

Кейс №1.

«Взаємодія державних та недержавних соціальних служб в процесі реалізації регіональних соціальних програм»

Умовою вирішення соціальної проблеми є максимально ефективне використання всіх наявних ресурсів: матеріальних, інформаційних, людських, тощо. Саме тому в суспільствах, що характеризуються, як кризові, перебувають на межі соціально-економічної катастрофи, необхідним є об'єднання зусиль соціальних організацій, що належать і до державного, і до недержавного сектору. Важливим є сформулювати попит із боку місцевої громади на виконання громадськими організаціями соціально значущих послуг.

Без інтеграції моделі соціального замовлення у роботу неурядових організацій (НУО) існує загроза сталості програм та визнання їх необхідності з боку громади. Послуги НУО не вийдуть за рамки самих НУО, не ставши затребуваними громадою, та припиняться при відсутності донорського фінансування. Проблеми будуть продовжувати існувати. Крім того, стратегія неурядової організації, що успішно розвивається, обов'язково повинна мати як складовий елемент визначений соціальний пріоритет, що не є забезпеченим функціонально у своєму місті/селищі/області. Стратегія має стати такою, що забезпечить його актуальність та функціонування. Це створення соціального прецеденту, коли мішенню стає проблема, що вкрай важлива, але не вирішена в громаді. Тому для посадовців, чиновників, що відповідальні за прийняття рішень, при актуалізації такої проблеми з боку НУО, складно стає знайти привід відмовити у замовленні соціальних послуг НУО. Неурядові організації сьогодні відповідальні за вирішення місцевих проблем, а не тільки за виконання статутних та проектних завдань.

Отримуючи соціальне замовлення від місцевої громади, організація:

- Отримує шанс стати такою, що сприяє вирішенню місцевих соціально значущих проблем та завдань у подальшому;
- Зміцнює організаційний та кадровий ресурс.

- Опановує навички роботи із системами державного, обласного та місцевого підпорядкування (казначейства, фінансові управління, контрольно-ревізійні, структурні підрозділи виконавчої системи влади).

- Забезпечує сталість наявних програм та розвиток нових напрямків.

- Вирішує проблеми цільових груп.

- Здійснює вплив на громаду як організація, що опікується соціально значущими проблемами.

- Забезпечує свою подальшу життєздатність.

Яким же чином має діяти НУО, щоб отримати всі ці переваги?

Завдання кейсу:

1. Запропонуйте стратегію участі неурядової організації в процесі надання соціальних послуг в громаді.
2. Створіть «дорожню карту» для налагодження взаємодії між НУО і місцевими органами виконавчої влади.
3. Розробіть алгоритм впровадження пропозицій.

Кейс № 2.

«Медіа-компонент як інструмент впливу»

Особливої уваги для роботи НУО набуває питання співпраці із засобами масової інформації (далі ЗМІ). Це пов'язано з організаційним розвитком НУО, пошуком партнерів для реалізації проектів, поширенням інформації не тільки для своєї цільової групи, а й для громадськості у цілому. Важливим елементом є використання медіа для організації та проведення адвокаційних кампаній.

Іноді ЗМІ не можуть правильно та якісно подати інформацію про той чи інший проект, обмежуючи громадськість у отриманні інформації. Тому робота із засобами масової інформації є дуже важливою. ЗМІ – гарний інструментом впливу на цільові аудиторії. Тому перед НУО стоїть завдання залучити якомога більше представників ЗМІ при реалізації тих чи інших проектів. У процесі постійних контактів НУО будуть ділитися досвідом та

підіймати рівень обізнаності представників ЗМІ. Це дозволить ефективніше налагоджувати зворотній зв'язок із громадськістю. Остання, у свою чергу, може бути гарним інструментом впливу на владу. Отже, використання ЗМІ при організації роботи НУО є першочерговим завданням при розробці стратегії зв'язків із громадськістю.

Функція роботи із медіа в НУО повинна бути покладена на прес-секретаря, або на будь-якого іншого співробітника організації. Однак, керівникові НУО потрібно чітко розуміти, що без налагодження роботи прес-служби буде дуже складно проводити подальший організаційний розвиток.

Головним завданням прес-секретаря НУО є організація інформаційної присутності у всіх ЗМІ регіону.

Першим його завданням повинно бути складання медіа-карти. У ній повинна бути інформація щодо усіх ЗМІ області, дати їхнього виходу, накладу та форми власності. А також усі доступні контакти як журналістів, так і головного редактора. Медіа-карта – це документ, який дозволить НУО краще розуміти ситуацію зі ЗМІ у своєму регіоні, визначити пріоритети кожного телеканалу або видання, особливості редакційної політики.

Іншим документом, який повинен регулювати питання відносин НУО і ЗМІ, повинна стати медіа-стратегія розвитку організації. Вона має визначати кількість появ НУО у ЗМІ, періодичність та формат участі НУО у медіа-просторі регіону.

На основі згаданого документу прес-секретар також повинен розробити медіа-план роботи організації. Цей план має більш конкретно визначати участь НУО у кожному медіа окремо. Наявність медіа-плану є важливим чинником, який дозволить підвищити організаційний розвиток НУО.

Завдання кейсу:

1. Визначити нормативно-правову базу для розв'язання кейсу.
2. Сформувати медіа-карту проектованої організації.
3. Розробити медіа-план для проектованої організації.