



МАКЕДОНСКА ПЛАТФОРМА
ПРОТИВ СИРОМАШТИЈА

КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА За период 2016-2017

Февруари 2016

Вовед

Во Уставот, Македонија е, меѓу другото, дефинирана и како социјална држава. Со тоа, државните институции на секое ниво а и општеството во целост презеле обврска да се грижат за најранливите делови на општеството погодени од сиромаштијата, која освен што претставува директна закана за нивниот опстанок, не засега сите нас, затоа што рефлектира на општата благосостојба и стандардот, економските параметри и финансиската кондиција на земјава, образованието, здравството и други социјални области, му штети на меѓународниот углед и на аспирациите на земјата за членство во евро - атлантските структури, а има и директно негативно влијание во општествениот живот и нашето секојдневие затоа што придонесува за зголемување на криминалот, насилството и други девијантни однесувања.

Граѓанските организации се едни од најактивните чинители во општеството кои работат на справувањето со сиромаштијата. Овој сериозен и хроничен проблем мобилизираше повеќе граѓански организации да пристапат поорганизирано во неговото решавање, преку здружување на своите напори и координирано дејствување во повеќе области. Токму поради тоа е основана и Македонската платформа против сиромаштија (МППС) е сојуз на 96 национални граѓански организации и поединци. Овие ГО, вклучувајќи ја и Унијата на независни автономни синдикати на Македонија (УНАСМ), работат на различни полиња: човекови права, социјални прашања, недискриминација, здравје, жени и деца, сиромаштија и луѓе погодени од сиромаштијата, лица се пречки во физичкиот и интелектуален развој, бегалци, внатрешно раселени лица, етнички заедници, сексуални малцинства и сл. Организациите се здружија за да ги истакнат проблемите со кои се соочуваат граѓаните и се од нивни заеднички интерес. Притоа, терминот граѓани во овој контекст не ги исклучува лицата кои немаат лични документи, странците и лицата без државјанство.

МППС настојува да ги афирмира и промовира политиките на ЕУ, како и политиките на РМ, насочени против сиромаштијата, социјалната исклученост и дискриминацијата. Основна цел на МППС е намалување на сиромаштијата и со нејзе поврзаните проблеми во РМ и пошироко, а преку промоција на социјалната правда, партиципативната демократија, заштита на човековите права, еднаквост, недискриминација и владеење на правото.

МППС не е формирана за да ги замени нејзините составни делови, туку да ја унапреди, продлабочи и дополни работата на нејзините членки.

Оваа комуникациска стратегија ги следи насоките на дејствување определени во Работната програма на МППС. Нејзина цел е да ги определи стратешките приоритети на комуникацијата, клучните целни групи, нивните приоритети и потреби во однос на проблематиката и комуникацијата на МППС со нив, да ги дефинира пораките кон секоја од целните групи и најсоодветните и наефикасни начини за меѓусебна комуникација и остварување на целите на оваа комуникациска стратегија.

Реализирањето на оваа комуникациска стратегија треба да се поддржи и со соодветни комуникациски планови на годишно ниво, како и со комуникациски планови за посложените комуникациски зафати (нпр организирање на кампањи).

1. ПРОБЛЕМИ И ПРИОРИТЕТИ

Сиромаштијата е комплексен општествен проблем. Покрај недостатокот на материјални средства за задоволување на егзистенцијалните потреби, сиромаштијата значи и немањето на можности за остварување на правата на луѓето, како што се пристап до образование, соодветна здравствена заштита, неможност за вработување итн.

Согласно мандатот и Програмата за работа на МППС работната група за подготовка на комуникациската стратегија ги утврди следните области како приоритетни во однос на идното делување на мрежата:

Недостаток на соодветно планирање, стратегии и политики за елиминирање на сиромаштијата изразено генерално преку недостаток на систематски и стратешки пристап кон решавање на проблемите поврзани со сиромаштијата. Почнувајќи од недостатокот или достапноста на соодветни емпириски сознанија за појавата, како што се студии, анализи и истражувања, следствено на тоа несоодветно планирање и приоритизирање. Меѓутоа она што најмногу загрижува е неспроведувањето на постоечките документи, односно непостоењето на соодветни механизми за мониторинг и евалуација, како и индикатори преку кој ќе се следи прогресот. МППС во својата работа ќе ја промовира отчетноста и одговорноста на релевантните институции во насока на имплементација на националната законска рамка.

Пазарот на труд беше идентификуван како посебно значајна област. **Невработеноста**, односно неразвиениот пазар на работни односи и економија беа идентификувани како приоритетни проблеми во областа на пазарот на трудот. Проблемите настанати во периодот на транзиција, нестимулирањето на бизнис секторот и недостатокот на технолгија и инфраструктура се останатите утврдени проблеми. **Дисфункционални работни односи**, изразени преку нефункционални синдикати, трудови инспекции, сив пазар на работна сила, ниски плати, слаба имплементација на легислативата, нерелевантни податоци за вработеноста и одбивање на преквалификација за дефицитарни области.

Во областа на **образованието** беше идентификувано неповрзаноста на образовниот процес со потребите на пазарот на труд, односно неизбалансираност помеѓу побарувачката на пазарот на работна сила и понудата или недостаток на стратегија за образование на соодветни кадри. Постои отпор кон доквалификација кај вработените, специјализираното образование е сеуште во зачеток и недоволно се посветува внимание на НФО.

Во делот на **социјалната политика** беа утврдени следните недостатоци: несоодветни мерки за превенција, несоодветни капацитети на центрите за социјална работа и другите релевантни институции, немање на стимулативни мерки и недовршена децентрализација.

Некоординираност на релевантните чинители, достапност на информации и недоволна информираност беа издвоени во посебна област преку утврдување на следните проблеми: непостоење на системски решенија за информирање на целните групи, нетраспарентност, неразбирливост, непрецизност и непотполност на информациите и непостоење на постојани координативни механизми за споделување на важни информации за темата.

2. ЦЕЛИ НА КОМУНИКАЦИСКАТА СТРАТЕГИЈА

Целите на оваа комуникациска стратегија се базираат на општите цели на МППС определени во Работната програма на Платформата. Тие ги дефинираат комуникациските приоритети на оваа стратегија и насоките на дејствување во комуницирањето со целните групи при реализирањето на

активноста предвидени со Работната програма на МППС. Овие се приоритетните цели на комуникациската стратегија на МППС:

- Актуелизација на проблемот на сиромаштија во македонската јавност
- Воспоставување на активна и редовна комуникација со сите релевантни чинители кои можат да помогнат во решавање на проблемот, и спроведување на заеднички јавни активности, кои ќе помогнат во зголемување на чувствителноста на јавноста за проблемот со сиромаштијата
- Промовирање на Платформата, на заедничките активности насочени кон решавање на проблемот со сиромаштијата, но и на индивидуалната експертиза на нејзините членки која може да помогне во решавање на проблемот
- Интензивирање на комуникациски активности кои се директно насочени кон погодените социјални групи, со цел да им се помогне во изнаоѓањето на решение за нивниот проблем, преку олеснет пристап до информации и ресурси, како овозможување на механизми за нивно вклучување во јавната дебата кога се дискутираат и решаваат прашања кои ги засегаат нив директно
- Дефинирање на ефикасни модели за внатрешна комуникација помеѓу членките на Платформата
- Застапување, лобирање и влијание врз јавните политики и стратегии од областа на социјалната заштита, здравствената заштита, вработувањето, сиромаштијата, социјалното вклучување, човековите права и недискриминацијата
- Промовирање на културни, економски, социјални и други општествени вредности што го водат општеството во напредок, силно застапување и промоција на концептот на еднаквост и еднакви можности за сите

Специфични цели:

1. Препознавање на МППС како партнер во креирање на јавни политики (преку меморандуми за соработка) од страна на државата/ државните институции до крај на 2017 објави во медиуми, меморандуми за соработка, бр, на државни службеници кои сме ги виделе, претставници на НВОи...учество во подготовката на акциониот план кон националната стратегија.
2. 5000 лица сиромашни/ранливи опфатени преку едукации во рамки на проект на МППС.
Индикатори = 100 лица преку директна едукација, 5000 информирани преку летоци, 250 000 информирани преку медиумите.
3. Соработка на два заеднички проекти со бизнис секторот до крај на 2017
4. минимум 1 прес и 1 настан организиран во секој квартал
5. 10 нови невладини организации во МППС на годишно ниво. Индикатор – бр. На нови НВО

1. Идентификување на целните групи

Утврдувањето на одделните целни групи во процесот на подготовка на комуникациската стратегија беше условено од Програмата за работа и утврдените цели на МППС. Согласно утврдениот мандат за делување на платформата, во рамките на комуникациската стратегија беа утврдени целните групи кон кои во иднина МППС ќе ги насочи своите активности:

- Државни институции;
- Граѓански, политички и образовен сектор;
- Медиумите и општата јавност;
- Ранливи групи засегнати од сиромаштијата и
- Приватниот сектор.

За секоја целна група беше разработен пристапот, вклучувајќи идентификување на потребите, развивање на пораката, утврдување на комуникациски алатки и индикатори за следење на прогресот. **Идентификувањето на проблемите** е основа за планирање на пристапот на МППС кон односната целна група. **Пораката** се формулира земајќи ги во предвид идентификуваните проблеми и потреби. Начинот на кој ќе се допре до целните групи, односно конкретните **алатки за комуникација** кои ќе се применат се адаптирани на конкретните целни групи. Дел од алатките за комуникација се заеднички за сите или за поголемиот дел од целните групи, дел се планирани конкретно за пристапување до специфичните целни групи. **Индикаторите или показателите** се основа за следење на имплементацијата на комуникациската стратегија и комуникациските планови кои ќе произлезат од истата

3.1. Државни институции

Во прв план Владата на Р.М. вклучувајќи ги и министерствата, Службите, заводите и примарните установи што работат директно со ранливите групи, омбудсманот, ЕЛС, администрацијата, статистичарите.

Потреби на целните групи

- потреба од дополнителни човечки и човечки и материјални ресурси за редовно и квалитетно извршување на работите и активностите, особено во директната работа и контакт со засегнатите групи;
- постои потреба од воспоставување на стратешки, а не реактивен пристап;
- потреба од посилна мотивираност;
- потреба од јакнење на капацитетите и механизми за внатрешна и надворешна комуникација
- потребата од инкорпорирање на ПЗЧП нивната работа, наспроти постоечкиот пристап заснован на милостина
- потреба од промоција на својата работа
- потреба од воспоставување на контакти со донаторите и меѓународни организации

Пораки

Дали луѓето живеат достоинствено - тоа е клучното прашање што го дефинира степенот на развој на општеството. Сиромаштијата е кочничар на благосостојбата и прогресот на општеството. Таа влијае негативно и на економските параметри, на образованието, здравството и на други социјални сегменти, а придонесува и за зголемување на криминалот, насилството и други облици на девијантно општествено однесување. Сиромаштијата води кон прекршување на човековите права, односно неможност за остварување на истите. Од друга страна, нереализирањето на човековите права оневозможува луѓето да излезат од кругот на сиромаштијата.

Токму поради тоа, и на домашен, и на меѓународен план, справувањето со сиромаштијата е еден од клучните параметри според кој се мери успешноста и капацитетот на една држава и на луѓето кои ја водат и работат за неа. Затоа, вашата помош и искрено (дури и лично) ангажирање и активното вклучување на државата и сите нејзини капацитети е од суштинска важност за справување со сиромаштијата, за подобри услови за живот не само за најранливите делови на општеството, туку и посигурна иднина за сите нас.

Да им се укаже дека сме свесни за состојбата во која се наоѓаат, и дека наша цел е исто да се на пр. Зголемувањето на човечки ресурси, технички, градење на капацитетите.

Алатки

- Присуство и организирање на конференции, работни и координативни-интересорски состаноци, семинари
Согласно Програмата за работа, еден од приоритетите на МППС е влијание врз националните политики од областа на образованието, вработување, здравство, социјала и домување. Резултатите од одржаните работни состаноци за анализа на релевантното законодавство во наведените области би биле подобни за медиумско покривање. Ова се однесува на иницијативите на МППС, но и на приклучувањето на платоформата во иницијативите од ресорните министерства и надлежни институции, вклучително и присуство на семинари, конференции итн.
- електронска комуникација (и-мејл, и-мејл група вклучувајќи и посебна група за државните институции со цел нивно директно контактирање пр. За организирање на обуки за нивно јакнење, студиски посети и размена на искуства, група на Фејсбук, телефонски јавувања)
- организирање на заеднички јавни настани (кај што се присутни медиумите задоволувајќи ја нивната потреба за промовирање пред јавноста).
- социјална интеракција преку интернет мрежи и медиуми

Индикатори

- најмалку 15 работни состаноци годишно
- најмалку 2 интересорски средби (дебати, конференции) годишно
- најмалку 2 работилници годишно
- мејлинг-контакт листа со најмалку 25 клучни лица од институциите кои се директно поврзани со темата
- најмалку 1 директен контакт или електронска пошта до секој од нив месечно.
- Најмалку 1000 нови членови на Фејсбук страната на МППС

3.2. Граѓански и образовен сектор

Во оваа група влегуваат здруженијата на граѓани, хуманитарни организации кои работат директно или ги застапуваат интересите на ранливите групи. Експертската јавност, научните и образовни институции, вклучително и независни експерти исто така се утврдени како составен дел на ова целна група.

Потреби на целната група

- кај граѓанскиот сектор генерално, како и кај останатите субјекти наведени во оваа група, постои потреба од реализирање на сопствените мисии и активности;

- потреба од промовирање на сопствената експертиза и резултати пред општата јавност и целните групи;

- градење партнерства, мрежи, разменување на искуства и работа на заеднички проекти (поврзувањето на граѓанскиот сектор со образовните институции може значително да допринесе за соодветно идентификување на потребите на целните групи, дефинирање на мерки и активности согласно истите, но и засилено лобирање кај донесувачите на одлуки).

Порака

Вие директно им помагате на сиромашните и зборувате во нивно име. Ги знаете најдобро нивните проблеми и можните решенија, но знаете и дека ова е долга и тешка борба која е тешко било кој да ја добие сам. Оваа Платформа ви овозможува да најдете силни сојузници за вашата кауза. Со активното вклучување во заедничките активности за справување со сиромаштијата, вашите успеси, вашата работа, експертизата и помошта што ги нудите, ќе бидат повидлива за граѓаните и за вашите целни групи, со што ќе ги реализирате поефикасно вашиот труд и вашите заложби за подобри услови за живот не само за најранливите делови на општеството, туку и посигурна иднина за сите нас.

Алатки

- присуство и организирање на конференции, работни и координативно интерресорски состаноци, семинари;
- електронска комуникација (и-меил, и-меил група, група на фејсбук);
- телефонски јавувања
- организирање на заеднички јавни настани;
- работа на заеднички проекти.

Индикатори

- најмалку 25 индивидуални работни состаноци годишно

= организирање на 10 средби со организации институции надвор од платформата

-најмалку 2 интересорски средби (дебати, конференции) годишно

-најмалку 2 работилници годишно

-мејлинг листа со најмалку 40 клучни лица од ГО кои се директно поврзани и работат на темата

-најмалку 1 директен контакт или електронска пошта до секој од нив месечно

-10 нови организации вклучени во платформата на годишно ниво.

3.3. Медиумите и општата јавност

- Медиуми (уредници, новинари што работат на темата економија, социјала)
- Создавачи на јавното мислење (опинионмејкери, колумнисти = пример викаме некој колумнист да биде модератор или презентер)
- Јавни личности (да се разгледа можноста да се вклучат јавни личности кои до сега не биле вклучени на ваков начин)
- Огласувачи на работа (преку сајтовите, пр. на Најди работа да има банер на МППС)
- Општата публика

Потреби на целната група

- потреба од точни и навремени информации, од прва рака, важни за целата јавност
- потреба од трогателни човечки приказни (ваквите приказни најдобро ќе најдат на одзив од страна на новинарите, пример за тоа се индивидуланите човечки приказни за кои известуваат медиумите во вестите кај нас)
- потреба од подлабоки познавања за темата, експертиза и стручни извори (немаат време да испитаат подетално одредена област.Пр. кај нас новинарот кој покрива сиромаштија покрива и други теми и нема време за развивање на одредена експертиза во однос на нашето поле на интерес).

Порака

Една третина од граѓаните се сиромашни. Затоа, оваа тема треба да биде високо на агендата на медиумите секој ден, бидејќи засега една третина од вашите гледачи, читатели, слушатели. Како чувари на јавниот интерес, ваша должност е да ги „разбудите“ оние што имаат моќ да го решат овој проблем. Без ваша помош, сиромаштијата ќе остане и наш и ваш проблем. Тука сме за заеднички да си помогнеме во борбата: вие да им дадете глас на сиромашните и на оние што нудат помош и решенија, а ние ќе ви ги понудиме најсоодветните извори и информации и знаења за да известите најпрофесионално за оваа горлива тема.

Алатки

- соопштенија за јавност
- прес конференции
- гостувања во медиумите
- писма до уредништвата (реакции на одредени настани или на објави од конкретните медиуми)
- брифинзи
- директни јавувања
- мејлинг листа
- организирање и учество на работни состаноци, дебати, семинари, работилници
- веб страна
- Фејсбук страна
- Блог
- Твитер

Индикатори

-1 медиумска кампања

најмалку 4 соопшенија годишно

-најмалку 4 конференции за печат годишно (преку ова би се подигнал кредибилитетот на МППС, да се има предвид да не се организираат скапи настани, пр. прес во Шутка не во Холидеј Ин)

-најмалку 4 јавни настани годишно (пример донирање од страна на бизнис секторот

-најмалку 20 медиумски објави (прилози текстови) за сиромаштијата поттикнати од активност или дејство на МППС

-најмалку 10 интервјуа годишно

-најмалку 1 директен контакт електронска пошта до секој од нив месечно

-најмалку 1 позната јавна личност вклучени во јавните активности и настапи на платформата (да биде вклучена во неколку активности.. пр. да се обрати на прес, да присуствува на отварање на некој центар, концертен настап итн.)

-најалку 6 индивидуални или групни средби годишно со новинарите (брифинг на уредници, индивидуални состаноци со новинари)

-најмалку 1 брифинг со уредници годишно (пример за кампања да ги поканиме да ги запознаеме со темата. Барем 3 - 4 уредници што покриваат економија, социјала, политика)

-најмалку 1 работилница/семинар за новинари кои известуваат за темата годишно (прво се прави мини истражување, се поврзуваат новинарите со експерти релевантни за областа пр. социјален работник ги информира како работат, со кои проблеми се соочуваат. Исто им се даваат контакт информации од каде што можат да добијат релевантни податоци. Прво би презентирале ние што прави МППС, потоа кратки презентации излегања на луѓето. Се прашуваат новинарите што им е потребно нив за полесен пристап до информации пр. да е достапен портпаролот итн. Се водат дискусија, меѓу себе се поврзуваат и задоволни се новинарите заради овозможениот пристап до информации од прва рака од една страна, а истовремено и заради можноста за нивно промовирање од друга страна)

-2 посети на терен за новинарите директно кај ранливите групи или на видлива активност

-контакт листа од најмалку 10 новинари кои известуваат за темата.

- Најмалку 1000 нови членови на Фејсбук страната на МППС

-Најмалку 3 постови неделно на блог страната

3.4. Ранливите групи засегнати од сиромаштијата

- граѓани од рурални средини или предградија со низок степен на образование;
- деца и млади
- невработени
- маргинализирани групи

Потреби на целните групи

- потреба од решавање на нивниот животен проблем

-точни и навремени информации

-поголема достапност на информациите и олеснет пристап до ресурсите и помошта

Пораки за целната група

Тука сме да ви помогнеме да го решите вашиот најголем проблем. Не со ветувања, еднократна помош или давање лажна надеж, туку со олеснет пристап до ефикасни начини за решавање на вашата екзистенција и други подолгорочни решенија. А вашата поддршка ќе ни биде неопходна за да ги натераме и оние што се најодговорни за решавање на вашите проблеми да бидат поактивни во реализирање на нивните обврски.

Алатки за комуникација

- медиумска кампања
- директна комуникација (врата на врата, телефон, мејл, преку настани организирани од членките)
- фреквентни јавни простори (пр. настани за делење материјали и информирање)
- промо-материјали на места каде што фреквентираат ранливите групи (пред Завод, пред центри за социјална помош, пред фабрики, синдикат)
- преку хум. орг. и ГО што работат со ранливи групи
- веб страна
- Фејсбук страна
- Блог
- Твитер

Индикатори

- спроведување на медиумските индикатори за анимирање и на оваа целна група
- најмалку 2 акции врата на врата/директна комуникација со кои ќе се опфатат најмалку 2000 граѓани од ранливите групи (овде влегуваат и активностите кои значат директни услуги за ранливите, пр. бесплатна правна помош, преквалификација, доквалификација)
- најмалку 4 работилници годишно за работа со ранливите групи
- најмалку 1000 нови членови во Фејсбук група/страна за борба против сиромаштијата во РМ
- најмалку 10000 нови посети на ВЕБ страната на платформата

3.5. Деловен сектор

- Општествено одговорни претпријатија
- стопански комори
- Угледни бизнисмени / донатори

Потреби

- потреба од стабилно демократско општество со економски раст
- потреба од добар имиџ на земјава за подобра бизнис клима
- подобар имиџ за компанијата

Порака за целната група

Платформата е тука да ви ги посочи местата преку кои вашата помош во борбата против сиромаштијата ќе придонесе за подолгорочно решавање на проблемите. Вашиот досегашен алтруизам е неспорен доказ за вашата желба да помогнете во оваа битка. Со вашиот личен пример

и не само што ќе придонесете во продолжување на градењето на имиџот на вашата компанија како претпријатие кое се грижи за заедницата, туку ќе ги поттикнете и другите важни и влијателни чинители активно да се вклучат во справувањето со сиромаштијата.

Алатки за комуникација

- состаноци, работилници,
- електронска комуникација (и-мејл, и-мејл група, група на Фејсбук)
- телефонски јавувања
- организирање на заеднички јавни настани и настапи

Индикатори

- воспоставена соработка со најмалку 2 успешни претпријатија
- реализирање на најмалку 2 заеднички јавни настапи годишно (донаторски настани, други настани).

Листа со кратенки

Р.М.	Република Македонија
МППС	Македонска Платформа Против Сиромаштија
МТСП	Министерство за труд и социјална политика
ЕЛС	Единици на Локалната Самоуправа
ПЗЧП	Пристап заснован на човекови права
ЕУ	Европска Унија
НФО	Неформално Образование
ХО	Хуманитарни Организации