

Zagovaranje ženskih prava korištenjem Web kampanje

Uvod u slučaj

PRAVA ZA SVE je bosanskohercegovačka nevladina organizacija za ljudska prava koja djeluje u cilju stvaranja pravednog i demokratskog društva zasnovanog na standardima ljudskih prava sa posebnim fokusom na jednake mogućnosti i principe participativne demokratije. Organizacija provodi niz aktivnosti koje imaju za cilj uključivanje i jačanje prava žena u procesu pristupanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji.

Žene u Bosni i Hercegovini nisu jednake sa muškarcima, naročito u zapošljavanju i radu, zdravlju i socijalnoj zaštiti. One su diskriminirane u pristupu porodijskom odsustvu i naknadama. Broj nezaposlenih žena stalno raste, mnoge žene rade u neformalnoj ekonomiji, nema dovoljno pristupačnih servisa za brigu o djeci, roditeljsko odsustvo je ograničeno. Ženske perspektive su često zanemarene prilikom razvoja zakonskih rješenja.

PRAVA ZA SVE, u saradnji sa osam partnerskih ženskih organizacija iz Bosne i Hercegovine, izradila je zagovarački dokument "Doprinos Ženske zagovaračke grupe za Izvještaj o napretku EK za Bosnu i Hercegovinu 2016. godine". Uz ovaj dokument, razvijena je platforma za dijalog javnosti i vlade kroz seriju javnih debata koje se fokusiraju na zdravstvenu zaštitu i jednake mogućnosti. Kako bi se javne debate i ideje koje su proizašle sa ovih događaja promovisale, bila je potrebna web kampanja.

Kampanja

Za potrebe web kampanje, napravljena su tri kratka videa, koja sumiraju generalnu ideju. Video snimci, koji su objavljeni na Facebooku, imali su za cilj da informišu javnost o temama koje su diskutovane na debatama, podignu svijest o problemima žena i da pozovu na akciju. Koristeći Facebook alate za oglašavanje, postigli smo generisanje više od 100.000 prikaza po videu. Plaćeni oglasi ne znače ništa ako SEO i optimizacija ciljne grupe i ključnih reči nisu pripremljeni na odgovarajući način.

Videa su objavljivana svake 3 sedmice, uvijek kao FB oglas, dok je interes za kampanju rastao postavljanjem svakog sljedećeg videa, dostigavši 116.000 prikaza sa posljednjim postavljenim videom. Takođe, odabrana demografija je pokazala veliki uspjeh. Muškarci se rijetko uključuju u diskusije o ženskim ljudskim pravima i važno je napomenuti da se tokom kampanje ovo promijenilo. Uvid pokazuje da je prvi video pogledalo 21% muškaraca i 78% žena, dok je posljednji video pogledalo 50% muškaraca.

Kampanja je uspješna, i online i offline. Javnost je pokazala mnogo više interesovanja za ove probleme žena kroz diskusiju preko interneta i u javnim debatama. Mediji su ovo pitanje više problematizirali, redovno pokrivali i pisali o tome. I što je najvažnije, vladini zvaničnici zaduženi za proces pridruživanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji su uzeli u obzir prijedloge date u dokumentu "Doprinos Ženske zagovaračke grupe za Izvještaj o napretku EK za Bosnu i Hercegovinu 2016. godine".