

Samenvatting van het onderzoek van Anne-Sophie Trimarche over de eventuele contraproductieve effecten van de sensibiliseringscampagnes voor daders van gendergerelateerd geweld:

Rechtstreekse link: <https://www.cvfe.be/publications/etudes/482-campagne-de-sensibilisation-a-destination-des-auteurs-de-violences-de-genre-attention-aux-effets-contre-productifs>

De campagnes die in dit verslag worden onderzocht, zijn gericht op mannen die reeds gewelddadig gedrag tegen vrouwen hebben vertoond.

1. Doelstellingen van het onderzoek: Een kritische analyse aanreiken voor de voorstellingen die worden gebruikt in sensibiliseringscampagnes ter bestrijding van seksueel en seksistisch geweld. De bedoeling is de contraproductieve effecten van deze campagnes onder de aandacht te brengen om «overheden - of elke vereniging actief betrokken bij sensibilisering - zo goed mogelijk te begeleiden bij het uitwerken van toekomstige campagnes. Het doel is om lessen te trekken uit bestaande geïmplementeerde preventieve acties ».
2. Welke contraproductieve effecten zijn er waargenomen en wat zijn de alternatieven? :

2.1. Reductieve definitie van geweld :

De meeste huidige campagnes roepen op actie te ondernemen wanneer een gewelddadige situatie reeds een gevaarlijk hoogtepunt heeft bereikt. Daarenboven richten deze campagnes zich louter op fysiek- en seksueel geweld. Dit terwijl seksuele intimidatie en pogingen tot aanranding en verkrachting vaak leiden tot andere vormen van geweld en problemen: met name psychologisch geweld en gedragsproblemen bij de slachtoffers.

De huidige verschillende campagnes lijken de notie van «*geweld te willen beperken tot de meest extreme variant, ten koste van sensibilisering voor het continuüm waarin geweld kan plaatsvinden*». Een preventieve boodschap kan echter maar doeltreffend zijn als **de geweldsspiraal wordt doorbroken**, nog voor we de eerste uitingen hiervan zien (de eerste intimidaties, de eerste seksuele opdringerigheid, de eerste pogingen om controle uit te oefenen op de ander, ...). Een vrouw duwen, op de grond gooien, tegen haar schreeuwen, haar dwingen op bed te gaan liggen en haar benen vastpakken zou oké zijn zolang men niet verder zou gaan. Dergelijke reductieve definities voor geweld impliceren indirect dat aandringen op seks in bepaalde contexten aanvaardbaar zou zijn, wat niet het doel kan zijn van een sensibiliseringscampagne om seksueel geweld tegen vrouwen aan te pakken.

2.2. Stereotyperingen van vrouwen als passieve slachtoffers :

In deze type campagnes worden vrouwen vaak afgebeeld als passief en zwak. Mannen daarentegen worden vaak naar voor geschoven als agressief en dominant. Er wordt tevens regelmatig gebruik gemaakt van "schokkende beelden" die genderstereotypen juist versterken en bevestigen (machteloosheid van slachtoffers tegenover het geweld dat ze ondergaan, onvermogen om te reageren of zichzelf te verdedigen, kwetsbaarheid bij

verwondingen,...daders worden daarentegen uitgebeeld als krachtig, onkwetsbaar met behoud van controle op hun intimiderend gedrag en gewelddadig optreden). Campagnes die zich baseren op dergelijke stereotyperende genderverhoudingen schieten dan ook hun doel voorbij en bereiken net het omgekeerde van dat wat ze wensen te beogen. De Raad van Europa beveelt dan ook aan om « *te voorkomen dat vrouwen als passieve en weerloze slachtoffers worden uitgebeeld*¹ ».

2.3. Samenvatting van de voorgestelde alternatieven:

Een aantal campagnes, zoals de campagne «[Stop](#)» gericht op de preventie en bestrijding van seksueel geweld bij jongeren, benaderen dit geweld op een meer holistische wijze: «*in plaats van een binaire definitie van (gewelddadig versus niet-gewelddadig) gedrag te hanteren, illustreren de verschillende spots de problematische machtsverhoudingen die aan de basis liggen van verschillende vormen van geweld en die zich dan manifesteert aan het uiteinde van het continuüm*». De kracht van deze spots ligt erin dat ze «*de complexiteit van de mechanismen van geweld weergeven, de maatschappelijke verankering ervan en de continuïteit van seksisme tonen die kan leiden tot de meest ernstige vormen van geweld. Hierbij wordt de mogelijkheid van zelfverdediging door slachtoffers op verschillende momenten in de cyclus duidelijk in beeld gebracht*».

3. Een metafoor die machtsverhoudingen rechtvaardigt:

In de meeste campagnes zien we helaas een tendens naar het versterken van «*een vooroordeel, inherent aan de verkrachtingscultuur, namelijk dat vrouwen niet altijd duidelijk hun verlangens of weigeringen uiten en dat seksueel geweld daarom het gevolg zou zijn van een misverstand*».

3.1. Samenvatting van de voorgestelde alternatieven:

- campagne «*La violence faite aux femmes, ça s'arrête là*» "Geweld tegen vrouwen, het stopt hier" / «*La violence faite aux femmes, ça s'arrête maintenant*» "Geweld tegen vrouwen, het moet nu stoppen" (eigen vertaling; campagnes gelanceerd in Quebec).
 - *In plaats van een metafoor die machtsverhoudingen rechtvaardigt, kiezen deze 2 spots voor vergelijkingen die deze machtsverhoudingen proberen te delegitimeren. Dit door de daders op een subtiële en originele wijze aan te sporen om hun focus te verleggen, waarbij de mogelijkheid open wordt gesteld voor discussie.*
 - Het idee van deze campagnes is om parallellen te trekken met alledaagse situaties (bijvoorbeeld een parkeerwachter die weigert de slagboom te openen voor een man die wil parkeren, een postbode die opdringerig is, die vragen stelt, die probeert bij mensen binnen te komen ondanks een uitdrukkelijke weigering). Op deze manier worden situaties van dominantie en controle getoond die ongemakkelijk aanvoelen voor mannen en die ze

¹ Raad van Europa, *Bewustmaking van geweld tegen vrouwen: artikel 13 van het Verdrag van Istanbul*. Reeks documenten m.b.t. het Verdrag van de Raad van Europa inzake het voorkomen en bestrijden van geweld tegen vrouwen en huiselijk geweld, 2015, p. 34. Online: <https://rm.coe.int/168046e34e>

moeilijk of niet kunnen verdragen. Dit om mannen te laten begrijpen dat vrouwen hierover hetzelfde aanvoelen.

- De campagnes moeten de daders van seksueel grensoverschrijdend gedrag aan het denken zetten en voorkomen dat vrouwen als passieve en weerloze slachtoffers worden uitgebeeld. Het is niet nodig om vrouwen centraal te stellen in campagnes om seksueel geweld te voorkomen maar wel om geen genderstereotypen te versterken en te bevestigen.

4. Conclusie: Onderaan enkele goede praktijken die uit dit onderzoek voortvloeien:

- Het gehele continuüm waarin geweld zich voordoet weergeven; dit ontkracht *«een* *wijdverbreide reductieve opvatting van huiselijk geweld die louter gericht is op fysiek geweld. Een dergelijke reductieve opvatting belemmerd immers doelgerichte preventie en het vergemakkelijken van de identificatie van daders»* ;
- Voorstellingen en uitbeeldingen van passieve, weerloze slachtoffers vermijden;
- Gebruik maken van ondubbelzinnige processen om de onrechtmatigheid van het gedrag van de dader te benadrukken;
- De dader aanmoedigen om verantwoordelijkheid te nemen, *«moreel maar ook praktisch, door – opnieuw ondubbelzinnig – concrete voorbeelden te geven van houdingen en gedragingen die moeten worden vermeden en door de dader te informeren over hulpverlening waar hij beroep op kan doen»*.