# **ПЛАН ЗА КОМУНИКАЦИЈА**

# **НА ГРАЃАНСКИ ОРГАНИЗАЦИИ ВО ОБЛАСТА ЗАШТИТА НА МАРГИНАЛИЗИРАНИТЕ ЛИЦА ПРИ СОВЕТОТ ЗА СОРАБОТКА СО И РАЗВОЈ НА ГРАЃАНСКИОТ СЕКТОР**

Изработил:

Јасна Мандиќ, член на Советот за соработка со и развој на граѓанскиот сектор во областа заштита на маргинализираните лица

|  |  |
| --- | --- |
| **1. Извршно резиме:**  Клучни стратешки препораки – изјава за целта | |
| 1. Директен контакт со семејствата со лица со посебни потреби кои се внесени во нашата база на семејства, а која ни обезбедува информации кои се клучни за креирање на актулените и долгорочни политики кои ги засегаат лицата со посебни потреби и нивните семејства 2. Дисеминација на информации за различни потреби на семејствата со лица/деца со посебни потреби (нивните права, сервиси итн.) 3. Национална мрежа (база) која претставува паралелен систем, а преку нашите човечки ресурси (национални и регионални координатори, па дури и родителите) добиваме информации од корективен и консултативен аспект за да како output добиеме комплетни информации | |
| **2. Вовед:**  Краток опис на тоа со што се занимава вашата организација, заднината на прашањето, целта и/или ограничувањата на овој план. | |
| Во 2010 година, **УНИЦЕФ** идентификуваше група на родители кои беа обучени од страна на *PACER* (Ресурсен центар на родители со седиште во САД), со цел да се креира една нова родителска организација. Формиран уште 2012-та година Ресурсниот Центар започнува со активна работа во 2014 година како родителска организација со мисија да им служи на сите деца со посебни потреби и нивните семејства преку обезбедување на поддршка, помош, пристап до информации, обезбедување на остварување на нивните права и овластувања во сите сегменти на животот, успешна социјална инклузија и подигнување на јавната свест и одговорност.  Инициран, формиран и воден од родители на деца со посебни потреби им служи на родителите и нивните деца со посебни потреби, Ресурсниот Центар делува како партнер на родителите, на здруженија кои чии активности и делување се однесуваат на децата со посебни потреби, но едновремено и на институциите кои работат на подобрување на условите на животот на децата со посебни потреби.  Ресурсниот Центар на родители на деца со посебни потреби немаформално членство, а нашите сервиси и услуги се така дизајнирани, да ги поддржат во нивниот секојдневен живот сите лица и семејства со лица со посебни потреби.  **МИСИЈА НА РЕСУРСНИОТ ЦЕНТАР**  Да им служи на сите деца со посебни потреби и нивните семејства преку: обезбедување на *поддршка*, *помош*, *пристап до информации,* обезбедување на *остварување на нивните права* во сите сегменти на животот со цел - што поуспешна социјална инклузија, како и подигање на јавната свест и одговорност за постоењето на тие права.  ЦЕЛИ: Основни цели на Здружението Ресурсен Центар на родители на деца со посебни потреби е давање поддршка, помош, односно пристап до информации и систем на застапување за сите деца и млади луѓе со посебни потреби и нивните семејства; воспоставување на систем на проактивна комуникација со семејствата со деца со посебни потреби; обезбедување систематизирани информации за родителите; организирање на обуки и помош за родителите во постапките поврзани со застапувањето на интересите на децата; психолошка поддршка и организирање обуки за самопомош за родители на деца со посебни потреби; обезбедување на поширок пристап до третмани; застапување на инклузијата; подигнување на јавната свест за нештата поврзани со децата со посебни потреби; соработка со организации од сличен вид; подобрување на квалитетот на живеење на децата со посебни потреби и нивните семејства. | |
| **3. Организациски и комуникациски цели:**  **Јасна, детална изјава за целите на комуникацијата, принципите врз коишто се заснова оваа стратегија и вашите клучни пораки. Тие треба да се усогласени со целите на организацијата или конкретната активност.** | |
| **3.a Ситуациска анализа**  **Накратко опишете ги и наведете ги:**   * **Внатрешните силни и слаби страни, надворешните закани и можности** * **Политичкото опкружување** * **Јавното опкружување (јавни ставови, свест за прашањето, суштински вредности што се најрелевантни за прашањето, демографија)** * **Медиумско опкружување (квалитет и квантитет на досегашна покриеност)** * **Сојузници (кои, нивната цел/мотивација, влијанието што го нудат)** * **Конкуренти/противници (кои, нивната цел/мотивација, нивните пораки)** * **Организациски капацитет (т.е. капацитети, ресурси, позиционирање во однос на прашањето, профил)** | |
| * **Внатрешните силни и слаби страни, надворешните закани и можности**   **Силни страни** - голем број на посета на страната на Ресурсниот Центар (www.resursencentar.mk) голем број на посети на ФБ страната на Ресурсниот Центар <https://www.facebook.com/resursencentarnaroditelinadecasoposebnipotrebi/> , 1400 членови на затворената група на родители на деца со посебни потреби (во моментов 1400 членови), анкетирани приближно 2500 семејства со лица/деца со посебни потреби, 2 национални и 5 регионални координатори, голем број на родители кои биле делод некоја активност на РЦ како учесници или дел од организацијата  **Слаби страни** –потреба од поголем број на регионални координатори кои би покриле географски и временски поголем дел од семејствата, крутост на институциите во поглед на неефективен и неефикасен feed-back  **Надворешни закани** - Појава на зголемување на бројот на НГО сектор, понекогаш со гранични етички и/или морални принципи заради транзиторниот период на земјата. Институциите, заради сеуште незрелатост на општетсвото во однос на демократските процеси, сеуште не го респектираат доволно и вистински НГО секторот  **Можности** – во последниве 5- 6 години формирањето на национална мрежа носи еволуција во секој поглед и на секое поле, потенцијалот се насочува кон вистинските активности и во многу скора иднина ќе донесе вистински output   * **Политичкото опкружување**   Иако Ресурсниот Центар е невладина организација која не се бави со политика и за која на политичката припадност на родителите е неважна (за нас тие се само родители на деца со посебни потреби), политичкото влијание врз сите сфери во Македонија е големо заради фактот што во Македонија политиката претставува начин на живеење, а не професија, односно истата има влијание во нашата работа.   * **Јавното опкружување (јавни ставови, свест за прашањето, суштински вредности што се најрелевантни за прашањето, демографија)**   Подигнувањето на јавната свест секогаш стои како последна во сите планови и проекти, односно секогаш се смета дека самото спроведување на проектот ќе резултира и со подигнување на јавната свест и ќе влијае на јавните ставови. Последните 2 – 3 години таквите кампањи (за подигнување на јавната свест, суштински прашања итн.) се во тренд. Она што претсавува проблем е одбирањето на фокус групи врз основа на чии ставови и се формира целокупниот резултат. На пример, едукација за родители на деца со типичен развој, а во врска со инклузијата треба да почне со родителите на деца со типичен развој чии деца посетуваат градинки, а не родители кои се веќе во средни години и чии стваови и свесност многу потешко можат да се изменат.   * **Медиумско опкружување (квалитет и квантитет на досегашна покриеност)**   Во однос на медиумската покриеност досегашното искуство во однос на квалитетот не секогаш задоволува, а квантитетот зависи од тековните активности за кои медиумски ни е потребна помош.  Можеме да напоменеме дека за теми кои се однесуваат лицата/децата со посебни потреби честопати медиумите одбираат личности – гости чии ставови не се совпаѓаат со нашите искуства или ставови.   * **Сојузници (кои, нивната цел/мотивација, влијанието што го нудат**   Сојузници  - Родители на деца/лица со посебни потреби  - Лица со посебни потреби  - Професионалци  - Индивидуалци кои се дел од институции  - Здруженија кои работат на иста или слична проблематика   * **Конкуренти/противници (кои, нивната цел/мотивација, нивните пораки)** * Здруженија кои сметаат дека нашата работа има за цел само профит * Здруженија кои се финансираат од државата,а чии резулатити се симболични во однос на работата на нашето и/или слични здруженија * **Организациски капацитет (т.е. капацитети, ресурси, позиционирање во однос на прашањето, профил)**   Ресурсниот Центар има 2 национални и 5 регионални координатори кои работат од своите градови (Битола, Велес, Валандово, Гостивар, Тетово), како и 2 техничи лица во канцеларијата во Скопје. комуницира со преку 1400 родители на деца со посебни потреби а кои се дел од затворената ФБ група Посебни родители.  Во рамките на своите активнсоти соработуваме со професионалци од најразличен профил (наставници, логопеди, дефектолози, психолози ...), досега имаме потпишано над 80 Меморандуми на соработка со здруженија и институции (основни и средни училишта, дневни центри, општини итн.).  Она што е најважно за Ресурсниот Центар е дека претставуваме место каде родителите се јавуваат за прашања од секаков карактер (социјален, правен, образовен, здравствен итн.) – односно претставува РЦ сервис за сите семејства со попречености | |
| **3.бЦелна публика**  Со кого комуницирате? Наведете детален опис на клучната целна публика. Кои ви се приоритетите? Наведете што може веќе да знаат за вас – луѓе, истражувања и предмет. Што мислите дека треба да знаат? Поделете ги корисниците во поткатегории и додајте ги контактите со кои веќе сте оствариле комуникација. | |
| Во рамките на своите активности Ресурсниот Центар комуницира со родителите на лицата/децата со посебни потреби, со здруженијата чија сфера на делување ги допира нашите цели, со институции, со професионалци со кои постојано соработуваме (наставници, психолози, логопеди, дефектолози, физиотерапевти итн.), но и целата јавност.  Најголемата целна публика е целата популација на РМ. Наш приоритет е истата да слушне повеќе за проблемите и потребите на сите маргинализирани групи, па и лицата / децата со посебни потреби.  Приоритет во комуникацијата сородителите е да слушнат за нашите сервиси и можности за да можеме да им помогнеме односно да си помогнат на самите себеси  Приоритети кај институциите (министерства, дневни центри, заводи, училишта итн.) се да ги слушнат нашите искуства и приоритетни барања  Ресурсниот Центар е веќе познат во РМ. Од 2014 спроведуваме проекти од оваа област, а како донатори се јавуваат УНИЦЕФ, Британска Амбасада, Фондација Отворено Општетсво Македонија итн. Во рамките на проект на Британската Амбасада во РМ изработивме Стратегија на Ресурсниот Центар 2015 – 2020 во која се внесени нашите приоритетни цели, активности и насоки во кои треба да се движи развојот на Ресурсниот Центар.    Корисниците (поткатегории):   1. Родители на деца со посебни потреби (приближно анкетирани 2000 семејства, 1400 членови на затворена ФБ група Посебни родители) 2. Здруженија и институции во РМ (Потпишани над 80 Меморандуми на соработка со здруженија, дневни центри, основни и средни училишта, општини) 3. Професионалци – наставници, психолози, логопеди, педагози, физиотерапевти итн. 4. Донатори – УНИЦЕФ, ФООМ, УНДП, Британска Амбасада ВО РМ. | |
| 3.в. Целна публика рангирана по важност | Претпочитан/соодветен канал на комуникација |
| Како ќе комуницирате? Кој е најсоодветниот канал – билтен, голема конференција, ручек за вмрежување, работилница, вечерен прием, известувања по е-пошта, соопштение за печат, веб-страница, промотивна литература, регионални семинари, итн.? Веројатно ќе имате неколку соодветни канали. | |
| Родители на деца со посебни потреби | вебстраница  ФБстраница  Затворена ФБ група Посебни родители  Email  Настани (обуки, промоции, семинари, работилници  Промотивна литература (флаери, картички итн.)  Ресурсни материјали (водич, брошури итн.)  СОС линија |
| Институции (државни) | вебстраница  Email  Промотивна литература  Настани (обуки, промоции, семинари, работилници, конференции) |
| Здруженија (НГО сектор) | вебстраница  ФБстраница  Затворена ФБ група Посебни родители  Вмрежување  Email  Настани (обуки, промоции, семинари, работилници, конференции)  Промотивна литература (флаери, картички итн.) |
| **4. Оценување на успешноста**  Како ќе знаете дека сте успеале и сте ги исполниле целите? Како ќе оцените колку сте успешни? Кои индикатори на успешност и мерила за оценување ќе ги користите? | |
| Успешноста на нашата комуникација, како и досега, може да се измери по feed-back од сите чинители. Тоа значи дека значително се зголемуваат посетите на нашата веб страна, зголемен број на барања за членство во групата Посебни родители, посета на активностите кои во рамките на тековните проекти ги организираме, зголемнеиот број на јавувања од страна на родителите кон нашите координатори, зголемен број на покани за настани, семинари, обуки, можни членства во платформи или вмрежувања, покани за настани кои се во организација на здруженија или институции.  Да напоменеме дека иако активнстите ни се дел од проект на УНИЦЕФ (или други донатори), дури и во периодот кога нема активен проект тие се составен дел од Ресурсниот Центар. | |