

# Συμμαχία για την ευαισθητοποίηση και την ενεργοποίηση γυναικών Ρομά

## Ενημέρωση – Ευαισθητοποίηση – Άρση Στερεοτύπων

# Στρατηγική επικοινωνίας και διάχυσης

30.06.2023

# Επιδιωκόμενοι στόχοι

- Η στρατηγική επικοινωνίας και διάχυσης βασίζεται στη λογική της μέγιστης δυνατής εμπλοκής των ομάδων αναφοράς στις δράσεις που θα υλοποιηθούν κατά τη διάρκεια του έργου, αλλά και της ευαισθητοποίησης της κοινωνίας στα ζητήματα που θίγει. Η στρατηγική αυτή θα λειτουργήσει σε πολλαπλά επίπεδα, ανάλογα με τα κοινά-στόχους, αλλά και τον σκοπό κάθε δράσης δημοσιότητας.
- Ως εκ τούτου, θα υλοποιηθούν αφενός δράσεις ενημέρωσης και δημοσιότητας που θα στοχεύουν στη γνωστοποίηση του έργου και τη συμμετοχή των κοινών-στόχων στις δραστηριότητες του έργου κατά τη διάρκεια της υλοποίησής του, αφετέρου δράσεις με σκοπό την ευαισθητοποίηση της κοινωνίας ευρύτερα και τη γνωστοποίηση των αποτελεσμάτων του έργου, μετά το πέρας του, με στόχο τη βιωσιμότητα και τη δημιουργία ενός προτύπου παρέμβασης. Επίσης, οι δράσεις επικοινωνίας και διάχυσης θα είναι στοχευμένες, ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνονται.
- Η προτεινόμενη στρατηγική επικοινωνίας στοχεύει στην ενίσχυση της πρόληψης και αντιμετώπισης των στερεοτυπικών και αναχρονιστικών αντιλήψεων για τους/ις Ρομά, αλλά και στην ορθότερη ενημέρωση στοχευμένων ομάδων που διαμορφώνουν, επηρεάζουν ή αναπαράγουν τον δημόσιο λόγο, όπως δημοσιογράφοι και φορείς ΜΜΕ, θεσμικοί φορείς καθώς και το ευρύτερο κοινό, καθώς μπορεί να συμμετέχει εκούσια ή ακούσια στη διατήρηση και αναπαραγωγή στερεοτυπικού λόγου ή/και στιγματιστικών πρακτικών.



# Καθορισμός ομάδων παρέμβασης

- 1η υπο-ομάδα αναφοράς (κοινό – στόχος): **τοπικές κοινότητες Ρομά** (κοινότητες που διαβιούν στις 2 Περιφέρειες παρέμβασης). Εντός αυτού του πλαισίου, προτείνεται έμφαση να δοθεί ως ακολούθως: α) σε **κοινότητες με υψηλότερο επίπεδο ένταξης**: έμφαση σε **γυναίκες νεαρότερης ηλικίας** που επιδιώκουν την εξισορρόπηση της ανταπόκρισής τους στις ανάγκες της προσωπικής, κοινωνικής και επαγγελματικής τους ζωής, β) σε **κοινότητες με χαμηλότερο επίπεδο ένταξης**: έμφαση σε **γυναίκες μεγαλύτερης ηλικίας («γιαγιάδες»)** λόγω της θέσης ισχύος που έχουν εντός της Ρομά οικογένειας / κοινότητας.
- 2η υπο-ομάδα αναφοράς (κοινό – στόχος): τοπικές κοινωνίες (κοινωνίες στις οποίες περιλαμβάνονται κοινότητες Ρομά και οι οποίες βρίσκονται στις 2 Περιφέρειες παρέμβασης). Προτείνεται έμφαση να δοθεί σε **οργανωμένες συλλογικότητες γυναικών ή/και οργάνων** που **προωθούν την ισότητα των φύλων** σε **τοπικό επίπεδο (βλ. ΔΕΠΙΣ / ΠΕΠΙΣ)**.



# Καθορισμός ομάδων παρέμβασης

- 3η υπο-ομάδα αναφοράς (κοινό – στόχος): **κοινότητες Ρομά**, θεωρούμενες στο σύνολό τους. Προτείνεται έμφαση να δοθεί στις/στους **νέες/ους Ρομά**.
- 4η υπο-ομάδα αναφοράς (κοινό – στόχος): **ευρύτερη κοινωνία**.
- 5η υπο-ομάδα αναφοράς (κοινό – στόχο): **επαγγελματίες ΜΜΕ**





# Δράσεις επικοινωνίας και διάχυσης

- **Ανάπτυξη 3 videos μικρής διάρκειας (1'/video)** για χρήση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με έμφαση σε **Instagram, Tik Tok, YouTube**
  - Δημιουργία λογαριασμών/Σελίδων του έργου στα προαναφερθέντα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.  
[Όλες οι υπο-ομάδες αναφοράς, με έμφαση στις τοπικές και μη κοινότητες Ρομά και τις νέες γυναίκες Ρομά]
- **Μικρότερη εκδοχή των videos (περί τα 20'')** θα αξιοποιηθεί ως **τηλεοπτικό σποτ**, το οποίο θα σταλεί στο ΕΣΡ ώστε να λάβει έγκριση και να προβληθεί ως κοινωνικό μήνυμα σε όλα τα τηλεοπτικά κανάλια πανελλαδικής εμβέλειας, αλλά και σε τοπικούς τηλεοπτικούς σταθμούς των δύο επιλεγμένων περιφερειών παρέμβασης. Εδώ φιλοδοξούμε να εμπλακούν (στο σενάριο, αλλά και την παρουσίαση) τόσο μέλη των τοπικών κοινοτήτων Ρομά – νεότερης αλλά και μεγαλύτερης ηλικίας, όσο και θετικά πρότυπα/microinfluencers από τον πληθυσμό Ρομά που διαβιεί στην Ελλάδα.  
[Όλες οι υπο-ομάδες αναφοράς, με έμφαση στις γυναίκες Ρομά μεγαλύτερης ηλικίας, τις τοπικές κοινωνίες και την ευρύτερη κοινωνία]



# Δράσεις επικοινωνίας και διάχυσης

- **3 εκστρατείες στα προαναφερθέντα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και στα ήδη υπάρχοντα μέσα των εταίρων, για τη μεγιστοποίηση της προβολής του έργου.**

[Όλες οι υπο-ομάδες αναφοράς]

- **Εκστρατεία μέσω αφίσας στα σχολεία και τις τοπικές κοινωνίες** (κοινωνίες στις οποίες περιλαμβάνονται κοινότητες Ρομά και οι οποίες βρίσκονται στις 2 Περιφέρειες παρέμβασης).

**Δημιουργία έντυπου υλικού**, το οποίο θα μοιράζεται στα σχολεία, αλλά και τις τοπικές κοινωνίες, διαμέσου και των οργανωμένων συλλογικοτήτων γυναικών ή/και οργάνων που προωθούν την ισότητα των φύλων σε τοπικό επίπεδο (βλ. ΔΕΠΙΣ / ΠΕΠΙΣ).

[Τοπικές και μη κοινότητες Ρομά, τοπικές κοινωνίες]



# Δράσεις επικοινωνίας και διάχυσης

- **4 e-newsletters** και **2 Δελτία Τύπου**, τα οποία θα σταλούν σε λίστα ενδιαφερόμενων μερών και ΜΜΕ, ενώ παράλληλα θα διαδοθούν διαμέσου των **μέσων κοινωνικής δικτύωσης** του έργου αλλά και των **εταίρων**  
[Ευρύτερη κοινωνία, επαγγελματίες ΜΜΕ]
- Αναζήτηση αντίστοιχων έργων που υλοποιούνται και σχεδιασμός κοινών δράσεων.
- Συνεργασία με ΜΚΟ και συλλογικότητες που προωθούν την ισότητα των φύλων και την ενδυνάμωση των γυναικών, αλλά και με που θα λειτουργήσουν ως multipliers των μηνυμάτων και των αποτελεσμάτων του έργου  
[Ευρύτερη κοινωνία]





# Χρονοδιάγραμμα υλοποίησης

- Π.1.2.: Πλάνο επικοινωνίας και δημοσιότητας – 30.06.2023 – ΚΕΣΔ
- Π.4.6.: Δελτία Τύπου – 30.06.2023 / 20.04.2024 – ΚΕΣΔ
- Π.4.3.: Δημιουργία αφίσσας – 30.09.2023 – ΕΕΤΑΑ
- Π.4.4.: Δημιουργία 500 φυλλαδίων – 30.09.2023 – ΕΕΤΑΑ
- Π.4.7.: e-newsletters – 30.09 / 30.11 / 31.12.2023 / 30.04.2024 - ΚΕΣΔ
- Π.4.1.: Ανάπτυξη 3 videos – 31.01.2024 – ΚΕΣΔ
- Π.4.2.: Τηλεοπτικό σποτ – 31.01.2024 – ΚΕΣΔ
- Π.4.5.: Εργαλειοθήκη εργαστηρίων δημοσίου λόγου (υλικό παρουσίασης) – 31.03.2024 – ΕΕΤΑΑ
- Π.4.8.: Ανάπτυξη πλάνου βιωσιμότητας και διάχυσης των δράσεων του έργου – 31.12.2023 – ΚΕΣΔ



# Επιδιωκόμενα αποτελέσματα

- **Επιδιωκόμενα αποτελέσματα / δείκτες για τη μέτρηση αποτελεσματικότητας:**

Η μέγιστη δυνατή εμπλοκή των ομάδων αναφοράς στις δράσεις που θα υλοποιηθούν κατά τη διάρκεια του έργου, αλλά και της ευαισθητοποίησης της κοινωνίας στα ζητήματα που θίγει είναι τα βασικά επιδιωκόμενα αποτελέσματα. Η ευρύτερη δυνατή δημοσιοποίηση του έργου και η ανταπόκριση τόσο των στοχευμένων ομάδων όσο και του γενικού κοινού στα μηνύματα και τους σκοπούς του, με στόχο την υιοθέτηση μιας πιο ευαισθητοποιημένης και απο-στιγματιστικής στάσης είναι τα βασικά επιδιωκόμενα αποτελέσματα.

- **Ενδεικτικοί/εκτιμώμενοι δείκτες:**

Ακόλουθοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του έργου: 500

Reach δημοσιεύσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης του έργου: 100.000

Προβολές videos και TV spot: 50.000

