

A-COP grupa priprema studije slučajeve korupcije u policiji na lokalnom nivou

Datum

jun. '13.

24.

Javno zastupanje, dobre prakse medijske promocije projekata, izrada medija plana i internet marketing bile su teme o kojima se diskutovalo na drugom treningu izgradnje kapaciteta A-COP grupe koju čini devet organizacija civilnog društva iz Srbije posvećenih borbi protiv korupcije u policiji.



Saradnik za komunikacije BCBP predstavlja A-COP grupi alate za podizanje vidljivosti projekta

U fokusu predavanja i radionica, koje je od 20. do 22. juna 2013. godine na Fruškoj Gori organizovao Beogradski centar za bezbednosnu politiku (BCBP) u saradnji sa Novosadskom novinarskom školom (NNS), bili su unapređenje znanja i veština u javnom zastupanju i promovisanju studija slučajeve korupcije u policiji na kojima će predstavnici A-COP grupe raditi u svojim lokalnim zajednicama.

U uvodnom predavanju Miloš Đajić iz Centra modernih veština je govorio o elementima, pojavnim oblicima i

spoljašnjim manifestacijama javnog zastupanja i razlici između ove aktivnosti i medijskih kampanja koje se sprovode sa ciljem promocije projekta.

Javno zastupanje vs medijska promocija

„Dok je javno zastupanje set ciljanih akcija usmerenih prema donosiocima odluka, kampanje predstavljaju mobilizaciju dostupnih resursa sa ciljem da se u ograničenom vremenu javnost informiše o postojanju problema i mogućim rešenjima“, ocenio je Đajić.



Agnes Čurčić Asodi govori o izradi medija plana

Planiranje komuniciranja rezultata zajedničkog rada članova A-COP grupe je nastavljeno analizom „stejkholdera“, tj. ciljnih publika, koju je vodila Agneš Čurčić Asodi iz NNŠ. Nakon kratkog uvoda usledio je rad u grupama. Najpre se radilo na identifikaciji problema kojima će se istraživači baviti u studijama slučajeva, zatim na identifikaciji zainteresovanih strana za te slučajeve i na kraju na deskripciji svih stejkholdera.

„Osnova uspeha u ovom delu rada na projektu je u pronalaženju spona između onih koji mogu da utiču na problem, samog problema, situacije ili pojave i onih na koje problem utiče“, navela je Čurčić Asodi.

Alati za podizanje vidljivosti projekata

Saradnik za komunikacije BCBP Radomir Cvetković je predstavio alate za podizanje vidljivosti projekata i primere dobre i loše prakse njihove upotrebe.

„Komunikaciju sa medijima treba isplanirati i preduzimati pravovremeno. Poruke moraju biti jasne, ekskluzivne i argumentovano dokazive. Za unapređenje kvaliteta neophodno je vršiti monitoring i evaluaciju komunikacionih aktivnosti. Očekivani rezultati moraju biti u skladu sa uloženim resursima“, istakao je Cvetković i predstavio nekoliko veoma vidljivih aktivnosti BCBP, poput predstavljanja rezultata istraživanja javnog mnjenja i treninga za novinare.

Članovi A-COP grupe su sa saradnikom za komunikacije BCBP diskutovali o taktikama i kanalima koje mogu upotrebiti da bi studije slučajeva dobile prostor u lokalnim i nacionalnim medijima.

Učesnici seminara su zatim definisali potencijalne aktivnosti koje će realizovati u cilju promocije studija slučajeve korupcije u policiji na kojima rade i tako napravili osnovu medija plana.

O važnosti kreiranja fokusa poruke prema različitim publikama bilo je reči tokom predavanja prof. dr Dubravke Valić Nedeljković. Kroz niz primera polaznici treninga su uvideli kako ista poruka može da se prenese na više različitih načina.

„Istu informaciju možemo učiniti atraktivnom ili potpuno nezanimljivom stavljajući u fokus različite delove rečenice i koristeći se različitom retorikom“, navela je Valić Nedeljković.



Blogger Dragan Varagić o internet marketingu

Piramida uticaja na internetu

Plasiranje informacija na internetu bila je tema o kojoj je sa članovima A-COP grupe diskutovao poznati bloger Dragan Varagić. Izgradnja poverenja je osnova za ostvarivanje uticaja na ciljne grupe, smatra Varagić. On je učesnicima seminara predstavio piramidu uticaja na internetu, koji se po njegovim rečima sastoji iz šest nivoa: prisustvo, digitalni identitet, reputacija, kredibilitet, autoritet i na kraju uticaj.

„Najvažnija stvar je sadržaj i on mora biti koristan, zanimljiv i čitljiv. Sve što radite na internetu mora da bude jedinstveno, da pokazuje šta je vrednost koju dajete drugima. Na sistemu vrednosti se gradi identitet i reputacija, ali da bi se ostvario uticaj priča mora da se stavi u kontekst javnosti kojoj se obraćate“, kaže Varagić.

Trodnevni trening na Fruškoj Gori je organizovan u okviru BCBP projekta „A-COP: Civilno društvo protiv korupcije u policiji“. Ovaj projekat podržavaju Delegacija Evropske unije u Republici Srbiji i Kancelarija za saradnju sa civilnim društvom Vlade Republike Srbije.