

Odnosi s javnostima

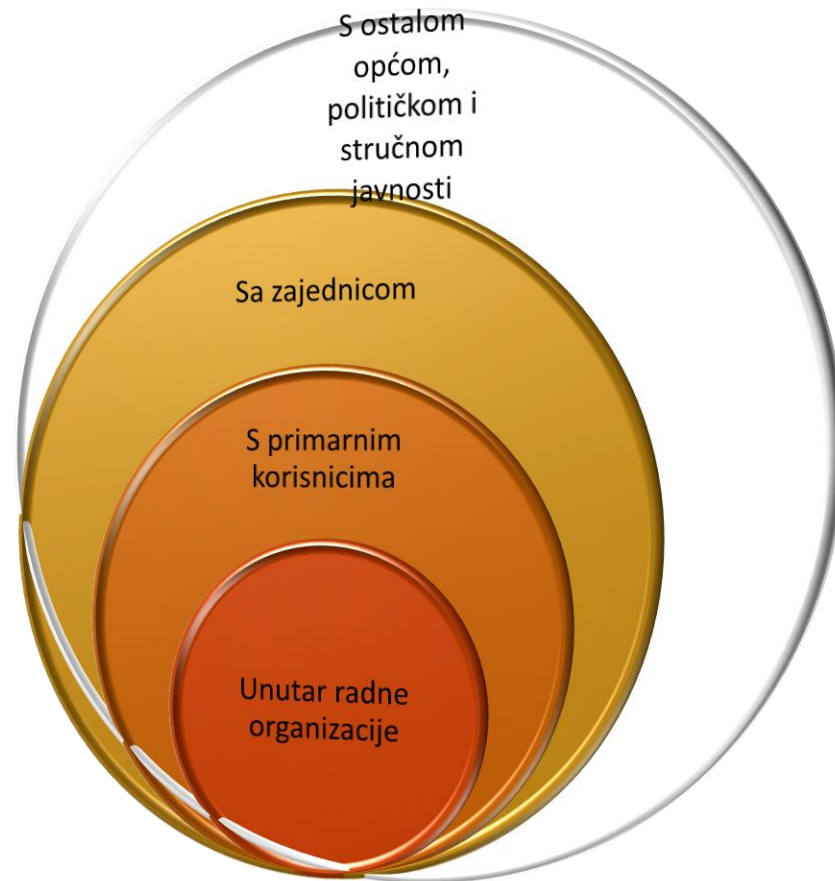
- Što su “javnosti”?
- Kako se mogu održavati odnosi s javnostima?
- Zašto je to važno?
- Zašto je to važno za rad u zajednici?

Rad s javnošću



- Planirano vršen utjecaj na javnost.
- Odvija se na temelju sistematskog ispitivanja uz pomoć sredstava javnog komuniciranja i publicistike
- Želi doprijeti do točno određenog dijela stanovništva s ciljem: **informiranja i uključivanja ljudi u socijalne projekte.**
- Rad s javnošću u isto je vrijeme informativne, propagandne naravi te ima **motivacijsku i “formativnu” zadaću**

Razine odnosa s javnostima



Odnosi s javnostima: osnovna obilježja

- termin koji pokriva širok raspon modela, metoda i tehnika.

svjesno isplanirane, svrhovite interaktivne aktivnosti s 3 različite funkcije:

Reprezentativna – predstaviti neku organizaciju, aktivnosti, interese

Dijaloška- uspostaviti i održati komunikaciju

Savjetodavna/ usmjerena postizanju nekog cilja – rješavanja sukoba, komuniciranja u krizama, stvaranje konsenzusa u zajednici

Rad s javnošću

- Informativni rad,
- Motivacijski učinak na građane
- Javnost rada u djelovanju socijalnih radnika,
- Proširenje stručnih znanja,
- Osobno predstavljanje,
- Susret s drugačijim mišljenjem,
- Instrument omogućavanja, unaprjeđivanja i upravljanja procesima SROZ-a



Rad s javnošću



A) usmjeren cjelokupnom društvu

- putem ciljane informacije upoznati cjelokupno stanovništvo s određenim problemom

B) usmjeren ograničenom prostoru lokalne zajednice

- informacije o svim važnim projektima dotične institucije
- pružanje informacija na zahtjev medija
- održavanje kontakata s predstavnicima medija
- održavanje konferencija za tisak



Tipovi rada s javnošću

A) Rad s medijima

- **Lokalne novine i radio postaje kao ogledalo lokalnog života**
- Koje aktivnosti mediji potiču i zagovaraju u zajednici?
- Kakav je stvarni utjecaj medija na zajednicu?



- B) Rad s “ciljnim grupama kao multiplikatorima efekta”



- Moguće ciljne grupe: učitelji, liječnici, novinari, socijalne profesije, privrednici, svećenici, stranački dužnosnici i dr.
- Cilj je osvijestiti problem zajednice kod članova ciljnih grupa putem npr. informativnih pisama, članaka u stručnim ili popularnim glasilima, predavanja i diskusija, osobnih kontakata

Tipovi rada s javnošću

- C) Rad s ključnim osobama u LZ
- Osobe s velikim utjecajem na: politiku (političari, poslovni ljudi), javno mnijenje, neke određene ciljane skupine u zajednici
- Potrebno je: a) identificirati utjecajne ljude u zajednici, b) izabrati najvažnije osobe, c) izabrane osobe posjetiti, upoznati ih s problemom i mogućim rješenjima/programom rada, zamoliti ih za podršku



NAČELA KOMUNICIRANJA S JAVNOSTIMA

- OPĆA PRAVILA KOMUNICIRANJA PREMA JAVNOSTI
 - ISTINITOST i UMJERENOST (posebno u obećanjima i najavama)
 - TRANSPARENTNOST
 - PRAVOVREMENOST
 - JASNOĆA
 - PRILAGODBA SADRŽAJA i NAČINA KOMUNICIRANJA S OBZIROM NA CILJANU PUBLIKU
 - PISMENOST
 - PRIMJERENOST, posebice asocijativnih sadržaja, poput slika i citata
 - ETIČNOST prema ljudima

O ČEMU treba voditi računa prilikom planiranja pr strategije

- Znati kome se obraćamo
- Znati s kojim ciljem se obraćamo (prezentacija organizacije, projekta, neke ideje, mobilizacija i suradnja...)
- Znati uspostaviti vizualni identitet i prepoznatljivost
- Znati koju poruku želite iskomunicirati (neka jednostavno sročena ideja koju želite da dođe do publike)
- Imati unaprijed jasne kanale komuniciranja (npr. konkretni novinari i emisije, konkretna mjesta distribucije materijala i sl.)
- Prilagoditi sadržaj poruke formatu kojim komunicirate
- Kad je moguće i postoji rizik od dezinformacije – tražiti autorizaciju teksta

Neki načini komuniciranja s javnostima

MODALITET	CILJ
IZRAVNI KONTAKTI SA STANOVNICIMA	
Dan otvorenih vrata	Upoznavanje rada ustanove i razvoj povjerenja
Različiti događaji (<i>eventi</i>) + štandovi	Promocija određenih ideja/aktivnosti Obilježavanje simboličnih datuma Moguće rješenje kada postoji pasivnost i slab odaziv građana (usputno komuniciranje)
Društvene mreže	Stalna – svakodnevna vidljivost organizacije, stalno komuniciranje i razvoj suradnje/povjerenja/vidljivosti
Tribine/okrugli stol	Ciljane rasprave o nekim temama od interesa za stanovništvo Stručne rasprave o socijalnim pitanjima su atraktivnije pa se tako mogu promovirati posredno projekti u zajednici

Neki načini komuniciranja s javnostima

MODALITET	CILJ
NEIZRAVNI KONTAKTI SA STANOVNICIMA	
Letak	Kratko komuniciranje određenog projekta ili organizacije, nekada i određene ideje Pogodno kada se komunicira kroz dugotrajnije razdoblje
Brošura	Stručnija razrada određenih problema u zajednici Prikaz više različitih projekata i pružatelja usluga
Plakati	Asocijativno podizanje vidljivosti organizacije, ali češće neke ideje Bez puno teksta, dominacija slikovnih sadržaja Pogodno za javne kampanje
Mrežne stranice	Objavljivanje ključnih materijala, dokumenata Dobra strukturiranost Informiranje o aktualnostima Pouzdana kontakti

Neki načini komuniciranja s javnostima

MODALITET PUTEM MEDIJA	CILJ
Radio	Jasno komuniciranje određenih poruka (i više puta), posebno pogodno za lokalne razine
TV	Lokalne i nacionalne, predstavljanje široj javnosti općih ideja i rada organizacije
TISAK	Najava ili osvrt na događanja; stručne kraće analize o socijalnom problemu u zajednici. Postoje specifični i opći tiskani mediji/rubrike
Priopćenje za medije	Kratko predstavljanje medijima nakon provedenog projekta o najznačajnijim zaključcima i rezultatima. Poslano na više medijskih adresa
Konferencija ili briefing za novinare	Refleksija na konkretne događaje u društvu ili nekoj organizaciji; najava događanja oko konkretnih planova/aktivnosti Najava do 3 dana prije + podsjetnik 1 dan prije Poželjno uvijek imati spreman press kit – odnosno različite informativne materijale za medije

Grupe tehnika rada s javnošću

1. Tehnike predstavljanja: usmjerene protiv općevažećih vrijednosti i simbola

- Predavanja, članci
- Diskusije
- Dokumentacija
- Publikacije
- Sjednice
- Debate, polemike
- Izložbe
- Plakati

Grupe tehnika rada s javnošću

2. Tehnike pritiska: u pravilu imaju svrhu da putem stvarne ili pretpostavljene snage vrše pritisak na centre moći, vođe u zajednici itd.

- Otvorena pisma
- Pisma čitatelja
- Peticije
- Postavljanje pitanja
- Lobiranje
- Protestni skupovi
- Bojkot

Grupe tehnika rada s javnošću

3. Tehnike simboliziranja: asocijativnost na željen odnos zajednice prema određenim temama

- Dramatiziranje
- Asocijacije
- Obrat/paradoksalne intervencije
- Preimenovanje/karikiranje (pr. *Suzana, Čaća, katolibani*)

Grupe tehnika rada s javnošću

4. Tehnike otkrivanja: pokušaj raskrinkavanja i ometanja pripadnika centara moći

- Raskrinkavanje
- Polariziranje (naši/vaši)
- Lov
- Špijunaža
- Kvarenje imidža

Grupe tehnika rada s javnošću

5. Tehnike manipuliranja: ometanje komunikacije između centara moći i ugroženih članova zajednice

- Infiltracija
- Remećenje reda
- Provokacije

Grupe tehnika rada s javnošću

6. Protuzakonite tehnike: primjenjuju se direktno prema vođama i komunikacijskim kanalima i njihovo korištenje može činiti temelj za širi građanski pokret

- Štrajk
- Zaposjedanje stanova
- Sabotaže

Metodologija istraživanja u zajednici

Neki istraživački pristupi u radu u zajednici

- Prikupljanje podataka tijekom procjene zajednice
- Akcijsko istraživanje
- Evaluacijsko istraživanje
- Istraživanje utemeljeno u zajednici (*Community based research*)

Od znanosti prema praksi

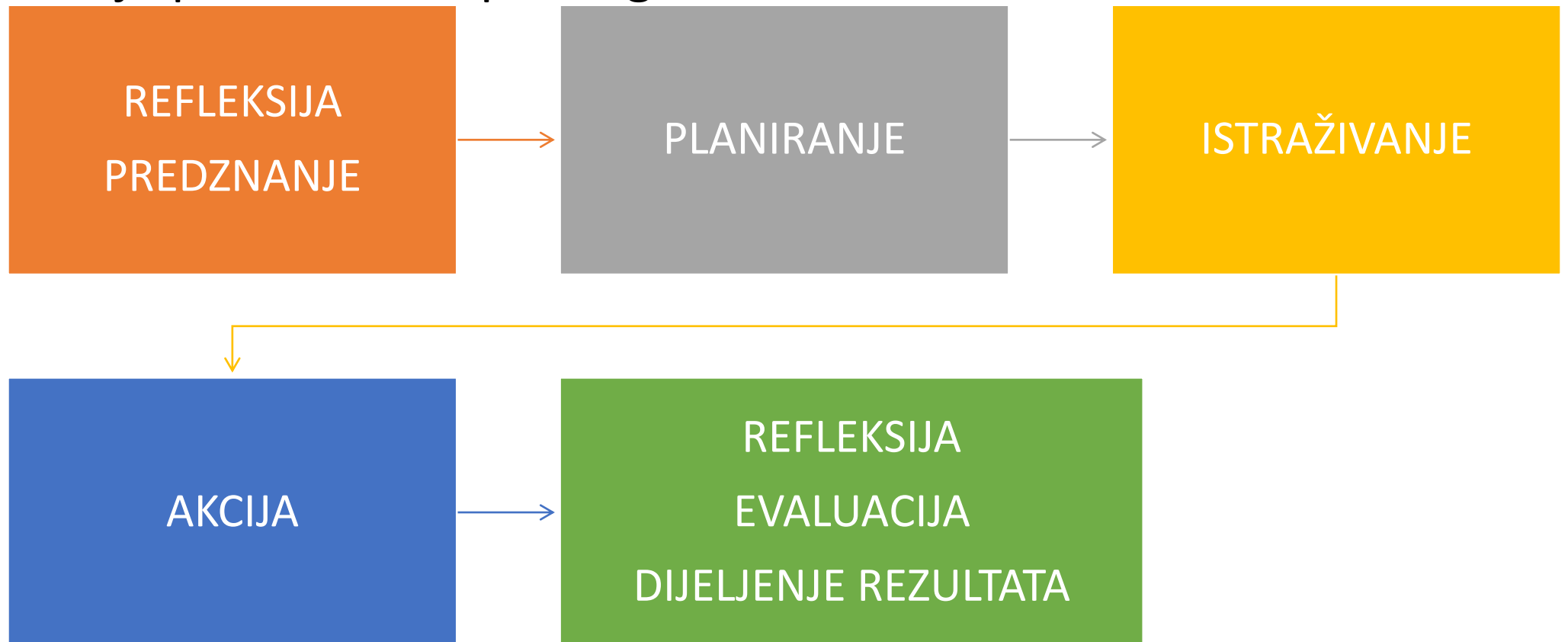


AKCIJSKO ISTRAŽIVANJE

- Uobičajen istraživački tijek i cilj – **nove spoznaje** (ne toliko vrednovanje postojećih) + dizajn istraživačkog nacrt
- Nova vrijednost:
 - Promocija aktivne uključenosti sudionika (*collaborative action reserach*) ne samo kao izvora informacija, nego kao i reflektirajućih i odlučujućih aktera u svim fazama istraživanja
 - Promocija socijalne promjene i socijalne pravde
 - Refleksivnost istraživača o svojim pozicijama
 - Akcija + vrednovanje akcije

AKCIJSKO ISTRAŽIVANJE (2)

- Odbacivanje pozitivističke paradigme



AKCIJSKO ISTRAŽIVANJE (3)

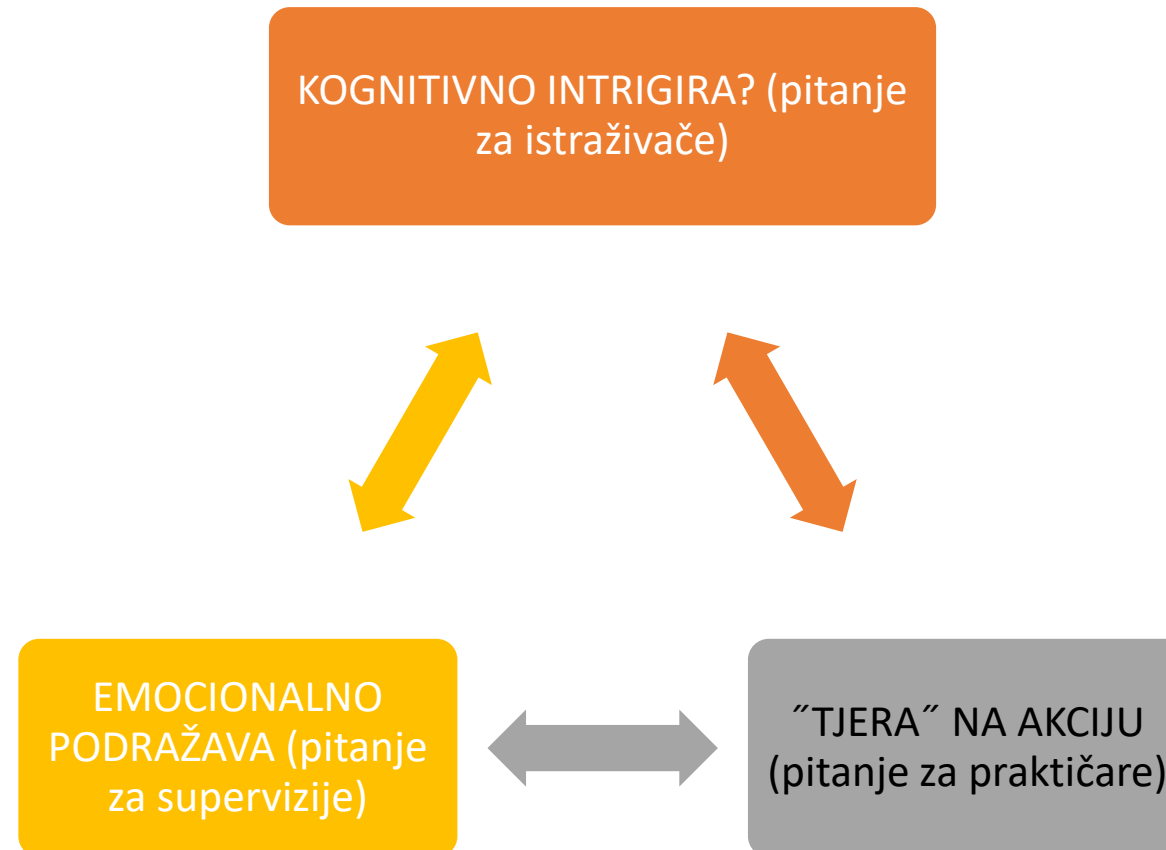
- Prema začetniku Kurtu Lewinu (1946.) ono je istovremeno istraživanje koje a) vodi akciji i koje se b) temelji na akciji i njenoj evaluaciji jer “istraživanja koja proizvode knjige nisu dostatna”
- Ključni “porivi” za istraživanjem trebaju biti
 - ❖ Kognitivno – ono što nam otvara pitanja o nekom fenomenu
 - ❖ Emocionalni – ono što duboko emocionalno podražava (pitanja za reflektivnost i refleksivnost praktičara)
 - ❖ Ponašajna – ono što nas pokreće na akciju

AKCIJSKO ISTRAŽIVANJE (3)

- ❑ neodvojivo je razmišljati o istraživanju + djelovanju
- ❑ Reflektivnost – promišljati o procesu koji se događa između istraživača + sudionika + aktera promjene i šireg okruženja
- ❑ Refleksivnost – promišljati o sebi u procesu akcijskog istraživanja (svojim postavkama, implicitnim teorijama, idejama o fenomenu, emocijama, vrijednostima) + **dozvoliti si osobnu promjenu kroz proces**

Kako početi?

ŠTO JE TO ŠTO VAS U VAŠOJ SVAKODNEVNOJ PRAKSI ISTOVREMENO:



AKCIJA U ZAJEDNICI

Znanost se obično odvija s ciljem:

- Po mogućnosti prikupiti što više “objektivnih” fakata” s rezultatom:
- Mnogo brojeva, podataka, bez utjecanja na ispitanike, bez političke djelotvornosti, teško razumljiv jezik jer:
- Ispitanici nisu uključeni u istraživanje. Istražuju se samo činjenice, ali ne i dublja raspoloženja i emocije

U KLASIČNOM ISTRAŽIVAČKOM PRISTUPU

- Ne mogu suodlučivati
- Oni su istraživani
- Oni su “obrađivani objekti”
- Nemaju direktne koristi od istraživanja
- Ostaju jednako pasivni (i zapostavljeni) kao i prije istraživanja

ZNANSTVENIK

- Je aktivan, on istražuje i on je djelatni subjekt istraživanja
- Profitira od istraživanja, piše knjigu, stječe ugled, zarađuje novac

AKCIJSKA ISTRAŽIVANJA

- Kurt Lewin: “Istraživanje koje ne proizvodi ništa drugo osim knjiga ne zadovoljava.”
- AKCIJA = Djelovanje, čin
- ISTRAŽIVANJE = Praksa koja se provodi s analitičkom pozadinom
 1. Kakvo je trenutno stanje?
 2. Što trebamo činiti?

AKCIJSKA ISTRAŽIVANJA

- Pieper, R. (1972): “Ukratko, akcijsko istraživanje znači istraživačku strategiju putem koje **istraživač ili istraživački tim u suradnji s pogodnim osobama** na temelju prve analize **pokreće proces promjene, opisuje, kontrolira i prosuđuje o uspješnosti rješenja određenog problema.**”

AKCIJSKA ISTRAŽIVANJA

- Istraživački cilj ove strategije:
- Prikupiti što više činjenica i podataka
- Istovremeno **pokrenuti praktične promjene** u socijalnom polju zajedno s ljudima koji u njemu žive
- Instrumenti za to su sve istraživačke metode čiji rezultat se može direktno odnositi na pogođene: sociometrijski postupci, sudjelujuće promatranje, (usmeni) intervju, skale procjene, tonski i video zapisi etc.

AKCIJSKA ISTRAŽIVANJA

- Već tijekom istraživanja događa se dio akcije
- Teorija i praksa nisu odvojeni

2 važna principa:

- 1. uklanjanje distance (subjekt-objekt prelazi u subjekt-subjekt)
- 2. praćenje procesa od strane istraživača

CILJEVI I PRVI KORACI

- Najprije informacija – zatim akcija
- Informacija = npr. promatranje zajednice usmjereno: a) činjenicama koje lako upadaju u oči kao što su kuće, ulice, trgovine, promet itd; b) interakcijama ljudi koji tamo žive koje nisu tako jasno vidljive
- Lokalne novine, crkve, udruge...

GLAVNI CILJ AKCIJSKOG ISTRAŽIVANJA

Promjena situacije u zajednici u smislu promjene ljudi koji tamo žive a putem njihove vlastite akcije

MOGUĆI PREDMET AKCIJSKOG ISTRAŽIVANJA:

- Akcijskim istraživanjem treba utvrditi: a) objektivne činjenice: (veličina obitelji, broj djece, samohrani roditelji, primatelji socijalne pomoći, stari ljudi, broj i vrsta dječjih igrališta, parkirališta, mogućnosti za provođenje slobodnog vremena, mogućnosti kupovine itd.

b) **mišljenja** (mišljenje beskućnika o mjerama za pomoć i mišljenje gradskih vlasti o tome i sl.)

c) **emocionalna klima** (komunikacija – kako i koliko ljudi **međusobno komuniciraju, surađuju** li ili samo žive jedni pored drugih, postoji li razvijena **susjedska pomoć** itd.; točke nezadovoljstva – čime se ljudi osjećaju pogođeni; točke znatiželje i sumnji – “ovako i onako se ne može ništa učiniti”, “ovdje je ipak sve u redu”, razvijanje znatiželje za moguće alternative statusu quo)

d) **demoraliziranost – *ATMOSFERA*** - apatični i demoralizirani ljudi u zajednici. Pri tome su važni: mjesni vođe, mjesne grupe ili potencijalni interesenti, većine i manjine (politika, svjetonazor, dominirajuća kultura i podkulture), ideje za promjenu situacije

e) **Procesi** – pr. Procesi prilagodbe, procesi rješavanja sukoba

FAZE AKCIJSKOG ISTRAŽIVANJA

1. Stadij razjašnjavanja i predistraživanje
2. Glavno istraživanje
3. Skupština i stvaranje grupa

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENA U ZAJEDNICI (CBR)

- istraživački pristup koji je proizašao iz tradicije teorije osnaživanja, kritičkih i posebno feminističkih teorija i ekološke perspektive (Branom, 2012.).

Temelje se na 4 načela:

1. Načelu suradnje s dionicima lokalne zajednice od planiranja istraživanja do objave i korištenja rezultata (Finley, 2008.).
- istraživanja utemeljena u zajednici rade **sa**, a ne **na** zajednicama.
2. Načelu uključivanja kapaciteta zajednice - dionici zajednice u različitom stupnju koriste svoje kapacitet (i stječu dodatna znanja i vještine) kako bi što ravnopravnije sudjelovali u formulaciji ciljeva, prikupljanju podataka, obradi i interpretaciji (Branom, 2012.);

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENA U ZAJEDNICI (CBR)

3. Načelu refleksivnosti istraživača koji cijelo vrijeme treba biti svjestan svojih osobnih pretpostavki o društvenim odnosima kako ne bi produbljivao odnose nejednakosti i ponašao se paternalistički prema lokalnoj zajednici (kao onaj koji zna što je prava istina o njoj) (Branom, 2012.);
4. Načelu poticanja socijalne promjene i veće socijalne pravde - rezultati istraživanja izravno trebaju biti povezani s daljnjim akcijama u zajednici koje će biti namijenjene smanjenju socijalnih nejednakosti, odnosno povećanju socijalne pravde (Root, 2007.).

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENA U ZAJEDNICI (CBR)

NAMJENA

- evaluacija određenih programa ili politika
- povećavanje sposobnosti stanovnika da sami identificiraju određene probleme i definiraju načine njihova rješavanja
- problematiziranje nekih pitanja zajednice u javnoj sferi (Root, 2007.).

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENA U ZAJEDNICI (CBR)

- Najčešće su multimetodska - raznovrsni izvori spoznaja o predmetu istraživanja (Root, 2007.).
- Razina uključenosti dionika
 - partneri samo omogućuju ulaz istraživačima u zajednicu,
 - partneri imaju konzultativan status u pojedinim fazama procesa (konzultant može biti neka kontakt osoba ili određeni odbor stanovnika zajednice),
 - Partneri ravnopravno ili čak dominantno odlučuju o istraživačkim ciljevima, metodama, obradi, interpretaciji **i korištenju podataka** (Khodyakov i sur., 2012.).
 - Najpotpunija uključenost - dionici u zajednici sami izraze potrebu za istraživanjem.

ISTRAŽIVANJA UTEMELJENA U ZAJEDNICI (CBR)

- u većini istraživanja utemeljenih u zajednica - inicijatori istraživanja su akademski istraživači
- uz neku kontakt osobu ili odbor dionika zajednice odlučuju o istraživačkim ciljevima, konzultiraju se o odabranim instrumentima i sudionicima, a kasnije s njima razgovaraju o mogućim interpretacijama rezultata, prikazivanju zaključaka na razumljiv i upotrebljiv način, kao i o planiranju daljnjih akcija.

ŠTO MISLITE O MOGUĆNOSTIMA CBR-a?

EVALUACIJSKO ISTRAŽIVANJE U ZAJEDNICI

EVALUACIJA AKTIVNOSTI

- Konceptualno neizbježna faza projektnog planiranja
- Operativno često kozmetički provedena, prekasno ili s premalo pristupa potrebnim podacima, katkad čak i potpuno izostala faza
- Završni dio cikličkog projektnog planiranja – predstavlja kraj i početak



EVALUACIJA PROJEKTNIH AKTIVNOSTI

Evaluacija

≠

Monitoring (praćenje provedbe projekta)

≠

Održivost

Tri povezana, ali različita koncepta promišljanja
izvedbe projektnih aktivnosti



MONITORING (PRAĆENJE PROVEDBE AKTIVNOSTI)

- Cilj je pratiti odvija li se izvedba aktivnosti prema planu kao pretpostavka za donošenje daljnjih odluka
- Kako se izvode aktivnosti, tako se bilježe informacije o: uključenim korisnicima, samom opisu aktivnosti, korištenim resursima (financijskim, prostornim i dr.), raspolaganje vremenom i uključenim izvoditeljima
- ≠ evaluacija, ali može biti izvor podataka za evaluaciju



EVALUACIJA

- Nije (samo) praćenje provedbe aktivnosti, već i vrednovanje je li to što činimo dovoljno brzo, dovoljno učinkovito, dovoljno kvalitetno, dovoljno korisno i potrebno
- Pridavanje vrijednosti onome što činimo u svijetlu opisane važnosti projekta, projektnih ciljeva i rezultata



ODRŽIVOST

- Širi koncept i određena vrijednost cijelog projekta u okviru njegovog strukturalnog okruženja
- Provedba evaluacije omogućuje izvođenje zaključaka o održivosti



EVALUACIJA

- ✓ Treba zahvatiti tri vremenske točke: prije - tijekom - nakon projekta
- ✓ Unaprijed biti planirana, kontinuirano provedena
- ✓ Predviđena već u prvim kontaktima s korisnicima projekta, kao i stavka u proračunu

Zašto evaluacija?

Procjena smislenosti, značaja i kvalitete izvođenja

- ✓ Pomaže u doprinosu širim društvenim ciljevima
- ✓ Pomaže u ostvarenju zadanih ciljeva
- ✓ Pomaže u izgradnji kompetencija i kapaciteta stručnjaka



EVALUACIJA- VRSTE

Kada?

Formativna i sumativna

Tko?

Unutarnja i vanjska

Što?

Evaluacijski kriteriji



FORMATIVNA I SUMATIVNA EVALUACIJA

- Formativna evaluacija: u određenim vremenskim točkama se radi da bi se vidjelo **odvijaju li se aktivnosti odvijaju na predviđen način**, i postižu li se rezultati te jesu li potrebne promjene / prilagodba projekta
- Sumativna evaluacija: radi se po završetku projekta, a cilj joj je utvrditi **ukupno izvedbu projektnih aktivnosti, neposrednih učinaka i dugoročno djelovanje** na korisnike

Sumativna može sadržavati identičan način mjerenja na početku, tijekom i na kraju projekta, + još proširenim setom indikatora



UNUTARNJA I VANJSKA EVALUACIJA

Unutarnja evaluacija

- ✓ Izvode ju stručnjaci na projektu
- ✓ Jeftinija
- ✓ Subjektivnija i konflikt uloga
- ✓ Nejasnoća uloga (pomagač ili evaluator)
- ✓ Na izvoru podataka
- ✓ Lakše ostvaruju kontakt s dionicima

Vanjska evaluacija

- ✓ Izvode ju unajmljeni stručnjaci
- ✓ Skuplja
- ✓ Objektivnija
- ✓ Jasna uloga evaluatora
- ✓ Teže se dolazi do podataka (katkad dupliranje informacija)
- ✓ Teže zadobivanje povjerenja stručnjaka i dionika



UNUTARNJA I VANJSKA EVALUACIJA (2)

U praksi najčešće unutarnja ili nešto rjeđe kombinacija unutarnje i vanjske (formativna unutarnja, a sumativna vanjska s ograničenim pristupom novim podacima te se koriste u značajnoj mjeri već prikupljeni podaci o korisnicima)

Raspisivanje natječaja za evaluatora bi trebalo biti već na početku projekta, a ne na samom kraju

Trošak od 1-5 % financijske vrijednosti projekta



ŠTO EVALUIRAMO

5 OECD*/DAC** kriterija

1. Značaj
2. Efektivnost (raditi prave stvari za prave ciljeve, učinkovitost, fokus na ostvareno)
3. Efikasnost (raditi na pravi način, brzo i kvalitetno, djelotvornost, fokus na kako raditi)
4. Utjecaj
5. Održivost

* Organization for Economic Cooperation and Development

** Development Assistance Committee



ŠTO EVALUIRAMO- ZNAČAJ (*RELEVANCE*)

Makro-vrednovanje projekta u društvenom kontekstu

- ❑ U kojoj mjeri aktivnosti projekta odgovaraju: prioritetima natječaja, javnim politikama, politici donatora, i ostalim dionicima?
 - U kojoj mjeri su postavljeni ciljevi i dalje aktualni? (posebice ako je projekt dugotrajan)
 - Jesu li aktivnosti i rezultati u skladu s općim i specifičnim ciljevima?
 - Jesu li aktivnosti i rezultati u skladu sa željenim utjecajima na korisnike



ŠTO EVALUIRAMO- EFEKTIVNOST (*EFFECTIVENESS*)

Meta - vrednovanje projekta u omjeru željeno-
postignuto

- U kojoj mjeri su se aktivnostima ostvarili željeni ciljevi?
 - U kojoj mjeri su ciljevi ostvareni ili je vjerojatno da će biti ostvareni?
 - Koji su glavni čimbenici doprinijeli postignuću/ nepostignuću ciljeva?



ŠTO EVALUIRAMO- EFIKASNOST (*EFFICIENCY*)

Mikro- vrednovanje projekta na relaciji COST-BENEFIT (ulog-dobit)

- Mjere se kvalitativni i kvantitativni rezultati u odnosu na "početni ulog" (novac, vrijeme, ljudi, materijal...)

Intencija je (u prihvatljivoj vremenskoj perspektivi) ostvariti veću dobit od početnog ulaganja (promjena treba biti "prihvatljiv" trošak; pr. deinstitutionalizacija)

- Jesu li sredstva za aktivnosti razumno potrošena?
- Jesu li se rezultati i ciljevi ostvarili pravovremeno? U skladu s predviđenim vremenom?
- Je li odabrani način bio i najefikasniji? Postoje li neki alternativni efikasniji načini? (pr. usluga u kući umjesto dom za starije i nemoćne)



ŠTO EVALUIRAMO- UTJECAJ (*IMPACT*)

Mezo vrednovanje projekta – izravni utjecaj projekta na živote korisnika

- promjene koje je izazvala intervencija, i to: **a) pozitivne i negativne; b) izravne ili neizravne; c) namjerne ili nenamjerne**
 - Što se dogodilo kao posljedica projektnih aktivnosti?
 - Koja stvarna razlika u životu korisnika je postignuta?
 - Koliko je ljudi zahvaćeno nekakvim utjecajem?



ŠTO EVALUIRAMO- ODRŽIVOST (*SUSTAINABILITY*)

Strukturalna projekcija života projekta

- Što će se dogoditi kada projekt prestane – s okruženjem u kojem se odvijalo (ekonomska, socijalna i ekološka dimenzija), kao i s učincima projekta i budućim razvojem aktivnosti
 - U kojoj mjeri i u kojoj formi će se projekt nastaviti nakon isteka donacije?
 - Koji su najznačajniji čimbenici koji doprinose održivosti/neodrživosti projekta?
 - Koje ishode će projekt imati na svoje okruženje po svom prestanku?



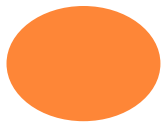
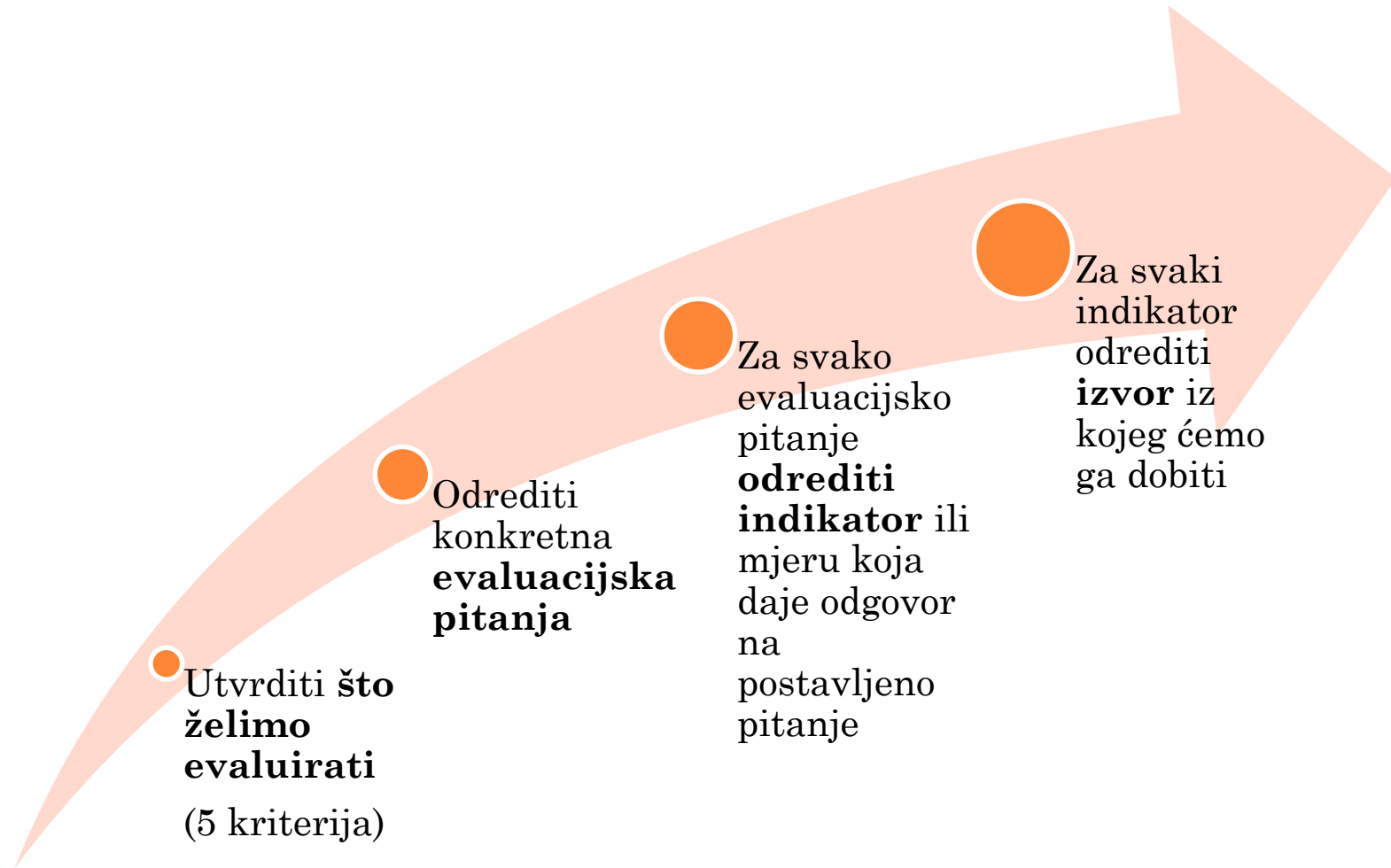
ODRŽIVOST U KONTEKSTU PROJEKTOG UPRAVLJANJA

A) ODRŽIVOST PROJEKTA I NJEGOVIH CILJEVA

- **Financijska** – Kako će se projekt financirati nakon prestanka?
- **Ekološka** – kako će se kroz projekt voditi računa o odgovornom raspolaganju prirodnih resursa i promociji ekološke odgovornosti
- **Institucionalna** – tko će i s kojim kapaciteta razvijati dalje ideju projekta
- **Održivost na nivou politika** – kako će rezultati i ciljevi projekta postati dio javnih politika i rada javnih sustava (socijalne skrbi, zdravstva, obrazovanja i sl.)



OPERATIVNA IZVEDBA EVALUACIJE



INDIKATORI

- Indikatori: kvalitativne ili kvantitativne mjere ; objektivne ili subjektivne koje bilježe napredak u ostvarivanju 5 kriterija evaluacija
- Pojave ne možemo mjeriti izravno, već preko posrednih mjera (pr. suradnja se mjeri preko broja sastanaka, zajedničkih inicijativa, subjektivnog osjećaja i sl.)
- Trebaju se dogovoriti na početku projekta.
- Za indikatore je važno da su:
 - mjerljivi,
 - valjani (zaista mjere to za što su namijenjeni),
 - pouzdani (informacija ostaje konzistentna kroz više mjerenja),
 - dovoljno osjetljivi (detektiraju i male promjene),
 - jednostavnost (da osoblje ima kapaciteta za njihovo prikupljanje),
 - ekonomičnost u prikupljanju podataka,
 - značajnost (informacije su značajne za donošenje odluka),
pravovremeno skupljeni



EVALUACIJSKO ISTRAŽIVANJE

- Nakon što se odrede indikatori, postavlja se plan evaluacijskog istraživanja koje kao i svako drugo istraživanje, može koristiti raznovrsne metode prikupljanja podataka: kvazi-eksperiment, promatranje (sa i bez sudjelovanja), kvantitativno anketno ispitivanje, kvalitativno istraživanje, analiza dokumentacije i dr.
- Sukladno tome određuju se metode obrade podataka
- Kao i druga istraživanja, evaluacijsko istraživanje treba biti vođeno etičkim načelima: povjerljivost/anonimnost, dobrovoljnost, informiranost sudionika, izvještavanje o rezultatima i posebna načela: dozvole za maloljetnike, osobe lišene poslovne sposobnosti i sl.



EVALUACIJSKI IZVJEŠTAJ

- Može biti u obliku popularnog izdanja/stručnog izvješća ili znanstvenog izvještaja
- Klasičan evaluacijski izvještaj (namijenjen donatorima i stručnjacima) sadrži:
 1. Uvod u projekt i osvrt na nacionalna pitanja i politike s kojim je u skladu
 2. Uvod u evaluacijsko istraživanje (svrha, cilj, provoditelj, moguća ograničenja)
 3. Metodologija
 4. Nalazi evaluacijskog istraživanja – osvrt na DAC kriterije
 5. Zaključci
 6. Što je naučeno (osvrt na stečeno iskustvo)
 7. Preporuke za dalje
 8. Dodaci

