

療癒 · 復原 · 創生

用設計力 解碼性別暴力

現代婦女基金會
公益行銷部 吳姿瑩

台灣性別暴力現況

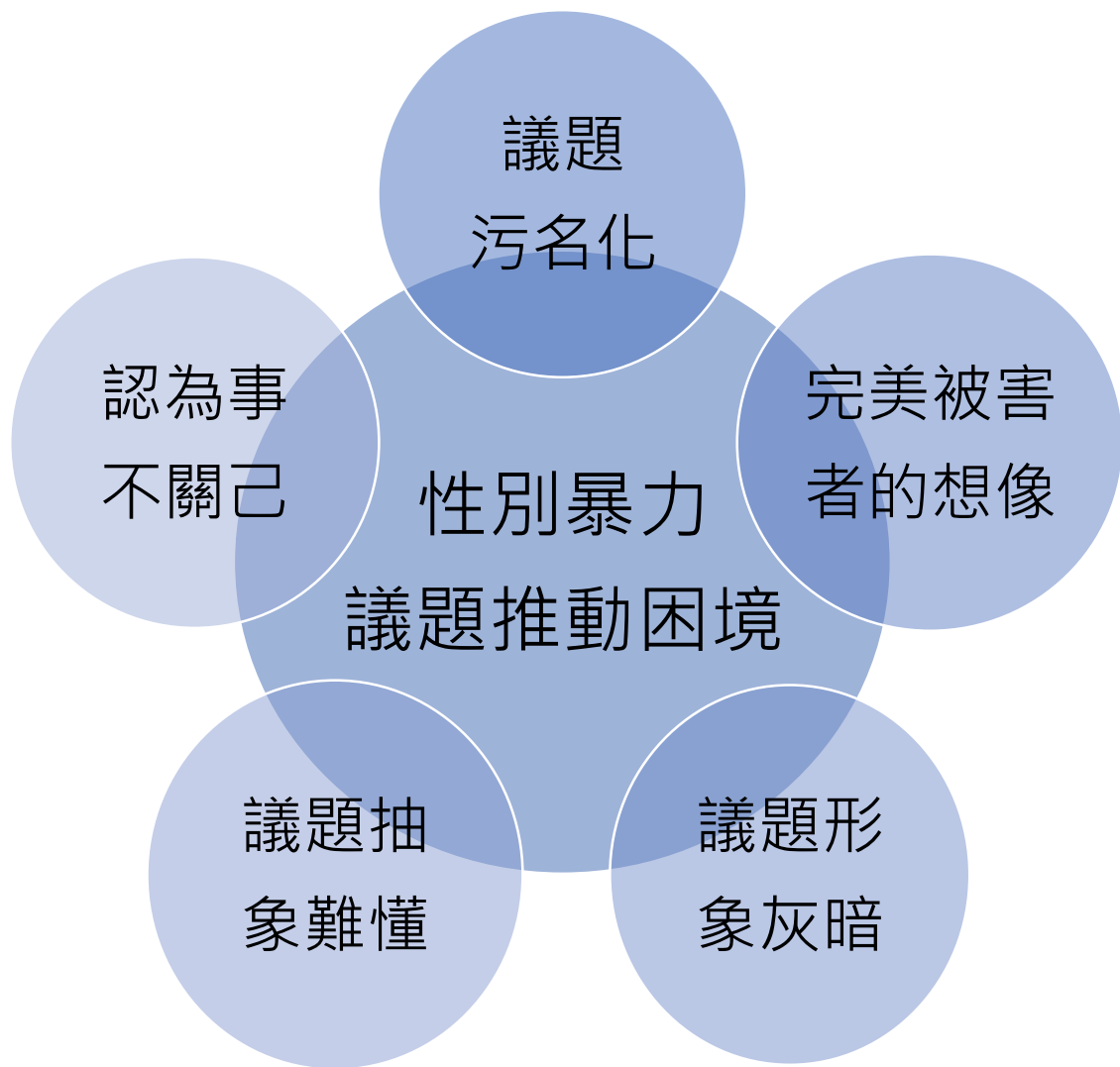


性別暴力發生率高，受害者求助比例低
加害者不斷犯行，民眾無感？！





這是我們常見的
暴力預防海報

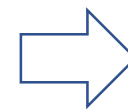


待解的問題

1. 讓家暴/性暴力議題不再難以理解
2. 讓相關議題的討論不再難以啟齒



利害關係人：
社會大眾增進理解
受害者不擔心求助



減少事件發生
提高求助意願

我們的願景

1. 介入日常生活
2. 增進議題關注
3. 營造友善社會

服務模式

品牌營造

R-Lab

設計翻轉

刻板印象

文創商品

跨域結盟

媒材創作

促進溝通

操作實例 — 誕生於家暴創傷故事的IP



現代婦女基金會
守護熊 呼呼



議題平面視覺設計
(獲得利害關係人正向回饋)



聯名捐款贈品開發
1. 呼呼好茶組
2. 呼呼公益悠遊卡
(目前共送出900組)

操作實例

ONLY YES MEANS YES 沒有同意 就是性侵

倡議行動

2020
04/29
DENIM DAY
穿丹寧反性侵



現代婦女基金會
倡議大使
安心口

停止責備。陪伴傾聽。
超過80%的受害者不願對外求助。
性侵是加害者違反他人意願，侵害他人身心的犯罪行為，但證據是由受害者承受社會的責備。
你的幽默或自以為關心的真偽，可能淹沒受害者求助的意念；你的同理，卻可以改變創傷故事的結局。

Be supportive. don't criticize. support us. 支持性侵害受害者關心復原計畫

主辦單位：現代婦女基金會 協辦單位：台北府家暴力量性侵害防治中心



打破過往議題形象，打造時尚風格，系列平面視覺獲得利害關係人肯定。

推出only YES means YES 周邊商品，為議題創造溝通新載具。

我們的下一步

·10/31-11/8 My Corner 我的小角落—用愛守護微光行動特展

·呼呼繪本、宣導計畫、IP推廣

·only YES means YES 聯名商品開發、募資行動

·發展療癒體驗活動

目前挑戰

- 人力/商品/行銷不足，專案推展速度緩慢
- 目前多著墨在形象建立，溝通內容單一
- 通路不足，能見度不高

營運現況及展望

- 目前大部分收入仍以捐款為主，商品銷售佔比低。
- 期待未來開發多元商品，短期銷售能支應成本支出，長期希望能增加銷售營收，所得用於倡議推動。

