

O Federație mai Puternică pentru Dezvoltarea Drepturilor Copilului
- Proiect finanțat prin granturile SEE 2009-2014, în cadrul Fondului ONG în România -

Raport de evaluare a workshopului nr. 2 Mesaje-cheie în advocacy

Obiectivul specific de învățare al workshop-ului "Mesaje-cheie în advocacy", organizat sub formă de webinar (online) în ziua de vineri, 09.10.2015, cu un număr de 27 reprezentanți ai organizațiilor membre ale Federației Organizațiilor Neguvernamentale pentru Copii (FONPC), s-a referit la creșterea capacității participanților de a redacta 3 mesaje-cheie de advocacy diferite, extrase dintr-un document de poziție pus la dispoziție de formator.

1. Modul de executare a activităților de formare

Workshop-ul a început prin introducerea noțiunilor teoretice de bază privind: principiile de bază ale dezvoltării mesajelor cheie, repetarea mesajelor cheie în procesul de comunicare, adaptarea mesajelor la contextul socio-politic al momentului, modalitățile de mutare a atenției audienței către perspectiva organizației inițiatore a campaniei de advocacy asupra problemei de politici publice, de regândire și schimbare a poziției publice și de mobilizare pentru trecerea la acțiune, contribuția mesajelor persuasive la construirea unei majorități de susținători ai cauzei organizației, folosirea emoțiilor, sentimentelor, valorilor, credințelor și principiilor în comunicarea de advocacy, testarea mesajelor și utilizarea imaginilor vizuale. Cel mai fierbinte subiect a fost cel legat de modalitatea în care comunicatorul poate include în mesajul său de advocacy atât descrierea problemei și soluției, dovezi și exemple locale privind impactul acesteia, cât și o chemare la acțiune mobilizatoare. Am oferit participanților sfaturi practice pentru a reuși să aibă o abordare mai persuasivă a comunicării scrise care să stârnească preocuparea cititorului față de problema de politică publică abordată. Am oferit participanților la workshop un exemplu de mesaj de advocacy dezvoltat conform modelului A.I.D.A pentru atragerea atenției, trezirea interesului, crearea dorinței și stimularea acțiunii de implicare pentru schimbarea socială și exemple de 3 mesaje-cheie asociate unei campanii de advocacy. Exercițiul practic a constat în redactarea de către participanți a 3 mesaje-cheie de advocacy diferite, extrase din unul dintre documentele de poziție elaborate de FONPC, "Mecanismul contractării serviciilor sociale în România" sau "Break barriers, open doors: for an inclusive society for all". Discuțiile s-au purtat pe marginea îmbunătățirii mesajelor propuse de cursanți pentru a fi cât mai clare, memorabile, persuasive, distincte, convingătoare și mobilizatoare.

2. Rezultatele obținute

Toți participanții la workshop au reușit să înțeleagă necesitatea mesajelor cheie în comunicarea asociată campaniei de advocacy. Participanții la workshop au intrat în dialog fără ezitare atât cu mine, cât și cu ceilalți membri ai grupului, prin chat scris și audio-video, propunând mesagerii cei mai potriviți și credibili pentru transmiterea mesajului (comunicatorul ONG, beneficiarii, vedete care le susțin cauza, lideri influenți, voluntari care devin ambasadori ai brandului, părinți și rude ale copiilor ce beneficiază de serviciile sociale oferite de ONG), au propus și asociat diverse sloganuri unor imagini propuse de mine, ce ilustrează posibile campanii de advocacy, au ales unul dintre cele 2 documente de poziție pe care l-au lecturat și studiat atent în avans și au extras mesaje-cheie de advocacy care reflectă ideile principale ce reies din documentul de poziție studiat.

3. Observații asupra grupului cu care am lucrat

A fost un grup activ de participanți experimentați, care vorbesc din multiplele lor încercări, trăiri și relații profesionale dezvoltate de-a lungul timpului cu decidenții publici, care știu exact de ce sunt împreună în FONPC și apreciază forța vocii unice în comunicare. În urma workshop-ului, au înțeles nevoia profesionalizării demersurilor de advocacy și comunicare publică ale organizațiilor membre FONPC, a redactării de mesaje-cheie de advocacy care să respecte modelul A.I.D.A și a utilizării rezultatelor analizei SWOT, analizei de risc, analizei de impact bugetar și analizei cost-beneficiu pentru extragerea punctelor tari și slabe, amenințărilor și oportunităților, riscurilor, costurilor, beneficiilor, economiilor și veniturilor bugetare în vederea construirii de mesaje pozitive pentru campaniile de comunicare constructive și de mesaje negative pentru blocarea unei inițiative legislative care îi transformă în părți afectate.

4. Măsura în care au fost atinse obiectivele workshopului

Obiectivele specifice de învățare pe care le-am propus pentru workshop-ul "Mesaje-cheie în advocacy" au fost atinse, conform rezultatelor chestionarelor de evaluare. De asemenea, agenda și orarul workshop-ului au fost respectate. Condițiile tehnice au asigurat desfășurarea în bune condiții a webinarului (transmis online, de la distanță) pentru un număr de 20 de participanți, cu conexiune stabilă de Internet, transmisie audio-video, înregistrarea live a webinarului și caracterul participativ și interactiv al evenimentului. Unii participanți, ce au depășit numărul maxim admis de 20 conform condițiilor tehnice, au urmărit webinarul de pe ID-ul unor colegi din aceeași organizație, ceea ce relevă interesul ridicat pentru tematica propusă. Participanții la webinar au fost punctuali și au utilizat din plin avantajele generate de această metodă modernă de instruire, care permite acumularea și transmiterea de cunoștințe într-un timp scurt și obținerea de răspunsuri la întrebările specifice cu un minimum de efort logistic din partea cursanților, aceștia putând să se alăture de oriunde, live, în număr relativ mare.

5. Punctele forte ale grupului

Experiența ridicată în comunicarea interactivă, directă și personală cu beneficiarii și decidenții publici, interesul ridicat, implicarea participativă, dorința de învățare și exersare a tehnicilor și instrumentelor de comunicare, înțelegerea specificităților mecanismului contractării serviciilor sociale și cauzelor profunde de blocaj pentru care acest mecanism nu a fost generalizat, încă, în practică.

6. Ariile de îmbunătățit

Necesitatea de a identifica factorul declanșator care poate determina audiența să își schimbe poziția sau să treacă la acțiune. Introducerea soluției împreună cu problema pentru a evita senzația de lamentare publică în rândul audienței. Capacitatea de formulare a unei chemări la acțiune mobilizatoare, curajul de a cere întreprinderea unei acțiuni specifice din partea destinatarilor mesajelor de advocacy.

7. Recomandări privind pregătirea ulterioară a participanților la workshop

Participarea la schimburi de experiență și bune practici și la formări aplicative suplimentare pe teme din sfera comunicării care să îi ajute să își dezvolte și exerseze aceste abilități. De asemenea, accesarea de resurse bibliografice selective de comunicare le-ar fi utilă pentru studiul individual suplimentar. Recomand organizarea mai multor sesiuni practice pentru aprofundarea comunicării scrise a organizațiilor neguvernamentale cu mass-media și social media și tehnicilor de promovare a serviciilor pentru copil. Recomand implicarea pas cu pas a organizațiilor membre în procesul de elaborare a mesajelor cheie extrase din documentele de poziție ale FONPC pentru armonizarea pozițiilor publice exprimate de fiecare pe aceeași temă pentru a asigura o voce unică.

Întocmit:

Mircea Mitrutțu, formator