

Comunicarea în procesul de reformă. Schimbare de percepții și atitudini.

Strategii aplicate, Lecții învățate

Contextul și rolul comunicării

2010- după 3 ani de la inițierea reformei:

- Reducere nr. copii doar cu o mie (obiectiv 50% în 2012, 2007 – 11 mii copii);
- Din 67 instituții - doar 4 închise/reorganizate cu suportul ONG, 3 cu P4EC;
- Școlile auxiliare neafectate de reformă: prejudecați - copii cu CES; Școala exclusivă, reticentă la copii cu delăsare pedagogică. Personalul instituțiilor rezidențiale reticent la schimbare. GK ocolita la plasament.
- Nivel de sensibilizare/ pregătire public pentru reforma – rămas la nivelul anului 2007/2008, când s-au încheiat proiectele Tacis.
- Angajamentul Guvernului pentru reformă – evaziv, lipsă de coordonare, de viziune comună, lipsa strategiilor/actiunilor de comunicare
- 3 raioane stabilite pentru intervenție, cu 7 instituții rez., diferite ca grup de copii și ca subordonare (APL, APC), cu 500 de copii în plasament

Abordări pentru comunicare

- Continuitatea mesajului prin păstrarea genericului Cheamă viitorul acasă actualizat pentru a consolida mesajele prin asociere: transformarea ideii într-o poveste și inducerea nuanței optimiste de happy end: *Copilul- acasa -în Familie*;
- Elaborarea Strategiei și Construirea Campaniei în baza analizei percepțiilor publicului și profesioniștilor, pentru a permite țargetarea corectă, luând în considerație și contextul social-politic;
- Sustragerea factorilor de decizie de la interese politice și de partid și concentrarea lor în jurul interesului superior al copilului prin implicarea activă în acțiunile de comunicare;
- Stimularea interacționării dintre factori de decizie de nivel național și local, pe orizontală și verticală, în formule mixte (ME+MMPSF+director internat) în cadrul evenimentelor mediatice, în scopul inducerii și formării unei singure voci după principiul: Oameni diferiți, o singură voce;
- Utilizarea factorilor de decizie, a liderilor de opinie în calitate de purtători de cuvânt/agenți de influență ai reformei;
- Armonizarea comunicării și interacționarea strânsă cu celelalte componente: instruire, reorganizare, participarea copiilor, dezvoltarea serviciilor, redirecționarea finanțelor, incluziunea

Pregătirea comunicare: Determinare atitudinii și percepții

Studiu calitativ: Fălești, Ungheni, Călărași, centru (Chișinău), sud (Cahul) și nord (Bălți). Participanți: factori de decizie, specialiști, personal instituție, lideri de opinie, copii, public general.

Rezultate:

Problemele familiilor în continuă agravare: Saracia, migrația, mentalitatea, fenomenul lene sociala erodează instituția familiei; Viitorul familiei – incert...

Școala: nu se implică în problemele copiilor din familii în dificultate, comunitatea, mediul de afaceri - indiferenți; Familia considerată singura responsabilă pentru dificultățile care le are;

Plasarea copilului în instituție o soluție încă „convenabilă”. Atitudinile/percepțiile unor specialiști față de familie indică nevoia de mai multă informare, pregătire, sensibilizare;

Declarativ directorii de instituții nu sunt împotriva, indirect mulți din ei manifestă rezistență mare față de reforma instituțională.

Vocea copilului- considerată importantă, dar imposibil de a o lua în considerare.

Lipsa legăturii dintre APC și APL, respectiv neînțelegerea sau cunoașterea eronată a problemelor

Pregătire comunicare: Decizii –tactici de comunicare

- Campania de **comunicare sa fie una pro-activă, pozitivă de mobilizare, încurajare/motivare** a tuturor actorilor implicați, cu **tematici diverse**: de la promovarea valorilor familiei și necesității de creștere a copilului in familie - la promovarea modelor de succes de reîntoarcere a copiilor in familie, de plasare in alte medii familiale, de acceptare/integrare in școală, indiferent de dizabilitate, inclusiv promovarea/educarea încrederii în instituții
- Promovarea in general a **cazurilor de succes ale reformei**, folosind totodată argumente pentru transformarea rezistenței și implicarea actorilor vizați în procesul de edificare a noilor servicii/sistem
- Utilizarea ca instrumente cheie de comunicare a unor canale audiovizuale cu acoperire națională: televiziunea publică (politica editorială nu intra subiectele de senzație, ci cele de informare, educare a populației . În afară de emisiunile de informare trebuie să fie produse emisiuni de dezbateri cu implicarea actorilor din ministerele relevante, APL, inclusiv beneficiari.

Pregătire comunicare: Strategia de comunicare

Gupuri Țintă:

- autorități centrale
- factori de decizie, specialiști, asistenți sociali, personal instituții
- publicul larg, copii și adulți

Obiectiv general de comunicare:

Promovarea reformei sistemului rezidențial de îngrijire a copiilor și redirecționarea preferințelor populației de la îngrijirea rezidențială a copiilor spre cea familială.

Obiective specifice:

- Formarea unei viziuni și abordări comune în rândul autorităților centrale și locale privind reforma sistemului rezidențial de îngrijire a copilului și dezvoltarea serviciilor sociale alternative bazate pe familie și comunitate
- Formarea unei percepții pozitive a publicului larg față de reforma sistemului rezidențial și necesitatea creșterii copilului în familie sau un mediu similar acesteia

Slogan: VIITORUL ÎNCEPE ÎN FAMILIE

Pregătire comunicare: Instrumente

Formarea Grupului de suport mass media

- Instruirea în tematicile legate de reformarea sistemului, dezvoltarea serviciilor
- Stabilirea și consolidarea relațiilor cu partenerii media

Elaborarea conceptelor

- Emisiune săptămînală radio, canal național
- Emisiune bilunară TV, canal național
- Spoturi audio și video
- Buletin informativ lunar pentru comunicare internă în cadrul sistemului
- Revista bianuală pentru public larg, dar și specialiști în domeniu
- Utilizare presa scrisă, la necesitate

Adițional

Stabilită lista suporterilor, oponentilor sau posibililor oponenți, strategiile de reducere a riscurilor

Campanie: Creare viziune comună factori de decizie

- Identificarea și pregătirea „purtătorilor de cuvânt” ai reformei/ Liderilor de opinie din rîndul factorilor de decizie din ministere, din cadrul APL (asistență socială, educație, finanțe), inclusiv directori de instituții rezidențiale. Instruirea lor în comunicare, în tematicile stabilite în strategie pentru promovare.
- Implicarea liderilor de opinie în format mixt în cadrul emisiunilor radio și TV (ME + MMPSF, ME + DASPF, MMPSF + MF, ME + directori Institutii+ DASPF etc)
- Valorificarea Consiliului de coordonare a reformei, coordonarea activităților inclusiv de comunicare, organizarea ședințelor comune cu reprezentanții autorităților publice locale
- Extinderea practicii Consiliului de coordonare național în raioanele pilot, prin ședințe comune de coordonare interdepartamentale
- Valorificarea vizitelor de studiu în străinătate, a atelierelor organizate periodic în afara regiunilor pilot pentru consolidarea comunicării interpersonale, dezbaterile subiectelor problematice și formarea unor poziții, viziuni comune
- Suport unităților de comunicare în elaborarea strategiilor și planurilor de comunicare, organizarea activităților

Campanie: Acțiuni comunicare

- Producerea și Difuzarea **3 spoturi audio și video**: în calitate de eroi - povestea de reintegrare a câțiva copii din școala auxiliară (revenire acasă, în școala, comunitate). Adițional difuzare **3 spoturi din proiectul Tacis**.
- Producerea și difuzarea a **peste 80 emisiuni radio** și **peste 50 emisiuni TV** periodice (saptaminal, lunar). (În prima etapă, în procesul de re/lansare a reformei, emisiuni de dezbateri, prin care inclusiv telespectatorii să poată să se expună asupra subiectului. Odată cu consolidarea angajamentului ministerelor de a continua reformele, emisiunile televizate au trecut ușor la alt format axat pe promovarea cazurilor de succes, și explicațiile mai în profunzime a specialiștilor a diferitor subiecte legate de procesul de reforma).
- Editarea lunara a buletinului „Viitorul începe în familie”
- Editarea revistei „Copilul și Familia”

Rezultate: evaluare schimbare percepții

Sondaj calitativ și cantitativ

- Studiul calitativ a acoperit raioanele de implementare a proiectului și ministerele responsabile de protecția copilului, cu participarea a 40 specialiști, asistenți sociali și prestatori de servicii și 6 factori de decizie de nivel local și național.
- Eșantionul de cercetare la nivel național a constituit 1054 respondenți, de 18 ani și mai mult, din 12 unități administrativ-teritoriale (UAT) și 74 localități. Eșantionul este reprezentativ pentru populația adultă a Republicii Moldova, inclusiv Transnistria cu o eroare maximă de eșantionare este de $\pm 3,0\%$.

Rezultate: schimbare percepții

Date sondaj calitativ, regiuni pilot și APC:

- Percepția unei evoluții pozitive în domeniul protecției copilului: servicii, proceduri, implicare mai mulți actori; Percepția importanței lucrului în domeniul prevenirii.
- O părere general împărtășită - formele alternative sunt cele recomandate, instituționalizarea nu mai este o soluție pentru copii. Separarea copiilor are loc în cazurile grave, când apare un risc major pentru viața și integritatea copilului.
- Factorii de decizie de nivel central și local recunosc că incluziunea educațională a copiilor cu CES, inclusiv din școlile auxiliare e o necesitate.
- Reprezentanții APC au conștientizat necesitatea comunicării și sensibilizării opiniei publice față de problemele copiilor, majoritatea strategiilor și politicilor de stat sunt însoțite de componente de comunicare.
- Acolo unde activitățile de comunicare (spoturi, pliante, emisiuni) au fost însoțite de munca activă de informare/ promovare a serviciilor alternative, dezintituționalizării,, prin discuții cu diverși specialiști, cu membrii comunităților - atitudinea față de copiii reintegrați sau cei plasați în familii substitutive s-a schimbat. Aceștia au început și să fie acceptați și ajutați.
- Nu s-au schimbat factorii care duc la separarea copiilor de familie au rămas aceeași în ultimii ani – migrația, sărăcia, șomajul, alcoolismul

Rezultate: schimbare percepții

- **Date sondaj cantitativ, nivel național arată** un anumit progres în schimbarea percepțiilor și atitudinilor, dar nu atât de radical precum în raioanele pilot.
- 88% din cei chestionați consideră că, creșterea și educarea copilului trebuie să aparțină în primul rând familiei, doar 3% consideră ca statul este cel responsabil;
- Printre serviciile binevenite pentru un copil care crește și se educă într-o familie aflată în dificultate, 36 % optează pentru indemnizațiile, 31% - pentru Servicii de suport la nivel de comunitate (grădiniță, centre de zi, program prelungit la școală, 17% - pentru Servicii de suport familial oferite de asistentul social, și doar 7% propun instituția rezidențială ca soluție
- 62% din cei chestionați susțin că nu există nici o scuză pentru abandonul copiilor, doar 4% afirmă ca acești părinți trebuie înțeleși; 60% consideră ca instituția rezidențială influențează negativ și foarte negativ asupra copilului, iar 13% consideră că această are o influență pozitivă.
- La întrebarea dacă cred că casele de copii, internatele trebuie închise peste 60% au răspuns ca nu, iar 22% au spus ca trebuie închise si trebuie cautate alte solutii, interesant ca majoritatea din cei peste 60% sunt din mediul urban.
- La întrebarea care sunt soluțiile pe care le oferă statul și comunitatea în soluționarea problemelor familiilor care se află în dificultate? 23 % au menționat indemnizațiile, 5% casa de copii, 3% asistenta sociala, 2% locurile de munca, 0.2 % -APP

Lecții Învățate

- Eforturile de comunicare, fără acțiuni susținute de implementare practică a reformei, fără cazuri de succes și bune practici nu ajung să fie credibile și durabile.
- Componenta comunicare a fost tot atât de importantă precum, cea de instruire, participare a copiilor, dezvoltare servicii, redirectionare finanțe. O asemenea abordare a permis ca procesul de reformă la nivel local să fie planificat și implementat în baza unor analize complexe, fiind lăsată totodată și o marjă de flexibilitate pentru ajustare la schimbările survenite în proces.
- Formarea liderilor de opinie din cadrul sistemului, în calitate de promotori ai reformei, asigură eficiența și continuitatea, precum și minimalizează rezistența. Totodată, Rezistența inevitabilă față de reforme - trebuie privită ca o oportunitate de învățare, pentru toți actorii.
- Un proiect de reforma, poate fi realizat cu succes de către o organizație a cărei misiune și viziune se identifică cu obiectivul reformei, este vorba în esență de angajamentul asumat și obiectivele comune.

Recomandări

- Stimularea în continuare, prin activități de comunicare, a factorilor de decizie să se sustragă de la interesele politice și de partid, și concentrarea în jurul copilului.
- Utilizarea în continuare a liderilor de opinie în calitate de purtători de cuvânt/agenți de influență ai reformei. Totodată diversificarea „purtătorilor de cuvânt” ai reformei: directori de internat, părinți, copii, prestatori de servicii alternative etc.
- Folosirea în continuare a canalelor audiovizuale cu acoperire națională în calitate de tribuna principală – pentru consolidarea mesajului la nivel național privind ireversibilitatea reformei. Atragerea posturilor private în mediul urban (Publica, PRO TV) pentru schimbarea percepției identificate în studiu privind menținerea internatelor.
- Producerea buletinului electronic și distribuirea prin diverse rețele guvernamentale pentru a ține ținta mai multe persoane
- Crearea unei platforme informaționale largi dintre toți partenerii implicați în reforma (ONG) pentru a amplifica mesajul reformei, acoperire mai masivă.