

# FILANTROPIJA U SRBIJI

## Fokus grupe

Maj 2004  
Kvalitativno istraživanje

Glavni nalazi

Realizovano

SMMRI Group

za BCIF

# FILANTROPIJA U SRBIJI

## TIP ISTRAŽIVANJA: Kvalitativno istraživanje

### PROCEDURA – TEHNIKA: Fokus grupe

Diskusija u fokus grupama (jedan od metoda kvalitativnog istraživanja) približno traje od 90 do 120 minuta, vodi je obučeni moderator (psiholog) i uključuje 6 do 10 učesnika

- Ova tehnika omogućuje dublje razumevanje ponašanja, stavova, motiva, itd.
- Prikupljanje velikog broja informacija u relativno kratkom vremenskom periodu

Rezultati diskusije u fokus grupama se ne mogu generalizovati na populaciju, jer je uzorak isuviše mali. Uzimajući u obzir da su ispitanici izabrani prema određenim kriterijumima, mišljenja koja su izneta treba smatrati tipičnim samo za ovaj segment populacije.

### PREDMET ISPITIVANJA

- **Stav prema filantropiji – dobrovoljnom davanju za razvoj društva i zajednice: opažanje trenutnog stanja u zemlji, opažanje uloge različitih sektora, stav prema lokalnoj inicijativi**

### Specifikacija ciljeva:

1. Poznatost dobrotvornih akcija
2. Stanje u zemlji u oblasti dobrotvornih akcija
3. Uloga različitih sektora u dobrovoljnim davanjima
4. Uloga i odgovornost građana
5. Misljenje o NVO sektoru (poverenje i opsti stav)
6. Uloga medija
7. Uloga biznis sektora
8. Poznavanje zakonskog okvira
9. Podsticanje motivacije za lični angažman u dobrotvornim akcijama
10. Lokalna zajednica, akcije, angazovanje

## UČESNICI

24 učesnika je učestvovalo u diskusijama, podeljeni u 3 grupa prema sledećim kriterijumima:

|              | pol      |          | godine         | obrazovanje  | grad            |
|--------------|----------|----------|----------------|--|-----------------|
|              | M        | Ž        |                |  |                 |
| <b>FGD 1</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>18 - 35</b> | <b>5 do 6 sa srednjim obrazovanjem<br/>do 3 sa visim/visokim</b>     | <b>BEOGRAD</b>  |
| <b>FGD 2</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>35 +</b>    | <b>5 do 6 sa srednjim obrazovanjem<br/>i 2 do 3 sa visim/visokim</b> | <b>BEOGRAD</b>  |
| <b>FGD 3</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>30 +</b>    | <b>5 do 6 sa srednjim obrazovanjem<br/>i 2 do 3 sa visim/visokim</b> | <b>NOVI SAD</b> |
| <b>FGD 4</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>18 - 35</b> | <b>5 do 6 sa srednjim obrazovanjem<br/>do 3 sa visim/visokim</b>     | <b>NOVI SAD</b> |
| <b>FGD 5</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>25 - 45</b> | <b>5 do 6 sa srednjim obrazovanjem<br/>i 2 do 3 sa visim/visokim</b> | <b>NIŠ</b>      |
| <b>FGD 6</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>35 +</b>    | <b>5 do 6 sa srednjim obrazovanjem<br/>i 2 do 3 sa visim/visokim</b> | <b>BEOGRAD</b>  |

Učesnici su birani na osnovu skrining upitnika:

- Učesnici, niti bilo ko iz njihove bliže okoline ne rade u nevladinoj, religioznoj ili bilo kojoj organizaciji koja se bavi dobrotvornim radom, a takođe nisu članovi političke ili bilo koje druge organizacije
- Učesnici nisu bili u skorije vreme (poslednih godinu dana) učesnici neke diskusione grupe, intervjuja ili bilo kog vida istraživanja tržišta
- Učesnici se međusobno ne poznaju
- Učesnici su stariji od 18 godina
- Učesnici ocenjuju svoj životni standard kao prosečan ili iznad prosečan
- Učesnici imaju završenu srednju školu ili fakultet

# NALAZI ISTRAŽIVANJA

## A. POZNATOST DOBOTVORNIH AKCIJA

- **Pod dobrotvornim davanjima se na prvom mestu podrazumevaju razne vrste humanitarnih akcija, pomoć drugim ljudima u nevolji, ugroženim grupama i pojedincima.**

Prve asocijacije na dobrotvorna davanja su : dobrotvorno davanje krvi, altruizam, pomaganje nekome u nevolji, pomaganje ugroženima, fizički rad - komšijska, kolegijalna pomoć (dizanje ploče na kući), humanitarna organizacija, pomoć starima, deci, socijalnim slučajevima, pomoć u pravo vreme, izbeglice, moralna i materijalna pomoć.

- **Razni vidovi poboljšanja opšteg života u zajednici se spontano ne pominju.**

Različiti vidovi zajedničke aktivnosti na poboljšanju uslova u zajednici (uređenje naselja, ekološke teme, pomoć mladima...) se ne doživljavaju kao prioritetne potrebe, a često ne postoji ni svest o potrebi ovakvog zajedničkog delovanja.

- **Građanima su najpoznatije one akcije koje su bile dobro medijski praćene.**

To su mahom humanitarne akcije pomoći ugroženim licima i grupama, kao i donacije za zaštitu verskih spomenika: Pomoć za Srbe na Kosovu, Pomoć za izgradnju hrama Svetog Save, Pomoć za Hilandar, Pomoć ugroženoj deci...

## B. STANJE U ZEMLJI U OBLASTI DOBROTVORNIH AKTIVNOSTI

- **U odnosu na stanje u drugim zemljama mišljenja su podeljena.**

Neki učesnici su mišljenja da je pomoć u razvijenim zemljama veća zbog opšte bolje organizacije i političke stabilnosti, većeg životnog standarda.

Sa druge strane postoji mišljenje da u zapadnim zemljama humanitarne akcije i nisu potrebne jer država brine o ugroženim grupama, i da su dobrotvorna davanja uglavnom usmerena ka stanovnicima drugih nerazvijenih zemalja.

- **U domenu dobrovoljnih davanja najrazvijenija su humanitarna davanja za ugrožene grupe i lica.**

Po mišljenju učesnika, u Srbiji najviše ima davanja u domenu pomoći ugroženima. Ovakve akcije su dobro medijski praćene, česte su i ljudi rado

učestvuju. Međutim ni humanitarnih akcija nema u meri u kojoj bi to bilo potrebno.

Što se tiče ostalih oblasti/tema (ekološke akcije, pomoć mladima, uređenja naselja, zaštita ljudskih prava), one su uglavnom zanemarene. Takvih akcija možda i ima ali im se ne posvećuje dovoljna medijska pažnja pa ljudi ostaju neobavešteni o njima.

## HUMANITARNE AKCIJE POMOĆI UGROŽENIM

**KOME, KAKO, KOLIKO, KO – opažanje nosioca humanitarnih davanja za ugrožena lica, načina izbora prioriternih grupa, vidova pomoći**

**Kome se pomaže?**

- **Postoji problem izbora prioriternih grupa. Pomaže se stihijski, onim grupama i pojedincima koje uspeju da skrenu pažnju na sebe.**

**Samo akcije koje su jako medijski praćene uspevaju da dopru do ljudi.** Nije poznato na koji način i ko određuje kriterijume. Pri tome je i kriterijume veoma teško odrediti – po mišljenju učesnika većina ljudi spada u kategoriju ugroženih i vrlo je teško odrediti kome je pomoć prioriterno potrebna.

Najpoznatije akcije su one koje su najbolje medijski praćene: **pomoć izbeglicama, ljudima na Kosovu, pomoć za manastir Hilandar**, ali se kao ugrožene grupe kojima se manje pažnje posvećuje (a pomoć im je veoma potrebna) uočavaju i sledeće grupe: **stari i bolesni, hendikepirani, zanemarena i napuštena deca.**

**Kako se pomaže?**

- **Postoje razni oblici davanja, ali je novac najrasprostranjeniji. Po mišljenju većine, novac je ujedno često i najpotrebnija pomoć.**

Još postoje i oblici davanja u vidu **hrane, odeće, lekova, igraćaka, medicinske opreme** i veoma retko **usluga**. Međutim, zbog loše organizacije ova vrsta pomoći je često neadekvatna.

Sa druge strane novac može biti zloupotrebljen i iskorišćen u druge svrhe. Brojna loša iskustva sa pruženjem novčane pomoći učvrstila su negativan stav (npr. Sakupljanje novca u okviru akcije Zajam za Srbiju).

Često se spominje i pomoć u vidu **moralne pomoći, psihološke podrške** (npr. Apel telefoni gde volonteri rade kako bi pomogli ljudima u krizi).

**Ko pomaže?**

Od ustanova i organizacija koje pružaju pomoć najpoznatija je **Crveni krst**. Takođe se često spomiju razne dobrotvorne organizacije pri **crkvi**. Najpoznatija je Karitas (dobrotvorna organizacija katoličke crkve), ali i organizacije drugih verskih zajednica (Dobročinstvo, organizacija pri džamiji). Poznato je i delovanje Kola srpskih sestara, Karić fondacije a u Novom sadu i organizacije Klaris, Ekumenske zajednice (pokret za zbližavanje svih hrišćanskih crkava)...

**Država se opaža kao najodgovornija za pomoć ugroženima.** Ona ima moć, jačinu i snagu da organizuje i pruži pomoć najvećem broju ljudi. Država bi, po mišljenju učesnika trebala da ima **evidenciju ugroženih, da organizuje pomoć, a takođe i da vrši kontrolu prispele pomoći.**

**Institucija u koju se ima najviše poverenja kada su u pitanju humanitarna davanja jeste crkva.** Iako su neki učesnici iskazivali određene sumnje i u njeno delovanje, smatra se da je u samoj suštini crkve pomoć ljudima.

## **RAZVIJENOST DOBROTORNIH AKCIJA**

- **Dobrotvorna ulaganja su kod nas nedovoljno razvijena.**

Po mišljenju građana, u našoj zemlji dobrotvorna davanja nisu izražena u dovoljnoj meri. Kao razlog navodi se više faktora:

### **1. loša ekonomska situacija**

Prvi i osnovni faktor jeste materijalna nemaština. Najveći deo populacije živi dosta loše i u prinuđen je da radi više poslova kako bi uspeali da obezbede sebi koliko toliko normalan život. U takvom svetu nema dovoljno ni vremena, ni finansijskih mogućnosti, a što je najbitnije ni volje za dodatnim angažovanjem. Ljudi se zatvaraju u sebe i svoje probleme, nemajući kapacitet za probleme društva i zajednice.

### **2. izgubljeno poverenje usled lošeg iskustva iz prošlosti**

Postoji veliko nepoverenje prema bilo kakvom vidu dobrovoljnog davanja. Građani navode da su veoma često dobrotvorne akcije u prošlosti bile samo paravan za različite vidove zloupotreba i iskorišćavanje dobre volje ljudi. Učesnici su se žalili na nepostojanje kontrole i informacija o završetku akcija - vrlo često i pored velikog odaziva građana rezultati akcija su izostajali, a stanje nije promenjeno na bolje. Takođe, navođeni su primeri loših organizacija akcija, česte neadekvatnosti pružene pomoći

### **3. neobaveštenost građana o postojećim akcijama**

Kao jedan od razloga nedovoljne razvijenosti dobrotvornih davanja navodi se i mali broj organizovanih akcija, kao i neobaveštenost ljudi o postojećim akcijama.

### **3. nepostojanje kulture, navike davanja i aktivizma - nepostojanje razvijene svesti o potrebi za ulaganjem u opšte dobro**

Učesnici često navode kao jedan od razloga nedovoljne razvijenosti dobrotvornog davanja kod nas i nepostojanje kulture davanja. Sa jedne strane smatraju da je takvo stanje prouzrokovano predhodnim sistemom gde je sva pomoć i briga počivala na državi. Iako su postojale radne akcije, samodoprinosi i drugi vidovi dobrotvornog rada sama inicijativa nikad nije ležala na građanima već na državnom aparatu. Sa druge strane, Miloševićev režim i ratovi doveli su do velikog osiromašenja građana. Pri tome su građani bili svedoci mnogih prevara i zloupotreba humanitarnih donacija.

Po mišljenju učesnika, lična korist je glavna motivaciona snaga bilo kakog delovanja. Aktivizam u dobrotvorne svrhe se zbog toga posmatra sa nevericom ili čak podsmehom, a lična inicijativa nailazi i na mnoge birokratske prepreke.

#### **4. problemi na makroplanu - haotično društvo sa nedovoljno jasno definisanim ulogama i odgovornostima, sa neizgrađenim institucijama i nepoštovanjem zakona**

Opšta politički nestabilna situacija skreće pažnju sa socijalnih na politička zbivanja, podstičući nezainteresovanost građana za njihovu zajednicu u za ljude oko njih.

Izostaju jasno definisane uloge i odgovornosti pojedinih institucija sistema. Takođe, po mišljenju učesnika, zakoni nisu regulisani u sferi dobrovoljnih davanja - ne postoji mogućnost kontrole, ali takođe izostaje i stimulacija ovakvih vidova akcija - nedostaju razni vidovi olakšica karakteristični za druge zemlje.

Svi ovi činioци doveli su do toga da se na dobrovoljna davanja prvenstveno gleda sa nevericom i da se inicijativa uvek očekuje od nekog drugog.

### **C. ULOGA RAZLIČITIH SEKTORA U DOBROVOLJNIM DAVANJIMA**

- **Dobrotvorne akcije nisu ničija odgovornost.**

Ulaganja u opšte dobro, dobrotvorne aktivnosti za razvoj društva i zajednice ostaju na margini društvenih zbivanja. Akcije se sprovode stihijski u zavisnosti od toga šta je u tom trenutku aktuelno. Akcije i davanja iniciraju različiti sektori u zavisnosti od trenutnih interesa i potreba - nekada je to država, nekada firma ili preuzeće, nekada sami građani. Saradnja više sektora na planu dobrotvornih davanja je retka ili bar nepoznata građanima.

Po mišljenju nekih učesnika uloga NV sektora na polju dobrotvornih akcija je velika, po mišljenju drugih njihova uloga je mala i nedovoljno značajna.

- **Učesnici su mišljenja da je najbitnija ona oblast akcije za kojom u datom trenutku postoji prioritarna potreba.**

Loše stanje u zemlji je stvorilo situaciju u kojoj problemi postoje na skoro svim poljima i u tom smislu nema prioritarnu oblast već svaka oblast dobrotvornih akcija treba da bude zastupljena i da neko na tome radi. U zavisnosti od trenutka neke oblasti izlaze u prvi plan i tada je najbolje vreme da se njima posveti pažnja jer su ljudi tada najspremniji da učestvuju.

- **Različita su mišljenja da li pomoć treba da bude centralizovana ili ne.**

Uočljiva su dva tipična stava:

1. **Pomoć treba da bude centralizovana i najbolje je da u pružanju pomoći učestvuje država, crkva, mediji i samo velike organizacije poput Crvenog krsta jer se time smanjuje mogućnost zloupotrebe.**
2. **U pružanje pomoći treba da se uključi što više različitih organizacija - postojanje različitih organizacija (nezavisnih fondacija, nevladinih organizacija) doprinosi boljem pokrivanju različitih kategorija problema.**

**Postojanje manjih nezavisnih fondacija i organizacija**, kao i delatnost nevladinog sektora sa jedne strane opaža se kao dobrodošla u pomoći, ali sa druge strane postoji mišljenje da je ovako veliki broj organizacija više štetan nego koristan (kontrola je nemoguća i sa povećanjem broja organizacija koje pružaju pomoć raste mogućnost zloupotrebe).

## **D. ULOGA I ODGOVORNOST GRAĐANA**

- **Uloga građana bi trebala da bude najveća, ali angažman često izostaje.**

Razlog za to je postojanje mnogih problema:

1. **Nemogućnost da se pomogne iz materijalnih razloga** - materijalna nemaština u kojoj se nalazi većina stanovništva je objektivna prepreka
2. **Neostatak svesti o potrebi za ulaganjem u opšte dobro** - nedostatak svesti da je to "moj problem". Davanje pomoći je zanemareno u sadašnjem društvu i ne postoji edukacija stanovništva po tom pitanju (npr. u školama postoje organizovane akcije sakupljanja novina, ali ne i npr. volonterska pomoć starijima).
3. **Birokratske barijere i nedostatak stimulacija od strane državnog aparata** - inicijativa od strane građana je, po mišljenju učesnika, često i zakonski onemogućena («Kako da odem u opštinu i da kažem - ja ću sad da skupljam novac za siromašne?»)
4. **Neobaveštenost o akciji** - izostaje obaveštenost o ugroženim grupama, nedovoljno informacija o akcijama
5. **Nepoverenje i skepticizam usled lošeg prethodnog iskustva**
6. **Rezultati akcija za opšte dobro se ne mogu zaštititi.** - građani su često demoralisani za vlastitu inicijativu, jer nema načina da se sačuvaju efekti akcije - ukoliko je npr. u pitanju uređenje okoline najčešći slučaj jeste da je već posle vrlo kratkog vremena sve biva uništeno.
7. **U opštoj atmosferi nebrige za opšte dobro građanska inicijativa ne nailazi na podršku.** - akcije od opšteg dobra često nailaze i na potpunu nezainteresovanost od strane drugih građana. Mnogo je rašireniji stav nebrige za zajednicu (za okolinu, ljude), nego odnos

čuvanja i održavanja. U takvoj atmosferi svaka građanska inicijativa izgleda smešno i bespotrebno i tumači se kao "zaludan posao".

Problemi koji su takođe iznošeni kada je u pitanju pojedinačna aktivnost samih građana:

1. **često nailaženje na „zatvorena vrata“** - «Htela sam da volontiram u domu za napuštenu decu, ali kada sam otišla tamo nisu me primili jer nisam imala vezu».
2. **osećaj neprijatnosti, nerazumevanja zbog previše male pomoći koju su u stanju da daju** - «Ne mogu ja sad da odem u crveni krst i dam 100 dinara za izbeglice, gledali bi me, u fazonu, sta ih sad gnjavim za 100 dinara».
3. **ne postoji želja za preteranim angažovanjem, i uzurpiranjem vlastitog vremena**

Pojedinačne inicijative građana svode se na odnošenje igračaka u domove za napuštenu decu, pomoć komšijama, prijateljima i rođacima u vidu stvari i usluga, primanje izbeglica i davanje novčanih sredstava za stanovnike Kosova.

## UČESTVOVANJE GRAĐANA U AKCIJAMA

**Akcije u kojima se najčešće učestvuju jesu akcije koje:**

1. **Na prvom mestu zahtevaju najmanji lični angažman**
  2. **Akcije koje su dobro medijski praćene**
  3. **Koje ulivaju poverenje da će pomoć stići u prave ruke**
  4. **Akcije sa dobrom organizacijom**
  5. **Gde se smatra da je pružena pomoć adekvatna.**
- **Najčešće se učestvuje u najjednostavnijim akcijama koje ne zahtevaju preterano vremensko angažovanje i u kojima se ne izdvaja velika suma novca** (slanje SMS porukica, uplaćivanje priznanice koja se dobija uz račun za Infostan).

Po rečima učesnika, bitan je „**prvi impuls**“ - pomoć se daje u trenutku kada čujemo ili vidimo potresne prizore i tada smo spremni na akciju. Ukoliko se odmah ne odreaguje i pored dobre volje pružanje pomoći će verovatno izostati.

Preko slanja SMS poruka takođe se ne daju velike sume novca, tako da se ljudi lakše odlučuju na učestvovanje.

U slučajevima ovakvog više pasivnog učestvovanja satisfakcija često izostaje jer rezultati akcije ostaju nepoznati.

**Zamerke** kod već pomenutih akcija (slanje SMS poruka i uplaćivanje preko računa) odnose se na naplaćivanje dodatnih troškova (naplaćivanje uplatnice, naplaćivanje cene poruke). Ljudi se osećaju prevareno jer organizator dobrotvorne akcije zarađuje na akciji u kojoj se učestvuje iz altruističkih razloga.

- **Takođe se učestvuje u akcijama koje su dobro medijski praćene.**

**Efekat reklame je veoma znaćajan**, kako su naglašavali sami učesnici, a što se može videti i prema akcijama u kojima se najćešće uzima ućešće - u pitanju su velike dobrotvorne akcije, dobro medijski praćene: pomoć za Hilandar, davanje krvi, pomoć za Kosovo, izgradnja hrama, dobrotvorni koncerti, SMS poruke za operaciju dece, maraton (prodaja majica – pomoć deci sa Kosova).

- **Ućestvuje se u akcijama ćiji organizatori ulivaju poverenje.**

Zbog toga se najćešće ne učestvuje u akcijama koje organizuju nevladine organizacije, akcijama manjih verskih zajednica i akcijama koje promovišu politićari.

- **Dobra organizacija, izlaćenje u susret ljudima koji pomoć prućaju** jeste bitna karakteristika akcija i kada su u pitanju robna davanja.

Ućesnici u Novom Sadu su navodili primere organizacija (Klaris) koje imaju svoja vozila i perionice, tako da je potrebno samo nazvati organizaciju koja onda dolazi na kuću donatora i uzima stare stvari, za razliku od Crvenog krsta koji, po rećima ućesnika „ne Źeli da primi stvari koje su stare, neoćišćene i neopeglane“.

- **Adekvatnost prućene pomoći je još jedan factor koji utiće na aktuelno davanje pomoći graćana.**

Ućesnici su takođe navodili sleće konkretne akcije u kojima su uzeli ućešće: sakupljanje starih stvari za izbeglice, primanje izbeglica na smeštaj, dobrovoljno davanje krvi, davanje igraćaka za decu u domovima, ućestvovanje u radnim akcijama.

### **Direktno pojedinaćno davanje ili davanje preko posrednika (organizacije)**

Izraćen su dva stava:

1. **Bolje je davati organizovano, pojedinac veoma malo može da uradi, pojedinaćna pomoć je ćesto previše mala da bi bila primetna.**

**2. Bolje je davati pomoć pojedinačno, jer kada se pomoć daje preko organizacije najčešće najveći deo pomoći završi u pogrešni rukama.**

Pri direktnom davanju postoji sigurnost da pomoć odlazi u potpunosti tamo gde treba, ali su učesnici bili mišljenja da se na taj način stvara osećaj dužnosti kod osobe kojoj je pomoć data. U tom smislu se preferira davanje preko organizacije, ali je onda potrebna povratna informacija o celokupnom toku davanja.

**Glavna motivacija za učestvovanje u dobrotvornim akcijama često dolazi iz želje da se nešto promeni** - da se pomogne bolesnom, da život dece u domu bude bolji, da okolina bude čistija i td. Zato je doživljaj promene i saznanje da je akcija imala rezultat od krucijalne važnosti za dalju motivaciju i učešće u dobrotvornim akcijama.

**Nekolicina učesnika je navelo nešto aktivnije angažovanje u dobrotvornim akcijama:** pravljenje pozorišne predstave za decu iz doma, organizovanje edukativne nastave za gluvo-nemu decu, volonterski rad u školi malih ribolovaca, zaustavljanje širenja besnila u prigradskim oblastima... Angažovan se najčešće sastojao u volonterskom radu. Utisci ovih učesnika bili su znatno pozitivniji i glavna satisfakcija dolazila je iz vidljivih rezultata akcije. Takođe učesnici su naglašavali samo zadovoljstvo rada u dobrotvornim akcijama, dobre međuljudske odnose, rad u grupi čiju dobru atmosferu održava zajenički cilj.

**Samoinicijativno istupanje građana često, međutim nailazi i na različite barijere** - nailaženje na "zatvorena vrata", nedovoljna podrška od strane državnog aparata često je praćena i opštom nezainteresovanošću ili čak podsmehom drugih građana.

Učesnici su navodili neke primere barijera na koje su nailazili. O tome govori npr. slučaj devojke koja je želela da volontira u Domu za napuštenu decu, ali su joj rekli da nije moguće da samostalno dođe i prijavi se, jer primaju samo ljude sa preporukom. Takođe je tipičan primer žene koja je htela da sa stanarima svoje zgrade uredi prostor ispred zgrade i da organizuje susede da u ulici naprave igralište. Opština im je dozvolila uređenje okoline, ali ni na koji način nije pomogla u realizaciji plana. U drugim sličnim slučajevima problem je iskrsavao jer opština ne bi ni dala odobrenje za uređenje lokalne zajenice.

### **Ideje i predlozi za obilke davanja i načine učešća**

Neki od učesnika su pokazali spremnost da učestvuju u akcijama nudeći svoje usluge:

- volonterski rad u domovima za nezbrinutu decu,

- dobrovoljna stručna pomoć - davanje časova, pomoć u školi, organizovanje besplatne nastave kompjutera i stranih jezika
- volonterski zanatski rad u ustanovama u lošem stanju npr. jednom mesečno vodoinstalaterski radovi u bolnici)
- volonterska pomoć starima i bolesnima (odlazak u nabavku, pomoć u kući)

Do sada nisu učestvovali na ovakav način ili zato što nisu čuli za ovu mogućnost ili zato što su posle samoinicijativnog pokušaja nailazili na „zatvorena vrata“ (i za volonterski rad primaju se ljudi po preporuci).

Međutim, većina učesnika je izjavljivala da su uslovi života teški i da ne bi imali vremena za ovakav vid učešća jer se slobodno vreme najčešće koristi za dodatne poslove kako bi se zaradio potreban novac za preživljavanje.

## PITANJE POVERENJA

**Građani su veoma ogorčeni** - po njihovom mišljenju zloupotreba donacija najčešće nije samo izuzetak , već je to najčešći vid funkcionisanja dobrovoljnih davanja.

**Postoji veliko nepoverenje u tokove dobrovoljnih davanja. Smatra se da polovina pomoći ne završi kod onih kojima je bila namenjena. Ovakav stav prouzrokovan je često lošim ličnim iskustvom.**

*„Samo polovina stigne gde treba.“*

**Sumnja u zloupotrebu pomoći je velika.** Smatra se da motivi onih koji pomoć organizuju najčešće nisu altruistični, već se sve radi zarad lične koristi. Ova sumnja ne zaobilazi ni jednu instituciju koja se pojavljuje kao organizator pomoći:

*„U Crvenom krstu prvo uzimaju za sebe ono što im se sviđa, a tek ono što ostane podele sirotinji.“*

*„Humanitarna pomoć koja se dobije iz inostranstva najčešće završi na sivom tržištu. Moj brat je pekar i rekao mi je da mora da nabavi zeleno brašno kako bi mu se isplatilo poslovanje. Kad sam ga pitao šta je to zeleno brašno, rekao je da je to ono što stigne preko humanitarne pomoći, a završi na pijaci po jeftinijoj ceni.“*

*„Ja radim u defektološkoj školi. Često stiže pomoć čiji jedini cilj jeste pranje para. Tako nam je skoro stigla pomoć u vidu stotinu ogledalaca i ruževa za usne za siromašnu slabovidu decu kojoj bi mnogo potrebniji bio par debelih čarapa.“*

*„Kako je moguće da popovi voze skupe džipove ako ne uzimaju od pomoći koja se daje za ugrožene.“*

*„Pre par godina organizovala sam pomoć iz inostranstva preko svoje rođake koja živi u Švajcarskoj. Ona je angažovala svoje prijatelje i zaista smo skupili veliku pomoć – u novcu i medicinskoj opremi za bolnice. Kada je ta pomoć*

*došla prosledili smo je bolnicama, ali te aparate nikad više nismo videli. Mislim da su lekari uzeli te aparate za svoju privatnu praksu. Veoma mi je žao što sam preuzela odgovornost za takvu jednu akciju jer sam se jako osećala krivo posle toga“.*

- **Institucija u koju se ima najviše poverenja kada su u pitanju dobrotvorna davanja jeste crkva.** Iako su neki učesnici iskazivali određene sumnje i u njeno delovanje, smatra se da je u samoj suštini crkve pomoć ljudima.
- Najveće poverenje uliva plaćanje **preko žiro računa** jer je onda jasno određen primalac pomoći.

### **Poverenje/nepoverenje i motivacija za davanje**

Izražena su dva različita stava:

1. **Poenta je u davanju.** Mogućnost zloupotrebe ne treba da spreči ljude da učestvuju u dobrotvornim davanjima, jer uvek jedan deo pomoći stigne do onih kojima je potrebna.
2. **Poenta je u rezultatu.** Nema svrhe učestvovati u dobrovoljnim davanjima kada nismo sigurni da li će donacije završiti u pravi rukama..Samo informacija o učinjenom na osnovu pomoći dovodi do lične satisfakcije onih koji su učestvovali u akciji.

## **E. MISLJENJE O NVO SEKTORU (POVERENJE I OPSTI STAV)**

### **ŠTA JE UOPŠTE NEVLADINA ORGANIZACIJA?**

- **Među građanima pretežno dominira negativan stav prema nevladinim organizacijama.**

Budući da je delovanje nevladinog sektora je u velikoj meri nepoznato (ne znaju se ni imena, a naročito ne ciljevi pojedinačnih NVO), irazeni su sledeći stavovi i mišljenja:

1. **Nevladnih organizacija ima jako puno, a ne postoji nikakva evidencija i kontrola.**

*„Veoma je lako otvoriti nevladinu organizaciju, svako može da dobije dozvolu.“*

*„Rad jedne ovakve organizacije niko ne kontroliše.“*

2. **Veliki deo pomoći biva zloupotrebljen od strane onih koji učestvuju u organizaciji pomoći.**

Postoji izrazita sumnja u tokove novca nevladinog sektora i prepostavka o postojanju zloupotreba.

### 3. Glavni motiv za angažman u okviru nevladinog sektora je lična korist ili politička afirmacija.

*«Cilj svake nevladine organizacije jeste da postane vladina».*

*«Ljudi koji rade u Nевladinim organizacijama imaju plate od 1000 €. Ne mozete pričati o nekom altruizmu, kada je osnovni motiv novac».*

- **Građanima se u medijima servira konfuzna slika o nevladinim organizacijama i njihovo znanje o radu nevladinih organizacija je minimalno.**

Po mišljenju učesnika informacije koje su iz medija plasirane o nevladinim organizacijama su dvojake.

Stav najčešće promovisan u vreme Miloševićevog režima, ali još uvek veoma prisutan jeste da **NVO predstavljaju jednu vrstu širenja stranog uticaja i da rade protiv ciljeva naše zemlje.**

Drugi stav, znatno ređi, jeste da **NV sektor služi kao korektiv državnog sistema i da ovaj sektor igra važnu ulogu u razvoju civilnog društva.**

*“Iz vlasti pričaju da je uloga NVO veoma važna, iz opozicije nešto sasvim drugo. Ja sam zbunjen i ne znam šta da mislim.”*

*“Ja mislim da je taj negativan stav prema NVO potekao iz vremena Miloševićevog režima kada su nam sa svih strana pričali kako su NVO strani plaćenici i špijuni. A tu priču još uvek niko ne osporava javno.”*

*“Nastale su za vreme Miloševića, to je način da strane zemlje vrše uticaj na nas.”*

*“Nemam pojma čime se bave nevladine organizacije, najčešće je u pitanju samo pranje para.”*

*“ Ne znam ništa o nevladinim organizacijama. “*

- **Najveće polemike izaziva finansiranje NVO.**

Sa jedne strane postoji izražena sumnja u njihov “patriotizam” zbog finansiranja iz inostranstva. takođe smatra se da donatori koriste ulaganje u NVO samo da bi se oslobodili poreza ili “oprali pare” i da ih dalja sudbina njihovih donacija ne interesuje.

Takođe, postoje mišljenja da dolazi do velikih zloupotreba od strane ljudi koji rade u NVO. Smatra se da većina NVO postoji samo fiktivno i da osnovni razlog njihovog postojanja nije pomoć za razvoj zajednice i društva već samo lični interesi.

- **Delovanje nevladinih organizacija na polju dobrovoljnih akcija za razvoj društva i zajednice je u potpunosti nepoznato.**

Kao uopšte delovanje NV sektora, tako i njihovo delovanje na polju dobrovrnih akcija ostaje u potpunosti nepoznato. Neki učesnici su bili upoznati sa radom NVO u humanitarnim akcijama (rad u Domovima za napuštenu decu...) ali najčešće preko ličnih poznanstava (preko prijatelja koji radi u NVO).

- **Ne postoji evidencija niti kontrola rada NV sektora.**

Nepoverenje u NV sektor je izazvano i primerima zloupotrebe organizacije, kao i samo fiktivnim postojanjem jenog broja NVO.

Po mišljenju učesnika, evidencijom i selekcijom NVO, kao i kontrolom od strane nekih drugih institucija (medija, države, ili samog NV sektora) moglo bi se povratiti poverenje u ovaj sektor.

- **Od medija se očekuje da daju jasnu, objektivnu sliku o radu NVO.**

Takođe, po mišljenju učesnika, mediji bi trebalo da edukuju narod o ulozi NVO i da prikažu konkretne akcije i rad nevladinih organizacija. Kao što je jedan učesnik izjavio: *“Nemam pozitivan stav o nevladinim organizacijama. Mislim da rade protiv interesa zemlje. Ali evo sada, slušajući druge, u stvari shvatam da ništa ne znam o njima. Možda zato i zazirem od njih. Čovek se najviše boji onog što mu je nepoznato. Zašto nam mediji ne objasne o čemu se tu radi, koje su i dobre i loše strane.”*

## **F. ULOGA MEDIJA**

- **Mediji nisu u dovoljnoj meri uključeni**
- **Očekivanja od medija su velika, ali često neostvorena.**

Uloga medija u dobrotvornim akcijama je velika - mediji mogu pokrenuti veliki broj ljudi na humanitarni rad, reklamiranjem i pozivanjem na akciju, pružanjem informacija.

Međutim izražene su takođe sledeće zamerke medijskom izveštavanju:

1. **mediji ne pružaju dovoljno informacija, ne postoji obaveštenost o ovoj vrsti akcija** - akcije nisu dobro medijski propraćene, dobrotvorne organizacije i njihova delovanja su napoznati,
2. nijedna akcija se ne isprati do kraja, **uvek izostaje informacija o rezultatima akcije** - koliko je pomoći sakupljeno i šta je sa tim sredstvima urađeno.
3. **u domenu praćenja akcija ne postoji istraživačko**, već samo senzacionalističko novinarstvo.
4. **mediji su potpuno nezainteresovani za akcije ove vrste**

## G. ULOGA BIZNIS SEKTORA

- **Po mišljenju građana, oblast dobrotvornog ulaganja i donacija poslovnog sektora je nerazvijena.**

Preduzeća se vide kao primarno i jedino motivisana profitom. Građani su mišljenja da preduzeća ne vide korist u dobrotvornim ulaganjima i zato izostaje njihov angažman.

- **Donacije preduzeća su retke i stihijske.**

Po mišljenju učesnika, u Srbiji ne postoje preduzeća koja imaju strateški plan ulaganja u opšte dobro. Donacije su retke, o dotiranju se uglavnom odlučuje na nivou direktora, a to u šta će se uložiti više zavisi od veza i poznanstava sa rukovodećim osobljem nego od teme i korisnosti same akcije.

- **Građani zameraju da preduzeća učestvuju jedino u akcijama gde će se jasno promovisati sama firma i često sama promocija jeste i jeidni razlog učestvovanja u akciji.**

Građani smatraju da za preduzeća nema drugog motiva do lične promocije i reklame za samo preduzeće. Zato vide ulogu preduzeća u dobrovoljnim davanjima delimično i kao licemernu.

Sa druge strane, neki učesnici su bili mišljenja da je uloga poslovnog sektora važna bez obzira da li je to ujedno i marketinški potez preduzeća i da je svako učešće poslovnog sektora dobrodošlo.

**Po mišljenju učesnika poslovni sektor bi mogao da uzme učešće u svim akcijama koje se odvijaju.** Naročito se očekuje njihovo učešće na polju humanitarnih akcija, edukacije i ulaganja u mlade, zatim ekološkim akcijama.

Preduzeća i firme bi mogle najpre da se uključe na sledeće načine:

1. **edukacijom mladih** ustupanjem svoje opreme i sredstava, kao i stručnog kadra - od ovakve akcije samo preduzeće bi imalo koristi jer ulaganjem u mlade ulaže u svoj budući kadar
2. **humanitarnom pomoći** u vidu dobara koje proizvode
3. **angažovanjem svojih radnika** u razne aktivnosti zajednice

Po mišljenju učesnika, preduzeće bi imalo koristi od učestvovanja u dobrotvornim akcijama: **doživljavanjem preduzeća kao "Dobrog suseda", imidž preduzeća bi se jako podigao**, a time i vrednost samih njihovih proizvoda, kao i lojalnost potrošača prema njima.

- **Stimulacija od strane države ne postoji.**

Većina učesnika je mišljenja da trenutno ne postoji stimulacija donacija poslovnog sektora - ne postoje poreske olakšice za donacije, kao ni utvrđen plan ulaganja. Opšte je mišljenje da bi poreskim i sličnim olakšicama učešće poslovnog sektora u dobrotvornim akcijama zasigurno poraslo.

## **H. POZNAVANJE ZAKONSKOG OKVIRA**

### **POZNAVANJE ZAKONSKIH PROPISA U VEZI SA DOBROTVORNIM DAVANJIMA**

- **Građani veoma slabo poznaju zakone, a zakonski propisi vezani za dobrotvorna davanja su u potpunosti nepoznati.**

Neki učesnici su mišljenja da takvi zakoni i ne postoje, dok su drugi pre bili stava da verovatno postoje, ali nisu u dovoljnoj meri razrađeni tako da nemaju opšte važenje.

- **Pravna podrška inicijative, kao i stimulacija i zaštita rezultata donacija i dobrotvornih akcija bi stvorila pozitivnu atmosferu za ovakva ulaganja.**

Dobro razrađeni zakoni i definisane i jasne procedure dobrotvornih ulaganja, veća kontrola tokova novca, zakonske stimulacije za dobrotvorna davanja, i na kraju restriktivne mere kao zaštita efekata dobrotvornih akcija bi, po mišljenju učesnika, zasigurno dovele do veće inicijative svih sektora, a takođe i do atmosfere podrške ovakvim ulaganjima.

## **I. PODSTICANJE MOTIVACIJE ZA LIČNI ANGAŽMAN U DOBROTVORNIM AKCIJAMA**

Po mišljenju građana, dobrovoljna davanja bi se mogla stimulisati na sledeće načine:

1. informisanost kako o akcijama, tako i o rezultatima akcije
2. stvaranje atmosfere podrške dobrotvornih inicijativa
3. bolja kontrola akcija

## 1. DEJSTVO INFORMACIJE

- **Kao što je već bilo reči informacija se opaža kao najjače motivaciono sredstvo.**

**Izveštavanja o rezultatima akcija u mnogome bi povratila poverenje u dobrotvorna davanja.** Pri tome nije dovoljno samo reći koliko je sredstava sakupljeno, već prikazati konkretne primere - popravljenu bolnicu, izgrađenu školu, život neke porodice Srba na Kosovu posle donacije...

*„Želim da čujem – operisan je, nije operisan. Operacija je bila uspešna i tako dalje. „*

*„Zelim da znam da li su ljudima na Kosovu izgrađene kuće, ili su dobili pomoć u vidu hrane i odeće ili šta se desilo sa tim novcem.“*

*„Nisam verovao u skupljanje novca za operacije. Onda sam video reportažu na B92 da je žena za koju je skupljan novac za operacije uspesno operisana i da je sa decom otisla negde u inostranstvo. Sada mi je žao što nisam i ja učestvovao i sigurno ću učestvovati u sledećoj akciji koju bude sprovela 92-ojka jer im verujem da će novac otići gde treba i da će me izestiti o kraju akcije“.*

**Informacija o rezultatima akcije ispunjava dve jake emotivne potrebe:**

- da se vidi da je novac stigao onome kome je bio namenjen, u **protivnom postoji osećaj izigranosti, prevarenosti**
- da se **oseti lična satisfakcija** – samo davanje pomoći ne znači mnogo, tek **kada se vide pozitivni učinci čovek se oseća dobro i ispunjeno**

## 2. PODRŠKA GRAĐANSKE INICIJATIVE

- **Jedan deo građana je spreman na veću inicijativnost u domenu dobrotvornih davanja ukoliko bi se ovakva inicijativa u društvu više podržavala**

**Pozdravljaju se svi vidovi olakšica zbog dobrotvornih davanja** po ugledu na zakonski sistem u zapadnim zemljama (oslobađanje od poreza). Potrebno je da se zakonskim regulativama pošalje poruka ljudima da se davanje podržava i da je isplativo.

Većina građana bi i dalje učestvovala na način na koji je to i do sada radila - donacijama manjih količina novca i materijalnih dobara. Međutim, jedan deo građana pokazao je interesovanje za učešće u vidu volonterskog rada i aktivizma. Ukoliko bi postojala **pozitivnija društvena atmosfera** prema ovakvim inicijativama inicijativnost građana bi mogla da bude veća.

### 3. KONTROLA AKCIJA

- **Kontrola trenutno ne postoji ili je minimalna.**
- **Dobra kontrola podrazumeva i unutrašnju** (u okviru same organizacije) **i spoljnu kontrolu** (kontrola sa više instance – od strane države, medija ili crkve).
- **Dobra kontrola podrazumeva unapred definisanje sledećih tačaka:**
  - **definisanje tačnog cilja ili ciljne grupe**

*„U crkvi se tačno zna za šta pomoć ide. Postoje odvojeni fondovi za hram, za bogosloviju, za siromašne. Nema razloga da se onda taj novac koristi za nešto drugo.“*
  - **na koji način se pomoć sakuplja, kolika pomoć planira da se skupi, da li postoji kraj akcije,**

*„Nikad nisam čuo informaciju: akcija je gotova. Bilo je potrebno 25000 sakupljeno 28000. Ne želim da se novac vrati ali želim da čujem šta se desilo.“*
  - **određivanje kontrolora akcije.**
- **Kao najefikasniji kontrolor vidi se država – čije delovanje može ići u dva smera:**
  - **postavljanjem zakonskih regulativa** čime će se smanjiti organizovanje humanitarne pomoći „na divlje“
  - **postavljanjem kontrolora toka dobrotvornih davanja** - u vidu tržišne inspekcije, finansijske policije
- **Mediji imaju veliku ulogu u kontroli toka davanja.** Potrebno je iskoristiti potencijal koji mediji imaju, ali koji često nije iskorišćen u tu svrhu – objavljuje se početna informacija, ali nema praćenja rezultata akcija.
- **Kontrola dobrotvornih davanja može se obaviti i uzajamnom kooperativnim delovanjem različitih organizacija.** Dobrotvorne organizacije bi u zajedničkom delovanju mogle biti efikasnije i kontrolisati jedna drugu.

### J. PODRŠKA LOKALNOJ INICIJATIVI

- **“Misli globalno, deluj lokalno.”**

Skoro svi učesnici su bili stava da bi pre učestvovali u akciji na lokalnom nivou (orjentisanu na njihovu lokalnu zajednicu) nego u akciji koja je orjentisana na šire područje, čitavu zemlju.

Navodi se više razloga za takvo stanovište:

1. **Efekti akcije na lokalnom nivou su lako vidljivi** - mogućnost zloupotrebe je znatno smanjena

2. **Lična korist od akcije** - Od akcije će imati koristi ljudi koje poznajemo, do kojih nam je stalo, a naposljetku i sam akter

3. **Manje je vremena potrebno da bi se videli rezultati akcije** - budući da je akcija manjeg obima lakše se izvodi, brže i jednostavnije završava, a rezultat koji je bitna motivaciona snaga ne bi trebalo da izostane

4. **Delovanjem na lokalnom nivou, deluje se posreno i na globalnom**

*“Svako treba prvo da očisti ispred svog dvorišta. Ako to uradim ja, pa moj sused, pa cela ulica i tako redom, imaćemo čist grad, a naposljetku i čistu državu”.*

- **Lokalna inicijativa kod nas nije razvijena.**

Učesnici smatraju da razlozi leže u **nepostojanju svesti građana da je njihova zajednica njihova odgovornost**, ali takođe i u **komplikovanoj birokratskoj proceduri** za ostvarivanje akcija u lokalnoj zajednici.

*„Mislim da ne bi bilo moguće da se mi iz zgrade organizujemo da npr. napravimo igralište.“*

*„Mi u zgradi ne možemo ništa da se dogovorimo. O kakvoj zajedničkoj akciji da pričamo, kad stanari sa desetog sprata bacaju đubre kroz prozor.“*

Manje inicijative (uređenje dvorišta zgrade, stavljanje ograde) je retko i najčešće je ograničeno na samo par stanara koji daju inicijativu i odrade celu akciju.

**Skoro ni jedan učesnik nije znao ni za jednu dobrovoljnu akciju organizovanu u svojoj lokalnoj zajednici.**

*“Želeli smo da napravimo igralište za decu ispred naše zgrade. Skupili smo se, mi stanari iz naše zgrade, iz susene zgrade. Napravili smo projekat, dogovorili se u mesnoj zajednici, a onda smo otišli u opštinu. tamo su nas vodali o jednog šaltera do drugog, dok nam se na kraju nije svima smučilo.”*

- **Inicijativa za unapređenje lokalne zajednice bi trebalo da krene od građana.**

O svojoj lokalnoj zajednici treba da brinu sami građani, to je tipičan stav učesnika. Problemi nastaju jer se građani retko samoinicijativno udružuju, a to se najčešće dešava kada su u pitanju gorući problemi ili neka kritična situacija. Tu se vidi potreba za drugim sektorima. Uloga NVO sektora u pogledu lokalnih akcija se opaža kao značajna (od strane onih koji imaju

pozitivan stav prema ovom sektoru) jer može da pomogne ljudima da se organizuju i da preduzmu lokalnu inicijativu. Takođe mogućnost da se dobije pomoć od poslovnog sektora ili državnih institucija (opštine, skupštine grada) motivislo bi ljude na veći angažman.

Evo nekih od predloga akcija koje su učesnici smatrali potrebnim u svojim lokalnim zajednicama:

1. Izgradnja Doma zdravlja, otvaranje ambulante, sređivanje bolnica
2. Smanjenje zagađenja preko uvođenja centralnog grejanja
3. Obezbeđivanje prostorije gde se mogu sakupljati građani lokalne zajednice radi dogovora, ali i radi organizovanja klubskih aktivnosti
4. Obezbeđivanje kosih prelaza za žene sa kolicima i hendikepirana lica
5. Izgradnja košarkaškog igrališta
6. Otvaranje pijace
7. Sređivanje ulica (asfaltiranje, pravljenje parking prostora i uklanjanje automobila sa trotoara)
8. Pravljenje psihološkog savetovališta
9. Organizovanje pomoći starima i bolesnima na lokalnom nivou (u vidu volonterskog rada, pomoći u kućnim aktivnostima, u nabavci osnovnih namirnica i lekova)
10. Sređivanje prilaza zgradi, uređenje dvorišta, uvođenje čuvara

Kao što se može primetiti oblasti delovanja za koje su građani zainteresovani su mahom ekološke akcije, akcije uređenja naselja, humanitarne akcije pomoći ugroženima, uključivanje građana u procese donošenja odluka u zajednici, pomoć u oblasti zdravstva.

Još jedna oblast se javlja kao značajna ali se tu vidi glavna uloga poslovnog sektora - **oblast zapošljavanja**.

### **Uloga poslovnog sektora**

- **Poslovni sektor trebalo bi da igra veoma značajnu ulogu.**

Uloga poslovnog sektora se doživljava kao značajna kada je u pitanju lokalna zajednica i šta više veza se čini sasvim logična: mnogo je "normalnije" da preduzeće ulaže u zajednicu u kojoj samo posluje i gde će takve akcije doprineti boljem imidžu među stanovnicima nego učestvovanje u akcijama koje su orjentisane na šire oblasti. Lokalna akcija će sa jedne strane dovesti do većeg zadovoljstva samih zaposlenih, a sa druge strane do veće vrednosti samih proizvoda date firme kod lokalnih potrošača.

### **Uloga medija**

- **Od medija se očekuje podrška lokalnoj inicijativi naročito kada su u pitanju lokalni mediji.**

Lokalni mediji prate dešavanja na lokalnom nivou u vidu izveštavanja i kratkih reportaža. Njihova uloga može biti još i veća, po mišljenju učesnika, jer mediji mogu biti i inicijatori lokalne akcije - mogu organizovati građane i pozivati ih na angažman.

- **Veće angažovanje lokalnih medija dovodi do pozitivnog imidža u lokalnoj sredini**

Učesnici su bili mišljenja bi se angažovanost lokalnih medija odrazila pozitivno na njihov imidž. Učesnici u Nišu su navodili pozitivan primer TV5 koja prati lokalnu inicijativu građana, i koju zbog toga ljudi doživljavaju prisnije, kao "svoju stanicu" koju mogu da nazovu i pozovu u pomoć.

*"Rajfajzen banka je napravila igrište za decu u parku. Onda su došli vandali i sve uništili. Sad to stoji tako i nikog nije briga. A deca se igraju iako više ni te ljuljaške ni ostale sprave nisu bezbedne. Mislio sam već više puta da pozovem TV5 da naprave reportažu o tom parku. Možda bi to prizvalo neke donatore da srede taj park, ali ponovo ostaje problem kako bi se to dalje čuvalo."*

- **Lokalna akcija može biti interesantna i za velike medijske kuće.**

Po mišljenju učesnika lokalna akcija može postati interesantna za velike medije kada ima opšti značaj za društvo, kada je originalna i zanimljiva, kada je aktuelna.

- **Veliki mediji mogu imati veliku ulogu u širenju ideje lokalne inicijative.**

Pravljenjem zanimljivih reportaža ili kratkih emisija o lokalnim akcijama veliki mediji mogu dati primer i stanovništvu u drugim zajednicama za delovanje na lokalnom nivou. Osnovno je kod takvog reportiranja da prilog bude interesantan ("da ima neki štos, da po nečemu bude neobičan"), ispričan na zanimljiv način. Uloga medija bi u tom slučaju bila edukativna. Reportaže o lokalnoj inicijativi bi mogle i pozitivno uticati na imidž stanice: ostavljala bi utisak ozbiljne medijske kuće koja želi da unosi pozitivne promene u društvo.