr motivačnú) úlohu.

Väčšina diskutujúcich odsúdila násilie páchané na ženách. V dvadsiatich troch prípadoch bolo odsúdenie násilia vyjadrené aj explicitnou formou. Z toho bolo jedenásť reakcií od mužov, deväť od žien a tri reakcie od diskutujúcich, ktorým sme nedokázali priradiť príslušnosť k pohlaviu. Jeden muž obhajoval násilie, čo však v celej diskusii bol jediný prípad. Ostatní diskutujúci a diskutujúce na tento ojedinelý prípad nereagovali. Explicitnú podporu kampani vyjadrilo štrnásť vstupov, z toho osem od žien, štyri od mužov a dva bez identifikovaného pohlavia. Nikto samotnú kampaň nespochybnil (na rozdiel od reakcií na web), hoci sa vyskytlo niekoľko prípadov, keď diskutujúci odmietli feminizmus. Pätnásť vstupov však reagovalo negatívne na feminizmus, z toho bolo jedenásť od mužov a len tri od žien. Pozitívne reakcie na feminizmus pochádzali väčšinou od žien (šesť pozitívnych reakcií od žien a dve od mužov). Feminizmus nebol spájaný s mocenskými ambíciami (ako v reakciách na web), taktiež prípady podozrievania z nesprávneho využívania finančných prostriedkov takmer úplne absentovali, ak sa aj vyskytli boli to zväčša reakcie na články, ktoré boli ostatnými ignorované. Napriek tomu sa vyskytli reakcie, ktoré vychádzali z negatívneho obrazu feminizmu, ako je ešte vždy vnímaný v slovenskej spoločnosti: „*feministky ako take naozaj sibnute su. nikto im neberie pravo bojovať za prava žien, ale trochu mi pripomínajú komunistov, ktorí tiež "len bojovali za prava pracujúcich". Nikto nemože poprieť, že to ženy majú v živote tazke, ale to este nelegitimuje feminizmus.*“

Hlavnou témou, ktorá inšpirovala diskusiu však na rozdiel od diskusie na webstránke nebola štatistika počtu týraných žien (len v štyroch prípadoch sa vyskytlo spochybnenie štatistiky týraných žien - jedna reakcia od ženy ju obhajovala), diskutujúci/e sa venovali hlavne hľadaniu príčin tohto fenoménu.

<sup>2</sup> V druhom ročníku kampane bola vytvorená nová oficiálna stránka kampane pod názvom [www.piatazena.sk](http://www.piatazena.sk), ktorá je v prevádzke aj naďalej.

Pomerne veľký priestor bol venovaný snahám o "identifikáciu príčin násilia páchaného na ženách" V jedenástich reakciách bol za príčinu násilia považovaný samotný páchatel' (muž), pričom päť takýchto reakcií bolo od žien, tri od mužov.

V deviatich prípadoch bola za príčinu násilia označená samotná obeť tohto násilia – žena, ktorá podľa reakcií buď takéto správanie vyprovokovala alebo sa "bezhlavo" vrhla do manželstva s násilným človekom ("môže si za to sama"), u ktorého bolo iste možné násilné správanie spozorovať dopredu: ;) *Poviem to narovinu - mam tony skusenosti s 2x-rocnymi chcembyť naivkami, ktorým je príjemne vyvazat si p\*del v bmw-cku vedľa bravcoveho ukrajinca a potom vrieskaju na ulici, keď im ten atomovy fyzik naprava fasadu podľa vlastneho gusta...*

*'Podľa mimovládnych organizácií je manželom týraná každá piata žena'*

*Nuz, to ma mrzi, ale vydat sa za takych manzelov vas tiež nikto nenutil. Kde ste mali oci pred svadbou?*

Ukázalo sa tak, že zámer venovať sa eliminácii mýtov v súvislosti s násilím páchaným na ženách bol veľmi dôležitý.

Vo všetkých prípadoch išlo o reakcie mužov. Dvaja muži sa domnievali, že vinu za týranie ženy nesú obaja partneri súčasne. Jeden muž označil za hlavnú príčinu týrania alkoholizmus a ďalší zlú finančnú situáciu v rodine. Najširšia diskusia sa viedla o identifikácii nožnej príčiny násilia vo výchove a vzdelávaní. V jedenástich prípadoch vyjadrili diskutujúci presvedčenie, že práve výchova a vzdelávanie môžu viesť k týraniu žien v partnerských vzťahoch. Malá časť z týchto reakcií videla príčinu v nízkom vzdelaní, väčšina videla príčinu vo výchove. „*Výchove detí v našej spoločnosti sa zväčša venujú ženy – matky. To my ženy vychovávame zo svojich synov neschopných, rozmazaných jedincov, ktorí neskôr v manželstve svoju neschopnosť riešia fyzickou silou.*“ Reakcie na tento vstup sa viedli v dvojakom duchu: Jedna časť reakcií hovorila o tom, že nielen matka ale aj otech vychováva dieťa, druhá, naopak obhajovala otca, ktorý sa nevenuje výchove detí z nedostatku času, keďže je žiteľom rodiny. Taktiež jedna reakcia od ženy tvrdila, že ženy sú vychovávané k prehnanej poslušnosti a chýba im zdravé sebavedomie, ktoré potrebujú pre kvalitný život. Ďalšia reakcia od muža uviedla ako príčinu požiadavky cirkvi na ženu – byť podriadenou mužovi: *Bohuzial, nie su za vsetkym len komunisti. Svoju ulohu hra aj napr. financna zavislost manzelky od manzela, snaha udržat rodinu a obetovat sa kvoli detom, dat im pocit, ze ziju v kompletnej rodine. Ze by pre tie deti rozchod rodicov mohol byt lepsim riesenim, to si akosi neuvedumuju. Takisto cirkev nerada vidi rozvody nech uz su z akehokolvek dovodu. Typicke odporucanie, je ze "v dobrom aj v zlom", tak trp.*

Celkovo sa v diskusii o príčinách násilia bolo zaznamenaných tridsať päť príspevkov, pričom približne dve tretiny boli od mužov.

Druhou najčastejšie diskutovanou témou rovnako ako v reakciách na web bolo konanie inštitúcií a kritika súčasnej legislatívy. K tejto téme bolo štaridsať dva príspevkov, pričom mnoho účastníkov sa k tejto téme vyjadrovalo viac krát. Nečinnosť polície kritizovalo sedem žien a dvaja muži, na jej obhajobu sa postavili tiež dvaja muži. Štyri kritické reakcie pochádzali priamo od obetí násilia, alebo od diskutujúcich, ktorí sa stretli s násilím vo svojom bezprostrednom okolí. Proti nečinnosti vlády sa objavilo deväť príspevkov od žien a dva od mužov a opäť dvaja muži obhajovali súčasný stav: *Je mi vas chlapci uprimne luto. Ste taky kratkozraki ze mi je az do placu. Prosim nech sa ozve ten z vas koho matka tklka vasho otca. Ja poznam vela pripadov z mojho okolia (aj nablizsieho) ked muz bil zenu. Dokonca sa vyhrazil ze ju zabije ak sa s nim rozvedie, a co na to privolany policajt?"Kym vas nezabije tak nemozeme nic robit"Co si myslite ake je to byvat v takej domacnosti.*

V tých istých dvoch príspevkoch sa dala identifikovať aj obhajoba súčasných zákonov. Proti nim sa však objavilo jedenásť reakcií, desať z nich pochádzalo od žien a jedna od muža.

V niekoľkých prípadoch bola naša legislatíva na laickej úrovni porovnávaná s legislatívou USA a Kanady, pretože tam istý čas žili. Táto téma mala tendencie sa značne rozširovať, jednak ku kritike vlády a jej politiky, jednak k porovnávaní sociálnej, politickej a kultúrnej úrovne v Európe: *Slovenski muzi vidia svoju chlapskost vo vulgarnom chovaní, opit sa a zmlatiť zenu aj deti. To je povahova crta vsetkych Slavjanov. Pre svoje chovanie su zaznavani vsade vo svete. Do salonu sa nehodia skor do mastale. Slavjani vlastnia najväcsie bohatstva tejto zemegule a predsa su chudaci. To preto, ze slavjanski muzi su neschopaci. Tak je to aj so ženami. Slavjani maju najkrajšie zeny na svete a tiež si ich nevedia cenit. Tu hodil Boh perly sviniam.*

V neposlednom rade je treba spomenúť aj často sa opakujúce reakcie, v ktorých takmer výlučne muži poukazovali na problém násilia páchaného na mužoch. Takýchto príspevkoch bolo zo strany mužov dvanásť, dva pochádzali od žien. Štyria účastníci diskusie upozorňovali aj na podľa nich závažnejší

problém násillia páchaného na deťoch. Reakcie ostatných diskutujúcich však jasne naznačili prvorady záujem o násillie páchané na ženách.

*No pomaly uz kazdy problem sa odvíja od toho, ze "zli" muzi utlacaju "dobre" zeny. Uplny absurdistan. Rovnako ako z palca vycucana statistika o kazdej piatej utlacovanej zene. A co takto muzi (rovnako z z palca vycucane kazdy siedmy), ktorí sa musia kazdy den skoro potrhac, aby splnili rozmarne priania svojich drahych druziek. Aby zohnali dost penazi, aby zaplatili dost nobl dovolenky, alebo aspon castejsiu obmenu satnika ako susedka. Toto kedy naveme tiez utlacovanie ? Normalny clovek povie, co chcel, to dostal. Ale ked budu zeny tolko kricat, mozno by sme sa aj my muzi mali hlasit konecne o svoju spravodlivost, nie ?*

Čo sa týka samotných reakcií na články, tieto boli zastúpené minimálne. Na osemnásť článkov bolo iba päť priamych reakcií. Tieto reakcie pochádzali práve od diskutujúcich, ktorí ako jediní napádali feminizmus a použitie finančných prostriedkov: *Vacsina tychto statistik je vymyslena a sfalsovana, pripadne sa zamlcuju pripady opacneho nasillia, ktore pachaju zeny na muzoch. Tieto feministicke triky boli uz davno a dokladne odhalene v USA, ale kedze my sme so vsetkym pozadu, nas to este len caka. Sluzia len na ziskavania penazi od vladnych organizacii ci pripadne inych hlupakov, ktorí sa daju nachytat. V USA uz politicka korektnost konci, takže expertky utekaju na nezorane polia. (Co feministka, to neuplatnena ctiziadostivost. Kvoli nedostatku schopnosti sa nepodarilo presadit inde tak hura za feminizmus - na to treba akurat bojovy zapal.) Vsimnite si malickost: pri bombastických číslach o tom, kolko percent a ako vela nikdy nie su uvedene seriozne pramene. Tieto "informacie" volne prechadzaju z masmedia do masmedia a siria psychozu a hysteriu, v ramci ktorej sa potom oveľa lepsie ziskavaju peniaze pre vselijake feministicke spolky - ved si len vsimnite kolko ich je - na kazdu tyranu zenu pripadaju aspon dva spolky.*

Vyskytli sa aj reakcie poukazujúce na stereotypné chápanie úlohy muža:

*Neviem ci sa mam smiat ci plakat. Nemyslim ze som pod papucou a tiez nemyslim ze by moja manzelka trpela. Obcas si sice uvedomujem ze zijeme strasne rychle a obdivujem manzelku ze zvlada tie dennodenne veci, deti ...*

*Ovsem da to zabrat aby clovek materialne i duchovne (i inak) rodinu zabezpecoval, raz darmo - bez penazi to dnes nejde. Neviem preco sa v poslednom case mnozia clanky tohoto typu. Neviem co tym feministky sleduju - vyzmykat z muza i to posledne?*

- 1. Materialne zabezpecuje rodinu prevazne muz*
- 2. Zena sa vie o seba postarat lepsie ako muz*
- 3. Zena zije dlhsie ako muz (asi dosledok bodu 2)*
- 4. Zakon je na strane zeny (Rozvod, deti. Este som nepocul aby muz zazaloval zenu za ... nasillie (trebars psychicke))*

*Zena si to vzdy vie zariadit, a muza omotat okolo krku. Neviem co tymto clankom autorka sleduje.*

## Záver:

### e) rodové rozdiely prítomné v spôsobe diskusie

♦ Vnímanie štátnych inštitúcií (vláda, polícia, zákony) ako neschopných adekvátneho zásahu v prípadoch násillia páchaného na ženách. Ženy sa v 16 prípadoch k tejto téme uvedeným spôsobom vyjadrili, muži v 7 prípadoch, ale objavili sa medzi nimi aj obhajujúce vyjadrenia (4) Zvlášť činnosť polície bola predmetom viacerých reakcií. Ženy vnímajú činnosť polície výhradne negatívne, zatiaľčo medzi mužmi sa vyskytli aj reakcie obhajujúce činnosť polície.

♦ Vnímanie feminizmu: negatívne vnímanie feminizmu bolo silnejšie u mužov (11 mužov a tri ženy) 6 žien sa vyjadrilo o feminizme pozitívne až obhajujúco, zatiaľčo muži iba v dvoch prípadoch.

♦ Násillie na mužoch: 12 mužov a 2 ženy upozorňovali na to, že aj muži môžu byť obeťami násillia. 1 reakcia (žena) však výslovne odmietla existenciu násillia páchaného na mužoch v párových vzťahoch.

♦ Skúsenosť s násilím na ženách (osobná alebo z blízkeho okolia): 8 žien a iba 1 muž. Je možné prehlásiť, že ženy sú na tento problém citlivejšie

♦ Zodpovednosť žien za násilie na nich páchané“ pripúšťali výhradne muži

♦ Podpora kampane: dvojnásobne častejšie boli podporné reakcie zo strany žien, než zo strany mužov

#### f) frekvenciu čiastkových tém vrámci diskusie

♦ Najväčší priestor bol venovaný diskusiam o „možných príčinách násilia páchaného na ženách“. Vyskytuje sa tu opakovane viacero mýtov. Samostatnú pozornosť venovali diskutujúci a diskutujúce otázke výchovy a v tejto súvislosti hlavne stereotypnej socializácie, aj keď zo strany diskutujúcich nevedomele. Preto ju uvedieme ako samostatnú tému.

♦ Kritika konania štátnych inštitúcií a nedostatočnej legislatívy. To, že práve tento problém bol v diskusii frekventovaný je veľmi vhodné využiť ako argumentácii pri lobbingu

♦ Vnímanie rodových stereotypov ako pozadia problému násilia páchaného na ženách. Hoci nevedome, opakovane diskutujúci/e zdôrazňovali výchovu v duchu stereotypov ako možnú príčinu násilia páchaného na ženách. Opakovane sa vyskytli príspevky poukazujúce na škodlivosť stereotypných úloh žien a hlavne mužov, ktoré môžu viesť k násiliu na ženách.

#### g) prípadnú zmenu v spôsobe diskusie v priebehu kampane, ktorá by potvrdila jej pozitívny vplyv na informovanie verejnosti

♦ Na rozdiel od diskusie na webstránke je v diskusii nadväzujúcej na uverejnené články možné pozorovať pozitívnu zmenu vo vnímaní problému násilia páchaného na ženách v párových vzťahoch, ako aj kampane. Výhradne však iba u tých diskutujúcich, ktorí/é sa diskusii zúčastňovali opakovane.

Rovnako je možné vypožorovať súvislosť medzi trvaním diskusie a sústredenejšou debatou o jednej čiastkovej téme. Aj keď v závere diskusie často odbiehali od problematiky a venovali sa celkom odlišným témam (viď. diskusia o „slavijanoch“)

#### h) možné úpravy (hlavne v štruktúre webstránky) zvyšujúce efektívnosť informácií o problematike násilia páchaného na ženách v párových vzťahoch

♦ Je možné predpokladať, že diskusia by bola efektívnejšia, ak by bola riadená.

♦ Vysoká frekvencia článkov „vyčerpávala diskutujúcich. Je možné predpokladať, že pre potreby udržateľnej diskusie na webstránke by bolo vhodné udržiavať diskusiu pravidelným obmieňaním nových príspevkov do diskusie s odstupom dvoch týždňov, prípadne raz za týždeň ale s kontinuálnym tématickým posunom. (Zdroj: frekvencia reakcií na články a frekvencia opakovaných vstupov)

## Záverečné návrhy na zvýšenie efektivity verejnej diskusie

Je nepopierateľné, že pre efektívnu verejnú diskusiu je nevyhnutné pravidelné poskytovanie motivujúcich podnetov a nových informácií. Okrem toho v záujme udržania diskusie je potrebné jej riadenie a usmerňovanie. Často diskutujúci/ce kládli konkrétne otázky, na ktoré je nevyhnutné, v záujme pokračovania diskusie a motivovania aktérov a aktéroek, poskytnúť aj odpovede.

V prípade záujmu o oslovenie mužov je nevyhnutné zamerať sa na eliminácie stereotypov obmedzujúcich mužov a vedúcich k vzniku násilného správania či už voči ženám, alebo všeobecne a diskusiu o ich škodlivosti.

Dôslednejšie informovanie verejnosti o kampani (alebo o podobných projektoch), spôsobe jej financovania a organizáciách realizujúcich kampaň a ich aktivitách v prospech žien by predišlo zbytočným negatívnym postojom voči kampani.



## 2. komunikácia vrámci „Piatej ženy“ a využívanie ICT v kampani

Podarilo sa nám pre potreby evaluácie získať rozhovory s predstaviteľkami piatich organizácií zúčastnených na realizácii kampane. S odstupom času a možnosťou porovnania prvého a druhého ročníka kampane bolo možné vytvoriť celistvejší obraz.

Zamerali sme sa na zisťovanie nasledujúcich oblastí:

- a) motiváciu pre problematiku a kampaň
- b) spokojnosť s kampaňou
- c) spokojnosť s využívaním ICT
- d) výhrady voči kampani s dôrazom na komunikáciu a spoluprácu medzi organizáciami
- e) záujem na pokračovaní kampane
- f) návrh možných zmien

### SÚHRNNÁ SPRÁVA O KOMUNIKÁCIÍ VRÁMCI INICIATÍVY PIATA ŽENA A VYUŽÍVANÍ ICT VRÁMCI KAMPANE:

Všetky respondentky uviedli zhodné motivácie pre svoju prácu v oblasti problematiky násillia páchaného na ženách. Uvádžali hlavne osobnú angažovanosť, snahu zmeniť spoločenskú situáciu v prospech žien, vnímanie násillia páchaného na ženách ako najmarkantnejší prejav diskriminácie žien. Okrem už spomenutých dôvodov vysvetľovali svoje rozhodnutie podieľať sa na realizácii kampane aj ponuku zo strany donorov a istú „nutnosť to urobiť“. Priamym „spúšťačom“ kampane bola ponuka zo strany donorov. Všetky respondentky zhodne popisovali pôvodnú nechúť „púšťať sa do niečoho takého“. Hlavným zdrojom pochybností bola obava z ohrozenia žien, ktoré zažívajú násillie v párových vzťahov tým, že by kampaň mohla vyvolať nespĺniteľné očakávania zo strany týchto žien. Na Slovensku ešte vždy nie sú dostatočné kapacity na poskytnutie adekvátnej pomoci, ktorú ženy potrebujú. V čase spúšťania kampane bol na Slovensku iba jedno funkčné špecializované zariadenie na poskytnutie špecifickej pomoci a chráneného bývania pre ženy. Práve z tohto dôvodu sa rozhodli zamerať kampaň na zvýšenie informovanosti verejnosti o násillí páchanom na ženách v párových vzťahoch, a nie na oslovenie žien, ktoré násillie zažívajú, alebo zažili. „V prvom rade je nevyhnutné vytvoriť prostredie, v ktorom vôbec bude poskytovanie pomoci možné“.

Dôležitá bola aj deklarovaná potreba zjednotenia feministických organizácií venujúcich sa tejto téme a snaha kooperovať.

Všetky respondentky vyjadrili celkovú veľkú spokojnosť s kampaňou. Za zvlášť dobrý krok považovali výber názvu kampane: *“To je vynikajúci názov, samozrejme. Dokonca sa stal takým bonmotom. ... Ľudia registrujú to číslo päť a je to šialé číslo. A práve, myslím, že aj ten názov prispel k tomu, že verejnosť bola šokovaná...Myslím, že to bolo po prvý krát na verejnosti pomenované, prvý krát sa o tom naozaj hovorilo masívne, takže to bolo vynikajúce....“*

Veľmi pozitívne hodnotili aj jednotnosť všetkých siedmich organizácií – ich zhodu v základných feministických východiskách a predpoklad širokej spolupráce.

Medzi najväčšie úspechy kampane zaradili viacero dosiahnutých výsledkov. Samotné nastolenie novej témy bolo veľmi úspešné, kampaň zasiahla širokú verejnosť a vzbudila veľký záujem. Otvorila sa problematika násillia páchaného na ženách v párových vzťahoch, bola definovaná ako závažný spoločenský problém a vzbudila veľký záujem verejnosti.

Ako veľký úspech sa považoval aj záujem o spoluprácu zo strany policajného zboru<sup>3</sup>. Ako veľmi úspešný sa ukázala aj podpora verejného lobbingu smerom a parlament a vládu a následné schválenie legislatívnych zmien na pomoc ženám, ktoré zažívajú, alebo zažili násillie zo strany partnera: *„Prvý ročník bola priam ukázková kampaň: Vhodne zvolený spôsob médiami, otvorenosť téme, v tom čase sa podarilo do parlamentu dostať návrhy, som presvedčená, že aj pod tým tlakom kampane a verejnej mienky boli tie návrhy schválené. ... Jednak formovanie verejnej mienky a poukázanie na význam*

<sup>3</sup> Vo svetle analýzy verejnej diskusie na internete môžeme v tejto súvislosti konštatovať, že došlo k naplneniu spoločenskej potreby.

*tohto problému, a potom verejný lobbying na parlament, že nemohli navrhované zákony neschváliť. Legislatíva je jedna z najpokrokovejších v okolitých štátoch a iným to trvalo roky.“*

Za veľký úspech bola považovaná realizácia prvého reprezentatívneho sociologického výskumu o násilí páchanom na ženách, ktorý bol motivovaný práve verejnou diskusiou v dôsledku a vrámci kampane.

Veľmi pozitívne bol respondentkami hodnotený veľký záujem zo strany novinárov a novinárok

Na základe prieskumu verejnej mienky, realizovanom vrámci kampane bola potvrdená pozitívna zmena povedomia verejnosti o násilí páchanom na ženách a jeho výskyte, čo bolo aj jedným z hlavných cieľov kampane.

ICT využívané počas kampane hodnotili respondentky na základe toho, či išlo o komunikáciu vrámci Piatej ženy, alebo s verejnosťou.

Pokiaľ išlo o komunikáciu medzi organizáciami združenými v Iniciatíve Piata žena, za najdôležitejšie bolo zabezpečiť koordináciu a kooperáciu všetkých siedmich organizácií. To viedlo k frekventovanej mailovej komunikácii: *„Neustále bežali maily, išlo nám o dve veci: aby naozaj tých sedem organizácií stále fungovalo a druhá vec bola istá operatívnosť, ktorá ... keďže tam často išlo o rozhodnutia zo dňa na deň...“*

Veľmi dôležitú úlohu v tomto smere však zohrávali aj osoné stretnutia: *Považujem za veľmi dobré, že sme sa rozhodli pre časté osobné kontakty. Niekedy nie je možné všetko dobre vysvetliť v maili. Nie je tam tá možnosť neverbálnej komunikácie, intonácie a tak. Potom niekedy môže dôjsť k všelijakým nedorozumeniam, nedovysvetleným veciam a tak. Bolo fajn, že sme si mohli niektoré veci povedať priamo, aj keď to bolo dosť náročné. Nie len na čas, ale ale aj dosť vyčerpávajúce.“*

Pri vzájomnej komunikácii bolo nevyhnutné využívať aj telefón a fax. Najväčší objem komunikácie sa však uskutočňoval prostredníctvom e-mailu.

Ako prostriedky komunikácie s verejnosťou boli využívané veľmi rozmanité spôsoby: Telefón – bola zriadená telefonická ifolinka pre verejnosť, vytvorila sa webstránka s priestorom pre verejnú diskusiu, vrámci mediálnej kampane sa využívali televízne a rozhlasové spoty, billboardy, zúčastňovali sme sa televíznych a rozhlasových relácií, uverejňovali sme články v printových médiách a internete. Nezaedateľné boli aj priame kontakty s verejnosťou: verejné diskusie, kultúrne akcie (prezentácia kníh, divadelné predstavenie, techno party, pochod za ľudské práva, prednášky)

Medzi hlavné výhrady voči kampani s dôrazom na komunikáciu a spoluprácu medzi organizáciami bolo zaradené to, že viazla vnútorná mailová komunikácia, dochádzalo k nedorozumeniam *„... ako sa využívali komunikácie medzi nami – tak to je už o niečo horšie, ale to nie je o technológii, ale o vzťahoch.“* Viackrát bolo spomínané, že nie všetky organizácie reagovali, alebo dosť rýchlo reagovali a maily. Celkovo však bola komunikácia hodnotená pozitívne: *„...pri komunikácii vznikalo veľmi veľa nedorozumení, veľmi veľa argumentov spôsobilo roztržky, ale bolo aj veľmi veľa práce urobenej dobre a vďaka tomu, že mailami aj osobnými stretnutiami sme sa zúčastňovali na diskusiách všetky na tom, každý mal šancu vyjadriť sa, bolo to veľmi demokratické. „Dokonca aj donori, čo je veľmi nezvyklé, chodievali na pracovné porady. Boli to také vyložené karty na stôl, ľudia, čo sa toho zúčastňovali môžu mať rôzne spomienky na to, aj ja sa k niečomu nerada vraciam, ale bola urobená práca na kampani, bola rozsiahla ...“*

Veľmi negatívne bol hodnotený nezáujem zo strany verejnoprávnej televízie o spoluprácu na kampani.

Záujem na pokračovaní kampane priamo deklarovala iba jedna respondentka: *„Budúcnosť kampane? Ja myslím, že ďalší rok by sme mohli kludne. Aspoň pripomenúť tú tému, aby si ľudia náhodou nemysleli, že tými zákonmi je už všetko v poriadku.“*

Dôvodov, ktoré viedli k pochybnostiam o pokračovaní kampane v rovnakej podobe, ako prvé dva ročníky bolo viacero: *„S kampaňou ďalej opatrne, určite nie ďalšia mediála kampaň ... je potrebné na chvíľu sa zastaviť, urobiť dobrú analýzu a rozhodnúť sa pre ďalšie zmeny ... zohľadniť aký to má dopad na ženy, ktoré sledujú médiá, ale reálne im nemá kto pomôcť.“*

*„Keďže je to z časového hľadiska, finančného hľadiska veľmi náročné, tak sme si povedali, že toho roku nie. Určite sa chceme do kampane niekedy vrátiť, ale nechceme to robiť každoročne. Už kvôli tomu nie, že jednak to stojí hromadu financií a tie financie nie sú na to, aby sa tento problém riešil – nie sú na podporu krízových cetier, nie sú na podporu organizácií, ktoré s tým pracujú, čo sa mi zdá nemorálne dať toľko peňazí do médií, keď samotné ženy nemajú tieto prostriedky. Ale niekedy sa určite k tomu vrátíme.“*

Návrhy možných zmien sa týkali prevažne zlepšenia komunikácie medzi organizáciami združenými v o. z. Piata žena. V druhom ročníku k realizácii niektorých aj reálne došlo:

Vzhľadom na to, že nie vždy boli dostatočné reakcie na maily, prijala sa dohoda o „potvrďovaní pošty“. Aj keď nie vždy bola reakcia okamžitá, bolo aspoň nevyhnutné potvrdiť prijatie správy. Okrem

toho, aby sa predišlo komplikáciám pri osobných rokovaníach, rozhodli sme sa pre facilitáciu osobných stretnutí.

Samostatný návrh predstavuje možnosť absolvovania psychosociálneho výcviku na zlepšenie našich komunikačných schopností a zručností: „Pravidlá komunikácie, tie by asi mali byť presnejšie, hlavne tá spätná väzba je veľmi dôležitá. Dokonca si myslím, že ak by v budúcnosti bolo viac subjektov, ktoré chcú spolu robiť kampaň, takže by asi mali spolu prejsť nejakým spoločným výcvikom komunikácie, možno aj riešenia konfliktov, aby sa tam nevynárali...“

## Záver:

### a) motiváciu pre problematiku a kampaň

- osobná angažovanosť
- snaha zmeniť situáciu v prospech žien
- vnímanie násilia páchaného na ženách ako najmarkantnejšieho prejavu diskriminácie žien
- istá „nutnosť to urobiť“
- ponuka zo strany donorov (kampaň je iba jedna z aktivít, ktorým sa organizácie venujú)
- potreba zjednotenia organizácií a snaha kooperovať

### b) spokojnosť s kampaňou

- všetky vyjadrili celkovú spokojnosť s kampaňou
- spokojnosť s názvom
- súdržnosť siedmych organizácií v zhode v základných feministických východiskách a predpoklad širokej spolupráce“
- konkrétne úspechy:
  - nová téma, veľký zásah a vzudenie veľkého záujmu
  - otvorenie problematiky, veľká odozva zo strany verejnosti (problém násilia sa stal spoločenskou témou)
  - záujem zo strany policajného zboru
  - verejný lobbying na parlament a schválenie legislatívnych zmien
  - realizácia prvého sociologického výskumu, ktorý bol dôsledkom kampane a výsledkom verejnej diskusie vyvolanej aj názvom kampane.
  - záujem novinárov v prvom ročníku kampane
  - zmena povedomia verejnosti o násilí páchanom na ženách a jeho výskyte (viď: prieskum verejnej mienky)

### c) spokojnosť s využívaním ICT

- komunikácia medzi organizáciami podieľajúcimi sa na kampani:
  - frekventovaná mailová komunikácia
  - telefón
  - osobné stretnutia
- komunikácia s verejnosťou:
  - telefón (zriadenie infolinky pre verejnosť)
  - vytvorenie webstránky
  - televízne a rozhlasové spoty
  - billboardy
  - verejné diskusie
  - kultúrne akcie (prezentácia kníh, divadelné predstavenie, techno party, pochod za ľudské práva, prednášky)
  - rozhlasové a televízne relácie

### d) výhrady voči kampani s dôrazom na komunikáciu a spoluprácu medzi organizáciami

- viazala vútorná mailová komunikácia, dochádzalo k nedorozumeniam
- nezáujem zo strany STV

### e) záujem na pokračovaní kampane

- takmer všetky respondentky odmietajú pokračovať v kampani rovnakým spôsobom napriek jej úspešnosti
- jedna respondentka chce pokračovať v kampani

f) návrh možných zmien

- komunikácia v rámci Piatej ženy:
  - dohoda o potvrdzovanií mailov
  - facilitácia diskusií
  - psychosociálny výcvik na zlepšenie komunikácie a zvládanie konfliktov