

# Виклики та можливості в процесі комунікування ідей ГОБ

Дайґа Холма

Експертка проекту

# Виклики

Бюджет

Ґендер

Стереотипи

Нова та  
невідома  
концепція

Політична  
підтримка

Загальне  
розуміння

Нормативне  
регулювання

Небагато добре  
обізнаних  
журналістів

# Можливості



Справедливий розподіл державних коштів



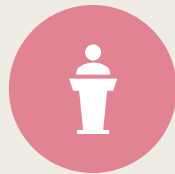
Новий і свіжий підхід



Прихильна цільова аудиторія



Використання соціальних медіа



Лідери громадської думки



Історії

# Успіх комунікації

Хто є тією цільовою аудиторією, яка зацікавлена в історіях та інформації?

- Хто є бенефіціарами?
- Вік, стать, регіональна приналежність, рівень доходу, освіта тощо.
- Кому ми розповідаємо історію?
- Цільові меседжі та історії
- Емоції та особисті історії

Які канали комунікації будуть доречними? Як цільова аудиторія хотіла б отримувати інформацію?

- Телебачення, радіо?
- Відеоконференції, вебінари?
- Соціальні мережі?
- Інтернет-портали?
- Закриті групи?
- Вебсторінки?
- Газети?



# ЗАЛУЧЕННЯ ЛІДЕРІВ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

# Контент соціальних медіа





# ПОШИРЕНІ ПОМИЛКИ У ВІЗУАЛЬНИХ МАТЕРІАЛАХ

# Робота з медіа



- Чи достатньо пресрелізу?
- Інтерв'ю та історії
- Потужні фотографії та візуальні матеріали
- Доступ до бенефіціарів



# ЯК ГОВОРИТИ ПРО ҐЕНДЕРНИЙ ПІДХІД У БЮДЖЕТНОМУ ПРОЦЕСІ: ДОСВІД ПРОЄКТУ

Ірина Степанова, експертка з  
комунікацій

ГОБ  
проект

 МІНІСТЕРСТВО  
ФІНАНСІВ  
УКРАЇНИ

 Швеція  
Sverige

 NIRAS



 CPM

# Як говорити про ГОБ?

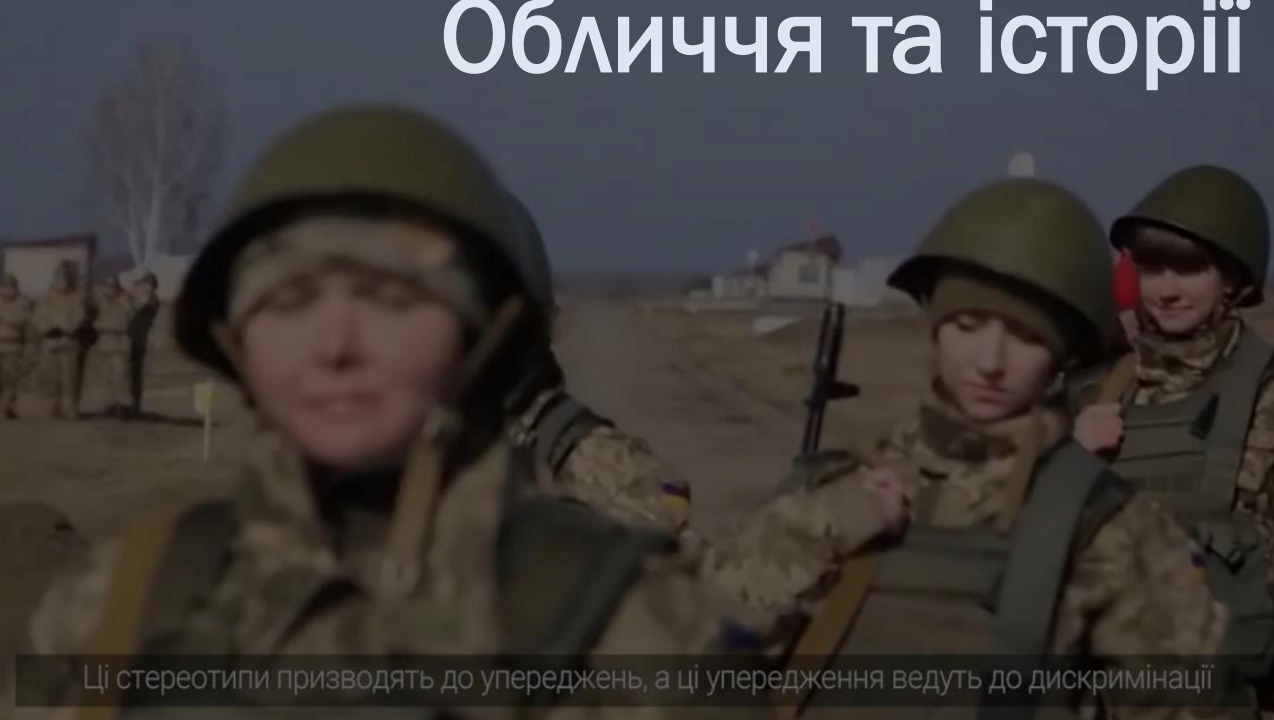
- Формуємо меседжі
- Метод сторітелінгу: розповідаємо історії
- Метод *success stories*: розповідаємо про те, як ГОБ може змінювати

Комунікація **НЕ** має сприяти ґендерним стереотипам.

Справедливого представлення можна досягти, зображаючи жінок і чоловіків у різноманітних ролях.



# Створення відео-контенту – Обличчя та історії ГОБ



Ці стереотипи призводять до упереджень, а ці упередження ведуть до дискримінації

ГОБ  
проект



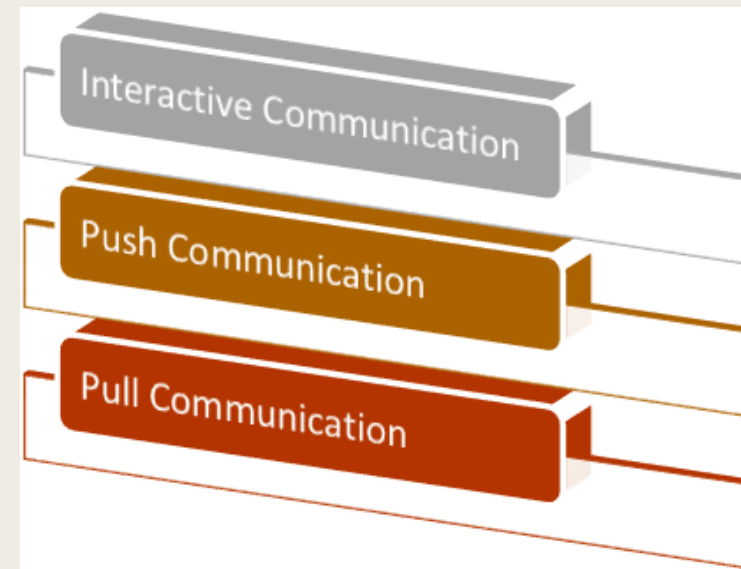
# Візуальна комунікація та контент

- **НЕ** звужуємо поняття (трактування ґендерного підходу як такого, який ототожнюється зі статево-рольовим: кожній статі відповідає своя роль, яку повинні виконувати чоловік або жінка);
- **НЕ** використовуємо стереотипні кольори у візуальних матеріалах;



# Зворотний зв'язок з аудиторією

- Інтерактивна комунікація



**Дякуємо за увагу!**