

Conferința Națională

“Comunicare eficientă pentru organizații și instituții non-profit”

București, 9-10 iunie, 2006

Viața organizațiilor este obiect de interes deosebit în noul context național aflat într-o permanentă schimbare. Evenimentele științifice se derulează cu o frecvență neașteptată, ceea ce, desigur, este un semn foarte bun. La Facultatea de Comunicare și Relații Publice/ SNSPA, s-au desfășurat lucrările unei conferințe având ca obiect de analiză organizațiile non-profit (ONP). Obiectivul explicit declarat de către organizatori a constat în sistematizarea modalităților de îmbunătățire a capacităților de management a responsabililor din aceste organizații, care activează la nivel local sau național, în domeniile social, cultural sau educativ. S-a pornit de la recunoașterea faptului că organizațiile non-profit au un rol social, educativ și cultural extrem de important. Datele concrete arată că tot mai multe persoane beneficiază de activitatea acestor organizații, iar acest fapt a devenit din ce în ce mai facil deoarece domeniile în care ele activează, categoriile de public pe care acestea le vizează se diversifică în mod constant. Marile provocări ale acestor instituții se instituie ca direcții de solicitare implicând, desigur, noi modalități strategice. În primul rând, în prezent activitatea lor se bazează preponderent pe dedicarea și experiența acumulată a membrilor componenți, ceea ce devine la un moment dat insuficient. În al doilea rând, în România nu există încă o rețea oficializată de învățământ care să pregătească profesioniștii necesari muncii atât de variate și de necesare pentru aceste organizații. În al treilea rând, dezvoltarea și dinamizarea activităților sectorului non-profit și schimbările aduse de marile companii față de societate și comunitate au antrenat după sine modificări în relațiile dintre organizațiile non-profit (în sens larg) și companii. În acest context se întrevădea necesitatea de a lua unele măsuri vizând găsirea unor modalități de îmbunătățire a activității organizațiilor de acest tip și factorii situați în mediul lor de activitate și interes.

Manifestarea științifică a urmărit să promoveze în rândul reprezentanților organizațiilor non-profit din România o componentă esențială a conducerii proiectelor specifice, și anume promovarea celor mai bune practici de relații publice. Un accent deosebit s-a pus pe tehnicile eficiente de comunicare între ONP-uri și potențialii

donatori, pe alternativele pentru atragerea de fonduri locale sau europene.

Au fost prezentate o serie de lucrări interesante, referirile vizând: organizațiile sănătății, centrele educaționale pentru copii, organizațiile studentești, școlile, fundațiile corporatiste, rețelele culturale, fundațiile de tineret, etc. Dintre lucrările prezentate multe s-au remarcat prin caracterul științific și aplicativ, însă noi vom recurge la prezentarea selectivă a celor reprezentative pentru scopurile propuse ale evenimentului.

Camelia Crișan a prezentat modul în care s-a derulat un important proiect intercultural într-o comunitate etnică minoritară. Intensificarea dialogului inter-etnic, a comunicării interculturale ar constitui două repere fundamentale pentru promovarea integrării sociale și înregistrarea unor schimbări atitudinale în comunitățile marginale. Autoarea a dovedit pe date de cercetare importanța elaborării unor modele de intervenție socială. Modelul de comunicare inter-etnică propus a cuprins următoarele elemente: exersarea la copiii din comunitățile marginale a structurilor limbii, vocabularului; introducerea lor în activități informale în afara contextului ce se dovedește lipsit de valoare socială; cultivarea gustului pentru nou; introducerea mamelor în cercuri de discuții în care să fie susținut rolul lor formativ într-un nou sistem de semnificații culturale, sociale; dialogul intercultural; exersarea practicilor culturale în alte limbi și contexte; valorizarea și valorificarea practicilor comunitare în scopuri pro-sociale.

Mihaela Popa Chraif a ilustrat modalitățile comunicaționale prin care sporește eficiența învățării în organizațiile studentești. Tehnicile nonverbale, de convingere, negocierea distributivă, distorsiunile comunicării ș.a. prezentate de autoare au lărgit orizontul cunoașterii participanților situați în aria de activitate a organizațiilor nonprofit.

Loredana Cadariu și Ileana Rotaru au propus o abordare sistemică a organizației școlare, urmărind o serie de finalități practice. Rețelele de statusuri și roluri, mecanismele administrative, viziunea sistemică în demersurile de diagnoză și intervenție organizațională în școli au constituit schema de analiză și fundamentare a programelor de dezvoltare în școli.

“Optimizarea comunicării în organizațiile sănătății” a fost titlul lucrării semnate de Eugen Avram, Dr. Irina OGREZEANU și Simona Maria Glăveanu. Lucrarea a dovedit pe bază de cercetare importanța gestiunii științifice a sistemului comunicațional din organizațiile sănătății. Autorii au recurs la un studiu corelațional pentru a arăta modul în care accesul la informație, promptitudinea comunicării, feedback-ul performanțial prezintă legături semnificative cu variabilele psihoorganizaționale precum: percepția suportului, autonomia în muncă, satisfacția muncii, angajamentul afectiv, ambiguitatea de rol, solicitarea fizică și emoțională. Analizele diferențiale au scos la iveală categoriile de personal spitalicesc susceptibile de a fi incluse în programe de integrare profesională și dezvoltare a abilităților comunicaționale la locul de muncă.

Andrei Silviu Dospicescu a tratat una dintre cele mai provocatoare probleme ale organizațiilor: modelarea performanței angajaților. Una dintre concluziile valoroase ale studiului a fost aceea că programele de training și evaluare a îmbunătățirii performanțelor trebuie să evite a lua în calcul în mod mecanic numărul de sarcini la care s-a întregit o creștere performanțială, dar și nivelul creșterii. Este posibil ca angajatul să fi avut potențialul necesar pentru a-și îmbunătăți prestația pe una dintre sarcini, dar să nu fi avut potențialul pentru îmbunătățirea în alte sarcini.

Mădălina Vântu a recurs la o prezentare a activității voluntarilor dintr-o organizație non-profit.

Lucrarea sa, “Voluntarii - altfel de oameni, altfel de motivații”, a arătat “pe viu” ce înseamnă implicarea și entuziasmul pentru a participa la finalizarea unor scopuri cu finalitate socială evidentă.

“Marketingul marilor cauze” s-a intitulat lucrarea organizatorilor principali ai evenimentului, Alexandra Zbucă și Florina Pînzaru. Discursul autoarelor a pornit de la o serie de realități cu caracter general: “De ce este nevoie de marketing pentru cauze sociale?”; Marketingul societal - o realitate exponențială”, “De la cauze la companii sociale” ajungând până la explicarea “logicii” marketingului organizațiilor non-profit care își propun “mari cauze sociale”, inclusiv a tehnicilor și instrumentelor de marketing specifice.

Fără a mai insista asupra altor lucrări, susținem că prin caracterul pragmatic al prezentărilor, prin evidențierea unor perspective actuale, prin antrenarea tuturor participanților în discuții, evenimentul organizat la Facultatea de Comunicare și Relații publice/ SNSPA, a reușit să aducă un plus semnificativ de cunoaștere participanților, astfel încât aceștia să poată să își organizeze activitatea de comunicare cu publicul extern, să poată să atragă fonduri într-un mod mai eficient spre binele organizației, dar, mai ales, al beneficiarilor!

Eugen Avram