

# Uspešno planiranje i vođenje kampanja javnog zagovaravanja u oblasti zaštite životne sredine

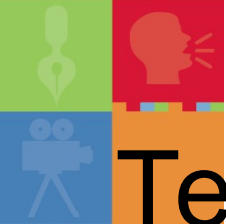
*Subotica, 20. - 21. maj 2014.*

energytransport&naturalresources



[www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs)





# Terminologija

- Zagovaranje
- Defensa publica
- Zastupanje
- Uticanje
- Incidencia
- Advocacy
- Zalaganje
- Lobiranje

ad-voc-acy - davati glas nekome



# ŠTA JE JAVNO ZAGOVARANJE?

- U grupama identifikujte što je više moguće, elemenata, pojava oblika, spoljašnjih manifestacija javnog zastupanja...
- Vreme: 3 minuta



# Javno zagovaranje

- Niz **planiranih** aktivnosti
- Uticaj na **donosioca odluka**
- Podrška specifičnoj političkoj **temi**
- Podsticanje javnog mnjenja na **aktivno delovanje**
- Usmeravanje pažnje zajednice na neku važnu **temu/problem** a onda i
- Usmeravanje donosioca odluka na odabir **dobrog rešenja**



# Javno zagovaranje

- Aktivnost **zasnovana na ljudima i vođena od strane ljudi** - pomaže im da uvide svoju moć;
- Zasnovano je na **vrednostima** (borba za ispravnu stvar);
- Teži **preoblikovanju moći**;
- Povezano je sa **politikom**;
- Nastoji da prepozna, ohrabri i **uključi sve** koji podržavaju ideju JZ;



# ŠTA JE JAVNO ZAGOVARANJE?

**SET CILJANIH AKCIJA**

**USMERENIH PREMA**

**DONOSIOCIMA ODLUKA**

energytransport&naturalresources



[www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs)





# Javno zagovaranje – definicija

- Javno zagovaranje je **organizovan** politički proces vodjen od strane ljudi a kroz koji obični građani, posebno nepovlašćeni i marginalizovani, shvataju svoja **prava i moć** i koriste ih kako bi uspešno i jednako učestvovali u **procesu donošenja odluka** na svim nivoima sa namerom da uvedu **systemsku jednakost i pravdu** i pozitivno utiču na kvalitet života ljudi

*Nader Tadros, People's Advocacy*



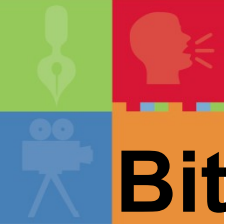
## Javno zagovaranje – definicija

Javno zagovaranje je **govoriti glasno**, privlačiti pažnju zajednice prema **važnom pitanju** i usmeravanje donosioca odluka prema **rešenju**.

Javno zagovaranje je rad sa drugim ljudima i organizacijama na promenama» CEDPA, Cairo, Beijing and Beyond: A Handbook on Advocacy for Women Leaders

Javno zagovaranje se definiše kao **promocija** neke **ideje** ili uticanje na politiku, finansijske tokove i druge politički određene aktivnosti» - *Advocates for Youth, Advocacy 101*





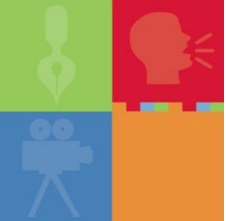
# Bitno je poznavati...

- **Zakonski okvir**
- **Strukturu sistema-** sastav vlade, ministarstava, regionalnih institucija, lokalne samouprave...
- **Funkcije sistema-** ko ima kakve nadležnosti i obaveze i kako se odluke pišu/odobravaju/usvajaju
- **Prirodu sistema-** pored formalnih aspekata, postoje neformalni procesi, koji na pojedinim nivoima vlasti, utiču na odlučivanje
- **Uticaj i interese** pojedinaca



# Ključne reči za javno zastupanje

- **Proces**
- Određen vremenski **period**
- **Strategija** / planiranje
- Aktivnosti usmerene na **donosiocce odluka** (vlast, poslovne strukture, institucije)
- **Promena** politike, zakona, propisa, programa, finansiranja, budžeta...
- Odnosi **moći** / politika
- **Baza podrška** - građani



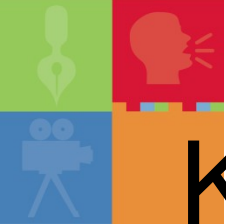
# Javno zagovaranje i srodni koncepti

energytransport&naturalresources



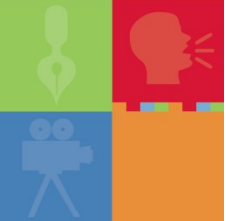
[www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs)





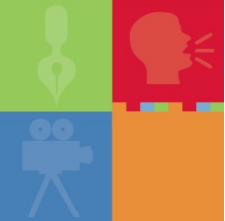
# Kakve kampanje razlikujemo?

- Marketinške
- Informativno/obrazovne
- Humanitarne/mobilizacijske
- Javno zagovaranje



# Definišite

- prepoznajte kampanju i definišite aktere, ciljne javnosti i ishode (zadatke).
  - informativna
  - marketinška
  - mobilizacija zajednice
  - javno zagovaranje



# JAVNO ZASTUPANJE I SLIČNI KONCEPTI

*koncept*    *ciljana publika*    *zadaci*    *merenje uspeha*

**kampanja  
za podizanje  
vidljivosti**

građani i  
građanke

promena  
ponašanja

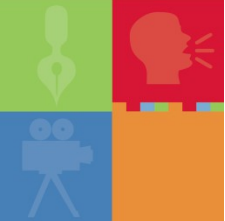
- fokus grupe  
- statistike  
- indikatori

procesa

**humanitarna  
akcija**

empatični    saniranje    koliko  
sa onima    problema    smo sredstava  
za koje    ugrožene    prikupili

sakupljamo



# JAVNO ZASTUPANJE I SLIČNI KONCEPTI

*koncept ciljana zadaci merenje  
publika uspeha*

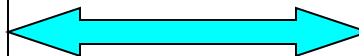
**javno** javne promena prihvatanje  
**zastupanje** institucije politike, nove ili  
i oni koji programa, prihvatljivije  
donose alokacija politike ili  
odluke javnih programa,  
i kreiraju resursa % namenjenih  
politiku resursa,  
nova stavka u

budžetu

# ISHODI JAVNOG ZAGOVARANJA

## Demokratska promena

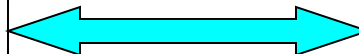
Građani su svesni svoje moći i koriste je da bi uspešno učestvovali u procesima donošenja odluka



## Institucionalna promena

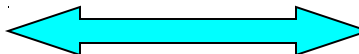
Proces donošenja odluka se menja radi većeg:

- Učešća građana
- Jasnoće
- Odgovornosti



## Promena politike

Problem se rešava menjanjem zakona, kreiranjem određenog vida politike, izdavanjem uredbi itd.



Jako građansko društvo





# PRAVA VS POTREBE:

- *Prava* → *obaveze*
- *Potrebe* → *nema obaveze da se ispune*
- JZ se zasniva na pristupu na **pravima** a ne na potrebama
- Polazi od činjenice da ljudi imaju prava i da su ta prava **ostvariva** u praksi



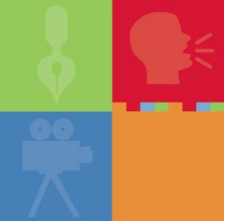
# Pristup zasnovan na POTREBAMA:

- decenijama preovlađivao na polju socijalne pravde
- Puno mana
  - Očuvanje slike siromašnih
  - Nema obaveza političara
  - Radimo samo kada imamo raspoloživa sredstva
  - Interevencije na mikro nivou
  - Odvrćanje ljudi da učestvuju
- Pravo na razvoj – ljudsko pravo (UN Deklaracija o pravu na razvoj/rezolucija 41/128 od 4. decembra 1986.)



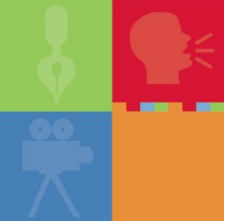
# Principi pristupa zasnovanog na PRAVIMA

- Univerzalnost
- Nediskriminacija i jednakost
- Nedeljivost
- Međusobna zavisnost
- Učešće
- Vladavina prava
- Odgovornost



# Vežba:

Problem /pitanje kojim želite da se bavite	O kom je pravu reč?	Ko su nosioci prava?	Ko su nosioci dužnosti?



# MOĆ vs. NEMOĆ



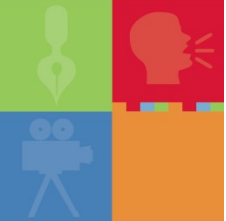
© 2011 Greenpeace Srbija. Svi prava su zadržana. Ovo je dokument koji se koristi u okviru projekta Zelena Akcija.

energytransportandnaturalresources



[www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs)





# Lična iskustva

- Kada ste se osećali moćno, a kada bespomoćno?
- Nacrtati događaje.
- 10 minuta priprema i 1 minut izlaganje



# DEMISTIFIKACIJA POLITIKE I MOĆI

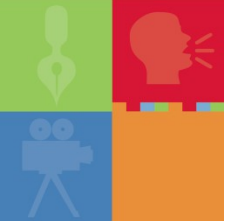
- Politička moć
- Autoritet
- Vidimo je kako država želi
- Ona dolazi od ljudi i relativna je
- Poslušnost



# ISPOLJAVANJE MOĆI

- Moć nad nekim (opresivna moć/represija)
- Alternativna moć
  - Moć da (uradim nešto)
  - Moć sa (udruživanje)
  - Unutrašnja moć





# Identifikacija moći

- Vidljiva
- Sktivena
- Nevidljiva



# Strategije javnog zastupanja

- Osnovna strategija: izgradnja kritične mase potrebne za promenu
- Obrazovne strategije
- Strategije saradnje
- Strategije ubeđivanja
- Pilot ili model programi
- Strategije sudskih sporova
- Strategije konfrontacije



# 9 ključnih koraka u strateškom razmišljanju

- Šta želimo? (CILJEVI)
- Ko nam može pomoći? (KLJUČNI IGRAČI)
- Šta treba da čuju? (PORUKA)
- Od koga treba da čuju? (IZASLANICI)
- Kako možemo da ih nateramo da čuju? (PRENOS)
- Šta imamo? (RESURSI)
- Šta treba da razvijemo? (NEDOSTACI)
- Kako počinjemo? (PRVI KORACI)
- Kako znamo da li deluje? (PROCENA)



# ANALITIČKI TROUGAO

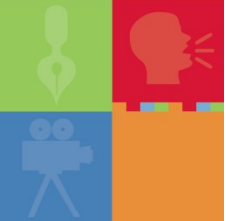
## SADRŽAJ:

odnosi se na ustav,  
zakone, političke  
pravce, budžet...

## STRUKTURA-PRIMENA:

odnosi se na procese i  
državne institucije koje  
sprovode zakon i politiku:  
sudstvo, policija,  
ministarstva...

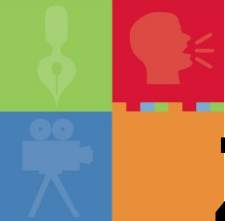
**KULTURA** se bavi  
zajedničkim vrednostima,  
stavovima, ponašanjem,  
nivoom svesti o zakonima  
i vladi, istorijom, osećajem  
za prava....



# Zelena stolica

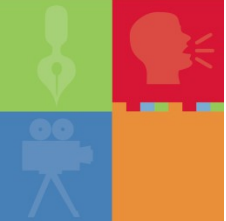
- Osnovana aprila 2013 u odboru za zaštitu životne sredine u NSRS
- Počela sa radom u junu 2013 godine
- do sada 9 sednica
- princip dobrovoljnosti – 39 OCD
- princip rotacije
- najveći uspeh usvajanje "Polaznih osnova"





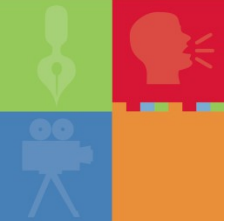
# Zelena poslanička grupa

- prvo tematsko međupartijsko okupljanje poslanika/ca
- Veća vidljivost i fokus na teme
- Saradnja sa OCD i pokretanje dijaloga
- Regionalna saradnja



# Aktivnosti

- animiranje poslanika i poslanica
- formiranje grupe i njena promocija
- seminari
- Okrugli sto sa OCD
- Otvorena vrata
- web sajt [www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs) i društvene mreže
- sastanci sa međunarodnim organizacijama

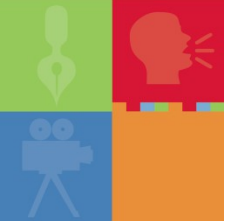


# IZGRADNJA BAZE

## Mapa/karta moći

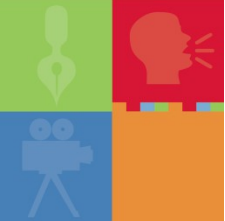
- Oni koji nas podržavaju
- Neutralni
- Protivnici





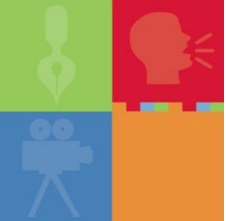
# Glavni učesnici u zagovaranju

- **Baza, birači** (Constituency-Nader)
  - Na koju utiče problem
  - Kojih se tiče problem
- **Saveznici** (ograničena podrška)
- **Ciljne javnosti** (decision – taker/decision maker)
  - Osnovni cilj
  - Podrška
  - Kanali pristupa
- **Protivnici**
- **Neutralni** (šetači pored ograde)



# MREŽE I KOALICIJE

- na osnovu svog dosadašnjeg iskustva navedite razloge za i protiv umrežavanja

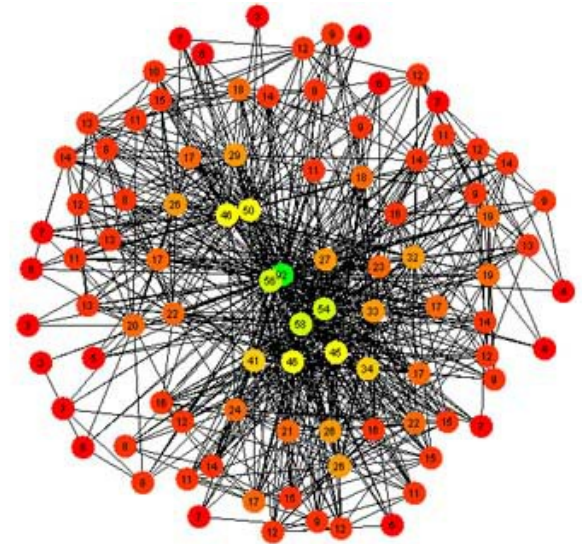


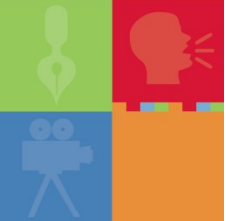
# Mreže i koalicije

- Bogata terminologija: mreže, koalicije, savezi, alijanse...
- Mreže za javno zastupanje su grupe organizacija i pojedinaca koji zajedno rade na postizanju promena u javnoj politici, propisima ili programima u određenoj oblasti ili po određenom pitanju
- Mreže su korisne i dobre ako na najefikasniji način koriste snage i mogućnosti svakog člana ponaosob
- Neko je jednom rekao: *ako je svima dobro u koaliciji onda to nije dobra koalicija*

# Prednosti mreže

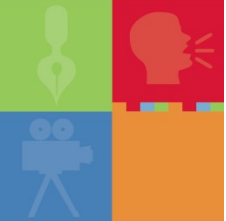
- Uvek ste u toku, imate aktuelne informacije
- Imate publiku za vaše ideje
- Imate podršku za vaše aktivnosti
- Mreže omogućavaju pristup različitim resursima i veštinama
- Udružuju se ograničeni resursi za postizanje zajedničkih ciljeva
- Postižu rezultate koje pojedinačne organizacije ili pojedinci ne mogu – „moć brojeva“ (*power of numbers*)
- Privlače druge mreže
- Šire bazu podrške





# Još vežbi za umrežavanje

- Koje sve uloge moraju da postoje da bi koalicija/mreža bila uspešna?
- **POPIS ODLUKA/RESURSA:** O čemu sve treba voditi računa prilikom iniciranja mreže, na prvom sastanku i posle osnivanja mreže



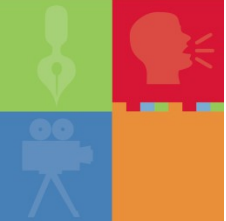
# Poruka

energytransport&naturalresources



[www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs)

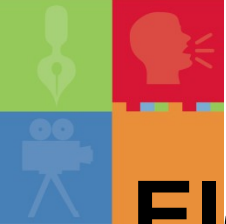




# Poruka

Uspešne poruke su jasne, kratke, i skrojene prema poziciji ciljane publike.

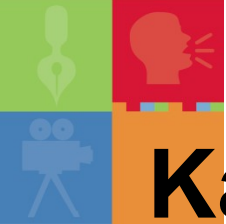
Važno je prenositi konzistentnu poruku koristeći višestruke kanale komunikacije u datom periodu vremena.



# Elementi poruke:

- **Sadržaj;**
- Jezik (stil);
- **Format;**
- Pošiljalac (izvor);
- **Vreme i mesto.**





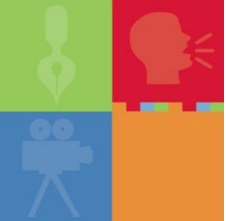
# Karakteristike poruke:

- **Jasna**
- **Kratka**
- **Jedinstvena**
- **Istinita**
- **Bitna**
- **Emotivna**
- **Dosledna**



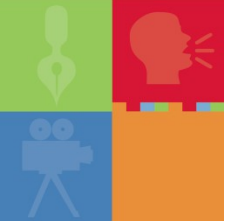
# Principi prenošenja poruke od jednog minuta:

- IZJAVA
- DOKAZ
- PRIMER
- *poziv na akciju!*



# Vežba

Na svadbi ste sreli osobu sa kojom dugo pokušavate da stupite u kontakt. Imate jedan minut da je zainteresujete toliko da Vam zakaže sastanak.



# Kanali komunikacije

Postoje mnogobrojne opcije za prenošenje poruke.

Uvek treba da imamo u vidu publiku, vreme, troškove, i druge faktore kada biramo format poruke.



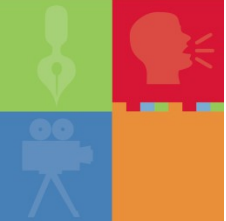
# Kanali komunikacije

- Lični dopisi (pismo, fax, kurir...)
- WEB, e-mail
- Lični kontakt (sastanci, formalni/neformalni, slučajni...)
- Elektronski mediji (gostovanje u emisijama, TV spot, radio džingl, kajron...)
- Štampana sredstva (brošura, flajer, plakat, bilbord...)
- Skupovi (tribine, građanska neposlušnost, mitinzi...)
- Organizovane akcije/Flashmob
- Lobiranje



# Moguće vrste sastanaka

- Javna sednica
- Javna skupština
- Diskusioni forumi
- Brifing/pitanje i odgovor
- Tribina – Orkugli sto
- Velika grupa - mala grupa
- Radionica
- Otvorena vrata
- "Kafenisanje"
- world caffee



# Kriterijum za izbor

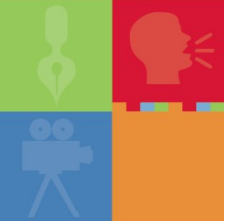
- Razlog sastanka
- Očekivani broj učesnika
- Nivo interakcije
- Kredibilitet vaše organizacije u odnosu na "temu"



# zakazani sastanak

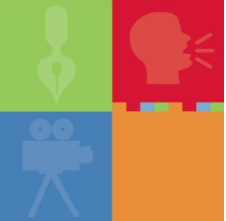
- Običan čovek korisnik usluga/NVO
- Jasan zadatak koji ta osoba treba da uradi (npr. Na sledećem sastanku odbora tražimo da postavite to i to pitanje)
- Napismeno dostavljamo maksimum dve strane dupli prored
- Ne odmah pretiti, pokušati nešto drugo ^^
- Pismo zahvalnosti (drago nam je što ste nas primili bez obzira što se nismo oko svega složili)





# Hvala Vam što podržavate zaštitu životne sredine

*"Planetu Zemlju nismo  
nasledeili od svojih predaka  
već smo je pozajmili od naše  
dece"*



# povežimo se

- Twitter @milosdjajic
- Mob +381 63 578361
- [milos.djajic@cmv.org.rs](mailto:milos.djajic@cmv.org.rs)
- FB Milos Djajic

energytransport&naturalresources



[www.zelenidijalog.rs](http://www.zelenidijalog.rs)

