



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



INSTITUTE FOR
**Sustainable
Communities**

EVALUACIJA KOMUNIKACIONIH MATERIJALA PARTNERSKIH ORGANIZACIJA NA CSF PROGRAMU

Beograd
Avgust 2014

PODACI O ISTRAŽIVANJU

Istraživanje je sprovedeno u periodu 17-24. maj 2014. godine i obuhvatalo je realizaciju ukupno **9** fokus grupa.

METOD

kvalitativno istraživanje stavova građana o civilnom društvu i
ocena njihove komunikacije sa građanima

UZORAK

punoletni građani sa umereno pozitivnim, neutralnim ili umereno negativnim stavom prema civilnom društvu, koji nisu članovi ili aktivisti organizacija

TERITORIJA

Beograd, Novi Sad, Niš

DEMOGRAFSKA STRUKTURA

18-25, 26-35, 35+

OBRAZOVANJE

osnovno, srednje, više i visoko

REALIZOVANI UZORAK

		Beograd			Niš			Novi Sad		
		Bg1	Bg2	Bg3	Ni1	Ni2	Ni3	Ns1	Ns2	Ns3
Pol	muški (M)	4	4	4	4	5	4	4	3	3
	ženski (Ž)	4	4	4	5	4	4	4	5	5
Obrazovanje	osnovno (O)				1		1	2		1
	srednje (S)	4	5	4	4	5	3	3	4	4
	visoko (V)	4	3	4	4	4	4	3	4	3
Starost	18-25	3	3	3	4	3	3	3	2	2
	26-35	2	4	2	3	3	3	3	3	4
	36-50	3	1	3	2	3	2	2	3	2
Ukupno po grupama		8	8	8	9	9	8	9	8	8
Ukupno po gradovima		24			26			25		

CILJ ISTRAŽIVANJA

UTVRĐIVANJE OCENE KOMUNIKACIJE OCD SA GRAĐANIMA
KROZ OCENU MATERIJALA NAMENJENIH PROMOCIJI ORGANIZACIJA I
NJIHOVIH AKTIVNOSTI

ZADACI

- Ocena percepcije civilnog društva/organizacija civilnog društva od strane građana
- Ocena komunikacijskog materijala organizacija civilnog društva (lifleta, postera, web strana, Facebook strana)
- Identifikacija preporuka za unapređenje komunikacije organizacija sa građanima

VARIJABLE

ODNOS OCD - GRAĐANI

- **percepcija** organizacija civilnog društva kod građana
- **svrha** – koga predstavljaju i čije interese zastupaju
- stepen **zainteresovanosti** građana za OCD
- **stav** prema organizacijama – pozitivan/neutralan/negativan, odsusutvo stava
- **upoznatost** sa OCD i njihovim radom

KOMUNIKACIJA OCD - GRAĐANI

- **Primamljivost sadržaja** - koliko privlače pažnju, da li su uočljivi, privlačni, interesantni, vredni pamćenja
- **Prenošenje poruke** – da li na adekvatan način prenose informacije o organizaciji i njenim aktivnostima
- **Razumljivost** – razumevanje sadržaja materijala, jasnoća, jezik i stil
- **Motivisanje na akciju**
- **Uverljivost**
- **Informativnost**
- **Značaj tema/oblasti rada** za građane

PERCEPCIJA ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA

- ŠTA SU OCD?

Udruženi građani (udruženja građana)

Spona između države i građana

Borci za prava/interese određenih društvenih grupa (deca, LGBT, IRL, mladi)

Neko ko može da pomogne (humanitarna pomoć, zaštita dece, borba protiv nasilja u porodici)

Grupe koje nezavisno od države ukazuju na probleme ili potrebu za promenama u određenim društvenim sferama

Finansiranje iz donacija

Okupljaju se oko nekih ciljeva

Realizatori projekata

Mnogobrojan i međusobom raznolik sektor

"Udruženi građani. Neko ko se skupi za određeni cilj, da pomaže ugroženima. Rade projekte."

OCD

+

Pomažu određenim grupama građana
(npr. SOS telefoni, roditelji bolesne
dece, žrtve...)

Doprinosе društvenim
promenama/unapređenju stanja u
društvu

Udruženi građani imaju veću snagu,
mogu lakše da privuku pažnju javnosti
i mogu lakše da artikulišu svoje
interese, probleme i potrebe

Jačaju svest , uvode nove vrednosti,
edukuju

-

Podložnost uticaju politike ili
donatora koji daju novac

“Političari” su, angažuju političare

Netransparentne finansije – da li su
sredstva iz donacija namenski
trošena ili služe ličnim interesima
članova

Strani plaćenici

Afere i negativni primeri (primer
Fonda Katarine Rebrače)

Poistovećivanje predstavnica OCD
koje se bave suočavanem sa
prošlošću sa celim sektorom

PERCEPCIJA ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA

Nezavisna u radu – nezavisna od vlasti i u poziciji da kontroliše vlast , ukazuje na probleme i predlaže adekvatna rešenja

Pomaže građanima koji su ugroženi –ekonomski položaj ili kršenje njihovih prava

Bavi se temama koje su bitne građanima – teme konkretne i u direktnijoj vezi sa građanima (npr. nezaposlenost, obrazovanje, zdravlje, ostvarivanje prava, saveti, SOS)

Bavi se konkretnim interesima građana

Nestranačka – da nisu pod uticajem političkih partija

Transparentno prikazuju finansijske izveštaje i odnos prema donatorima

Može da dovede do promene – uticajna

Komunicira sa građanima na jednostavan, razumljiv način, navodeći konkretne aktivnosti, rezultate i podatke

Bliska građanima – u direktnom kontaktu sa građanima, pita ih za probleme i potrebe, aktivnosti i projekte zasniva na potrebama građana

“Organizacije treba da generišu interese ljudi i da kažu šta ti ljudi hoće i šta im treba, da oglašavaju interese ljudi. Treba da kontrolišu vlast ako ne rade nešto dobro.”

ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA - GRAĐANI KOMUNIKACIJA



IZVORI INFORMACIJA O OCD



MEDIJSKA SLIKA ORGANIZACIJA CIVILNOG DRUŠTVA

SLIKA O OCD IZ
MEDIJA SLIKA O
OCD NAKON
PREGLEDANJA
SADRŽAJA

≠

SLIKA O OCD IZ
MEDIJA SLIKA O
OCD NAKON
PREGLEDANJA
SADRŽAJA



VAŽNOST
INFORMISANJA ZA
POZITIVNU
PERCEPCIJU

Slabo prisutne – najviše OCD koje se bave ljudskim pravima i suočavanjem s prošlošću, ređe humanitarnm radom, desom ili socijalno-marginalizovanim kategorijama

Dominantna slika o OCD je neutralna (prenose se informacije o aktivnostima)

Negativna medjska slika je vezana za predstavnice organizacija koje se bave suočavanjem s prošlošću (Biserko, Kandić) što utiče na percepciju organizacija i sektora uopšte

Razilka u izveštavanju nacionalnih medija (ljudskim pravima i suočavanjem s prošlošću) – lokalni mediji (lokalne, socio-humanitarne aktivnosti OCD)

Negativna slika je delimično posledica usmeravanja negativnih stavova građana sa aktuelnih društvenih i socio-ekonomskih tema

NEPOVERENJE U ORGANIZACIJE CIVILNOG DRUŠTVA – UZROCI

NEDOVOLJNA INFORMISANOST – nepoznavanje OCD i njihovog rada, građani imaju utisak zasnovan na parcijalnim informacijama a ne na relevantnim i konkretnim informacijama

“Nedostatak informacija. Onaj ko je upućen ima pozitivan stav”

EKONOMSKI FAKTORI – bavljenje egzistencijalnim pitanjima. Teme OCD se ocenjuju kao zanimljive i korisne , ali nisu u fokusu interesovanja građana

“Mislim da je bolje da se bave temama koje se tiču običnog čoveka”.

NEPOZNANICE ODNOSA OCD–DONATOR - nerazumevanje obaveza OCD prema donatoru, sumnja u skrivene interese donatora i uslovljavanje OCD da promovišu njihove interese

“Ako nekoga finansira strana ambasada, da li oni imaju obavezu? Možda iza toga stoji neki interes.”

ODSUSTVO KONTAKATA SA PREDSTAVNICIMA OCD – OCD svet je dalek, nema zajedničkih tačaka sa građanima, ne može (pozitivno) da utiče na života građana

PREOPORUKE ZA UNAPREĐENJE KOMUNIKACIJE SA GRAĐANIMA

USPOSTAVLJANJE LIČNIH KONTAKATA SA GRAĐANIMA

Inicijalni korak u upoznavanju građana sa OCD i njenim radom, mogućnost da se zainteresuju za dalje informisanje, način za **upućivanje na on line sadržaje**

Prenošenje iskustava građana koji imaju kontakte sa OCD javnosti

Rad sa učenicima u osnovnim i srednjim školama, studentima

Istraživanje potreba građana i uključivanje kroz razgovor pre izrade projektnih predloga - način da se građani zainteresuju za rad OCD i osnova za dalje praćenje rada i podršku od strane građana

“Bilo bi dobro čuti iskustva ljudi sa kojima su radili. Do bi dalo na verodostojnosti. Da znamo da je stvarno.”

PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE KOMUNIKACIJE SA GRAĐANIMA

VEĆA MEDIJSKA ZASTUPLJENOST

TELEVIZIJA – kroz reklame i spotove koji bi sadržali kratak i jasan opis organizacije, cilja, aktivnosti i dosadašnjih rezultata

SPOTOVI – ukoliko prenose poruku, ukazuju na problem ili nude rešenje problema, treba da sadrže vidljivu poruku za **KONTAKT** (kome, kada i na koji način se obratiti)

“Kroz video bi se čulo iz prve ruke. Da vidimo ko su ti ljudi. Kakvi su.”

GOSTOVANJA U EMISIJAMA – efektnije nego izveštavanje u informativnom programu, predlog specijalizovane nedeljne emisije o radu OCD

ULIČNE AKCIJE I PERFORMANSI – atraktivni za medije i omogućavaju OCD priliku da se o njima izveštava

PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE KOMUNIKACIJE SA GRAĐANIMA

JEZIK I STIL

REČNIK – razumljiv i jasan način izražavanja, posebno pri objašnjavanju ciljeva, misije i vizije (npr. *demokratizacija, razvoj svesti, promocija vrednosti* su opšti, široki i nejasni pojmovi koji zahtevaju konkretizaciju)

NAZIVI PROJEKATA – kratki, jasni i motivišući

NEMEŠANJE SRPSKOG I ENGLESKOG JEZIKA – prilikom predstavljanja organizacije i njenih aktivnosti ili u nazivima projekata

NAČIN OBRAĆANJA – objašnjavajući, namenjen “običnom čoveku”, neupućenom u rad i fraze OCD

“Da pričaju tako da ih svi razumeju. Ne znamo mi svi engleski i te njihove reči. Nismo stručnjaci za tu oblast.”

PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE KOMUNIKACIJE SA GRAĐANIMA

SADRŽAJI

PREDSTAVLJANJE REZULTATA RADA – značajno građanima koji ne poznaju OCD i njihov rad

“Bitno mi je da vidim šta je ta organizacija radila i šta je postigla”.

POTKREPLJIVANJE REZULTATA komentarima ili porukama građana koji su koristili usluge ili učestvovali na aktivnostima

POTKREPLJIVANJE REZULTATA statistikama i podacima o projektima (broj održanih aktivnosti, broj učesnika dešavanja, dužinu trajanja itd.) čime se dobija konkretna slika

MEHANIZMI ZA PROCENU USPEŠNOSTI RADA – uz rezultate predstaviti i kriterijume na osnovu kojih se procenjuje uspeh realizovanih aktivnosti

PREPORUKE ZA UNAPREĐENJE KOMUNIKACIJE SA GRAĐANIMA

PREDSTAVLJANJE TIMA – polje vidljivo istaći na web ili Facebook strani. Model fotografija i kraća biografija članova tima sa ličnom notom je najbolje ocenjen

IZVEŠTAVANJE O REALIZOVANIM AKTIVNOSTIMA ne predstavljati kao projekte, zbog percepcije OCD kao “realizatora projekata”, odnosno profesionalizacije rada u OCD i potpunom odsustvu veze sa građanima i njihovim potrebama

“Samo što su manji deo novca dali na sređivanje tog parkića a veći uzeli sebi”.

TRANSPARENTNIJE FINANSIJSKO IZVEŠTAVANJE o radu NVO zbog sumnje građana da se samo deo sredstava dobijenih za projekte usmerava na aktivnosti



Palmotićeve 17, 11000 Beograd

tel: + 381 11 3230 697; 3244 329

e-mail: office@birodi.rs

www.birodi.rs, www.tvojstav.com, www.mediamonitor.rs, www.cistapolitika.rs

Ovo istraživanje omogućila je Američka agencija za međunarodni razvoj (USAID) kroz program „Građansko društvo za budućnost“ koji sprovodi Institut za održive zajednice (ISC). Stavovi izneti u ovom izveštaju predstavljaju stavove autora i nužno ne izražavaju stavove ISC-a, USAID-a ili Vlade SAD-a.