

BOSPO

JAVNO ZAGOVARANJE





British Embassy
Department for
International Development



**The EU Micro-
projects Programme**

Zahvaljujemo se Britanskoj ambasadi i Europskoj Uniji što su svojom donacijom omogućile štampanje ove knjige.

BOSPO

Autori: Slavica Bradvić

(*poglavlja 1-9*)

Damir Alić

(*poglavlja 10-12*)

Lektor: Dr. Nedžad Ibrahimović

Izdavač: BOSPO Tuzla

Tiraž: 2.500 primjeraka

Štampa: INFOGRAF doo, Tuzla

Dijeli se besplatno.

juni, 2001. g.

S. Bradvić

D. Alić

JAVNO ZAGOVARANJE

BOSPO, Tuzla, BH

Sadržaj

PRVI DIO

(Autor: Slavica Bradvić)

ŠTA JE JAVNO ZAGOVARANJE?	11
ELEMENTI I DINAMIKA PROCESA JAVNOG ZAGOVARANJA	16
CIVILNO DRUŠTVO	23
TEMELJI STRATEGIJE JAVNOG ZAGOVARANJA	26
KAKO STVORITI I KORISTITI BAZE PODATAKA?	35
PODIZANJE JAVNE SVIJESTI O PITANJIMA KOJA ZAGOVARATE	40
MEDIJI	48
UMREŽAVANJE I KOALICIJE	56
NEKI PRAKTIČNI SLUČAJEVI GRAĐANSKOG ZAGOVARANJA U BIH	62

DRUGI DIO

(Autor: Damir Alić)

ORGANIZACIJA I NADLEŽNOSTI DRŽAVNE VLASTI	72
PROCEDURE IZMJENA I DONOŠENJA ZAKONA	87
OBLICI UČEŠĆA GRAĐANA U LOKALNOJ SAMOUPRAVI I NADLEŽNOSTI INSTITUCIJA LOKALNE SAMOUPRAVE	94

Uvod

*“Razuman čovjek prilagođava se svijetu;
nerazuman nastoji prilagoditi svijet sebi.
Ispada da svjetski progres ovisi o nerazumnim ljudima.”
George Bernard Shaw (Čovjek i supermen)*

*Može li se reći isto za one koji pokušavaju promijeniti stavove,
zakone, politiku?*

Širom svijeta već desetljećima se promoviraju ciljevi socijalne pravde i samoodrživog razvoja te postoji stalna želja i potreba građana da djeluju i učestvuju u stvaranju politike koja ih se direktno tiče. Odnedavno su istraživači, menadžeri, aktivisti i radnici u nevladinih sektorima, kao i ostale grupe zabrinutih građana, shvatili da je neophodno da zastupaju interes ljudi s kojima rade i koji imaju relativno mala znanja o ovim pitanjima.

Tako je posljedično nastala i potreba da se oni koji su zabrinuti za društvena zbivanja poduče zagovaranju i nauče nešto više o oprobanim načinima njegovih metoda. Šta znači promijeniti moć? Kako se to radi? I šta znači biti dobar “zagovarač”? Šta je to što zagovarači znaju, a ostali ne znaju? Kako se uči zagovarati? Kako se mijenja državna politika i na koji način se stvara okruženje koje incira promjene? Ovo su samo neka od pitanja koja traže odgovore. Stoga je zadatak ovoga priručnika da skine misteriju sa pojma zagovaranja i da pomogne ljudima da postanu uspješni zagovarači. Već postojeći i utemeljeni koncepti i pristupi zagovaranja su posuđeni, prilagođeni i reintegrirani iz literature koja je pomenuta na kraju priručnika.

Razvoj vještina javnog zagovaranja oduzet će vam vremena i truda. Trebat će vam i hrabrosti da stanete pred predstavnike vlasti, velike grupe ljudi ili televizijske kamere. Bez obzira da li radite na poslovima koji uključuju zagovaranje, bez obzira da li ste nastavnik, roditelj, humanitarni radnik ili zabrinuti građanin, ukoliko želite bolje i više, a spremni ste boriti se za socijalnu pravdu, razvijeno društvo i različite zajednice unutar njega, ako vjerujete u ljudske vrijednosti i ako imate viziju da poboljšate zajedničku budućnost, onda je ovaj priručnik pisan za vas. Stoga se nadam da će pomoći potencijalnim zagovaračima da pokrenu svoj rad na zagovaranju tema od općeg društvenog interesa.

Postoji čitav spektar tehnika zagovaranja društvenih tema i vi ćete odlučiti koji je najbolji način djelovanja za vašu grupu i vaše probleme. Slijedeći osnovne smjernice date u ovom priručniku, možete naučiti više o osnovnim metodama zagovorništva a potom i sami razvijati vlastite ideje i načine zagovaranja.

Ukoliko želite promjene, odlučite se za javno zagovaranje!

Slavica Bradvić

PRVI DIO

*“Vrijeme kada je potrebno da nešto uradite
jeste upravo ono vrijeme kada niko drugi to ne želi uraditi,
kada ljudi govore da se to uopće ne može uraditi.”*

Will Durant

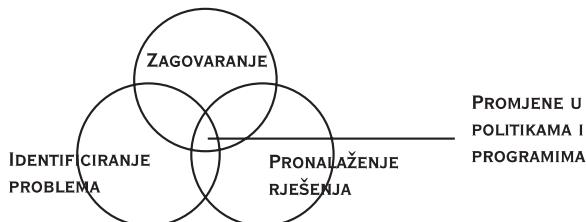
ŠTA JE JAVNO ZAGOVARANJE?

Bosna i Hercegovina je zemlja kojoj su društvene promjene neophodne. Stvoreni su novi sistemi vlasti i nove organizacije a građanima se sada pruža mogućnost i da se uključe u procese donošenja odluka koje utječu na njihove živote. U momentu kada su društvu hitno potrebne promjene, otvara se važno mjesto za zagovaranje. Mnoge neformalne i formalno organizirane grupe građana rade na poboljšanju kvaliteta života u zajednici u kojoj žive. Nevladine organizacije zagovaraju interes javnosti i stvaraju trajne društvene promjene, bez obzira da li je cilj poboljšanje životnih uvjeta za ljudi s niskim primanjima, sprečavanje zagađenja okoliša, stvaranje jednakih mogućnosti za žene, izgradnja boljeg školskog sistema ili davanje riječi obespravljenim grupama u društvu.

Dakle, neovisno o tome da li želite promijeniti odredbe zakona koji (ne)tretira određene društvene probleme, uzeti učešća u stvaranju urbanističkog i prostornog plana za uređenje vaše životne okoline ili promijeniti školski plan i program, javno zagovaranje vam može pomoći da ostvarite svoje ciljeve.

Istraživanja pokazuju da su neophodne tri stvari da bi se promijenila politika, stavovi i programi: prepoznavanje problema, pronalaženje rješenja i zagovaranje.

Dok se definiranje problema i istraživanje alternativa već dugo koriste za promoviranje promjena, potreba za sistematskim akcijama zagovaranja bila je zanemarivana. Dijagram pokazuje da je proces zagovaranja ključan za stvaranje promjena u politikama i programima.



Iz ovoga se može izvući i jedna od definicija zagovaranja: javno zagovaranje je društveni proces čija je svrha postizanje društvenih promjena. Ono počinje od male grupe ljudi koji dijele zabrinutosti oko određenog problema i spremni su posvetiti vrijeme, svoju stručnost i raspoložive resurse da bi došli do željene promjene. Sastoji se od niza aktivnosti koje se preduzimaju s ciljem mijenjanja politike, prakse i stavova. Ove promjene se mogu odnositi na zakonodavstvo, državnu strategiju ili čak direktno i na vas.

Iz ovoga proizlazi da "zagovarati" znači govoriti u nečije ime kako bi se prevazišli zajednički i opći društveni problemi.

Javno zagovaranje se sastoji od usmjerenih i organiziranih akcija koje koriste demokratske instrumente (izbore, mobilizaciju masa, građanske akcije: građansku neposlušnost, lobiranje, pregovore, pogodbe i sudske akcije) - da bi napravile i sprovele zakone tj. politike koje će kreirati pošteno i pravično društvo. Zagovaranje je temeljni i stalni proces svakoga otvorenog i demokratskog društva. Proces zagovaranja je usko povezan s ljudskim pravima i bazira se na prepostavci da su u konkretnom društvu ispunjena temeljna ljudska prava kao što su sloboda govora i udruživanja. Osim toga, zagovaranje zahtijeva da ljudska prava određenih kategorija ili cijelog stanovništva budu poštovana i ispunjena.

U širem smislu, zagovaranje okuplja grupe i individue koji žele utjecati na kreiranje, stvaranje i promjenu politika i ponašanja institucija koje nad njima imaju moć. U isto vrijeme, zagovaranje je fundamentalan i dugotrajan proces u okviru demokratskih društava unutar kojega grupe građana imaju pravo da utječu na političke institucije. Učesnici kampanje trebaju imati jasnu predstavu o tome čije interese brane, odnosno ko su osobe koje imaju koristi od njihovog zagovaranja.

S učešćem ljudi u organiziranim akcijama koje uključuju nevladine organizacije (NGO/NVO), medije i javne institucije nadležne za donošenje odluka, demokratski procesi postaju sve jači. Na ovaj način građani kreiraju i realiziraju svoja prava da mijenjaju društvo tako što će mijenjati institucije koje ga kontroliraju. Proces zagovaranja uključuje i obuku i edukaciju učesnika i njihovih lidera o pitanju koje se zagovara, kao i o metodama lobiranja i vještinama rukovođenja.

Javno zagovaranje ima za cilj da promijeni društvo i pozicije moći, da promijeni mentalitet, odnosno, način razmišljanja. Zagovaranje je oruđe kojim utječemo na ljude, mijenjamo njihov pogled na određene situacije i stvaramo međusobno razumijevanje. Ono, također, ostavlja mogućnosti za alternative i seže mnogo dalje od skučenih interesa pojedinaca ili grupa.

Misija javnog zagovaranja je stvaranje pravednijeg i poštenijeg društva. Društvo će biti pravednije kada i interesi marginaliziranih grupa kao što su, naprimjer, ljudi sa slabom ekonomskom moći (i još slabijim političkim utjecajem), budu ravnopravnije i poštenije tretirani i zastupani. Traženje i stvaranje promjena unutar nekoga društva nije samo uvjet njegovog daljnog prosperiteta već i njegovog opstanka.

Javno zagovaranje je i akcija usmjerenja ka promjeni politika, pozicija ili programa unutar bilo kojeg tipa institucije - od neprofitnog sektora, ministarstava, parlamenta, do međunarodnih organizacija. Također je i akcija usmjerenja ka promjeni u pravcu kreiranja otvorenijih struktura i procedura unutar konkretnе zajednice.

Oni koji se bave javnim zagovaranjem trebaju artikulirati i razumjeti sam pojam, ali ujedno i prihvati stav kako su modifikacije definicije potrebne, prihvatljive i logične. Svako od ponuđenih tumačenja još uvjek je samo radna definicija javnog zagovaranja koja se, nakon svakog novog slučaja provedenog u praksi, može nadopunjavati i djelomično preoblikovati.

Javno zagovaranje traži požrtvovanost, strpljenje, uključenost, a često zahtijeva i stopostotno davanje, timski rad, komunikaciju i otvorenost! Budite pripremljeni da uložite puno energije, a da zauzvrat dobijete vrlo malo. Razumijevanje i priznavanje tema od strane javnosti koje zagovarate neće se desiti preko noći.

Kao zagovarač, morate biti jako dobro upoznati s procesom donošenja odluka na koje nastojite utjecati. Što više znate o samom procesu, imate više moći da na njega utječete. Važno je znati formalna pravila i procedure donošenja odluka. Korištenje formalnog procesa ima nekoliko važnih prednosti. Promjena do koje je došlo je "službena" i prema tome vjerovatno trajnija. Proces donošenja odluka o vašem i sličnim pitanjima će vjerovatno biti otvoreniji za učešće, ideje i prijedloge u budućnosti, zahvaljujući vašim naporima. Ipak, ukoliko formalni proces zakaže, važno je znati da se ista promjena može ostvariti na različitim nivoima. Uvijek možete pokušati s mnogo neformalnijim praksama "iza scene" ili čak tražiti alternativni proces.

Dobar rad na zagovaranju tema od društvenog interesa također leži i na osnovama vještina komunikacije i pregovaranja. Ovo su vještine koje se uče i mogu se poboljšati kroz praksu i strpljenje.

Ključ dobrog zagovorništva leži u sposobnosti da se tačno izraze interesi i mišljenja onih u čije ime vršimo zagovaranje. Ovo je prije svega važno iz etičkih razloga jer, u svakom slučaju, ne želite iskriviti njihove interese i gledišta. Drugo, kada se nađete u situaciji da ljudi dovode u pitanje vaše pravo da govorite u ime nekoga, vaša legitimnost se odražava u činjenici da vaše znanje dolazi iz iskustva i mišljenja onih koje zastupate.

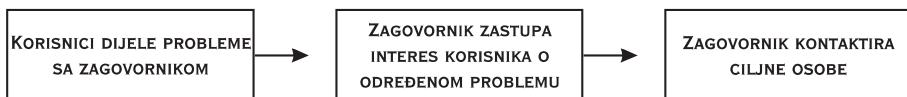
Osiguranje etičnosti i legitimnosti, koje su osnovni principi zagovaranja ponekad nije lak zadatak. Iscrpno istraživanje, temeljite konsultacije i pažljivo planiranje poruka koje želite prenijeti javnosti, a u dogовору sa onima koje zastupate, garant je da će njihovi interesi biti zastupani na pravi način.

Važno je zapamtiti da je rad na zagovaranju proces, često dugotrajan. Taj proces će se nastavljati sve dok ne postignemo svoje ciljeve.

Tri komponente zagovaranja

Zastupanje

Zagovornik tradicionalno nastoji da čuje gledišta osoba koje su ugrožene nekim društvenim pitanjem. On dalje može da izražava interes i zahtjeve tih osoba, pri čemu zapravo zastupa njihove interese. Ova uloga se obično preuzima kada zastupane osobe nisu same u situaciji da zagovaraju svoje interese (udaljenost, nesigurnost, jezička barijera) ili kada veći broj ljudi želi da prenese određenu poruku, te biraju glasnogovornika koji će nastupati u ime grupe.



Mobilizacija

Zagovorništvo često predstavlja proces koji je dosta širi od rada s ljudima koji imaju ista iskustva povodom određenog problema. Ono može uključivati i podsticanje drugih da vas podrže u zahtjevu i da preduzmu akcije u korist vaših ciljeva. Ova akcija u suštini predstavlja mobilizaciju - širenje baze za podršku stvaranjem šireg kruga od onog koga čine ljudi koji su direktno "pogođeni" problemom i ubjedivanje drugih u važnost ovih pitanja i za njih. Ljudima treba pružiti informacije o događajima koji su trenutno izvan njihovog vidokruga, otvarajući im oči za probleme drugih ljudi i podstičući ih da gledaju na probleme na drugačiji način. Ova nova društvena svijest može se potom vrlo konstruktivno usmjeriti ka postizanju širih promjena u društvu.

Mobilizacija je važna jer veći broj ljudi ima i veću snagu i vjerovatnije je da će doći do promjene ukoliko više ljudi govori istu stvar. Ponekad možete postići promjenu u društvu putem mijenjanja javnog mnijenja kroz povećanje društvene svijesti o određenom pitanju, čak i u slučajevima kada se vlasti i državni sistemi ne mijenjaju. Rad u koalicijama sa drugim interesnim grupama i vođenje javnih kampanja predstavlja efikasne načine stvaranja šroke baze podrške.



Podizanje kompetentnosti

Jedan od propratnih učinaka zastupanja i mobilizacije je omogućavanje ljudima da otkriju načine koji im pomažu da postanu aktivni politički akteri. Mnogi ljudi se osjećaju samo kao pasivni promatrači političkog procesa ili, u gorem slučaju, kao žrtve postojećeg političkog sistema. Kroz zagovaranje mnogi od njih počinju

shvatati na koji način mogu utjecati istovremeno i na politiku i na praksu i počinju uvidati kako vlade, lokalne vlasti, pa čak i stavovi njihovih poznanika mogu ponekad biti promijenjeni. Za većinu ljudi ovo predstavlja oslobađajući doživljaj: oni osjećaju da mogu postati aktivni članovi društva, pri tome razvijajući vlastite snage, kao i svoju ličnost. Ovo se naročito odnosi na pripadnike marginaliziranih društvenih grupa (invalidi, stari ljudi, siromašni). Za one koji već (i) po navici preživljavaju na ivici društva, izražavanje vlastitih interesa i traženje i ostvarivanje vlastitih prava često zahtijeva promjenu slike o sebi. Odbacujući ukorijenjena mišljenja da predstavljaju samo teret društvu, oni mogu započeti proces otkrivanja samog sebe i povećati svoju kompetentnost. Radikalna promjene mišljenja o vlastitom mjestu i ulozi u društvu ohrabruje ljude da se suprotstave tradicionalnoj ulozi države, te da razumiju vlastite dužnosti, ali i prava unutar društva.

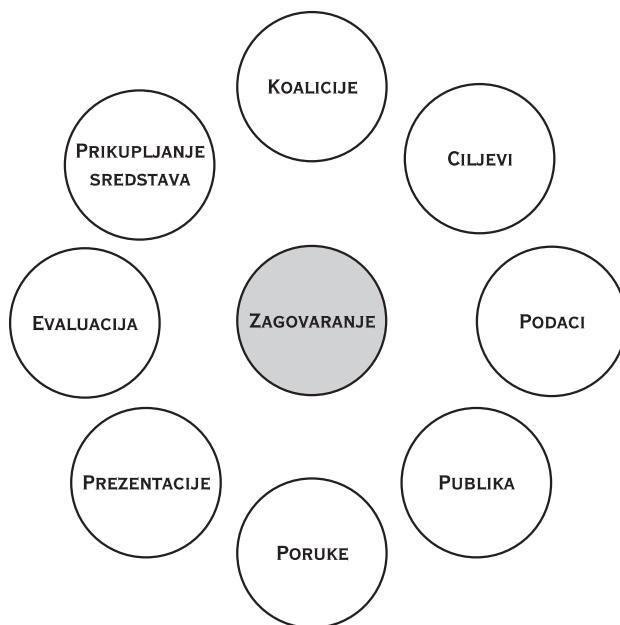
Mnoge grupe zbog toga fokusiraju svoje aktivnosti na promjenu vlastite svijesti a zatim i na percepcije drugih. Izgradnja dodatnih sposobnosti i osnaživanje takvih grupa predstavlja značajan način podrške procesu zagovaranja.



ELEMENTI I DINAMIKA PROCESA JAVNOG ZAGOVARANJA

Iako specifične tehnike i strategije zagovaranja koje koristimo mogu varirati, sljedeći elementi čine osnove uspješnog zagovaranja. Možda nije neophodno da uvijek koristimo svaki od ovih elemenata za kreiranje strategije zagovaranja.

Oni se, također, ne moraju koristiti po redoslijedu, možete ih odabrati i koristiti na način koji je za vas najkorisniji.



Ako pažljivije pogledate elemente na dijagramu, možete uočiti da su neki od ovih koncepata posuđeni iz disciplina kao što su političke nauke, društveni marketing i analiza ponašanja.

Odabir cilja zagovaranja

Problemi kojima se bavite mogu biti izuzetno kompleksni. Da biste uspjeli u svojim naporima, vaš cilj mora biti sužen i treba biti u mogućnosti odgovoriti na sljedeća pitanja: *Može li ovaj cilj okupiti zajedno različite grupe i stvoriti uspješnu koaliciju? Da li je cilj dosežan? Da li će cilj zaista adresirati problem?*

Kada birate temu i cilj zagovaranja razmotrite političku klimu, vjerovatnoću uspjeha, podatke o problemu koji pokušavate riješiti, novac koji imate na raspolaganju, kapacitete vaše organizacije/grupe i vlastite mogućnosti.

Možete li odabrati da istovremeno radite na nekoliko pitanja? Ovo zavisi o vašim ličnim mogućnostima kao i resursima vaše organizacije a koji se tiču zagovaranja. Općenito se savjetuje da ne radite na većem broju pitanja i ciljeva ukoliko niste sigurni da realno možete odgovoriti na potrebe i zahtjeve svakog od njih. Zagovarači koji nastoje da sve poprave prihvataju rizik da ništa ne promijene. Na početku se fokusirajte na ciljeve koji su realni, ostvarljivi i vrijedni truda. Uspjeh u ostvarenju manjih ciljeva daće vama i vašoj organizaciji više entuzijazma, iskustva i kredibiliteta, nakon čega možete krenuti ka ambicioznijim ciljevima.

Kako definiramo krajnji cilj zagovaranja?

To je predmet cijele kampanje zagovaranja, ono što se nadate da ćete moći potpuno ostvariti tokom sljedećih 10-ak ili čak više godina. Može biti definiran dosta široko, npr. "smanjiti nasilje unutar porodice" ili "smanjiti broj nezaposlenih u zemlji" i može se podudarati sa vašom vizijom.

Šta treba da sadrže konkretni, manji ciljevi zagovaranja?

Oni treba da ciljaju na promjenu politike, programa ili pozicija vlasti, institucija ili organizacija. Cilj vašeg zagovaranja je:

- ono što želite promijeniti,
- onaj ko će donijeti promjenu,
- koliko ("promjene") i
- do kada.

Generalno, vremenski okvir za realizaciju ovih ciljeva može biti jedna do tri godine.

Kako možemo biti sigurni da ostvarenje našeg cilja može donijeti željene promjene?

Kada definirate cilj, budite što konkretniji tako da možete razviti uspješnu strategiju za dostizanje promjene koju želite. Morati poznavati ciljane institucije i zakonodavce da biste kreirali ubjedljiv plan komunikacije i odlučili o tome kako možete

utjecati na proces donošenja odluka. Cilj mora biti konkretan i mjerljiv, tako da možete znati da li ste ga ili niste ostvarili u planiranom vremenu.

Navodimo listu pitanja koja mogu pomoći u odabiru pravog pitanja za zagovaranje. Ako ste ga već odabrali, onda vam ona može pomoći da prepoznate područja koja zahtijevaju više pažnje ili se mogu poboljšati. Pogodan cilj će odgovoriti pozitivno na mnoga od tih pitanja, mada ne neophodno na svako od njih. Čak i ako zadovolji samo tri ili četiri od nabrojanih kriterija, ne bi trebalo da bude odbačen. Dobit ćete i vrijedne informacije o tome čemu treba posvetiti posebnu pažnju prilikom zagovaranja.

1. Da li postoje kvalitativni ili kvantitativni podaci koji pokazuju da će situacija biti poboljšana ako ostvarite planirani cilj?
2. Da li je cilj ostvarljiv? Čak i ako se uzme u obzir opozicija?
3. Da li će (prepostavljeni) cilj pridobiti podršku većine ljudi? Da li ljudi uopće dovoljno brinu o ovom pitanju da bi bili spremni poduzeti akciju?
4. Da li ćete biti u mogućnosti da prikupite neophodna sredstva i resurse za podršku vašem radu na ostvarenju cilja?
5. Možete li jasno identificirati ciljane donosioce odluka? Kako se zovu i na kojim su pozicijama?
6. Da li je cilj lako razumljiv i ne zahtijeva duga tehnička objašnjenja?
7. Da li za ostvarenje cilja imate jasan plan djelovanja koji je realističan?
8. Da li ste uspostavili neophodne saveze sa ključnim osobama i organizacijama koji vam mogu pomoći pri realizaciji cilja? Kako će vam cilj pomoći pri stvaranju novih saveza sa drugim NGO/NVO-ima, liderima i interesnim partnerima?
9. Da li će rad na ostvarenju cilja omogućiti ljudima da nauče više i da se uključe u procese donošenja odluka?

Korištenje podataka i istraživanja za zagovaranje

Podaci i istraživanje su sústinski za donošenje pravih odluka onda kada već odabirete problem na kojem ćete raditi, identificirate mogućna rješenja problema i utvrđujete realistične ciljeve. Dobri podaci, također, mogu biti iskorišteni kao najubjedljiviji argumenti. Imajući u vidu ove podatke, možete li zaista doći do cilja? Koji se podaci mogu koristiti da na najbolji mogući način podrže vaše argumente?

Identificiranje publike za zagovaranje

Jednom kada su problem i ciljevi odabrani, napor i aktivnosti zagovaranja se usmjeravaju ka ljudima koji imaju moć da donose odluke, ili, idealno, ka ljudima koji mogu utjecati na njih (osoblje, savjetnici, utjecajne starije osobe, mediji i javnost). Kako se zovu osobe koje mogu ostvariti vaš cilj? Ko i šta utječe na ove zakonodavce?

Razvoj i stvaranje poruka zagovaranja

Različite poruke djeluju na različitu publiku. Naprimjer, političar može postati motiviran kada zna koliko ljudi u oblasti u kojoj on radi brine o određenom problemu. Ministrica zdravlja, na primjer, može poduzeti određene radnje kad joj se ukaže na detaljne podatke o razmjeri i važnosti određenog problema. Koje poruke ovi ljudi moraju primiti da bi djelovali u vaše ime?

Izgradnja koalicija

Često se moć neke akcije zagovaranja odražava brojnošću ljudi koji podržavaju vaš cilj. U našoj situaciji, gdje su demokratija i zagovaranje novi fenomeni, uključivanje većeg broja građana koji predstavljaju različite grupe, može obezbijediti sigurnost za zagovaranje i izgraditi političku podršku. Čak i unutar organizacije, interna izgradnja koalicije, kao što je uključivanje ljudi iz drugih odjela u razvoj novog programa, može vam pomoći da stvorite konsenzus za akciju. Koga još možete pozvati da vam se pridruži? Ko vam još može biti saveznik?

Stvaranje ubjedljivih prezentacija

Mogućnosti za utjecanje na ključne osobe su najčešće ograničene. Političar vam može posvetiti dovoljno vremena za sastanak, a ministar će možda imati samo pet minuta da sa vama porazgovara tokom konferencije. Pažljiva i detaljna priprema ubjedljivih argumenata i stil prezentacije mogu ove kratke mogućnosti pretvoriti u uspješno zagovaranje. Ako imate samo jednu šansu da razgovorate sa zakonodavcem, šta želite reći i kako ćete to reći?

Prikupljanje sredstava za zagovaranje

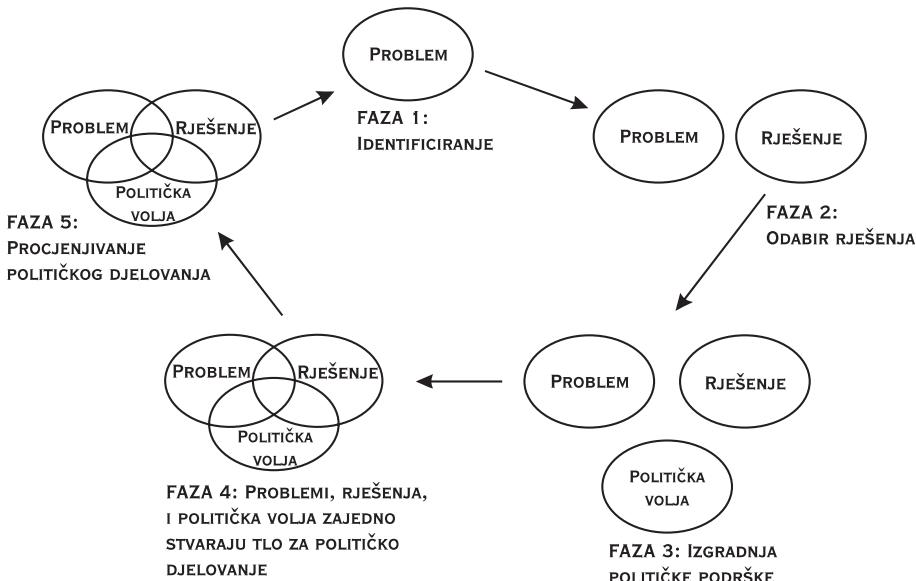
Većina aktivnosti, uključujući zagovaranje, zahtijeva resurse. Dugoročne aktivnosti na polju zagovaranja znače investiranje vremena i energije u prikupljanje sredstava da biste podržali svoj rad. Na koji način možete doći do resursa neophodnih da sprovodite aktivnosti zagovaranja?

Procjenjivanje postignutih rezultata zagovaranja

Kako možete znati da li ste uspjeli u ostvarenju cilja zagovaranja? Kako se vaše strategije mogu poboljšati? Da biste bili uspješni u zagovaranju, neophodno je prikupljati povratne informacije i kontinuirano procjenjivati aktivnosti.

Dinamika procesa zagovaranja

Zagovaranje je dinamičan proces koji uključuje promjenljive i različite aktere, ideje, planove i politike. Iako ovaj proces ima mnogo lica, može se podijeliti u pet faza koje slijede jedna iz druge: identificiranje problema, formulacija i odabir rješenja, izgradnja svijesti, političko djelovanje i procjena. Ove faze se postepeno preljevaju jedna u drugu i mogu se dešavati progresivno ili simultano. Pored toga, proces može zastati na jednoj od faza ili se kretati unatrag.



PRVA FAZA

Prva faza je identificiranje pitanja za političko djelovanje, odnosno faza u kojoj se stvara plan djelovanja. Postoji nebrojeno mnogo problema koji zahtijevaju dodatnu pažnju, ali ne možemo sve adresirati s planom djelovanja. Zagovarači odlučuju koji problem da adresiraju i nastoje da ciljana institucija prepozna važnost djelovanja na tom problemu.

DRUGA FAZA

Generalno, druga faza, formuliranje rješenja, slijedi ubrzo nakon prve. Zagovarači i ostali ključni akteri predlažu rješenja problema i odabiru jedno koje je politički, ekonomski i društveno najpogodnije.

TREĆA FAZA

U trećoj fazi gradimo odnose s onima koji imaju utjecaj na donosioce odluka, odnosno gradimo političku volju za djelovanjem vezano za identificirani problem i njegovo rješavanje. Akcije u ovoj fazi uključuju izgradnju koalicija, prenošenje poruka, susrete s donositeljima odluka, utjecanje na stav javnosti.

ČETVRTA FAZA

Četvrta faza započinje kad je problem identificiran, put ka rješenju prihvaćen a postoji i politička volja za djelovanjem.

Stvari se događaju gotovo istovremeno, često u vrlo kratkom razdoblju pa se stoga pravi trenutak ne smije ne prepoznati. "Otvoren prozor" za djelovanje brzo će se zatvoriti pa javni zagovarači moraju osjetiti kada je za neku akciju pravi trenutak. Poznavanje procesa donošenja odluka i solidna strategija povećat će izglede za uspješno djelovanje.

PETA, ZAVRŠNA FAZA

Procjena je jako važna, a ipak se vrlo rijetko koristi. Dobri javni zagovarači procjenjuju svoj rad i uče na osnovu iskustva. Oni koji su utjecali i vršili pritisak, kao i institucije koje su sprovele određenu promjenu politike, trebalo bi periodično da provjeravaju učinke u novonastaloj situaciji.

Javni zagovarači moraju znati:

1. STRUKTURU

Kako su organizirane institucije poput ministarstava ili kantonalnih ureda? Ko je nadležan za donošenje kakvih odluka? Koja je procedura donošenja ovih odluka?

2. NADLEŽNOST

Zakonom su određene nadležnosti općinskih, kantonalnih i državnih ureda, ministarstava. Na koji su način i za što nadležni određeni uredi i ministarstva?

3. VEZE

Postoji li još neka veza koja nije formalno zacrtana između određenih razina donošenja odluka? Kako su povezane procedure donošenja odluka?

4. MOĆ

Kolika je čija moć za uvrštanje nekog pitanja u dnevni red i raspravljanje o određenom problemu?

5. OGRANIČENJA

Imajte na umu granice određenog utjecaja. Odredite gdje su.

6. UTJECAJ

Na koji su način odgovorne osobe podložne utjecajima? Možemo li im se približiti? Reagiraju li na stavove šire javnosti, medije?

- Očekujte iznenađenja

Jednom, kada NGO/NVO uđe u javni prostor i baci rukavicu mora biti spremna na strateško razmišljanje. Budite realni i svjesni svojih mogućnosti. Djelovanje rezultira nepredvidivim obratima, često i mogućim razočaranjima, ali i ugodnim iznenađenjima. Poznavanje sistema u kojem djelujemo povećava mogućnosti pozitivnih iznenađenja a smanjuje razočaranja.

- Obratite pažnju na gorovne i jezičke vještine

Gorovne i jezičke vještine neophodne su pri zagovaranju. Vrlo je važan način na koji ljude nagovarate i ubjeđujete da prihvate vaše stavove. Pridobijanje simpatija šire javnosti, stvaranje entuzijazma i pridobijanje podrške od oprezne i nepovjerljive publike, stvaranje podrške i razumijevanja među mogućim saveznicima, pridobijanje podrške od onih od kojih podršku ne očekujemo - sve su to situacije koje zahtijevaju različite načine zagovaranja. Odabranim donosiocima odluka pri građanskim službama (birokracija) nemojte zaboraviti obratiti se pismenim putem.

CIVILNO DRUŠTVO

Šta zagovarači socijalne pravde podrazumijevaju pod nazivom “civilno društvo”?

Šta civilno društvo znači za javno zagovaranje?

U kakvom je ono položaju prema ostalim dijelovima društva u kome zagovarači rade?

Pokušajte sami dati odgovore na ova pitanja, a potom obratite pažnju na jednu od mnogo postojećih definicija civilnog društva:

Civilno društvo uključuje javni proces na svim nivoima gdje se politike, zakonodavstvo i regulativa stvaraju, sprovode i revidiraju. Učešće u ovom procesu je otvoreno te je neophodno razmjeniti i izraziti različita mišljenja, te djelovati u skladu s njima. Podnošenje računa je nezaobilazan dio ovog procesa.

Svi učesnici prihvataju debate, te su neslaganja, kompromisi i pregovori neophodni za funkcionalno civilno društvo. Zbog toga, zagovaranje je dozvoljeno, očekivano i poželjno jer dozvoljava djelovanje onima koji žele promijeniti odnose moći u okviru društva kako bi ono slobodno funkcioniralo.

Ljudi koji razmjenjuju ideje i izražavaju svoja mišljenja zaštićeni su od zlostavljanja i straha. Na taj način, ljudi mogu živjeti i djelovati u skladu sa svojim uvjerenjima i vjerovanjima. Štiteći građane od zlostavljanja i straha, civilno društvo seže dalje od pojedinca. Ono uključuje institucije gdje se izražava razmjena mišljenja. Nepostojanje prijetnji i straha od vlasti, navodi ljudi da cijene organizirano javno izražavanje mišljenja.

Institucije koje trebaju težiti slobodnoj atmosferi trebaju uključiti: gradanske organizacije, mjesta za društveno okupljanje, ženske grupe, omladinske grupe, ruralne organizacije, udruženja zemljoradnika, profesionalna udruženja, radničke sindikate, zadruge, itd.

Civilno društvo također poštuje značaj porodice, doma, prijatelja, susjeda.

Kako se ova definicija razlikuje od vašeg poimanja civilnog društva? Koji dijelovi definicije su za vas naročito važni? Ima li dijelova sa kojima se ne možete u potpunosti složiti?

Definicije poput ove ne trebaju biti prihvaćene kao konačne, već potaknuti diskusiju i nastaviti proces razmišljanja o civilnom društvu.

S vremenom, kada i sami steknete vlastita iskustva u zagovaranju, razvit će te vlastitu, sadržajniju definiciju civilnog društva.

Razmislite sada o vlastitoj radnoj definiciji, kreirajte jednu koja će biti konstantno mijenjana sa progresom koji postizete u vašem radu, razmišljanju i iskustvu.

Pojam civilnog društva teško je shvatiti bez istovremenog osvrta na državu. Moderno građansko društvo podrazumijeva postojanje sljedećih faktora:

- **Antimilitarizam.** Građansko društvo je određeno kao suprotnost miltarističkom društvu, te je antimilitarizam osnovni, konstitutivni element.

- **Građanski patriotizam.** Najjednostavnije se definiše kao raspoloženje građana za postupke koji osiguravaju slobodnu i nezavisnu osobnu egzistenciju i time štite suverenitet države.

- **Civiliziranje.** Građansko društvo stalno teži ka civiliziranju međusobnih društvenih odnosa. Ključni kriterij za raspoznavanje civilnog društva leži u građanskoj kooperaciji, toleranciji, dijalogu, pravu na različitosti, političkom moralu, itd.

- **Antifundamentalizam.** Građansko društvo podrazumijeva potrebu i priznavanje složenosti, te je fundamentalizam jedna od najvećih opasnosti za civilno društvo.

- **Pluralizam.** Moderno građansko društvo izražava svoju političku volju načelom većine i uzajamnog prilagođavanja.

- **Oblici i smisao pluralizma.** Važan kriterij za raspoznavanje civilnog društva je postojanje snažnih i nezavisnih grupa i udruženja građana koji imaju potrebnii stepen osviještenosti i sposobnosti da uspostave protutežu koncentriranoj političkoj moći. Dakle, u civilnom društvu postoje samoorganizovane grupe građana koji su politički osviješteni i javno rade na uspostavljanu demokratskih institucija te općem dobru zajednice. Pri tome sloboda građanskog udruživanja, pravo glasa i sloboda izražavanja predstavljaju osnovne preduvjete i temeljna ljudska prava. Građansko društvo, dakle, ispoljava svoj pluralizam i u formi dobrotoljnih građanskih udruženja koja ne pripadaju državnom aparatu. To su nevladine, neprofitne organizacije koje djeluju u prostoru između države i tržišta, te ih to čini protutežom zakonitom monopolu koji država ima nad vlašću. Tako nevladine organizacije imaju funkciju tampon zone koja pruža zaštitu od države, kao i od tržišne privrede.

Udruženja građana u civilnom društvu ne mogu na sebe preuzeti ulogu i odgovornost države u zadovoljavanju potreba građana, ali građani mogu i treba da pritiscima podstiču državu da efikasnije rješava kompleksne društvene probleme. Ključna uloga građanskih udruženja u demokratskoj državi i civilnom društvu jeste izražavanje građanskih zahtjeva, želja i potreba, s ciljem da postanu dio političkih zahtjeva i da uđu u procedure političkog odlučivanja u institucijama vlasti. Građanske asocijacije predstavljaju i način uključivanja društvenih grupa, kako u građansko društvo, tako i u relevantne političke procese. One su važan oblik političke mobilizacije i političke socijalizacije građana kojom građani izlaze iz apatije i osjećanja nemoći.



- Građanska neposlušnost. U građanskom društvu se građanska neposlušnost definira kao “javni, nenasilan, savješću motiviran, no ipak politički čin protivan zakonu, kojim se obično pribjegava s ciljem da se postigne promjena zakona ili vladina politika. Takvim postupkom pojedinac se obraća osjećaju pravednosti većine u zajednici i izjavljuje da se, po njegovom promišljenom sudu, ne poštuju načela društvene saradnje među slobodnim, jednakim ljudima” (J. Rawls, Legitimnost demokratske vlasti, 1997).

Različite studije o demokratiji širom svijeta pokazuju da je najveća prijetnja demokratskom funkcioniranju dominacija države nad institucijama civilnog društva. Nadmoć države nad civilnim društvom istovremeno znači i onesposobljavanje institucija civilnog društva. Zbog toga država i njene strukture moraju biti odgovorne civilnom društvu. S druge strane, također trebaju biti uspostavljeni mehanizmi kritiziranja, ispitivanja, javne debate i odbijanja postojećih politika, programa, pristupa i odluka države. Ovdje nevladine organizacije postaju kritična masa u osiguravanju da država bude odgovorna civilnom društvu, a ne obrnuto. U Bosni i Hercegovini utjecaj nevladinih organizacija lagano raste, ali dostignuti stepen razvoja demokratske kulture još uvijek ne pruža stimulativnu sredinu za efikasan angažman nevladinog sektora i njegov utjecaj na društveni razvoj. Zbog toga je uporedo sa naporima vezanim za zagovaranje društvenih promjena neophodno raditi na stvaranju šireg javnog razumijevanja ideje civilnog društva u BIH.

TEMELJI STRATEGIJE JAVNOG ZAGOVARANJA

Za svaki segment vlasti postoji strategija kojom se može prevladati pasivno zagovaranje demokracije.

Jedna od najčešćih pogrešaka u razvoju strategije javnog zagovaranja jeste u nepoznavanju razlike između taktike i strategije. Dakle, definirajmo prvo pojmove "strategija" i "taktika".

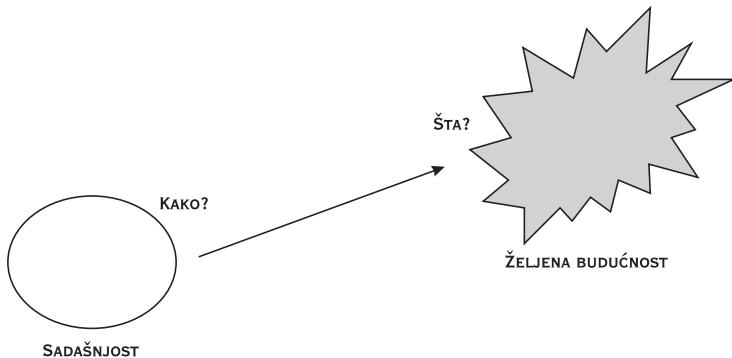
TAKTIKA je način, postupak, sredstvo za postizanje određenog cilja. Postoje razne taktike kao što su, na primjer, neka specifična akcija, cirkulirajuće peticije, pisanje pisama, održavanje protestnih skupova i sl.

STRATEGIJA podrazumijeva nešto mnogo veće: plan koji nas vodi, korištenjem određenih vještina ili taktika, do postizanja jasno postavljenog cilja. Strategija je jasna procjena trenutne situacije, onoga kamo želimo stići i kako ćemo tamo doći.

Strategija treba da utječe na osnovne aktore koji mogu stvoriti ili utjecati na promjene vezane za ciljeve kampanje. Strategija može uključiti različite izvore: izvještaje stručnjaka, pritisak, moralne argumente, direktno pregovaranje i zagovaranje od strane učesnika i lidera kampanje, itd.

Važno je da strategija daje prijedloge koji su usmjereni na rješavanje problema, a ne samo da kritizira postojeće stanje. Također je važno uzeti u obzir generalnu političku atmosferu, uključujući i razmatranja vezana za institucionalnu, kao i ličnu sigurnost učesnika kampanje.

Strategija zahtijeva našu svjesnost uočavanja činjenica - GDJE SMO, KAMO ŽELIMO STIĆI I KAKO TO NAMJERAVAMO UČINITI.



**DEVET
OSNOVNIH
PITANJA**

Uspješna strategija javnog zastupanja daje odgovore na devet ključnih pitanja:

1. CILJEVI : ŠTO ŽELIMO POSTIĆI?

Svaki napor javnog zagovaranja mora početi s jasno definiranim ciljevima. Među ovim ciljevima važno je napraviti razliku koji su dugoročni, a koji kratkoročni, koji su sadržajni (npr. promjene unutrašnje politike), a koji procesni (npr. izgradnja osjećanja zajedništva među ljudima). Ovi ciljevi se moraju adresirati na samom početku, na način koji može pokrenuti cijelu strategiju, privući ljude i održati se tokom vremena.

1.a. Šta je problem?

Šta morate saznati?

Kako ćete to saznati?

Kritični i prvi korak je da identificirate problem čije rješenje želite zagovarati a to znači da saznate stvarne činjenice o ovom pitanju te da cijeli problem analizirate. Ovaj rad uključuje pažljivo istraživanje, koje, ako je dobro odradeno, predstavlja bazu za razvoj ostatka strategije, postaje vrijedno sredstvo koje garantuje vaš kredibilitet i razvoj dalnjih alternativnih prijedloga.

1.b. Koji su vaši ciljevi?

Shodno vašem razumijevanju problema, jednako je važno razviti jasne ciljeve strategije (npr. zabraniti proizvodnju i upotrebu mina), kao i mjerljive kratkoročne pod-ciljeve za postizanje onih većih (npr. osiguravanje podrške ključnih donosioца odluka, pribavljanje priča za javnost, mobiliziranje podrške javnosti kroz demonstracije ili kampanju pisanja pisama).

2. CILJANA PUBLIKA: PREMA KOME JE AKCIJA USMJERENA? NA KOGA SE ŽELI DJELOVATI?

Ko su ljudi ili institucije koje morate “prodrmati”? Treba prepoznati odgovorne osobe i moguće partnere, saveznike, ali i protivnike. Dakle, moramo imati jasnu predodžbu o tome ko su primatelji naše poruke, te kojim sredstvima i na koji način možemo vršiti pritisak na ciljne grupe.

Ovo uključuje i one koji imaju formalnu vlast (npr. donosioci zakona) i one koji imaju mogućnost i kapacitete da utječu na formalnu vlast (mediji, saveznici, opozicije, itd.). U oba slučaja efektivno javno zagovaranje zahtjeva jasnu predstavu o tome ko je ciljana publika i kakav je pristup područjima gdje se na njih može utjecati.

Ovdje je opet neophodno pažljivo analitičko istraživanje da bi se odgovorilo na sljedeća pitanja:

- a) *Ko su ciljani donosioci odluka i institucije?*
- b) *Zašto baš oni?*
- c) *Koji je formalni proces stvaranja politike/odлуka u tom slučaju?*
- d) *Koji su neformalni procesi? (gdje se u stvari donose ovakve odluke i ko ih zaista donosi?)*
- e) *Koje su pojedinačne perspektive, situacije i prepreke s kojima se suočavaju ovi ljudi?*
- f) *Na što se cilja (zakonodavstvo, uprava, administracija)?*
- g) *Kakav pristup ovim ljudima i institucijama imate vi i vaša organizacija?*
- h) *U kojem momentu procesa intervenirate sa zagovaranjem?*

3. PORUKA: KAKVU PORUKU PRIMATELJI TREBAJU DA ČUJU? /OBLIKOVANJE USMJERENE PORUKE/

Da bismo dosegli različitu publiku moramo kreirati i dizajnirati set ubjedljivih poruka. Iako se ove poruke moraju bazirati na istinama, one se moraju sročiti svaki put drugačije za različitu publiku a u zavisnosti od toga šta publika želi da čuje.

U pristupu različitim primateljima osnovno je prilagoditi poruku kako bi bila prepoznata i u potpunosti shvaćena.

Vaša poruka mora sadržavati dvije osnovne komponente: apel na ono što je ispravno i apel na interes same grupe kojoj se obraćate.

- a) *Koja je osnovna poruka koju želite prenijeti?*
- b) *Kako ćete preoblikovati tu poruku za različite ciljane grupe?*

Dakle, važno je da problem pretočite u jasnu poruku, pažljivo krojenu za specifičnu grupu kojoj se obraćate.

4. PRENOSIOCI PORUKE: KO PRENOSI PORUKU? NA KOJI NAČIN

“URUČITI” PORUKU?

Ista poruka ima različito djelstvo u zavisnosti od toga ko je prenosi. Ko su najbolji prenosioци poruka za različitu publiku? Upamtite, treba pronaći PRAVU OSOBU ZA PRAVO MJESTO U PRAVO VRIJEME

U nekim slučajevima ovo moraju biti stručnjaci s već izgrađenim ugledom. U drugim slučajevima pak možemo angažirati “autentične glasove” koji će govoriti iz ličnog iskustva. Šta nam treba da bismo “naoružali” razašiljaoce poruka dovoljnim brojem informacija i osnažili njihov osjećaj zagovarača?



a) *Ko su najbolji razašiljaoci poruke za različitu publiku?*

b) *Kako ćete ih uključiti?*

c) *Šta ovi ljudi treba da imaju da bi efektivno i s neophodnom sigurnošću prenosili poruku?*

Iako stručnjaci unose mnogo tehničkog znanja, obični ljudi pogodjeni specifičnim problemom često imaju mnogo više ličnog utjecaja.

Postoje različiti načini odašiljanja poruke - u rasponu od “ljubaznog” javnog uvjeravanja do razgovora “u četiri oka”. Valja, od prilike do prilike, procijeniti što će biti djelotvornije.

5. SARADNJA: KO NAM MOŽE POMOĆI?

- a) *Koje su još organizacije i grupe zabrinute istim pitanjem? (uključujući i one koje možda nisu prirodni saveznici)*
- b) *Koje su prednosti i nepogodnosti stvaranja koalicije sa svakom od njih?*
- c) *Možete li raditi s njima?*
- d) *Kako ih možete uključiti kao saveznike po ovom pitanju?*

Formiranje koalicija može biti jedna od najefektivnijih komponenti strategije zagovaranja zbog mogućnosti da znatno proširi vaš ugled, sredstva i stručnost. Na drugoj strani, upravljanje koalicijom sastavljenom od različitih grupa može biti veliki izazov.

6. DOSTAVA: KAKO IH MOŽEMO NATJERATI DA TO ČUJU?

Ima puno načina da se dostavi poruka javnog zagovaranja. Od lobiranja do direktne akcije i razgovora "oči u oči". Koje sredstvo će biti najefektivnije, to zavisi od konkretne situacije. Ključna stvar je da se one procjenjuju i primijene na najbolji način, ponekad i uplićući ih sve zajedno u pobjedničku "mješavinu".

a) *Koje su specifične taktike najbolje za prenošenje poruke?*

Direktno lobiranje donosioča odluka?

Mediji?

Mobiliziranje ljudi?

Direktne akcije (demonstracije, protestni skupovi, itd.)?

Pravno zastupanje?

Strategija javnog zagovaranja će vrlo često koristiti kombinaciju prethodnih taktika jer jedna drugu osnažuju. Ako se radi u koaliciji, onda različite članice mogu preuzeti različite akcije, shodno njihovoj stručnosti, iskustvu i stilu.

7. OSTALA PUBLIKA: KO SU INTERESNI PARTNERI?

a) *Ko su mogući korisnici onoga što pokušavate postići?*

Da li bi oni mogli biti aktivirani pri prenošenju poruke?

b) *Ko su eventualni gubitnici?*

Kakvi će biti njihovi argumenti?

Koji su vaši protu-argumenti?

8. VANJSKO OKRUŽENJE: KOJE SU MOGUĆNOSTI I IZAZOVI UNUTAR KONTEKSTA PROCESA DONOŠENJA ODLUKA?

a) *Kakve su realnosti zagovaranja u postojećem političkom kontekstu? Koje su političke mogućnosti, rizici i ograničenja mogući?*

b) *Koji se događaji dešavaju u društву, a koji mogu utjecati na taktike i efektivnost strategije?*

Sigurno je da strategija politike javnog zagovaranja treba odvagnuti rizike različitih taktika naspram realnosti političkog sistema u kome mora da radi. Također i raznolikosti društvenih uvjeta mogu utjecati na uspjeh strategije (i odabranih taktika), kao što je: stepen podrške/nezavisnosti medija, nivo javnog znanja i interesa za promjenu, stanje ekonomije, godina izbora, rat, prirodne nepogode, interes i podrška donatora.

9. RASPORED AKCIJE: KAD ĆE SE ŠTA RADITI?

U ovoj fazi treba razraditi detaljan plan djelovanja, koji treba uključivati odgovore na sljedeća pitanja:



a) *Kad se moraju završiti određeni zadaci i ispuniti ciljevi?*

b) *Ko će uraditi šta i kada?*

OSTALE STVARI KOJE TREBA RAZMOTRITI:

- SREDSTVA: ŠTO VEĆ POSJEDUJEMO?
KOJA SREDSTVA SU NAM DOSTUPNA?

Uspješno javno zagovaranje traži i solidne temelje: već provedene akcije, već postojeće saveze, kvalitetni kadar, baze podataka. Zbog toga uspješna kampanja zagovaranja pažljivo čuva sredstva na kojima se dalje mogu graditi nove strategije. Ovo uključuje prethodni rad na zagovaranju, saveze koji su već napravljeni, osoblje i kapacitete drugih ljudi, informacije i političku inteligenciju. Ukratko, nikad ne počinjete iz početka, već gradite na onome što već imate.

a) *Šta vaša organizacija ima od potrebnih informacija, ljudskog potencijala, novčanih fondova, veza, legitimnosti?*

- JAZOVI: ŠTO JOŠ TREBAMO RAZVIJATI?
KOJE SU NAM SLABE TAČKE?

Nakon što identificirate i prikupite postojeća sredstva i resurse, sljedeći korak je da identificirate one koje još nemate. Prepoznajte i razvijte ona sredstva koja su vam u određenom trenutku potrebna a do tada ih niste koristili. Primjerice, neke nove saveze koje treba izgraditi; koristite nove analize, istražujte medije, itd.

a) *Koji potrebni resursi nedostaju i kako se mogu dobiti?*

- PRVI KORAK: KAKO ĆEMO POČETI?

Ocijenite koji je cilj u određenom trenutku dostižan, a može okupiti prave ljude i osvijetliti put do pravog cilja.

a) *Šta bi bio efektivan način da započnete strategiju?*

- b) *Koji su kratkoročni ciljevi ili projekti koji bi skupili prave ljudi, simbolizirali predstojeći veliki rad i kreirali nešto ostvarljivo što polaže temelje sljedećim koracima?*

Smjer kojim se krećemo mora se konstantno provjeravati dok se uspješnost strategije mora procjenjivati odgovaranjem na svako od prethodno navedenih pitanja.

- **KAKO MOŽEMO OCIJENITI DA LI STRATEGIJA FUNKCIONIRA?**

Kao i kad dugo putujete vi s vremena na vrijeme morate provjeriti da li ste još uvijek na dobrom pravcu. Ovdje je najvažnije utvrditi da li smo poruku usmjerili na pravu stranu i da li nas čuju na način na koji mi to želimo. Jako je važna naša sposobnost korekcija na putu kao i eliminiranje svih elemenata koji ne donose prave rezultate.

Ponekad će strategija morati biti revidirana i tada ćemo morati ponovo proći kroz svako od gore pomenutih pitanja. Vrlo je važno napraviti ove ispravke kako bismo se rijesili onih elemenata strategije koji nisu bili praktično ostvarljivi.

- a) *Kakvu vrstu procjene strategije, taktika i progrusa će te koristiti?*
- b) *Koliko često će te je koristiti?*
- c) *Kako će te mjeriti svoj uspjeh?*

Neophodno je stalno procjenjivati strategiju uzimajući u obzir specifične ciljeve i taktike, te njihovu fleksibilnost u prilagođavanju potrebama. Ustanovljeni indikatori uspjeha će vam pomoći pri ovoj procjeni.

- **LIČNI UTISCI: ŠTA VI LIČNO OSJEĆATE O OVOM ZADATKU?**

Ovo ne mora biti dio pisane strategije, ali bi svaka osoba trebala odgovoriti na sljedeća pitanja:

Koji je vaš lični interes i šta vas motivira da radite na javnom zagovaranju?

Kakav je vaš stav i ubjedjenje o političkom sistemu u kome trebate da radite?

OSNOVI ZA STVARANJE KVALITETNE AKCIJE

JAVNOG ZAGOVARANJA

Dok će upotreba različitih tehnika i strategija u javnom zagovaranju varirati od slučaja do slučaja, sljedeći elementi predstavljaju bitne osnove za kvalitetno djelovanje. Ne morate ih sve koristiti istovremeno ili navedenim slijedom. Svaka će situacija zahtijevati posebnu strategiju.

ODLUKA-ODABIR CILJA

Pristup je kompleksan-uvijek treba provjeravati donosi li zacrtani cilj stvarno rješavanje problema i hoće li privući pozornost različitih grupa.

KORIŠTENJE PODATAKA I ISTRAŽIVANJE ZA JAVNO ZAGOVARANJE

Podaci su nam izuzetno bitni i često su najvažniji argument. Koje podatke treba koristiti da biste najbolje pokazali što vam je cilj?

KO SU PRIMATELJI PORUKE?

Kada su cilj i tema odabrani, javno zagovaranje usmjeravamo prema donosiocima odluka ili ljudima koji mogu na njih utjecati.

OBLIKOVANJE I USMJERAVANJE PORUKE

Kreirajte poruku shodno tome kome je upućujete.

STVARANJE KOALICIJA

Moć javnog zagovaranja potvrđuje se i brojnošću učesnika uključenih u dostizanje cilja. Posebno tamo gdje su demokratija i javno zagovaranje novi fenomeni, uključivanje većeg broja grupa i pojedinaca služi i kao efikasna zaštita. Razmislite, koga još možete uključiti? Ko vam još može biti saveznik?

UVJERLJIVA PREZENTACIJA

Mogućnosti utjecanja na donosioce odluka su ograničene. Političar vam može udijeliti jedan susret, ministar će vam “pokloniti” pet minuta, ali brižljivo pripremljena prezentacija, bazirana na kvalitetnim argumentima, može pretvoriti i kratko sučeljavanje u uspješnu akciju. U suštini vi često imate samo jednu priliku

za iznošenje stava i kako je važno hoćete li je znati iskoristiti.

PRIKUPLJANJE SREDSTAVA

Svako djelovanje zahtijeva sredstva. Uspješno javno zagovaranje traži dugoročno investiranje vremena, energije i sredstava. Kako možete prikupiti potrebna finansijska sredstva-jedno je od ključnih pitanja na koje morate znati odgovoriti.

EVALUACIJA

Kako znate jeste li uspjeli stići do postavljenog cilja? Kako možete poboljšati strategiju? Želite li se baviti uspješnim javnim zagovaranjem, morate stalno tražiti povratne informacije i procjenjivati uloženi napor.

KAKO STVORITI I KORISTITI BAZE PODATAKA?

Često se može čuti da “činjenice govore same za sebe”. Ipak, ako bi ovo bila istina, zašto onda većina donosilaca odluka ne temelje svoje odluke na objektivnim podacima i rezultatima istraživanja? Zašto se istraživanja i podaci tako rijetko koriste za utjecanje na politiku?

Prije nego što se dalje upustimo u diskusiju o podacima i načinu na koji se prezentiraju i prenose, korisno je obratiti pažnju na dvije jednostavne informatičke definicije koje pojašnjavaju pojmove *podatak* i *informacija*. **Podaci** su naime činjenice koje dobijemo ili čujemo u razgovoru, putem istraživanja, intervjeta, medija, ali samo oni podaci koji su nama korisni i relevantni jer predstavljaju saznanja koja utječu na naše buduće akcije - jesu **informacije**. Dakle, bitno je da iz mora podataka kojima svakodnevno operiramo znamo izdvajati informacije koje mogu proizvesti određene akcije ili želju za djelovanjem.

Proces stvaranja politike, odnosno odabir jedne opcije između nekoliko različitih, predstavlja u suštini pregovor između različitih aktera. Da bi se važni podaci i rezultati istraživanja mogli uključiti u ovaj proces pregovaranja, oni se moraju prevesti u informacije i prezentirati u formatu koji stvaraoci politike mogu razumjeti i iskoristiti. Na ovaj način, činjenice se prezentiraju tako da govore jezikom donosilaca odluka, lidera u zajednici, zagovarača, javnosti i medija, te će utjecaj prikupljenih podataka i istraživanja biti mnogo veći.

Javni zagovarači postoje da bi se oživotvorile potrebne pozitivne promjene. Ali, bez relevantnih informacija, činjenica, podataka o pojedinom problemu, nemoguće je pokrenuti kvalitetnu kampanju.

Uspješna kampanja javnog zagovaranja temelji se na čvrstim činjenicama, podacima o određenom problemu i stanju.

Javni zagovarači koriste podatke u pisanim izvještajima za usmena izlaganja (u gradskim vijećima, regionalnim ili nacionalnim saborima i sl.), na konferencijama za novinare, itd.

PRIKUPLJANJE PODATAKA

Naravno, prvi je korak u svakom projektu prikupljanje podataka. No, prije svega treba odrediti:

1. *Koga želimo zainteresirati za problem.*
2. *U što tu osobu/osobe želimo uvjeriti.*
3. *U kojem pravcu želimo da ovi ljudi djeluju.*

PRIJE NEGO KRENEMO U AKCIJU PRIKUPLJANJA PODATAKA...

Prije nego krenemo u akciju, moramo biti sigurni u što želimo uvjeriti ciljani auditorij. Sigurno je da trebamo:

- *podići nivo zainteresiranosti za određeni problem*
- *dobiti podršku za pokretanje aktivnosti*
- *spriječiti prihvatanje ili provođenje štetne politike*

Da biste zainteresirali javnost za određeni problem, izaberite podatke koji mogu biti jasno i ukratko prepričani i predstavljeni, a ostvaruju jak dojam i bude želju za saznavanjem još više činjenica.

Da biste usmjerili pažnju na neko specifično područje, podatke treba usko vezati uz problem, ali pritom dajući i širi presjek situacije te napominjući kako bi bolje (ili gore) izgledalo društvo (ne) bude li došlo do traženih promjena. Važno je podatke iskoristiti za stimuliranje novih ideja i promišljanja.

STVARANJE I PRENOŠENJE PORUKA

Jedan od najuspješnijih načina da skrenete pažnju na pitanje koje zagovarate i da osigurate podršku svojim ciljevima jeste da svoju publiku podijelite u grupe i kreirate poruku na koju će svaka grupa odgovoriti. Prije svega, potrebno je uraditi malo istraživanje i segmentirati publiku.

Moramo imati u vidu koga želimo zainteresirati porukom koju prenosimo. To mogu biti: javno mnjenje, zakonodavci i ostali političari, institucije za uslužnu djelatnost, državna administracija, privrednici, specifična zajednica (religijska, etnička...), mediji, itd. Za svaku od ovih grupa bit će potrebno prilagoditi način na koji prenosimo poruku, kao i sadržaj same poruke.

Šta treba da sadrži poruka? Poruka treba da je sažeta i ubjedljiva izjava o cilju vašeg zagovaranja koja obuhvata šta, zašto i kako želite da postignite. Pošto je krajnja svrha poruke da potakne na akciju, vaša bi poruka također trebala uključiti konkretnu akciju koju želite da vaša publika poduzme.

Sadržaj je ipak samo jedan dio poruke. Ostali neverbalni faktori kao, naprimjer, gdje se i kada ona prenosi, mogu biti važniji od samih riječi. Također, ponekad ono što nije rečeno šalje glasniju poruku nego ono što je rečeno.

Pri stvaranju i prenošenju poruke treba imati na umu tri važne stvari:

- Šaljite istu poruku raznim kanalima tokom dužeg vremenskog perioda. Poruka se ne može apsorbirati preko noći, te je ponavljanje od vitalnog značaja. Pokušajte prenositi poruku na različite načine i koristeći drugačije riječi, kako ne bi postala zamorna.
- Pobrinite se da vaše poruke dostavljaju izvori kojima javnost vjeruje i koji imaju ugled. Ponekad je prenosilac poruke za krajnji cilj važniji od sadržine same poruke.
- Stvorite poruku koju će javnost razumjeti. Koristite jezik grupe na koju ciljate. Prezentacije napravite jednostavnim i lako razumljivim.

Možda ćete u vašim porukama željeti koristiti tehničke informacije i rezultate istraživanja. Imajte na umu da poruke različitim grupama obično sadrže dosta pojednostavljene informacije tehničkih istraživanja i podataka.

ŠIRA JAVNOST

Generalno gledajući, šira javnost je krajnji korisnik programa zagovaranja te je zato i korisno osigurati njihovu podršku. Javnost se najbolje motivira sa jednostavnim jasnim, sažetim porukama koje zahtijevaju akciju. Statistike su korisne ali se potrudite i da brojevi zadobiju ljudsku stranu priče pa ćete tako istovremeno djelovati i na razum i na osjećaje. Ne zaboravite da ljudi prije svega žele da znaju kako će vaši programi utjecati direktno na njih.

ZAKONODAVCI I UTJECAJNE LIČNOSTI

Veći dio vaših aktivnosti bit će usmjeren na zakonodavce (predstavnike vlasti, ministre, članove parlamenta, itd.) i ljude koji na njih mogu utjecati. Za njih treba pripremiti drugačiji pristup. Samo gomila statističkih podataka neće ih impresionirati. Da bi vaše riječi stigle do njihova uha, pripremite konciznu, oštru i ubjedljivu prezentaciju -omogućite im da dobijene podatke već istog trena mogu koristiti za svoje političke govore. Imajte na umu da i oni vole osobne priče začinjene detaljima. Podacima djelujte na njihov razum ali im jasno dajte do znanja da će vlastitim angažiranjem izvući i osobnu korist. Oni moraju shvatiti problem, no ne propustite ih uvjeriti kako će njihovo djelovanje cijeniti i nagraditi birači ili poslovni partneri. Ekonomski argumenti (potencijalno smanjenje budžeta ili druge koristi) su također korisni. Zakonodavci će također željeti da im kažete šta tačno od njih očekujete da poduzmu i ko vas još podržava.

ORGANIZACIJE KOJE SE BAVE ZAGOVARANJEM

Ponekad zagovarači nemaju dovoljno vremena niti resursa koji će podržavati njihove argumente. Ako ove organizacije imaju ciljeve koji su slični vašima, radite s njima i ponudite im ono što imate. Rezultati istraživanja i podaci se mogu iskoristiti samo ako se jasno predstave činjenice i brojevi. Pošto zagovarači ove činjenice često ubacuju u materijale koji su namijenjeni zakonodavcima, pokušajte sadržaj dizajnirani tako da cilja na njih.

INSTITUCIJE USLUŽNIH DJELATNOSTI (CENTRI ZA SOCIJALNI RAD, DOMOVI UMIROVLJENIKA, DOMOVI ZA NEZBRINUTU DJECU I SL.)

Oni su svakodnevno u doticaju s ljudima i od vas ne žele čuti neku potresnu priču. Njima trebaju solidne, čvrste brojke, mnoštvo činjenica i podaci koje mogu osobno koristiti za dobivanje sredstava iz budžeta. Pomozite im predlaganjem novih programa za širenje djelatnosti.

DRŽAVNA ADMINISTRACIJA

Ukoliko želite utjecati na njihov način interpretiranja nekog propisa ili provođenje odredene zakonske regulative, vaša prezentacija mora biti vrlo kvalitetna i popraćena jasnim oslikavanjem posljedica (ne)provоđenja određenih mјera.

PRIVREDNICI

I oni, poput političara, najbolje reagiraju na podatke koji su vezani uz njihovo interesno područje i na njega bitno utječu.

SPECIFIČNA ZAJEDNICA, GRUPA (RELIGIJSKA, ETNIČKA...)

U ovom se slučaju podaci moraju direktno vezati uz njihove specifične interese, vrlo određene priče, vlastito iskustvo.

MEDIJI

Mediji su zainteresirani za one priče koje će zaokupiti pažnju široke publike. Oni vole nečije lično iskustvo iskoristiti kao primjer. Imajte na umu da novinari i urednici nemaju vremena za čitanje dugih priča. Njima trebaju nove, kratke, jasne i uzbudljive informacije, sažete, sa naglašenom suštinom.

Javno prezentiranje podataka

Bez obzira prezentirate li svoje podatke na elektronskim medijima, u štampi ili putem elektronske pošte, u svakom slučaju morate ispričati svoju priču. Ključ uspjeha je svakako vaša lična priprema i sposobnost da pravilno artikulirate temu koju zagovarate. Vaši pisani materijali će biti važni. Ključno je razviti dugoročne i dobre odnose sa reporterom sa kojim ste u vezi.

Gоворне i језичке вјештине neophodne su pri prezentiranju podataka. Vrlo je važan i način na koji ljudi nagovarate i ubjeđujete da prihvate vaše stavove. Različite situacije često zahtijevaju i različite načine zagovaranja.

Prilikom prezentacije ovih podataka odnosno zagovaranja javnosti, moramo sebi postaviti određene standarde u korištenju govornog i pisanog jezika. Zagovarači se ne trebaju ograničavati u pisanju ili govoru, ali bi trebali imati na umu nekoliko sljedećih napomena.

- Koristite različite stilove pisanja pri komuniciranju s različitom publikom, uvijek se preispitujući šta je cilj same komunikacije u svakom pojedinačnom slučaju.
- Iskoristite jezička znanja (gramatička pravila, pravopis, itd.), medijske tehnike, ilustracije, citate, i sve ostalo što će vam pomoći da kreirate, kritizirate, diskutirate i utječete na druge kroz štampane i ostale tekstove.
- Koristite govor zajedno s pisanim i vizualnim pomagalima kako biste lakše ostvarili svrhu zagovaranja. Jezik koji koristite za ove svrhe može vas dovesti korak naprijed ka ubjeđivanju ostalih, razmjeni informacija, i vlastitoj samospoznavaji i zadovoljstvu.

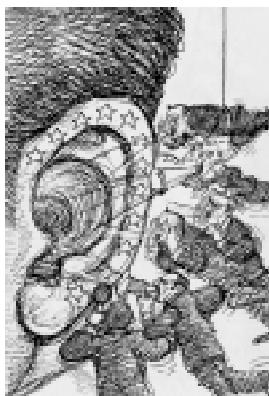
Elektronski prijenos podataka

Mogućnosti distribucije podataka elektronskim putem rastu velikom brzinom. Ne zaboravite na mogućnosti koje vam pružaju Internet i elektronska pošta (e-mail). Internet je široka svjetska elektronska mreža sa mnogo različitih nivoa korištenja, različitim aktivnostima i funkcijama. U zavisnosti od nivoa vašeg znanja, Internet možete koristiti kao vrijedno oruđe pri vašem svakodnevnom radu. Ako imate pristup Internetu, možete svoje poruke, saopćenja, izjave za štampu i sve ostale informacije slati ljudima širom cijelog svijeta, pod uvjetom da znate njihove e-mail adrese. Na programu koji koristite za elektronsko slanje pošte možete napraviti grupnu e-mail adresu, tako da samo jednom naredbom šaljete informacije velikom broju ljudi u isto vrijeme. Mogućnost kreiranja web-stranice na koju ćete stavljati sve podatke koje ste prikupili tokom istraživanja također vam je otvorena.

Ipak, ne zaboravite da mnogi ljudi kod nas još uvijek nemaju pristupa kompjuteru niti Internetu. Zato bi elektronska pošta i dalje trebala biti dodatak redovnom i ustaljenom načinu komuniciranja, a ne zamjena.

PODIZANJE JAVNE SVIJESTI O PITANJIMA KOJA ZAGOVARATE

LOBIRANJE



Identificirali ste probleme koji zahtijevaju akciju i izabrali cilj zagovaranja. Kako možete osigurati podršku koja će vam trebati za ostvarenje cilja? Koga treba ubijediti da poduzme akciju? Ko vam može pomoći da dosegnete cilj? Pristup koji je orientiran ka publici, baziran na tehnikama društvenog marketinga pruža mogućnost da razlikujete, analizirate, dosegnete i motivirate ključne osobe. Ove tehnike mogu vam pomoći da odaberete ključne ljude koji su vam neophodni da biste uspjeli, radije nego da pokušavate djelovati na sve donosioce odluka i sve sektore društva. Da biste razumjeli nivo znanja, stavove i ubjedjenja vaše ciljane publike, morate istraživati i publiku. Počnite sa segmentacijom publike - načinom grupiranja donosilaca odluka, utjecajnih lidera, NGO/NVO-a ili profesionalnih udruženja u pod-grupe sa sličnim karakteristikama. Tako će vam biti lakše da saznate nešto više o svakoj pod-grupi i shodno tome prilagodite poruku koju im želite prenijeti.

Kao zagovarač morate biti dobro upoznati s procesom donošenja odluka o pitanjima koja zagovarate i znati ko su ključni ljudi koje morate lobirati.

Pored toga što morate biti upoznati s onim što publika zna i osjeća u vezi s vašim ciljevima, također je od bitne važnosti da naučite nešto o postojećim normama, neformalnim pravilima ili "pravilima ponašanja" koja mogu postojati unutar grupe.

Koristan način da podijelite publiku u grupe jeste da identificirate primarnu i sekundarnu publiku.

Primarna publika uključuju donosioce odluka koji imaju ovlasti da direktno utječu na ishod vaših aktivnosti. Ovo su osobe koje moraju aktivno odobriti promjenu politike. Donosioци odluka su primarne mete strategije zagovaranja.

Sekundarnu publiku čine osobe i grupe koje mogu utjecati na primarne mete, odnosno na donosioce odluka. Njihova mišljenja i akcije su jako važni jer utječu na mišljenja i akcije donosilaca odluka. Neki članovi primarne publike mogu također biti članovi sekundarne publike ukoliko mogu utjecati na ostale zakonodavce. Također, vaša sekundarna publika može biti opozicija vašem cilju. Ako je to slučaj, od iznimnog je značaja uključiti ove grupe u vaše aktivnosti, naučiti o njima i adresirati ih prilikom stvaranja strategije.

Kada ste identificirali primarnu i sekundarnu publiku, morate istražiti šta su njihova mišljenja, stavovi, vjerovanja o temi koji zagovarate. Ovo možete saznati posmatrajući i razgovarajući s ljudima, čitajući govore i druge dokumente, posjećujući sastanke otvorenog tipa gdje će ove osobe biti ili govoriti, iz intervjuja i rezultata anketa, itd. Nakon toga, otvoren vam je prostor za lobiranje.

Lobiranje se najjednostavnije može opisati kao umjetnost ubjeđivanja. Lobiranje predstavlja niz akcija kojima je cilj izvršiti utjecaj na donosioce odluka. Ono se vrši iz dva razloga: da riješimo postojeći problem i da unesemo promjene.

Lobiranje obično znači kontakt sa zvaničnim tijelima kao što su lokalne vlasti, državni organi i predstavnici međunarodnih vlada ili organizacija. Lobiranje je pismeno i usmeno komuniciranje i ubjeđivanje ljudi na određenim pozicijama da svoju političku moć iskoriste za određeno djelovanje. Ono motivira i gura zakonodavce ka iniciranju i stvaranju promjena.

**ŠTA JE BITNO ZA
USPJEŠNO
LOBIRANJE?**

Lobiranje može da bude dugotrajan proces koji zahtijeva mnogo truda i vremena, u početku možda i bez vidljivih rezultata.

Uspješan zagovarač mora imati:

- ***znanje o sistemu*** u kome radi i
- ***znanje o problemu*** koji zagovara.

Što više naučite i više ljudi upoznate, prikupit ćete više znanja koja će vam pomoći pri neočekivanim situacijama u kojima se nađete nepripremljeni.

Uspješan zagovarač treba znati artikulirati problem, strateški planirati i napraviti kvalitetnu informaciju.

Uspješan zagovarač također treba znati izgraditi dobre odnose s onima kojih se problem tiče, s donosiocima odluka i s ljudima sličnog razmišljanja. Treba identificirati izvore pomoći koji mu se mogu naći pri ruci, ukoliko i kad ih zatreba.

Ako se želite baviti lobiranjem, ne možete se izolirati na pusto ostrvo. Za lobiranje bit će vam potrebna podrška. Ne zaboravite je potražiti podršku od porodice, prijatelja, radnih kolega, susjeda, udruženja i klubova čiji ste član, ostalih organizacija sa kojima radite, itd.

PISMENO LOBIRANJE

Kratka obavještenja, pisma i izvještaji predstavljaju standardne instrumente zagovaranja. Sve to vam omogućuje da pružite informacije, predstavite svoj slučaj i zatražite djelovanje. Cilj bilo kojeg dokumenta napisanog u svrhu lobiranja je da odgovarajuću poruku prenese na što efikasniji način. Pismeno obraćanje daje vam mogućnost da podesite odgovarajući ton poruke, kako bi ona ostala zapamćena. S obzirom da su zvaničnici kojima se obraćate uglavnom veoma zaposleni ljudi, bez mnoga vremena za čitanje detaljnih izvještaja, vaša poruka mora biti kratka i jednostavna. Budite umjereni. Pismo bi trebalo da ima najviše dvije strane, a ukoliko želite da uključite neki duži izvještaj, priložite samo njegov sažetak, ne duži od jedne strane.

LOBIRANJE “OČI U OČI”

Lobiranje “oči u oči” može predstavljati veliko iskušenje za vaše nerve. Susresti se sa zvaničnicima podrazumijeva susret na njihovom terenu i pod njihovim uvjetima. Ipak, to je i najefikasniji način da iznesete problem. Vaše prisustvo tamo znači da vas slušaju, i ne mogu vas ignorirati poput nepročitanog pisma.

Najbolji način ličnog lobiranja jeste da zatražite sastanak. Od suštinske je važnosti dobro se pripremiti za takve sastanke.

1. RAZRADITE RASPORED. Delegirajte ko se treba sastati s donosiocima odluka. Pripremite kraću prezentaciju. Držite se najviše dviju, triju tačaka. Odredite što želite postići određenim susretom. Vježbajte ono što želite reći. Pripremite materijale za sastanak. Ako dolazite grupno, odredite prije ko će šta izlagati i javno objavite redoslijed izlaganja. Na početku sastanka dopustite si malo neobavezognog časkanja, ali zapamtite da je dužnost na prvom mjestu.

2. SLUŠAJVTE PAŽLJIVO. Tražite naznake stavova i pogleda na problem zastupnika s kojima komunicirate. Ako imate sastanak sa “šutljivcem”, probudite ga pitanjima. Ukoliko imate posla s brbljivcem, uskočite kad uzima zrak i vratite se na dogovorenou temu.

3. PRIPREMITE SE ZA RAZGOVOR, ali ne mislite da trebate biti eksperti. Većina zastupnika ne zna puno više od vas. Ne gušite razgovor suvišnim detaljima, dajte ljudsku notu problemu. Naučite kada treba reći “ne znam”. Obećajte da ćete naknadno poslati informacije koje trenutno nemate. Budite otvoreni za

protuargumente, ali ne odustajte od svog stava. Ne budite svađalica. Ako ne možete pobijediti, ostavite se tog pitanja.

4. NEMOJTE OSTATI PREDUGO. Navodite razgovor na svoju temu. Ako ste čuli dovoljno i ono što ste željeli, zahvalite se i otiđite. Nemojte ovom prilikom otvarati novu temu. Ako ste razočarani, recite to ljubazno i oprostite se. Ostavite prostor za neki budući razgovor.

5. UPAMTITE DA STE TU RADI USPOSTAVLJANJA ODNOSA. Zahvalite se na korisnim informacijama makar to i ne bila istina. Sjetite se, "nema stalnih prijatelja ni neprijatelja". Možda vam već sutra opet zatreba ista osoba.

6. SLJEDEĆI KORAK - nakon posjete pošaljite kratku poruku sa zahvalom. Pomenite i zaključke i eventualne obaveze koje su preuzete tokom sastanka. Ne zaboravite se zahvaliti i osobi sa kojom ste prije kontaktirali (sekretar/sekretarica, recepcionar).

Nekoliko korisnih savjeta za provođenje kampanje zagovaranja

Kampanje traže potpunu uključenost učesnika. Jezik, stil i ideje moraju biti pristupačni svima. Pri svakodnevnom radu držite se temeljnih vrijednosti - poštena odnosa, pravednosti, istine. Vježbajte slušanje, ali ne budite pasivni. Samo prava ideja donosi promjenu. Ne zaboravite da ništa ne možete sami postići, uključujte ostale. Budite svjesni činjenice da je svako podjednako važan i da svakom godi priznanje.

Ne zaboravite, ljudi čije interese zastupate mogu biti najuspješniji zagovarači, obavezno ih uključite u određene dijelove kampanje koju provodite.

Domaća zadaća jako je važna Prije svakog nastupa u javnosti uvijek se pripremite. Imajte uvijek uz sebe analize i podatke.

Uspinjte se ka krajnjem cilju, ali cijenite i slavite male pobjede s ostalima. Samo vas predan rad i entuzijazam mogu dovesti do željenih promjena.

Kampanja zagovaranja ima svoj ritam (ubrzavanja i usporavanja). Pažljivo osluškujte glas javnosti, zakonodavce, vladu, medije i pažljivo odvagnite šta treba poduzeti. Kampanje mogu biti mirne, ali uspješne. Ima situacija u kojima je najbolji potez - čekanje.

Ponekad ćete naići i na probleme i prepreke u procesu lobiranja. Vrlo često će te prepreke biti lične ili sistemske prirode (pitat ćete se da li znate dovoljno o problemu čije rješavanje zagovarate ili ćete imati teškoća da ugovorite sastanak s osobom s kojom želite razgovarati).

Ono što vam ponekad može stvoriti problem su i pol (ženski), dob (mladost) i macho ponašanje pojedinih donosilaca odluka. Morate biti spremni da odgovorite i odbijete moguće komentare ove vrste.

PODIZANJE JAVNE SVIJESTI O PITANJIMA KOJA ZAGOVARATE

Podizanje javne svijesti o nekoj temi može značiti uvođenje tog problema po prvi put u javnost, ili, eventualno, suprotstavljanje predrasudama i osporavanje široko raširenih stereotipa. Ovo se može postići korištenjem čitavog niza aktivnosti: literaturom, pismima, protestima, demonstracijama, peticijama, otvorenim sastancima ili putem medija. Za koji god od navedenih načina se odlučite - uspjete da saopštite široj javnosti poruku koju želite.

Da biste uspješno prenijeli poruku širom auditoriju, postoje neki osnovni principi koje treba imati na umu pri pripremi akcije na podizanju svijesti javnosti.

- Vaše kampanje treba da privuku pažnju javnosti. Budite kreativni, zabavni, ponudite informacije koje će ih iznenaditi i šokirati.
- Pokušajte probuditi iskrenu zainteresiranost. Pronadite način da uspostavite vezu s iskustvima i problemima ljudi i da im temu prezentirate kao važnu za njih lično.
- Svaka vaša akcija treba da kod ljudi stvori želju za promjenama, uključivši i promjene vlastitog ponašanja i ponašanja drugih. Ljudi se mogu mijenjati ako osjete krivicu zbog svog ponašanja, ali ćete lakše izazvati promjenu njihovih stavova ukoliko pozitivno dožive vaš poziv za promjenu. Pozovite se na nešto što oni cijene ili im pokažite da se i ljudi koje oni cijene ponašaju na takav način. Uključivanje medijski poznatih ličnosti u vaše kampanje je uvijek dobra ideja.
- Kampanje bi trebale davati ljudima nove informacije ili nove analize. Ne zaboravite da informacije koje pružite moraju biti lako shvatljive, a poruka koju želite prenijeti jasna i snažna.
- Kampanje javnog zagovaranja traže da oni koji su u njih uključeni aktivno učestvuju u samom procesu.
- Jezik koji se koristi, kao i ideje i stil moraju biti pristupačni javnosti.. Treba izbjegavati žargon, a poruka koju želimo prenijeti i jezik koji koristimo trebaju biti emocionalniji od jezika koji koristimo pri lobiranju.

Ukratko, kampanja treba da otvorí oči i osvijesti građane o prisustvu nekog problema ali i da ih inspirira da preduzmu neku akciju.

Ukoliko imate veći broj ljudi spremnih da učestvuju u kampanji, to znači da ste je uspješno osmisili i pokrenuli.

Prilikom podizanja opće svijesti o pitanjima koja zagovarate, lako je moguće da susretnete ljudе koji su spremni ne samo da promijene svoja mišljenja i stavove, već i da mijenjaju stavove i ponašanje drugih. Ovo je izvanredna prilika da ih uputite da naprave korak dalje i poduzmu neke akcije koje bi mogle promijeniti svijest drugih. Najbolje je da od njih zatražite da poduzmu neku konkretnu akciju, kao npr. da stave svoj potpis na peticiju, napišu pismo nekom od zastupnika u

Skupštini, itd. Za početak, predložite im akcije koje su luke za izvesti. Vjerovatnije je da će oni prije potpisati već napisano i odštampano pismo, nego što će ga sami napisati. Vrlo je bitno da im pružite osnovnu pomoći i informacije koje su im potrebne.

Jednako je važno reći ljudima zbog čega tražite od njih da poduzmu određenu akciju i šta očekujete da će ta akcija proizvesti. Ako im pokažete koji će biti učinak te akcije i ako se osjete dijelom velikog pokreta, ljudi će biti mnogo skloniji da vam pomognu.

Ipak, imajte na umu da će ljudi često oklijevati da se uključe i to najčešće iz razloga što nemaju vremena, novca ili zbog eventualne kritike koju bi mogli primiti. S druge strane, nagrada koju dobiju ako postanu dijelom kampanje obično je vrlo niska. Razlozi zbog kojih se ljudi opredjeluju da se pridruže kampanji zagovaranja su obično lične prirode: njih se ili jako tiču teme vaše kampanje, ili jednostavno vole osjećaj pripadnosti i rada za opće dobro. Shodno tome, kako je važno da obratite pažnju na ova dva razloga i nastojite zadržati interes i pažnju vaših sljedbenika. Omogućite im da se osjećaju dijelom grupe, šaljite redovita cirkularna pisma sa svježim vijestima ili ih pozivajte na sastanke.

Budite velikodušni prema ljudima koji se uključe u vašu kampanju. Možda svako od njih neće imati dovoljno vremena, motiva ili sposobnosti da na sebe preuzme veći dio posla, ali sigurno je da svaka zainteresirana osoba koja dijeli vaše stavove može biti od pomoći na neki način.

Podizanje javne svijesti o nekoj temi može se postići različitim aktivnostima. Naprijed smo spomenuli medije, pisma, proteste, demonstracije, peticije, sastanke, itd. Bez obzira za koji od navedenih načina se odlučimo, naše vještine ubjedivanja i kvalitet pripremljenih govora i prezentacija su od presudnog značaja.

Djelovanjem u javnosti, povezani na više nivoa (od pojedinaca do institucija), stvaramo moć, snagu utjecaja. Otvaranje novog prostora u javnosti, kreiranje zajedničkog interesa koji prije nije postojao, daje nam snagu, a ugled i moć rastu ukoliko su vjerodostojne informacije koje prosljeđujemo medijima ili državnoj administraciji.

Moć raste i kad znate utjecati na one koji donose određenu odluku. Recite im da ćete informirati javnost i glasno reći je li (ili nije) njihova uloga bila konstruktivna. Jedan od izvora zadobivanja društvene moći svakako je i javno zagovaranje. Ono je jedna od esencijalnih komponenti organiziranog života. NGO/NVO i ostali dijelovi civilnog društva spona su između slabih i jakih. Izazov je motivirati ljude unutar zajednice - sindikaliste, advokate, doktore, učitelje, akademike - sve one koji će zajedno sudjelovati u izgradnji procesa javnog zagovaranja.

Pitanja koja uputite, daju vam i moć da dobijete odgovore koji vam trebaju. Odgovori koje čujete daju vam dodatne informacije koje možete iskoristiti pri javnim nastupima.

Nije važno ako uvijek ne uspijete stići do zacrtanog cilja. I kompromis je pomak, na njemu dalje možete graditi svoj budući odnos prema nekoj drugoj akciji.

Ako smo zamislili budućnost stvorenu na pravdi, uočićemo da je naša najveća moć u učesnicima i liderima koji su se razvili iz našeg djelovanja. Metode uključivanja građana grade vještine građana-aktivista, ohrabruju ih da izazivaju vlast i moć i poboljšaju život onih koji imaju manje konvencionalnu političku moć i slabije ekonomske izvore. Njihova moć i snaga koju donose u javna djelovanja i javni život, omogućuju ih da neovisno djeluju zavisno o uočenim potrebama i prioritetima.

GOVORI I PREZENTACIJE

Rad na pripremanju govora ili prezentacije može se podijeliti u 10 koraka.

1. Definirajte svrhu govora ili prezentacije. Da li želite ubijediti publiku da nešto poduzme, ili ih želite educirati o nekoj temi? Želite li da ih inspirirate ili ubijedite u nešto?
2. Odredite ciljanu publiku. Znaju li oni već nešto o temi o kojoj ćete govoriti? Da li su za nju zainteresirani? Da li su simpatizeri te teme?
3. Budite sigurni da znate dovoljno o temi o kojoj ćete govoriti.
4. Odredite šta želite da saznaju, nauče i zapamte ljudi kojima se obraćate. Napišite cilj vašeg govora u otprilike 25 riječi.
5. Napišite tri stvari koje želite da slušaoci zapamte. Ilustrirajte svaku s nekim primjerom, pričom ili anegdotom koja će stvoriti sliku i ostati u sjećanju slušaocima u publici.
6. Uokvirite sadržaj prezentacije koristeći citate, statistiku, primjere i ostale interesantne informacije.
7. Napišite uvodnu riječ, izjavu kojom ćete privući pažnju publike.
8. Napišite završnu riječ. Ciljajte na jak kraj. Trebala bi to biti izjava u kojoj zajedno pozivate na akciju, predviđate budućnost, pravite deklaraciju, vraćate se na vaše uvodne komentare i sumirate svoj osnovni cilj.
9. Saznajte više o programu u okviru koga govorite. Jeste li jedini govornik? Koji ste po redu? Hoćete li biti prvi ili zadnji govornik? Hoće li biti panel govornika?
10. Imajte na umu vrijeme za pitanja i odgovore. Koliki dio vremena koji vam je dodijeljen želite ostaviti za pitanja i odgovore?

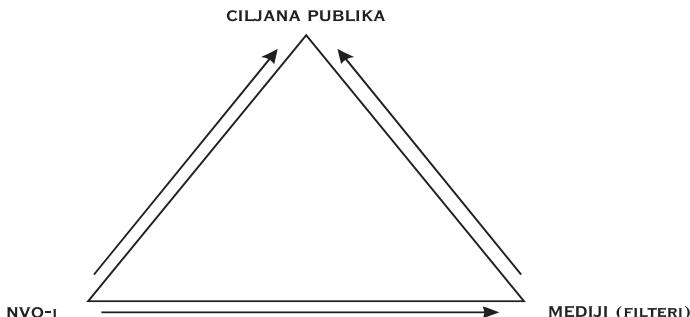
U toku govora, nemojte pokušavati prenijeti više od tri glavne poruke. Prosječan govor ne treba biti duži od 20 minuta. Rečenice trebaju biti što kraće i jednostavnije. Generalno gledajući, vaš govor ne bi smio biti duži od sedam, maksimalno deset kucanih stranica. Tzv. pravilo palca kaže da se 12 redaka teksta treba reći za jednu minutu. Ukoliko imate dupli razmak između redaka, onda za jednu stranicu teksta možete odvojiti oko dvije minute.

MEDIJI

MEDIJI I JAVNO ZAGOVARANJE

Pisani mediji kao što su novine i magazini, kao i govorni mediji kao što su televizija i radio, mogu izvršiti značajan utjecaj na društvo. Ovaj je utjecaj možda teško tačno izmjeriti, ali je sigurno da mediji prezentiraju mnoga pitanja i unose svježe informacije koje utječu na stavove javnosti. Moć medija je nesumnjiva jer oni predstavljaju izvanredno efikasan način saopćavanja poruka širem auditoriju. Ako se mudro koriste, mediji mogu vaše teme staviti na dnevni red šire javnosti i izvršiti direktni pritisak na donosioce odluka.

Vaša strategija treba da bude usmjerena ka korištenju medija za obraćanje široj publici kako biste promovirali zahtjeve za pozitivnim promjenama. Da biste uspješno odradili ovaj segment javnog zagovaranja, morate znati osnovne stvari o zagovaranju putem medija.



KAKO ĆETE
NAJLAKŠE
ZAINTERESIRATI
NOVINARE I
UREDNIKE?

Novinari obično nisu zainteresirani za neprerađene informacije. Ono što njih interesuje je vijest ili priča. Postojanje konflikta ili kritika nekoga/nečega su stvari koje ih najlakše privlače. Dobra priča treba biti humana i emocionalna i nositi snažnu poruku. Vaše teme moraju biti

u formi "teme dana" jer im zastarjele informacije neće koristiti. Vaša priča mora se bazirati na činjenicama i događajima, a manje na mišljenjima. Priča ili vijest mora predočiti temu na jednostavan način i biti relevantna i interesantna za veći krug ljudi.

**DA BISTE USPJEŠNO ISKORISTILI MEDIJE ZA PROMOCIJU
PROBLEMA NA KOME RADITE
MORATE RAZMOTRITI SLJEDEĆE AKCIJE:**

NAUČITI O MEDIJIMA

Uputite par telefonskih poziva, posjetite biblioteku, saznajte ko obično izvještava ili piše o problemu o kome želite govoriti. Uočite koji mediji pridaju više pažnje ovim pitanjima (TV, radio, štampa). Korisno je i identificirati novinara koji piše o temama koje se tiču pitanja koje vi želite prezentirati.

PRISTUPITI MEDIJIMA

Mediji dnevno primaju hrpe informacija i prijedloga za priče koje ljudi žele prezentirati široj javnosti. Zbog toga, ako želite da mediji napišu ili prezentiraju nešto o stvarima koje zagovarate, informacija koju prezentirate mora biti značajna, interesantna i nova; mora se isticati i zavređivati da bude na vijestima.

UOBLIČITI POSTOJEĆI PROBLEM

Način na koji predstavite stvar koju zagovarate je ključan da bi daljnji napor pri zagovaranju bili uspješni. Mediji podržavaju koncepte koji aludiraju na zdravlje, slobodu, zdrav razum i legitimnost, a ne vole ekstremizam, zastranjivanje, nelegitimnost. Način na koji prezentirate problem na kome radite odredit će ko će se pridružiti vašem naporu. Govorite u ime "građana", "javnosti", "zajednice", a ne u ime "onih koji podržavaju vaše akcije i djelovanje". Predstavite se kao neko ko zastupa zajednicu, a ne posebnu društvenu grupu.

ORGANIZIRATI MATERIJALE O PROBLEMU

Korisno je imati pripremljen set materijala koje u svakom momentu možete poslati reporterima. Materijali koje ste dobili od državnih izvora mogu također biti od pomoći. Prirodno, ove informacije trebaju biti dopunjene prikupljenim činjenicama i podacima kad god je to moguće.

“PRODATI” PRIČU

Ne morate čekati da reporteri dođu k vama. Ako imate važnu informaciju nazovite reportera i ponudite mu priču. Pitajte da li zovete u pravo vrijeme i da li je bolje da se javite poslije. Predstavite se i objasnite zašto je priča ili informacija zbog koje zovete interesantna i važna. Ako im obećate nešto dostaviti, odmah to i uradite. Ovo je momenat “prodaje” pa nemojte biti skromni.

PRIPREMITI NOVOSTI ZA ŠTAMPU

Uobičajeni način predstavljanja vaše priče medijima je izdavanje **saopćenja za štampu**. To je kratak dokumenat koji šaljete novinarima koji vaše informacije i teme predstavljaju u obliku koji mediji mogu iskoristiti. U idealnom slučaju trebalo bi biti moguće da se vaše saopćenje za štampu emitira ili štampa bez problema. Prema tome, ova saopćenja treba pisati kao da se radi o novinskoj priči.

Vijesti koje šaljete medijima moraju biti kratke i jasno odslikavati događaj, postignuće ili napor. Krenite od uzbudljivog sažetka priče i ponudite im prvo novosti. Idealno, u prva dva paragrafa trebate odgovoriti na pitanja: ko, šta, kada, gdje, zašto i kako. Najvažniji dio i najbitnije informacije treba dati na početku kao temelj za ostatak priče. Na taj način urednici mogu vaše vijesti skratiti sa kraja, a da se ne gubi kontrola nad datim informacijama. Urednik će prilikom letimičnog pregleda ovako strukturirane vijesti lakše procijeniti da li je za nju zainteresiran ili ne.

Pokušajte informaciju koju plasirate dati ljudsku dimenziju, ponudite im neki citat ili opišite lično iskustvo. Eventualne šire informacije pružite u dodatnim pasusima, ali ne zaboravite da saopćenje ne bi tebalo biti duže od jedne strane. Konačno, osigurajte da vam se saopćenje završava s detaljima o kontakt osobu u slučaju da budu trebala dodatna pojašnjenja. To je također i dobar način da se naznači da postoji osoba s kojom se može napraviti intervju.

Pri pisanju saopćenja za štampu ne zaboravite još nekoliko važnih stvari:

- stavite datum i kontakt vaše organizacije odmah ispod naslova vijesti;
- koristite uvodni paragraf, napisan podebljanim slovima i centriran, koji sumira sadržaj novosti;
- budite kratki; napravite tačnu priču potkrijepljenu činjenicama. Iščitajte je više puta dok ne bude savršena.
- koristite aktivne glagole koji čitaoca tjeraju da čita dalje
- kucajte koristeći dvostruki prored da biste olakšali čitanje vijesti

*SASTANCI SA
UREĐIVAČKIM
KOLEGIJEM I
PISMO
UREDNIKU*

Ponekad je korisno sastati se sa redakcijskim/uređivačkim kolegijom koji određuje uređivačku politiku i pitanja koja će medij pokrivati u pri svom djelovanju.

Pismo uredniku je još jedan od načina da podijelite svoje mišljenje s ostalima. Rubrika “pisma uredniku” je jedna od najčitanijih rubrika u novinama. Ona pokušava, i obično uspijeva, da reflektira raspoloženje čitatelja ili debatu koja se vodi unutar zajednice.

*DAVANJE
INTERVJUA*

Identificirajte radio i/ili TV program koji mogu biti zainteresirani da prezentiraju pitanja na kojima radite. Razmislite o publici ka kojoj je intervju usmjeren. Pošaljite uvodno pismo i upoznajte ih sa vašom organizacijom i pitanjima kojima se bavi. Nakon uvodnog pisma uputite im telefonski poziv.

Upamtite, intervju počinje puno prije trenutka u kojem ste nazvali novinara ili on/ona vas.

Ukoliko novinari od vas traže intervju, raspitajte se što je tema razgovora, koga su već kontaktirali, koje dokumente posjeduju, kada će biti emitiranje, koju su vama ulogu namijenili ...

Dogovorite se za vrijeme i spustite slušalicu. Ne pomišljajte na davanje odgovora sve dok niste posve spremni.

Za vas svrha intervjeta nije da samo odgovarate na novinarska pitanja. Vi imate cilj - iznošenje suštine problema kojim se bavite. Nemojte to nikad zaboraviti!

TELEVIZIJSKI INTERVJU

Prije intervjeta napišite si tri stvari koje želite da istaknete. Na ove stvari možete se vratiti kad god poželite u toku intervjeta. Napišite kako bi izgledao idealan intervju i vježbate, vježbate, vježbate...



Uvijek gledajte direktno u osobu koja vas intervjuira. Ne gledajte i ne brinite o kamери. Sa novinarima razgovarajte spontano i neformalno. Novinari postavljaju teška pitanja i vi na njih ne morate odgovoriti, ali uvijek objasnite zašto to ne činite. Ne možete jednostavno reći: "Bez komentara".

Pitajte novinara ako vam nešto nije jasno. Ne čekajte da vam on postavlja pitanja, preuzmите inicijativu i istaknite suštinu svog stava u svakoj rečenici. Sjetite se da u vijestima često objave jednu jedinu rečenicu - ako ona ne sadrži bit vaše poruke, prilika je možda zauvijek izgubljena. Na pitanja odgovarajte kratko i jednostavno. Koristite usporedbe, pojednostavljujte i trudite se da odgovorite s najviše dvije do tri kratke rečenice. Budite pozitivni u naglašavanju svog stava. Kada ste odgovorili na pitanje, prestanite pričati.

Ako ne znate odgovor na pitanje, recite: "Žao mi je, sada nemam tu informaciju, ali bit će mi draga da vam je kasnije dostavim". I kada to kažete, ne zaboravite da to i uradite. Budite hladnokrvni čak i ako vam se čini da su pitanja koja su vam upućena neprijateljski nastrojena.

Ni u ovoj prilici nemojte koristiti žargon, niti zamršene stručne izraze. Ne pokušavajte pričati s novinarama "neslužbeno", niti uz napomenu "ovo nije za javnost". Sve što im kažete, oni mogu iskoristiti protiv vas. Ne ljutite se ni kad ste isprovocirani i ne lažite novinarama. Ako ste pogriješili, priznajte grešku.

INTERVJU ZA NOVINE

Upoznajte se s novinama koje su najčitanije u vašoj zajednici. Obratite pažnju na način na koji prezentiraju teme koje vas se tiču. Ako znate za novinara koji je zainteresiran za temu koju zagovarate, direktno ga kontaktirajete i ponudite mu priču.

Intervju za novine može biti kratak (nekoliko minuta telefonskog razgovora) ili dugačak (sat vremena ili više). Oblik će biti uvjetovan rokovima, zanimljivošću

priče i vašom ulogom u njoj. Za dugi intervju novinar može željeti obilje materijala i zanimljivosti.

Možete se koristiti bilješkama, natuknicama. Dobro se pripremite, i raspitajte se o novinama i novinaru sa kojim razgovarate.

Ne zaboravite održavati kontakt sa novinarom koji vas je intervjuirao. On/ona može biti jedna od osoba kojoj ćete u budućnosti slati izjave za štampu i ostale relevantne informacije.

INTERVJU ZA RADIO

Kad vas nazovu s radija, obično žele vaš komentar dobiti odmah. Ako ga vi ne želite dati, naći će nekoga drugoga. Pitajte reportera za ime, broj telefona i rok koji imate i zamolite ga da mu se javite za nekoliko minuta. Pripremite se, mislite o tri stvari koje želite poručiti slušaocima. Vježbajte naglas. Ako možete, saznajte ko će biti vaši slušaoci. Onda se opustite i pozovite reportera.

Kad dajete intervju za radio govorite uobičajenim tonom, ali izražajno. Sjetite se da na slušatelje možete djelovati i bojom glasa. Budite kratki i jasni.

Na raspolaganju vam je samo nekoliko sekundi, a slušatelje ne zanimaju zamorne analize. Ne odgovarajte nikad ljutito ili nervozno. Zadržite prisebnost i recite svoj stav hladno, ali jasno.

KONFERENCIJE ZA ŠTAMPU

Treba puno vremena, novca i energije da bi se organizirala konferencija za štampu. Zato, prije nego što odlučite da organizirate jednu, dobro promislite imate li da najavite ili kažete nešto zaista važno. Također, novinari nemaju vremena da pohađaju konferencije za štampu koje neće ponuditi udarne vijesti.

Ako se ipak odlučite organizirati konferenciju za štampu, detaljno planiranje i pripreme su neophodni.

Prije svega trebate odrediti lokaciju koja je lako dostupna, koja odgovara svrsi i koja je vizuelno atraktivna. Ako zovete elektronske medije, obezbjedite dovoljan broj strujnih priključaka i adekvatnu rasvjetu.

U zavisnosti od medija koje pozivate, morate se odlučiti za najpovoljnije vrijeme održavanja. Zbog novinarskih rokova, jutra su obično najbolji dio dana za konferencije. Ukoliko ne želite da se na datum koji ste odabrali za konferenciju dešavaju drugi jako važni događaji (državna proslava ili praznik ne bi bio najbolje vrijeme da zakažete konferenciju) provjerite sa ostalima da li ste odabrali pravo

vrijeme za konferenciju. Ako znate za organizacije i institucije koje tradicionalno planiraju određene događaje na specifične datume, planirajte za drugi dan. Da bi vaša priča dospjela u vijesti, mora pobijediti sve ostale informacije koje se također bore da se nađu na vijestima.

Nakon što ste pažljivo odredili lokaciju, datum i vrijeme, napravite listu medija koje želite pozvati. Oni koji podržavaju vaš rad također trebaju biti pozvani, naročito ukoliko među njima ima poznatih ličnosti iz javnog života. Sadržaj konferencije za štampu pretočite u izjavu za štampu koju možete svima ponuditi. Nakon toga odlučite ko će govoriti. To može biti jedna osoba ili panel govornika. Na kraju ostavite dovoljno vremena za pitanja.

Tokom konferencije ne zaboravite na tehničke detalje. Mjesto održavanja mora biti dovoljno prostrano za opremu, kamere, foto-aparate, mikrofone, osvjetljenja, stolice. Ako vam trebaju prevodioci, obezbijedite ih. Pokušajte obazbijediti i osvježenje (kafa, čaj, sok, kolačići). Blizu ulaza smjestite sto za registraciju učesnika na kome ćete ponuditi i izjave za štampu, postere, brošure, bedževe, itd. Nakon konferencije provjerite listu prisutnih medija. Ako neko od pozvanih nije prisustvovao konferenciji, pošaljite mu materijale koje ste pripremili.

Trikovi zanata

1. Ne morate se striktno držati pitanja pri davanju odgovora, pogotovo ako su ona tendenciozna.
2. Odlučno poreknite svaki netačan navod novinara, ali ne ponavljajte njihove riječi, najbolji je odgovor: "To nije tačno. Tačno je da ...".
3. Ako vas novinar pita o vašim problemima u provođenju određene akcije, otklonite takav pristup. Vaše riječi moraju odisati optimizmom.
4. Novinar će vam i dvadeset puta postaviti isto pitanje, želeći dobiti odgovor. Ne dopustite to. Vi odredite kako će teći razgovor.
5. Ako novinar sklizne u neke druge vode, izvan dogovorene teme, ne pratite ga. Vratite se na ono o čemu želite govoriti.
6. Ne dopustite da vas novinar ograničava - npr., na pitanje: "Jeste li vi za izbor A ili B?", slobodno odgovorite, "Mislim da je C najbolji izbor ...".
7. Pojednostavljujte, pojednostavljujte, pojednostavljujte!!!

**AKO STE
NEZADOVOLJNI
NAKON
OBJAVLJENOG
INTERVJUA...**

Rad sa medijima nije bez rizika. Jednom kada novinarima date informacije, način njihove interpretacije obično izmiče vašoj kontroli. Često se ljudi nakon intervjuja osjećaju nezadovoljni. "Zašto novinar nije rekao...", ili "Zašto su izabrane moje najgore rečenice...". Može vam se desiti da je

vaša poruka iskrivljena. Zato, ukoliko oni za koje smatrate da vas mogu ili žele pogrešno predstaviti imaju kontrolu nad nekim medijima, imajte na umu da oni neće biti korisni za vaš rad na zagovaranju društvenih tema.

Ukoliko je šteta ipak načinjena, prije nego što posegente za telefonskom slušalicom, razmislite o sljedećim pitanjima:

Je li učinjena stvarna šteta ili je samo stradao vaš ego? Je li šteta očita i znatna? Može li ta šteta ugroziti uspješnost projekta? Može li novinarski propust izazvati zakonske sankcije /reakcija oponenata, kritičara, zakonodavaca, političara/?

Ako ste zaključili da morate tražiti ispravku, uradite to odmah. Pripremite se i zovite novinara, urednika, izdavača... Imate i opciju slanja otvorenog pisma, pisma čitatelja itd. Razmislite o svim mogućnostima iznošenja vlastite, točne verzije.

OSNOVNI KORACI U PLANIRANJU JAVNOG ZAGOVARANJA PUTEM MEDIJA:

- pratite rad medija
- napravite listu medija koje ćete koristiti, ostvarite odnose
- još jednom pažljivo razmotrite svoje ciljeve i ustanovite posebne medijske ciljeve da biste 'progurali' ciljeve politike vašeg javnog zagovaranja;
- identificirajte ciljanu publiku, te u skladu s njom razvijte poruku koju želite odaslati;
- specificirajte sredstva koje ćete koristiti da prenesete poruku;
- identificirajte osnovne zapreke vašem planu i razvijte strategiju njihovog uklanjanja; sprovedite plan
- s vremena na vrijeme ponovo promislite, ocijenite da li ste na pravom putu i utvrdite sljedeće korake.

UMREŽAVANJE I KOALICIJE

Rad sa drugim ljudima izvan vaše organizacije predstavlja drugu važnu tehniku zagovaranja društvenih tema. Da biste podigli svijest javnosti o vašem radu potrebno je imati pristalice koje razumiju vaše stavove, gledišta, ideje i vaše nastojanje da unesete pozitivne promjene.

Postoje mnogi načini da radite skupa sa drugima tokom vašeg rada na zagovaranju društvenih tema, ali se u suštini mogu razlikovati dva načina saradnje: umrežavanje i rad u koaliciji.

UMREŽAVANJE vam omogućuje da razvijete mrežu kontakata i saveznika koji vam neformalno mogu pomoći u vašem radu. Dobri kontakti mogu podići kredibilitet ideji za koju se zalažete. Ovi kontakti mogu biti druge organizacije angažirane na sličnoj vrsti posla, novinari, akademski građani, ključne osobe za oblast na kojoj radite, ljudi uključeni u formiranje politika i stavova, itd.

Mrežu čine pojedinci ili grupe udruženi u tek ovlaš strukturiranu grupu. Mreža kontakata također vam obezbjeđuje stalan protok informacija o novim dešavanjima što vam može uštedjeti dragocjeno vrijeme i sredstva u fazi istraživanja. Saveznici mogu imati više znanja od vas i upozoriti vas na predstojeće povoljne okolnosti za vršenje utjecaja. Naravno, prateći rad drugih organizacija izbjegći ćete i nepotrebnu duplikaciju zadataka. Mnoge kontakte stvorit ćete prirodno tokom svakodnevnih aktivnosti. Ipak, potrebno je kreirati i strategiju kojom ćete steći simpatije pojedinaca ili grupe za koje vjerujete da mogu biti od vitalnog značaja.

Prilikom razvijanja kontakata treba imati na umu dvije ključne stvari:

- Ljudi moraju imati razlog za razmjjenjivanje informacija s vama. Pokušajte ih uvjeriti u važnost onoga što radite i da bi oni to trebali neizostavno podržati.
- Ne zaboravite pomagati vašim kontaktima i saveznicima na isti način kao što očekujete da oni pomognu vama. Potom možete očekivati da i oni vama uzvrate uslugu.

KOALICIJA je savez više organizacija i/ili pojedinaca koji/e imaju isti cilj i udružuju svoje snage da bi zajedničkim utjecajem riješili određeni problem. Unutar koalicija svaka organizacija/pojedinac zadržavaju autonomiju djelovanja.

Koalicije nisu, niti se mogu posmatrati kao romantični parovi, one su više brakovi sklopljeni radi zajedničkog interesa.

**ZAŠTO SU
KOALICIJE
ZNAČAJNE?**

BROJNOST: Svaki je projekt utoliko značajniji što je više ljudi u njega uključeno.

RAZNOVRSNOST UČESNIKA KOALICIJE: Koalicija je mnogo uspješnija kada okupi grupe koje inače nemaju isto područje djelovanja i interesa (religijske, ekološke, feminističke, mirovnjačke). Na primjer, u kampanju za deminiranje određenog šumsko-planinskog područja uključiće se ne samo stanovništvo iz susjednih oblasti i zemljoradnici, već i lovačka udruženja, zadruge, šumari, drvno-prerađivačka industrija (ukoliko postoji u blizini), itd.

RAZMJENA ZNANJA I VJEŠTINA: Različite grupe imaju raznolike talente, znanja, vještine. Zajedno mogu učiniti puno stvari.

Koalicije mogu dramatično povećati učinak vašeg rada na zagovaranju. One omogućuju da kreirate zajednička sredstva za akcije i koristite različite taktike zagovaranja. Koalicije također pokazuju vašim ciljnim grupama da je za vaše teme zainteresiran širi segment društva, te na taj način daju težinu vašem predmetu rada.

**KAKO ĆE
KOALICIJA
BITI
USPJEŠNJA?**

Koalicije će raditi uspješnije ako izbjegavate pretjeranu formalizaciju unutarnje strukture. Poštujte pravila i procedure koje postoje unutar koalicije. Odluke donosite kao grupa i ravnomjerno delegirajte odgovornosti. Stalno razmjenjujte informacije.

**ŠTA JE
LOŠA
STRANA
KOALICIJA?**

Koalicije mogu značiti veliki utrošak vremena. Njima je potrebno upravljati i ispunjavati zahtjeve njihovog održavanja, kao što su vođenje zapisnika, organizacija sastanaka i održavanje kontakata sa svim članovima. Najspasobnije ili najglasnije grupe mogu dominirati koalicijama. Treba postići kompromis i usaglasiti različita gledišta. Ne smiju se gubiti iz vida ciljevi koalicije jer postoji opasnost da koalicije s vremenom same sebi postanu cilj. Treba omogućiti da članovi koalicije rade na zadacima koji vode ka postavljanju ciljeva koalicije.

1. Treba birati značajan problem koji će motivirati ljudi i pokrenuti ih u zajedničku akciju. Svi već ionako imaju previše svoga posla i ne žele uzalud trošiti vrijeme.
2. Treba odrediti vremenski rok za akciju i u što kraćem razdoblju doći do vidljivih rezultata.
3. Treba simbolički predstaviti dugoročne ciljeve koalicije.
4. Treba graditi veze i za buduće zajedničke odnose i djelovanja.
5. Treba ohrabriti učesnike koalicije da savladaju nove vještine.
6. Treba se obraćati širokoj publici i proizvoditi vidljive poruke.

DINAMIKA ODNOSA UNUTAR KOALICIJA

Koalicije su kompleksne. Istovjetnost cilja, želja za zajedničkim djelovanjem ali i nesuglasice u poduzimanju pojedinih koraka, najčešće su istovremeno prisutne u svakoj koaliciji i čine je trajno dinamičnom.

OSNOVNI OBLICI PRISTUPA I ODNOSA U ZAJEDNIČKOM RADU

Demokratsko učešće - organizacije žele ostvariti zajedničke interese korisničke populacije ili vlastite interese, ali su voljne dopustiti drugim organizacijama u koaliciji da također ostvaruju svoje interese. Demokratskim učešćem sve organizacije imaju priliku ostvariti svoje interese i preuzeti jednaku količinu obaveza pri zajedničkim aktivnostima. Organizacije koje svoje interese ostvare na ovakav način bit će voljne da ponovo sarađuju ili će postojećem obliku rada dati trajniji karakter.

Dominacija - jedna organizacija ili osoba vode glavnu riječ u zajedničkom radu. Takva organizacija ili pojedinac pokušavaju svoje stavove i prioritete nametnuti kao prioritete koalicije. Druge organizacije u ovakvim slučajevima ili istupaju iz saveza ili iz određenih razloga pristaju na dominaciju. Ovakvi odnosi se lako prepoznaju pri početku saradnje i mogu se preusmjeriti.

Manipulacija - jedan organizacija ili osoba manipulira drugima, prikriva informacije i tajno promovira vlastite interese preko koalicije. Ovo onemogućava potpunu i otvorenu komunikaciju među organizacijama, teško se prepozna i preusmjerava, a porušeno povjerenje među organizacijama je teško ponovo uspostaviti.

Indolencija - jedna ili više organizacija nisu spremne na saradnju. Uključuju se u koalicije i koriste rezultatima zajedničkog rada, ali ne učestvuju aktivno, ne preuzimaju obaveze niti daju svoj doprinos. Često pristaju na dominaciju jer ih samo zanima krajnja korist.

KARAKTERISTIKE USPJEŠNE KOALICIJE

Uspješne koalicije ne gube fokus i pri svakom konfliktu koji se javi unutar koalicije stvaraju se rezultati. Uspješne koalicije rade na jednom određenom ili više pitanja, koriste dinamiku i napetost i oslobođene su pokušaja dominiranja. Uspješne koalicije moraju biti racionalne i postaviti ciljeve koji su ostvarljivi. One postavljaju i temelje za buduće kampanje i uključuju širu javnost.

NORME UNUTAR KOALICIJE: OSNOVNA PRAVILA ZA STVARANJE JEDINSTVA

RAZUMIJEVANJE

1. Svaki član koalicije treba znati kako ostali članovi dolaze do odluka i razumjeti posljedice tog procesa pri radu u koaliciji
2. Pojasnite povezanosti i raznolikosti koje postoje među članovima koalicije

NORME

1. Prihvativat različite raspodjele rada
2. Pribavite informacije prije nego što djelujete. U većini slučajeva priča ima više strana.
3. Raščistite između sebe o jeziku koji trebate koristiti prilikom neslaganja. Možete se slagati i bez iskrivljivanja motiva i vrijednosti drugih članova.
4. Raščlanite ono što ste odradili kao pojedinačne organizacije i ono što ste odradili kao član koalicije. Pristupanje koaliciji ne znači da trebate odustati od posebnih kvaliteta svakog člana koalicije.
5. Izbjegavajte korištenje medija da biste oglasili neslaganja unutar koalicije. Neslaganja se moraju izlagati i rješavati unutar koalicije.
6. Podijelite uspjeh sa svima. Kada ljudi i organizacije naporno rade, trebaju biti nagrađene.

PROCEDURE

1. Na samom početku rada koalicije pojasnite kako će se donositi odluke. Držite se tog procesa. Procedure za donošenje odluka trebaju biti jasne, svima

poznate, prihvaćene od strane svih članova, i primjenjivane.

2. Kako će se organizirati i voditi sastanci vodećeg odbora/savjeta koalicije? Pitanja koja se tiču procedura poput ove mogu izazvati konflikt, čak i ako postoji dobra volja svih. Najlakše se prevazilaze određivanjem jasnih temeljnih pravila sa kojima se članovi koalicije slažu.
3. Unaprijed pripremite procedure za rješavanje situacija u kojima se jave ili uporno postoje jaka neslaganja.
4. Pod kojim uvjetima se neke zaključene diskusije ponovo mogu otvoriti?

RAZLIČITI OBLICI ZAJEDNIČKOG DJELOVANJA

*POSTOJE ŽOŠ
NEKI OBLICI
ZAJEDNIČKOG
DJELOVANJA!*

ZAJEDNIČKO DJELOVANJE može biti različitog intenziteta i nazivati se različitim imenima. Ako se svi članovi dogovore o intenzivnjem zajedničkom radu, govorimo o saradnji.

U vezi s (ne)jednakosti veze među saradnicima koji su se udružili radi i do postizanja određenog cilja, u načelu razlikujemo:

KOOPERACIJA je veza slabijeg intenziteta u kojoj postoje neformalni odnosi saradnje dogovoren na kraći rok - razmjenjuju se informacije vezane samo uz trenutačni projekat. U ovakvom obliku saradnje ne postoji podjela ovlasti ni novca.

KOORDINACIJA je veza srednjeg intenziteta koja podrazumijeva nešto formalniji odnos, plan, podjelu uloga. Ona otvara puteve za komunikaciju, ali svako zadržava svoje ovlasti. Pitanje moći može biti sporno, ali se sredstva i zasluge dijele.

KOLABORACIJA zahtijeva trajniji odnos i ima jači intenzitet od kooperacije i koordinacije. Za nju je nužno izgraditi novu strukturu, odrediti zajedničku misiju i obećati potpuno uključivanje. Karakterizira je opsežno planiranje i potpuna komunikacija na svim razinama. Svaka strana ulazi svoja sredstva i ugled. Rasprodjela moći može biti nejednaka, ali partneri zajednički ulazu i dijele.

SAVEZ zahtijeva ujedinjavanje i povezivanje. To je udruženje ili spoj organizacija čiji interesi imaju sličan karakter. Čvrsti savezi već djeluju poput poluslužbenih udruženja pojedinačnih organizacija.

KOMISIJA (POVJERENSTVO) uglavnom se imenuje od strane nekog službenog tijela i ima savjetodavnu ili izvršnu ulogu samo striktno određenom zadatku.

SAVJETODAVNI ODBOR - daje prijedloge i podršku svim sudionicima u određenoj akciji.

KONFEDERACIJA je ujedinjavanje u savez, ligu nekoliko organizacija i to s ciljem postizanja određene svrhe. Stepen centralizacije je manji, bez potčinjavanja ovlasti i odricanja dijela samostalnosti.

FEDERACIJA je dogovorno ujedinjenje u kojem će svaki/a član/ica dio svojih ovlasti u zajedničkim aktivnostima predati nekom zajedničkom središnjem tijelu.

MREŽU čine pojedinci ili grupe udruženi u tek ovlaš strukturiranu grupu, sa labavom strukturu i odnosima.

PARTNERSTVO zahtijeva udruživanje dvaju ili više grupa koje zajednički ulažu financije i sredstva, a dijele koristi i troškove.

RADNA GRUPA, samostalna jedinica nastala unutar jedne ili među više organizacija, sastavljena za izvršenje određenog zadatka. Nastaje na zahtjev nadzornog tijela koje ne sudjeluje u njezinu radu.

RIVALSTVO, međusobno natjecanje, može postati oblikom zajedničkog djelovanja koje međusobno motivira i potiče na što djelotvornije postizanje cilja.

KONSOLIDACIJA, spajanje više organizacija u jednu; obično podrazumjeva znatnu strukturnu promjenu u svrhu ostvarivanja zajedničkog rada.

PREUZIMANJE, zakonsko spajanje organizacija u jednu, pri čemu obično jedna organizacija sebi pripoji manju - interesi i ciljevi jedne organizacije potčinjavaju se drugoj.

NEKI PRAKTIČNI SLUČAJEVI GRAĐANSKOG ZAGOVARANJA U BIH

Informativni centar za osobe sa invaliditetom “Lotos” - kampanja za podizanje svijesti o problemima u saobraćaju

Informativni centar za osobe s invaliditetom “Lotos”, NGO/NVO iz Tuzle koja se bavi problematikom osoba s invaliditetom, odlučila je da 1997. godine pokrene kampanju za podizanje javne svijesti o problemima u saobraćaju.

Prvi korak:

Primarni sveobuhvatni cilj kampanje bio je da se u gradu Tuzli podigne svijest ljudi o pravima osoba sa invaliditetom da koriste puteve i pločnike kao što to rade i ljudi bez invaliditeta. Ciljevi kampanje su bili da:

- lokalne vlasti učini svjesnim postojanja osoba s invaliditetom kao učesnika u saobraćaju i njihovih posebnih potreba (zastupanja);
- učine svjesnim sve učesnike u saobraćaju (vozače i potencijalne vozače) o pravima osoba s invaliditetom (mobilizacija);
- podigne svijest osoba s invaliditetom u vezi s njihovim učešćem u saobraćaju (povišenje kompetentnosti).

Ovi ciljevi su se zatim dalje razložili na opipljivije pojedinačne ciljeve kao što slijedi:

- Izgraditi pristupačne pločnike i puteve;
- Napraviti zvučne semafore u gradu za slijepе osobe;
- Napraviti posebne parking prostore za vozače s invaliditetom;
- Učiniti pristupačnim vozila javnog saobraćaja;

- Obuhvatiti potrebe osoba s invaliditetom u vozačkim ispitima za buduće vozače u auto-školama; učiniti taksiste svjesnima potreba osoba s invaliditetom.

Drugi korak

Identificirani su sljedeći ciljni ljudi:

- lokalne vlasti: kantonalno Ministarstvo unutrašnjih poslova, Odjeljenje saobraćajne policije, državno preduzeće za gradske autobuse i druga vozila koja služe za javni prevoz građana, Gradski zavod za planiranje razvoja grada, općinske i kantonalne vlasti,
- posrednička tijela koja bi mogla dovesti do promjene: Udruženje taksi-vozača, lokalne auto-škole, Organizacija demobiliziranih boraca kojoj su od strane općinskih vlasti dati na upravu prostori za parkiranje u gradu, održavanje pločnika itd;
- zajednica kao cjelina: vozači i budući vozači, pješaci (osobe s i bez invaliditeta).

Treći korak

Nakon pažljivog razmatranja i vremenskih termina kampanje, bilo je odlučeno da se ona provede od 1. do 8. septembra 1997. g., uz prethodna dva mjeseca pripreme. Ovo vrijeme je bilo izabранo na osnovu tri ključna razloga:

- Imajući u vidu da je kampanja uključivala i upotrebu štandova te aktivnosti u otvorenom prostoru, bilo je nužno izabrati period lijepog vremena, tako da je septembar izabran kao mjesec u kojem nije ni previše vruće ni previše hladno;
- U septembru je trebala započeti predizborna kampanja tako da se smatralo da bi se kampanja na podizanju svijesti o problemima u saobraćaju mogla korisno ukloniti ako bi bila održana u isto vrijeme. Ljudi bi imali više sluha da saslušaju i da dođu u bliži kontakt sa učesnicima kampanje budući da bi u to vrijeme predizborna kampanja bila tek na početku, ? osim toga smatralo se da bi ljudi osjećali olakšanje kada bi se približili štandu te našli da se ne radi ni o čemu isključivo političke prirode nego da se radi o problemima ljudskih prava.
- U Lotosu su odlučili da ova kampanja traje nedjelju dana. Neiskustvo i ograničen broj članova grupe su govorili u prilog kratke kampanje, budući da je takva akcija bila preduzimana po prvi put, ne samo od strane njih nego i u cijeloj Bosni.

Četvrti korak:

Izabran je sljedeći spektar akcija:

- Sastanci s unaprijed određenim ciljnim ljudima;

- Proizvodnja i distribucija materijala putem pošte upućene vladinim institucijama
- Podizanje svijesti cijele zajednice općenito putem kratke pjesme (džingla) koja je bila komponirana radi promocije kampanje putem radija; održavanje konferencije za štampu; distribucija proizvedenih materijala kao što su dvije različite vrste postera, leci, male brošure štampane običnim i Brajevim pismom u kojima su bile instrukcije o tome kako pomoći korisniku invalidskih kolica; pravljenje javnog standa u centru grada i pisanje peticije;
- Akcija od strane saobraćajne policije tokom koje je svaki saobraćajni policajac koji je zaustavljao vozila davao letak vozaču.

Peti korak:

Akcije su bile raspoređene tako što se kampanja podijelila na četiri dijela, s rukovodiocem svakog dijela koji je upravljao dvjema ili trima osobama od kojih je svaka imala svoj specifičan domen odgovornosti. Ova raspodjela posla bila je učinjena u skladu s ličnim i stručnim iskustvom, ličnim izborom i afinitetima u odnosu na pojedine uloge. Ovakav rigorozan proces planiranja se isplatio i kampanja je požnjela uspjeh. Članovi Lotosa su identificirali slijedeće kao postignuća njihove kampanje:

- Mada nisu bili postavljeni kriteriji za procjenjivanje stepena do kojeg je podignuta svijest zajednice u pogledu problema invaliditeta, pristupanje različitim pojedinaca pokazalo je grupi da je došlo do promjena u stavovima;
- Nakon kampanje, svi pločnici u Tuzli bili su ponovo izgrađeni s prilaznim rampama;
- Članovi grupe Lotos stekli su iskustva u izvjesnim umijećima koja su važna za organiziranje budućih aktivnosti;
- Uspostavljeni su dobri kontakti s predstavnicima medija i drugih institucija koje bi mogle omogućiti bolji rad u budućnosti;
- Kroz aktivnosti na kampanji grupa je procijenila svoje prednosti i slabosti.

Tako je kampanja efikasno postigla neke od svojih obuhvatnih ciljeva kao i nekoliko pojedinačnih ciljeva u kratkom vremenskom periodu. Prema riječima jednog od učesnika kampanje: "Ja sam potpuno uvjeren da mogu reći da je Tuzla najpristupačniji grad za korisnike invalidskih kolica u cijeloj BiH, mada sam svjestan da je prema svjetskim standardima to samo tek veoma, veoma mali korak naprijed. Veoma smo ponosni što možemo vidjeti našu kampanju kao dio jedne globalne akcije unutar naše akcije koja je pokrenula vlasti da preuzmu neku akciju i na taj način dovela do izgradnje prilaznih rampi."

Centri za civilne inicijative - praktični primjeri zagovaranja građana

Osoblje Centra za civilne inicijative Tuzla usmjerava svoje aktivnosti na rad sa neformalnim grupama građana u zajednici ili predstavnicima već postojećih udruženja.

Neformalna grupa građana prolazi kroz ciklus edukacija o demokratskim principima (proces organiziranja građana, struktura vlasti i odgovornost izabralih predstavnika, uloga građana). Nakon toga grupa prima edukaciju o vođenju javnih kampanja, radu s medijima, organiziranju javnih sastanaka, kreiranju plana akcije, ljudskim pravima i ostalim relevantnim tematskim oblastima.

Građani na zajedničkom sastanku identificiraju osnovne probleme u zajednici, nakon čega se kreira anketa putem koje se definiraju najveći prioriteti za građane. Nakon toga građani započinju planiranje i rade na sproveđenju kampanje koja ima za cilj rješavanje definiranog problema. Iskustva u dosadašnjem radu pokazala su da građani, iako neki ispočetka skeptični, žele da učestvuju i već nakon prvih nekoliko sastanaka počinju vjerovati da su željene promjene zaista ostvarljive.



Organiziraju se sastanci spajanja na kojima građani mogu pozvati na odgovornost one koje su birali i koji su nadležni za rješavanje njihovog problema. Prije samog sastanka građani se informiraju o nadležnostima osoba koje dolaze, kako bi postavljena pitanja bila u domenu njihove odgovornosti. Ovaj korak je jako

bitan ne samo zato što educira i podstiče građane na učešće, već se stvara i jača saradnja između predstavnika vlasti i građana. Iskustva pokazuju da predstavnici vlasti ponekad ostaju zbumjeni ovakvim inicijativama, te građane upućuju na mjesnu zajednicu. Tek nakon pozivanja na odredbe iz Statuta Općine oni postaju svjesni činjenice da građani imaju pravo i dužnost da se organiziraju i donose odluke koje ih se direktno tiču. Nakon sastanka sačinjava se zapisnik sa zaključcima i preuzetim obavezama i dostavlja se na uvid i potpis svim prisutnim predstavnicima vlasti. Potom nastupa period praćenja procesa realizacije i organizacija naknadnih aktivnosti, ukoliko se za nih ukaže potreba.

Primjer 1: Donje Vukovije, Općina Kalesija

Na području Donjih Vukovija postojala je divlja deponija smeća, koja je nastala zbog neredovitog odvoza smeća. Građanska inicijativa pokrenula je akciju za rješavanje ovog pitanja. Nakon identificiranja gorućih pitanja za ovo područje, sprovedena anketa pokazala je da 80% građana žele da Javno preduzeće "Komunalac" postavi kontejnere za odlaganje smeća koje bi se redovno odvozilo i da se ukloni divlja deponija smeća koja je u međuvremenu nastala.

Gradani su zajedno s predstvincima Centra za civilne inicijative organizirali sastanak na koji su bili pozvani načelnik općine Tuzla, direktor Javnog preduzeća i sami građani. Sedam dana nakon održavanja ovog sastanka problem je riješen i udovoljeno je zahtjevima građana. Cijela kampanja je trajala oko 3 mjeseca i javnost je sve vrijeme bila obavještavana o postignutom progresu putem informativnih letaka.

Primjer 2: Šićki Brod, Općina Tuzla

Na području Šićkog Broda putem ankete ispitan je 500 osoba i skoro svi su definirali pravljenje šljakišta na starom površinskom kopu Šićki Brod (gdje se trenutno nalazi jezero) kao gorući problem za cijelu zajednicu. Naime, kako nikada nije postojao regulacioni i urbanistički plan za ovo jezero, Termoelektrana Tuzla je od Vlade Federacije dobila odobrenje da napravi šljakište i zatrpa jezero, te rekultivira cijelo područje. Građani su bili zabrinuti da će šljakište znatno zagaditi cijelo okolno područje i stvoriti zdravstvene probleme u okolnim mjesnim zajednicama. Stručnjaci s tehnoološkog i medicinskog fakulteta potvrdili su da strah građana nije bez osnova. Konstatovano je i da se ispod jezera nalaze izvorišta podzemnih voda, te da bi šljakište zagadilo širok okolinu. Ovo je značilo da problem šljakišta nije bio problem samo stanovnika Šićkog Broda (njih oko 4500), već je prijetio da ugrozi i stanovnike šest okolnih mjesnih zajednica (13-15000 ljudi). Građani Šićkog Broda aktivno su se uključili u izradu strategije i sproveođenje kampanje zagovaranja.

Nakon određivanja teme zagovaranja, građani su pristupili razradi plana kampanje i identificiranju primarnih i sekundarnih meta koje treba lobirati. U međuvremenu su napravili peticiju i prikupili potpise građana koji su bili protiv stvaranja šljakišta.

Problemi su nastupili kada se pokušalo utvrditi ko je nadležan za ovaj problem. Nakon nekoliko pokušaja da se o problemu razgovara s Termoelektranom Tuzla, zaključeno je da niko od zaposlenih nije bio nadležan niti kompetentan za ovo pitanje. Kako je zemlja bila općinska, građani su potom pristupili općini. S obzirom da je prvo bitno primarna meta kampanje bio načelnik općine, s njim je organiziran sastanak na kome je utvrđeno da u ovom konkretnom slučaju Općina Tuzla nije nadležna, jer se radi o stvarima od općeg društvenog značaja, kada

nadležnost preuzimaju Tuzlanski kanton i Federacija BiH. Načelnik i Općinsko vijeće Tuzle nakon sastanka su podržali ovu inicijativu građana i umjesto primarne mete postali su saveznici građanima pri sprovođenju kampanje. Uspostavljeni su i kontakti s Vladom Kantona i utvrđeno je da je pitanje šljakišta ipak u nadležnosti Federacije, a Kanton se obavezao da će podržati građane u nastojanjima da očuvaju svoju životnu sredinu. Nakon što je osigurana podrška općinskih i kantonalnih vlasti, problem je sve češće putem medija bio prezentiran široj javnosti putem TVBiH i TK (emisija Živjeti s prirodom i druge emisije informativnog sadržaja). Građani su dalje, uz pomoć Centra za civilne inicijative Tuzla, sastavljali i slali pisma Federalnim vlastima, ali bez odgovora. Građani su Federalnoj Vladi poslali peticiju sa više od 4,500 potpisa građana iz 6 okolnih mjesnih zajednica. Organiziran je i okrugli stol na kome su učešća uzeli građani i predstavnici Kantona i Općine, kao i aktivisti iz pokreta Eko zeleni. Stručnjaci s tehnološkog i medicinskog fakulteta su bez naknade proveli istraživanje i na istom sastanku javno iznijeli svoje mišljenje o problemima koje bi šljakište moglo izazvati.

Građani su nakon toga uspjeli pristupiti dvjema osobama iz Parlamenta FBiH i oni su isti problem iznijeli Predstavničkom domu. Nakon rasprave, donesena je odluka o obustavi pravljenja šljakišta na površinskom kopu Šiški Brod. Odluka je dalje proslijedena Kantonu i Općini Tuzla, nakon čega je Općinsko vijeće donijelo odluku da se jezero koje je tamo nastalo uključi u regulacioni plan i da se na istom području napravi sportsko-rekreacioni objekat.

Cijela kampanja trajala je preko godinu dana i osim štampanja i kopiranja neophodnog materijala (obavještenja, pozivnice, informativni leci, ankete, peticije, pisma) nije iziskivala nikakva novčana sredstva. Sav posao su građani Šiškog Broda uradili volonterski, uz saradnju sa predstavnicima Centra za civilne inicijative Tuzla. Grupa od 10-ak aktivista je koordinirala cijelu kampanju, uključujući veći broj građana kada je to bilo potrebno (pri sprovođenju anketa, peticija, itd.). Ova grupa je tokom kampanje održavala redovne sedmične sastanke i uključivala nove ljudе u mrežu. Redovno su štampali informativne letke i distribuirali ih građanima kako bi svи zainteresirani bili blagovremeno obaviješteni o dešavanjima po ovom pitanju.

Naselje Slavinovići, Općina Tuzla

Građani su kao prioritet za djelovanje identificirali 11 godina star problem centralnog grijanja koje nije funkcionalo u zgradama HB1 i HB2 u naselju Slavinovići. U proteklih 11 godina građani nisu organizovano započinjali nikakve aktivnosti koje bi općinske vlasti potaknule na njegovo rješavanje.

Primarne mete koje je trebalo lobirati za rješavanje ovog problema bili su načelnik općine i predsjednik odbora za komunalne probleme. Kontaktiran je također i direktor Centralnog grijanja i Zavod za izgradnju Tuzla i sve strane su se

obavezale da će učestvovati u rješavanju problema. Institucija Ombudsmena također je dala podršku i preporučila rješavanje ovog problema. Građani su potpisali peticiju i organizirali preko deset sastanaka s osobama koje bi mogle pomoći rješavanje ovog problema. Problem je sada postao javno pitanje i iznesen je na općinsko Vijeće, koje je dalje donijelo odluku da se napravi mali elaborat koji bi opisao postojeći problem i ponudi rješenje i cijena koštanja. Nakon što je elaborat napravljen, predstavnici vlasti su se obavezali da će građanima obezbijediti pomoći u njegovoј realizaciji. Od tog momenta prošlo je skoro godinu dana i do danas nije postignut značajan napredak. U momentu pisanja ovog priručnika planirano je da se održi novi sastanak koji bi okupio predstavnike općine Tuzla, Centralnog grijanja i Zavoda za izgradnju, te predstavnike Institucije Ombudsmena i medija koji bi ponudili moguće opcije za rješenje ovog problema ili građane upute na druge institucije koje im mogu pomoći.

Kampanja radne grupe “Zaštitimo žene i djecu od nasilja”



Radna grupa “Zaštitimo žene i djecu od nasilja” nastala je u okviru Referentne grupe Tuzla u novembru 1999. godine i čine je četiri organizacije: Prijateljice, Amica Educa, Vive Žene iz Tuzle i Sumejja iz Živinica. Svaka od ovih organizacija godinama radi na prevenciji nasilja u društvu (obezbjeđuju SOS telefon, sklonište za žene, savjetovanje, psihosocijalnu ili pravnu pomoći). Shvatajući

masovnost i težinu problema, odlučile su se udružiti i pokrenuti zajedničku kampanju zagovaranja za usvajanje novog zakona protiv nasilja u porodici.

Neposredno prije prošlogodišnjih izbora (početkom novembra 2000. godine) grupa je na osnovu poslanog upitnika od deset prvih kandidata svih političkih partija na Tuzlanskom kantonu (njih ukupno 160) napravila analizu koliko političari znaju i bave se problemom nasilja u porodici. Upitnik je trebalo da posluži kao osnov da grupa nakon naimenovanja nove strukture vlasti može tražiti ispunjenje njihovih pojedinačnih obećanja.

U okviru obilježavanja svjetske kampanje borbe protiv nasilja, od 25.11. do 10.12.2000. godine, tri subote uzastopno (25.11., 02.12. i 09.12.), organizovan je stand u pjšećkoj zoni grada Tuzle gdje je vršena prezentacija aktivnosti Radne grupe u vezi s problemima nasilja nad ženama i djecom i prezentiran pripremljeni prijedlog Zakona o zaštiti od nasilja u porodici.

Prikupljeno je i 1674 potpisa građana za usvajanje ovog prijedloga Zakona.



institucije.

Istovremeno su prikupljeni i potpisi građana na pripremljenim razglednicama s odštampanim tekstom na kojima potpisnik moli nadležne institucije (ministarstva pravosuđa i unutrašnjih poslova) da isti prijedlog Zakona razmotre i podrže. Potpisane razglednice su potom s propratnim dopisom poslate na adresirane institucije.

Prijedlog Zakona o nasilju u porodici je "pušten" u javnu raspravu i podijeljen za sugestije i komentare organizacijama na BiH nivou u Ministarstvu evropskih integracija (22.11.) u Sarajevu, s ciljem da se zagovaranje koordinira na državnom nivou.

Radna grupa je organizirala i okrugli sto na temu "Nasilje i tortura u porodici - prevencija i tretman ugroženih grupa" na kome su doneseni zaključci:

- nacrt Zakona o zaštiti od nasilja u porodici treba odmah dostaviti kantonalnim ministarstvima za rad i socijalnu politiku te Ministarstvu pravde i Kantonalnoj skupštini
- treba inicirati što više okruglih stolova i na medijima i
- treba što prije organizirati okrugli stol o ulozi i značaju centara za socijalni rad.

Tokom prva tri mjeseca 2001. godine medijski konstantno su promovirane aktivnosti Radne grupe da bi se podigla svijest šire javnosti o postojanju problema nasilja unutar porodice. Predstavnici Radne grupe su gostovali na Radio-Kameleonus i Slobodi, Radio-Slonu, Radio-Soli i RTV Kantona (emisije Monitor zdravlja, Korak dalje i Porodični radio). Štampane su i distribuirane plakate i emitovan radio-džingl kako bi se iznjela težina i masovnost problema porodičnog nasilja i pozvale relevantne institucije na efikasno rješavanje ovog ozbiljnog socijalnog problema.

Do početka maja 2001. godine prijedlog Zakona o nasilju u okviru porodice nije bio usvojen, ali je postojala volja i indicije da uskoro bude razmatran i usvojen od strane Skupštine Tuzlanskog kantona.

DRUGI DIO

ORGANIZACIJA I NADLEŽNOSTI DRŽAVNE VLASTI

UVOD

Minimalno poznavanje ustavno-pravnog uređenja države, njenih organa i institucija, njihovog funkcioniranja i nadležnosti jeste pretpostavka ostvarivanja ustavom i zakonima garantiranih prava, kako građanina kao individue tako i skupina građana organiziranih na različite načine (nevladine organizacije, udruženja, sindikati i druge asocijacije).

Jednakost pred zakonom, sigurnost, zaštita od samovoljne upotrebe vlasti, sloboda svijesti i mišljenja, okupljanja i udruživanja - sve su to slobode koje država garantira svakom čovjeku, bio on njen građanin ili ne. Međutim, i nakon pet godina od potpisivanja Dejtonskog sporazuma, može se konstatirati da u Bosni i Hercegovini vlada u tom pogledu kaotično stanje. Ovo naročito vrijedi ako se uzme u obzir da je široko zasnovano kršenje osnovnih ljudskih prava svakodnevna realnost.

Većina analitičara smatra da osnovna ljudska prava i građanske slobode u BiH nisu u dovoljnoj mjeri zaštićeni na lokalnom nivou organizacije državne vlasti (iako postoje određeni mehanizmi i instrumenti) što bi svakako morao biti imperativ svake (pravne) države. Općeprihvaćen je stav da je svrha pravne države da štiti ljudska prava i građanske slobode, kako od protuustavnog državnog intervencionizma tako i od nezakonitog ponašanja pojedinaca (u institucijama vlasti ili van njih) ili skupina pojedinaca. S obzirom da se akutni problemi uglavnom javljaju na lokalnom nivou to i postoji potreba njihovog rješavanja na tom nivou.

Značaj lokalne samouprave kao "osnovne ćelije sistema" je u činjenici da građani svakodnevno imaju potrebu da u komunikiranju s lokalnim organima rješavaju svoje probleme. Stoga je i posebna pažnja u ovom dijelu priručnika data mogućnostima ostvarivanja osnovnih prava i sloboda građana kroz organe lokalne samouprave i učeštu građana u lokalnoj samoupravi, kao načinu ostvarivanja zakonskih prava građana.

Svakako nije od manjeg značaja, barem djelimično poznavanje zakonodavnog postupka na nivou Bosne i Hercegovine i njenih entiteta. To je uvjet bez koga građani, kao pojedinci ili organizirani u nevladinim organizacijama, udruženjima i drugim asocijacijama ne mogu putem lobiranja ili javnog zagovaranja realizirati svoje ciljeve i ideje.

KRATAK PREGLED USTAVNO - PRAVNOG UREĐENJA BOSNE I HERCEGOVINE

Stupanjem na snagu "Generalnog okvira Mirovnog sporazuma za Bosnu i Hercegovinu" 14.12.1995.godine, Bosna i Hercegovina je dobila Ustav. U Aneksu 4 član 1 tačka 2 i 3 je definirano da je "Bosna i Hercegovina demokratska pravna država sa slobodnim, demokratskim izborima". Ona će se sastojati iz dva entiteta: Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske.

Bosna i Hercegovina ima izuzetno složenu organizacionu i funkcionalnu strukturu u kojoj oba entiteta imaju visok stepen samostalnosti u obavljanju funkcija državne vlasti. Aneksom 4, član 3, određeno je da su u nadležnosti institucija Bosne i Hercegovine spoljna politika, spoljna trgovina, carinska politika, monetarna politika, finansijska politika i finansiranje međunarodnih obaveza Bosne i Hercegovine, imigraciona politika i politika u vezi s izbjeglima, pružanje azila, sprovođenje međunarodnih krivičnih zakona, krivičnih zakona koji važe među entitetima kao i odnosi sa Interpolom, izgradnja i funkcioniranje zajedničkih i međunarodnih komunikacionih objekata i veza, reguliranje saobraćaja između entiteta, kontrola vazdušnog saobraćaja. Skupština Bosne i Hercegovine s dva vijeća (Vijeće naroda i Predstavničko vijeće), skupa s tročlanim Predsjedništvom, Ustavnim sudom Bosne i Hercegovine, te Komisijom za ljudska prava i Uredom ombudsmena, čine osnovne institucije Bosne i Hercegovine.

Sastavni dio Ustava Bosne i Hercegovine su i šesnaest međunarodnih pravnih dokumenata o ljudskim pravima i osnovnim slobodama - koje su organi vlasti dužni primjenjivati. To su:

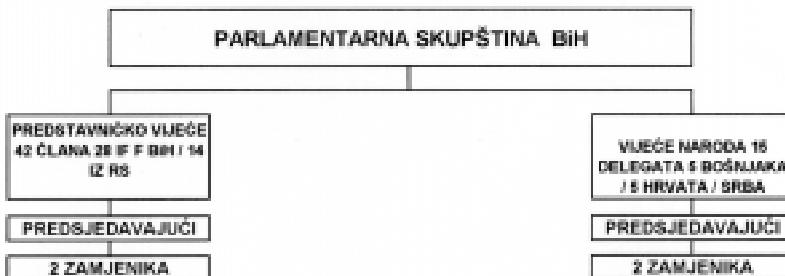
1. Konvencija o sprečavanju i kažnjavanju zločina genocida iz 1948. godine,
2. Ženevske konvencije 1 - 4 o zaštiti žrtava rata iz 1949. i njihovi protokoli iz 1977.,
3. Evropska konvencija o zaštiti ljudskih prava i osnovnih ljudskih sloboda i njeni protokoli iz 1977.,
4. Konvencija o statusu izbjeglica iz 1951. i njen protokol iz 1966.,
5. Konvencija o državljanstvu udatih žena iz 1957.,
6. Konvencija o smanjivanju broja lica bez državljanstva iz 1961.,
7. Međunarodna konvencija o eliminiranju svih vidova razne diskriminacije iz 1965.,

STRUKTURA IZVRŠNE, ZAKONODAVNE I SUDSKE VLASTI U BIH

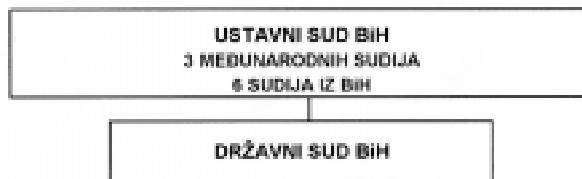
IZVRŠNA VLAST



ZAKONODAVNA VLAST



SUDSKA VLAST



8. Međunarodni pakt o građanskim i političkim pravima iz 1966. i njegovi alternativni protokoli iz 1966. i 1989.,
9. Međunarodni pakt o ekonomskim, socijalnim i kulturnim pravima iz 1966.,
10. Konvencija o eliminiranju svih vidova diskriminacije žena iz 1979.,
11. Konvencija protiv mučenja i ostalih vidova okrutnog, nehumanog i ponižavajućeg ponašanja i kažnjavanja iz 1987.,
12. Evropska konvencija o sprečavanju mučenja i nehumanog i ponižavajućeg ponašanja i kažnjavanja iz 1987.,
13. Konvencija o pravima djeteta iz 1989.,
14. Međunarodna konvencija o zaštiti prava svih radnika emigranata i njihovih porodica iz 1990.,
15. Evropska povelja o regionalnim i manjinskim jezicima iz 1992.godine,
16. Okvirna konvencija o zaštiti nacionalnih manjina iz 1994.godine.

Posebno je važan član 2 Aneksa 4 u kojem je normirano da će se "prava i slobode izloženi u Evropskoj konvenciji o zaštiti ljudskih prava i osnovnih sloboda" kao i o njenim protokolima - direktno primjenjivati u Bosni i Hercegovini i imat će prednost nad ostalim zakonima. Shodno navedenim međunarodno pravnim dokumentima direktno inkorporiranim u Ustav, Bosna i Hercegovina je pravna država, dakle država u kojoj sva prava važe za sve i pod istim uvjetima. Imajući u vidu tu činjenicu, bitno je istaći jednu značajnu osobinu ustavno-pravnog uređenja Bosne i Hercegovine - ukupan pravni sistem koji treba da razradi principe Dejtonskog ustava, još uvijek je u procesu stvaranja. To omogućava širok prostor za djelovanje građana kroz nevladine organizacije ali i kroz druge interesne asocijacije u tzv. javnoj raspravi kao jednom od osnovnih elemenata procedura funkcioniranja demokratskog društva. Javna rasprava je jedan od instrumenata oblikovanja javnog mišljenja kojim građani utječu (vrše pritisak) na različite organe državne vlasti.

POSEBAN ZNAČAJ I ULOGA DOMA ZA LJUDSKA PRAVA I UREDA OMBUDSMENA

Aneksom 6 "Općeg okvirnog sporazuma za mir u BiH" (Dejtonskog sporazuma) osnovana je Komisija za ljudska prava čiji je osnovni cilj da doprinese poštivanju obaveza iz Sporazuma. Komisija za ljudska prava se sastoji iz dva dijela: Ureda ombudsmena i Doma za ljudska prava.

S obzirom na činjenicu da se sve veći broj građana BiH obraća ovim institucijama, to je neophodno u kratkim crtama, ukazati na organizaciju ovih institucija, način njihovog rada i nadležnosti.

1. DOM ZA LJUDSKA PRAVA

Dom za ljudska prava je sudska komponenta Komisije za ljudska prava (druga komponenta je Ured ombudsmena). Dom se sastoji od 14 članova od kojih je 8 međunarodnih sudija koje imenuje Ministarski savjet Vijeća Evrope i 6 bosansko-hercegovačkih sudija, od kojih su 4 iz FBiH i 2 iz RS.

Podnošenje prijave

Dom je nadležan da prima prijave o kršenjima ljudskih prava od bilo koje stranke, osobe ili nevladine organizacije ili grupe pojedinaca koji tvrde da su žrtve nasilja od bilo koje stranke ili koji djeluju u ime žrtava koje su preminule ili nestale, odnosno, prima prijave koje se odnose na prijavljena ili očigledna kršenja ljudskih prava. Shodno Aneksu 6 tačka 2 član 2:

A/ Navodna kršenja ljudskih prava navedenih u Evropskoj Konvenciji za zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda i njenim protokolima.

B/ Navodnu diskriminaciju po bilo kom osnovu, kao što su: pol, rasa, boja kože, jezik, vjeroispovijest, politička i druga uvjerenja, nacionalno i socijalno porijeklo, pripadnost nacionalnoj manjini, status koji se stiče rođenjem, imovinski status i drugi statusi koji proističu iz uživanja prava i sloboda navedenih u međunarodnim sporazumima iz dopune ovog Aneksa (Vidi str. 2 ovog Priručnika).

Dom će odlučiti koje će prijave prihvati i kojim prioritetom će ih razmatrati. Dom će uzeti u obzir sljedeće kriterije za razmatranje prijave:

- Da li postoji efikasan pravni lijek; da li je tužilac dokazao da je iscrpio sva pravna sredstva; da li je Dom zaprimio prijavu u roku od šest mjeseci nakon donošenja konačne odluke. (Zahtjev za iscrpljivanje pravnih lijekova se odnosi na one pravne lijekove koji su djelotvorni. Pravni lijek je djelotvoran ako je u stanju da ispravi samo onu situaciju na koju se odnose žalbeni navodi.

Što se tiče roka od 6 mjeseci, kao datum podnošenja prijave se uzima datum prve komunikacije podnosioca prijave, kojom je proslijedio predmet prijave).

- Neće se razmatrati prijava koja je u bitnim stvarima jednaka predmetu koji je Dom već razmatrao ili je prijava već bila podnesena u drugom postupku, ili je već predmetom međunarodne istrage ili nagodbe.
- Dom će odbaciti prijavu koja je nespojiva sa “Općim okvirnim sporazumom za BiH”, prijavu koja je očito neutemeljena ili zloupotrebljava pravo na peticiju.
- Dom može odbaciti ili odgoditi dalje razmatranje, ako se prijava odnosi na predmet koji je istovremeno u postupku pred bilo kojim od međunarodnih tijela za ljudska prava, koja su odgovorna odlučiti o prijavama ili pred bilo kojom komisijom osnovanom dodacima “Općeg okvirnog sporazuma”.
- Dom će nastojati prihvati i dati izuzetan prioritet prijavama naročito ozbiljnih i sistematskih kršenja ljudskih prava, te prijavama zasnovanim na diskriminiranju na osnovu zabranjenih razloga.

Prijave sa zahtjevima za privremene mjere će se razmatrati kao prioritetni predmeti, da bi se utvrdilo da li će biti prihvácene i, ako budu prihvácene, da li su izvršene predviđenim prioritetom u postupku. Dom može u svakoj fazi postupka prekinuti razmatranje, odbiti ili odbaciti prijavu, ako:

- prijavilac namjerava odustati od tužbe,
- ako je spor već riješen,
- ako Dom ustanovi, iz bilo kojeg razloga da nije opravdano nastaviti ispitivanje tužbe, pod predpostavkom da je konačan ishod u skladu sa ciljevima poštivanja ljudskih prava.

Ovdje treba naglasiti da podnositelj prijave ne mora biti građanin BiH ili stalno nastanjen na njenom teritoriju, jer su prava po “Općem okvirnom sporazumu” osigurana za svakoga ko se makar i privremeno nalazi unutar nadležnosti BiH ili jednog od entiteta.

Postupak pred Domom za ljudska prava

Prije nego postupak započne, Dom će na početku, (ali može i u ostalim fazama postupka) pokušati postići prijateljsko rješenje spora. Ako uspije, objavit će izvještaj i proslijediti ga Visokom predstavniku, OSCE-u i generalnom sekretaru Savjeta Evrope. Sam postupak se odvija pred Vijećem od 7 članova (2 iz Federacije BiH, 1 iz RS i 4 koji nisu državljanji BiH). U postupku se nastoji osigurati podnošenje odgovarajućih pismenih iskaza stranaka, ali i usmenog iznošenja argumenata. Dom može pribaviti dokaze na zahtjev strana, prihvatić će i dokaze kao što su izvještaji vještaka, ali svi ti dokazi ne obavezuju Dom, pa on može po svom nahođenju zatražiti dodatne dokaze, što u praksi često čini.

Nakon što vijeće Doma donese odluku o prijavi (na prijedlog stranke u postupku ili ombudsmena) - Dom u punom sastavu može odlučiti i o reviziji odluke. Revizija pak može uključiti i iznošenje novih dokaza. Osim u izuzetnim okolnostima, rasprave pred Domom su javne. Stranke su obavezne dostaviti sve relevantne informacije i potpuno saradivati s Domom.

Važno je naglasiti da je cijelokupna procedura pred Domom besplatna, a da podnosiče prijava ne mora (ali može) zastupati branilac.

Odluke Doma za ljudska prava

Dom donosi odluku odmah nakon zaključenja postupka. U odluci se ističe, primjerice: da li utvrđene činjenice stavlju do znanja da je dotična stranka kršila svoje obaveze iz sporazuma i, ako jeste, kakve će korake stranka preuzeti radi uklanjanja toga stanja, uključujući naloge za prestanak i odustajanje, novčane naknade (i za materijalnu i nematerijalnu štetu), te privremene mjere.

Dom će naredbom obavezati tuženu stranu da ga izvijesti o koracima koje je preduzelakako bi bile ispoštovane spomenute naredbe.

Odluke se donose većinom članova i one su konačne i obavezujuće. Svaki član Doma može iznijeti svoje izdvojeno mišljenje, po bilo kojem slučaju. Odluke se proslijeduju zainteresiranim stranama, Visokom predstavniku, Generalnom sekretaru Savjeta Evrope i OSCE-u.

2. OMBUDSMEN ZA LJUDSKA PRAVA

Komisija za ljudska prava po pravilu upućuje prijave o kršenjima ljudskih prava Uredu ombudsmena, osim ako tužitelj u prijavi naznači Dom kao primaoca. Nadležnosti i ovlaštenja ombudsmena za ljudska prava su dati u Aneksu 6 član 4 - 6.

Ombudsmen sprovodi istragu, kako na svoju inicijativu tako i na inicijativu nevladine organizacije ili skupine pojedinaca (žrtava nasilja ili koji pak djeluju u ime žrtava koje su preminule ili nestale), odnosno, ombudsmen će sprovesti istragu kao odgovor na prijavu svake stranke ili osobe. Ombudsmen određuje koje prijave zahtijevaju istragu i koji su prioriteti - dajući poseban značaj ozbiljnim i sistematskim kršenjima te prijavama temeljenim na diskriminiranju po zabranjenim osnovama.

Kada ombudsmen objavi nalaze i zaključke istrage, stranka za koju je utvrđeno da krši ljudska prava mora u određenom periodu pismeno objasniti kako će se povinovati zaključcima. Kada ombudsmen zaprili prijavu koja je u nadležnosti Doma za ljudska prava, proslijedit će je Domu u bilo kojoj fazi postupka. Ombudsmen može proslijediti specijalan izvještaj svakom nadležnom državnom organu ili službeniku koji su dužni na iste odgovoriti u roku kojega on odredi.

Ako osoba ili entitet ne udovolji zaključcima, ombudsmen će objaviti izvještaj i proslijediti ga Visokom predstavniku koji tada može poduzeti odgovarajuće mjere

iz svoje nadležnosti. Ombudsmen također može započeti postupaki pred Domom za ljudska prava.

Ovlaštenja ombudsmena

Ombudsmen ima pristup i može pregledati sve službene dokumente, uključujući i tajne dokumente, sudske i upravne spise. Može zahtijevati od bilo koje osobe, uključujući i državne službenike, da sarađuju u davanju relevantnih informacija, dokumenata i spisa.

Ombudsmen može prisustvovati saslušanjima u upravnim stvarima, te može ulaziti i pregledati svako mjesto, gdje su zatvorene osobe lišene slobode.

Ombudsmen i njegovi saradnici su dužni čuvati tajnost svih prikupljenih povjerljivih informacija - osim ako se isti Naredbom traže.

KRATAK PREGLED ORGANIZACIJE DRŽAVNE VLASTI NA NIVOU ENTITETA

FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE

Organizacija državne vlasti na nivou entiteta Federacije Bosne i Hercegovine i Republike Srpske značajno se razlikuje. To proizlazi iz njihovih ustava. Naime, iz ustavnog uređenja Federacije Bosne i Hercegovine proizlazi da je ona decentralizirani entitet Bosne i Hercegovine s četiri vertikalna nivoa vlasti: općina, grad, kanton i federacija. Sastoji se od deset kantona obrazovanih po etničkom, ekonomskom, prirodno-geografskom i komunikacijskom principu. Zbog nemogućnosti dosljedne sprovedbe navedenih principa, nastala su dva kantona s tzv. "posebnim režimom".

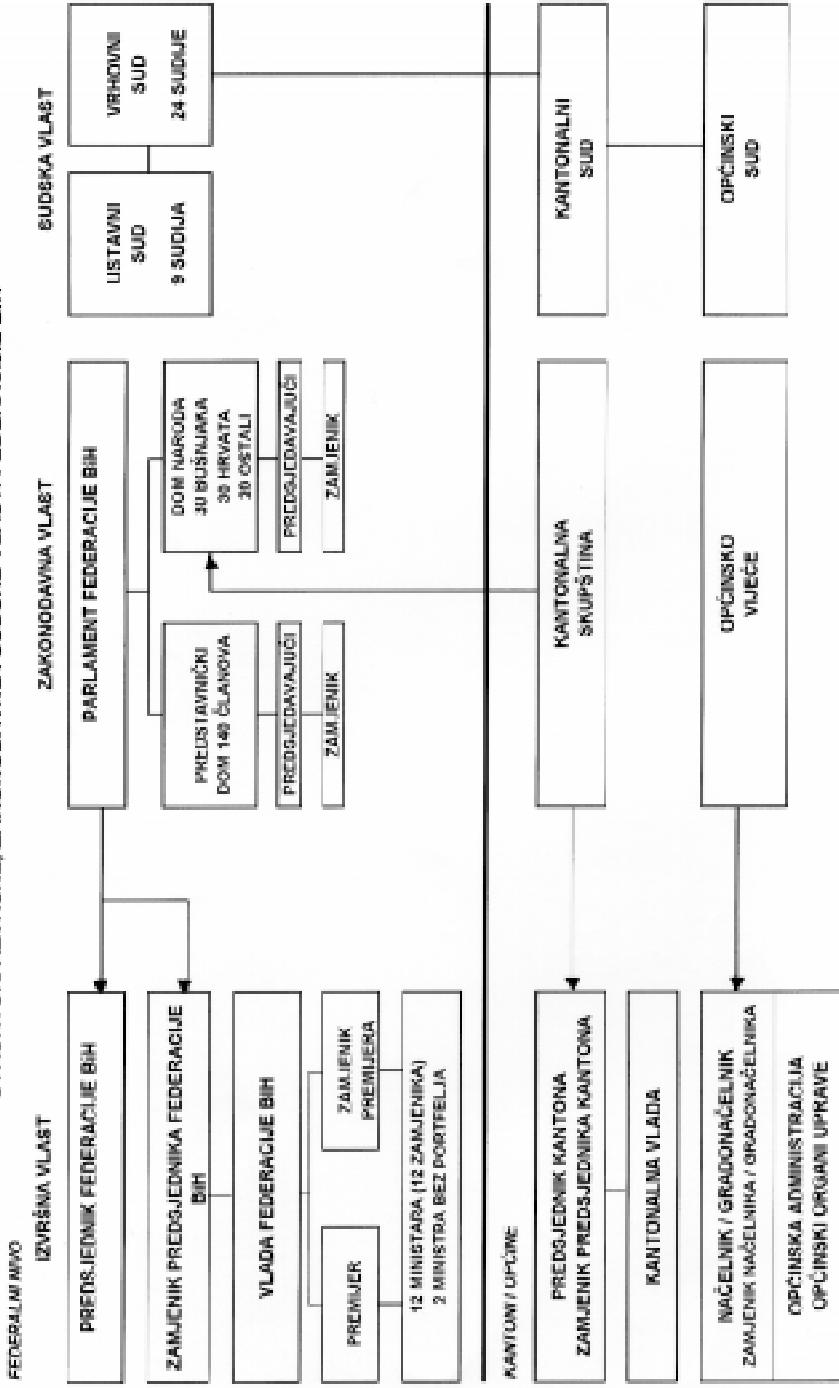
Zakonodavnu vlast na nivou Federacije čini Parlament s dva doma - Predstavničkim i Domom naroda. Takođe svaki kanton ima svoje zakonodavno tijelo, tj. Skupštinu.

Izvršnu vlast čini predsjednik Federacije (skupa sa zamjenikom) i Vlada Federacije, a na kantonalnom nivou, to su predsjednik kantona i kantonalna vlada.

Sudska vlast u Federaciji je povjerena Ustavnom sudu, Vrhovnom sudu i Sudu za ljudska prava, a u nivou kantona sudska vlast vrše kantonalni sudovi i općinski sudovi.

Ustavom Federacije je predviđeno da se, za područje dvije ili više općina koje su teritorijalno i urbano povezane svakodnevnim potrebama građana, može formirati "grad" kao jedinica lokalne samouprave (to su, npr. Sarajevo, Mostar, Travnik).

SISTRUK TURA IZVRŠNE ZAKONOBAVNE || SUBSKETE VLASTI FEDERACIJE BIH



NADLEŽNOSTI FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE I KANTONA

One su tako normirane, da postoji isključiva nadležnost Federacije Bosne i Hercegovine, zajednička nadležnost federalne vlasti i kantona, te posebna nadležnost kantona.

U isključivoj nadležnosti Federacije su:

1. Organiziranje i vođenje odbrane Federacije, zaštita njene teritorije, uključujući osnivanje zajedničkog zapovjedništva svih vojnih snaga u Federaciji, nadzor nad vojnom proizvodnjom, zaključivanje vojnih sporazuma u skladu s Ustavom Bosne i Hercegovine te saradnja sa stalnim komitetom za vojna pitanja i s Vijećem ministara u odbrani Bosne i Hercegovine.
2. Državljanstvo Federacije.
3. Utvrđivanje ekonomske politike, uključujući planiranje i obnovu te politiku korištenja zemljišta na federalnom nivou.
4. Donošenje propisa o finansijama i finansijskim institucijama Federacije i fiskalna politika Federacije.
5. Suzbijanje terorizma, međukontonalnog kriminala, neovlašćene trgovine drogom i organiziranog kriminala.
6. Dodjela elektronskih frekvencija za radio, TV i druge svrhe.
7. Utvrđivanje energetske politike, uključujući raspodjelu između kantona te osiguranje i održavanje potrebne infra-strukture.
8. Finansiranje djelatnosti federalnih vlasti, ustanova i institucija koje federalne vlasti osnivaju, oporezivanjem, zaduživanjem ili drugim sredstvima.

ZAJEDNIČKA NADLEŽNOST FEDERALNIH VLASTI I KANTONA

1. Garantiranje i provođenje ljudskih prava.
2. Zdravstvo.
3. Politika zaštite čovjekove okoline.
4. Komunikacijska i transportna infra-struktura, u skladu s Ustavom Bosne i Hercegovine.
5. Socijalna politika.

6. Provodenje zakona i drugih propisa o državljanstvu i putnim ispravama državljana Bosne i Hercegovine, s teritorije Federacije te briga o boravku i kretanju stranaca.
7. Turizam.
8. Korištenje prirodnih bogatstava.

U POSEBNOJ NADLEŽNOSTI KANTONA JE:

1. Uspostavljanje i nadziranje policijskih snaga koje će imati jedinstvene federalne uniforme s kantonalnim oznakama.
2. Utvrđivanje obrazovne politike, uključujući donošenje propisa o obrazovanju i osiguranja obrazovanja.
3. Utvrđivanje i provodenje kulturne politike.
4. Utvrđivanje stambene politike, uključujući donošenje propisa koji se tiču uređivanja i izgradnje stambenih objekata.
5. Utvrđivanje politike koja se tiče reguliranja i osiguranja javnih službi.
6. Donošenje propisa o korišćenju lokalnog zemljišta, uključujući zoniranje.
7. Donošenje propisa o unapređenju lokalnog poslovanja i dobrotvornih aktivnosti.
8. Donošenje propisa o lokalnim postrojenjima za proizvodnju energije i osiguranje njihove dostupnosti.
9. Utvrđivanje politike u vezi s osiguranjem frekvencija radija i televizije, uključujući i donošenje propisa o osiguranju njihovog rada i izgradnji.
10. Provodenje socijalne politike i uspostava socijalne zaštite.
11. Stvaranje i primjena politike kantonalnog turizma.
12. Finansiranje djelatnosti kantonalne vlasti ili njenih agencija oporezivanjem, zaduživanjem ili drugim sredstvima.

REPUBLIKA SRPSKA

Dva su nivoa vlasti u Republici Srpskoj - općina i entitet.

Iako je Ustav Republike srpske u nastanku predviđao tri vrste teritorijalnih zajednica: općine, gradove i oblasti (oblasti su bile predviđene kao oblici decentralizacije jer bi mogle vršiti neke državne funkcije), vrlo brzo su se odredbe o oblastima amandmanski brisale.

Shodno članu 5 Ustava Republike Srpske, uređenje Republike se temelji na:

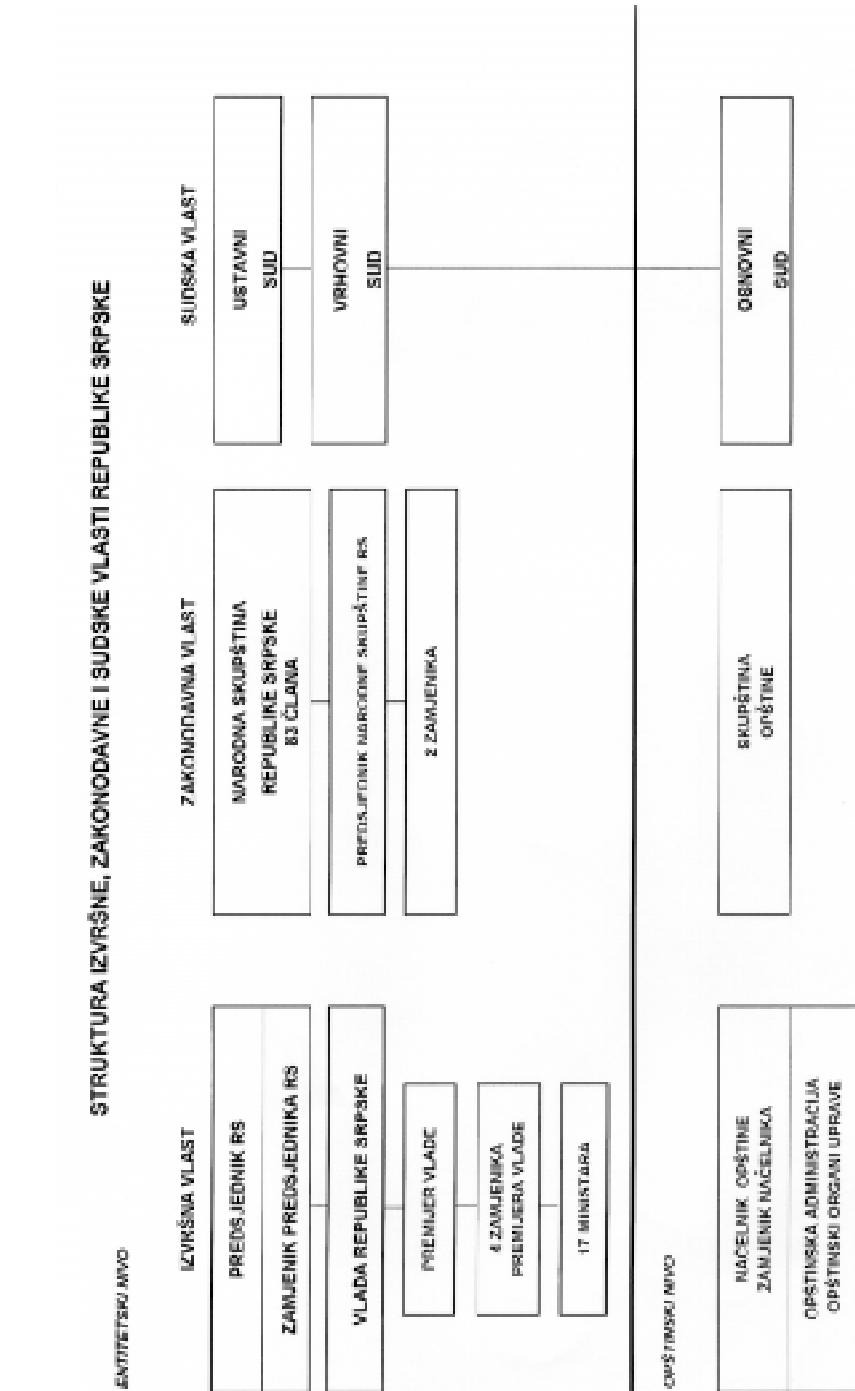
1. Garantovanju i zaštiti ljudskih sloboda i prava u skladu sa međunarodnim standardima.
2. Obezbeđivanju nacionalnih ravnopravnosti.
3. Socijalnoj pravdi.
4. Tržišnoj privredi.
5. Višestranačkom sistemu.
6. Parlamentarnoj demokratiji i podjeli vlasti.
7. Slobodnim izborima.
8. Lokalnoj samoupravi.
9. Zaštiti prava etničkih grupa i drugih manjina.

Zakonodavnu vlast vrši Narodna skupština Republike Srpske. Njene su ingerencije da:

1. Odlučuje o promjeni Ustava.
2. Donosi zakone, druge propise i opće akte.
3. Donosi plan razvoja, prostorni plan, budžet i završni račun.
4. Utvrđuje teritorijalnu organizaciju Republike.
5. Raspisuje republički referendum.
6. Raspisuje republički javni zajam i odlučuje o zaduženju republike.
7. Raspisuje izbore za narodne poslanike i za predsjednika republike.
8. Bira, imenuje i razrešava funkcionere, u skladu s Ustavom i zakonom.
9. Vrši kontrolu rada vlade i drugih organa koji su joj odgovorni.
10. Daje amnestiju.
11. Bira delegate iz Republike u Vijeće naroda Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine.
12. Ratificira sporazume koje Republika zaključi s državama i međunarodnim organizacijama uz pristanak Parlamentarne skupštine Bosne i Hercegovine.
13. Proglašava ratno stanje u slučaju oružanog napada na Republiku.
14. Proglašava neposrednu ratnu opasnost u slučaju postojanja ozbiljne prijetnje od izbijanja rata, i
15. Proglašava vanredno stanje u Republici ili njenom dijelu u slučaju ugrožavanja bezbjednosti, ljudskih prava i sloboda i normalnog funkcioniranja ustavnih organa.

Predsjednik Republike Srpske shodno članu 80 Ustava Republike Srpske ima nadležnost da :

1. Predstavlja Republiku Srpsku.
2. Predlaže Narodnoj skupštini kandidata za predsjednika vlade.
3. Predlaže Narodnoj skupštini kandidata za predsjednika i sudije Ustavnog suda.
4. Ukazom proglašava Zakon u roku od 7 dana od njegovog usvajanja u Narodnoj skupštini. U tom roku predsjednik Republike može zahtijevati od Narodne skupštine da ponovo odlučuje o zakonu. Predsjednik Republike je dužan da proglaši zakon koji je ponovo usvojen u Narodnoj skupštini.
5. Daje pomilovanja.
6. Dodjeljuje odlikovanja i priznanja utvrđena zakonom.
7. Obavlja u skladu s Ustavom i zakonom poslove iz oblasti odbrane, bezbjednosti i odnosa Republike s drugim državama i međunarodnim organizacijama.
8. Ukazom, na prijedlog Vlade, postavlja i opoziva šefove predstavništava Republike Srpske u inostranstvu i predlaže ambasadore i druge međunarodne predstavnike Bosne i Hercegovine iz Republike Srpske.
9. Obrazuje savjetodavna tijela i stručne službe za obavljanje poslova iz svoje nadležnosti.
10. Određuje koji će ga podpredsjednik Republike zamjenjivati u slučaju privremene spriječenosti da obavlja svoje funkcije.



BRČKO - DISTRIKT BOSNE I HERCEGOVINE

Kao osnovni se princip Statuta Brčko Distrikta (u nastavku "Distrikta") navodi da je Distrikt jedinstvena administrativna jedinica lokalne samouprave koja je pod suverenitetom Bosne i Hercegovine.

Distrikt ima sve karakteristike posebne teritorijalne jedinice višeg stepena nego što je to svaka druga lokalna zajednica. On je izdvojen iz sastava Entiteta FBiH i RS i ima status autonomne teritorije. Distrikt raspolaže vlastitim izvorima prihoda (s tim da postoji obaveza FBiH i RS da učestvuju određenim dijelom u tim prihodima) kojima se omogućava upravljanje Distrikтом.

Kao osnovne funkcije i ovlasti Distrikta navode se u članu 9. Statuta sljedeće:

Privreda Distrikta / Finansije / Carinska uprava / Javna imovina / Javne usluge - infrastruktura / Kultura / Obrazovanje / Zdravstvena zaštita / Zaštita okoline / Socijalna zaštita / Pravosuđe i služba pravne pomoći / Policija / Stambena pitanja / Urbanizam i planiranje i ostale funkcije neophodne za funkcioniranje Distrikta kao jedinstvene administrativne jedinice lokalne samouprave.

Članom 13. Statuta su definirana prava i obaveze građana: "Svako ima pravo da uživa sva prava i slobode garantirane Ustavom i zakonima Bosne i Hercegovina i zakonima Distrikta bez diskriminacije po bilo kojoj osnovi. Posebno, svako ima pravo pristupa svim javnim institucijama i objektima u Distriktu; pravo da se slobodno kreće i određuje svoje mjesto boravka, poslovanja ili rada na cijeloj teritoriji Distrikta; pravo da kupuje i prodaje pokretnu i nepokretnu imovinu u skladu sa zakonom."

Zakonodavnu vlast Distrikta vrši Skupština, Izvršnu vlast Vlada a sudsku Sudovi Distrikta (Osnovni i Apelacioni). S obzirom na činjenicu da građani u najvećoj mjeri svoja prava ostvaruju putem sudova, kao garant njihove nezavisnosti i zakonitosti rada, u Distriktu je osnovana i nezavisna Pravosudna komisija.

U njenoj nadležnosti je :

- Obezbjedivanje nezavisnosti sudstva i Javnog Tužilaštva Distrikta.
- Obezbjedivanje stručnog usavršavanja sudija i javnih tužilaca.
- Donošenje i provođenje etičkog kodeksa sudstva i Javnog tužilaštva.
- Preduzimanje disciplinskih mjera protiv sudija i javnih tužilaca u skladu sa zakonom.

PROCEDURE IZMJENA I DONOŠENJA ZAKONA

PREGLED POSTUPKA DONOŠENJA ZAKONA NA NIVOU BOSNE I HERCEGOVINE, FEDERACIJE BOSNE I HERCEGOVINE I REPUBLIKE SRPSKE

1. BOSNA I HERCEGOVINA

Vijeće ministara Bosne i Hercegovine i Parlament Bosne i Hercegovine (Zastupnički dom i Dom naroda) su dva organa koje obuhvata zakonodavni postupak na nivou Bosne i Hercegovine.

Shodno Poslovniku o radu Zastupničkog doma Parlamentarne skupštine (član 81), Prijedlog zakona u obliku teksta prijedloga s članovima, uz obrazloženje mogu podnijeti: svaki poslanik, različite komisije Doma, Dom naroda, Predsjedništvo Bosne i Hercegovine i Vijeće ministara Bosne i Hercegovine, u okviru svojih nadležnosti. Prijedlog se podnosi predsjedavajućem Doma, koji ga odmah dostavlja kolegiju kojega čine predsjedavajući Doma i njegova dva zamjenika. Nakon toga, kolegij odlučuje kojoj od stalnih osam komisija će uputiti prijedlog zakona. (Dom ima sljedeće stalne komisije: Ustavno-pravna komisija; Komisija za vanjske poslove; Komisija za vanjsku trgovinu i carine; Komisija za finansije i proračun; Komisija za ljudska prava, imigraciju, izbjeglice i azil; Komisija za promet i komunikacije; Administrativna komisija; Komisija za ostvarivanje jednakosti spolova u Bosni i Hercegovini). Uporedo se prijedlog dostavlja i Komisiji za ustavno-pravna pitanja koja će dati mišljenje o usaglašenosti prijedloga zakona s Ustavom. Takođe će se prijedlog dostaviti i poslanicima, Domu naroda, Vijeću ministara i Predsjedništvu, kada oni nisu predlagачi.

Osnovni zakonodavni postupak ima dvije faze - komisijska faza i plenarna faza, s tim da se na zahtjev predlagачa može sprovesti i hitni postupak u kome se rokovi koji važe u redovnoj proceduri skraćuju na pola. U komisijskoj fazi (član 84 - 92 Poslovnika) Ustavno-pravna komisija dostavlja svoje mišljenje nadležnoj

komisiji u roku od 15 dana koja će u narednom roku od 30 dana dostaviti svoj izvještaj. Predlagač zakona prisustvuje sjednici komisije, a ako nakon dvije sedmice izostane sa sjednica, smatraće se da je odustao od prijedloga. Svaki zastupnik, klub zastupnika i neovlaštena komisija mogu dostaviti amandmane nadležnoj komisiji. Amandmani se dostavljaju u pismenoj formi. Komisijski postupak započinje općom raspravom i glasanjem o principima prijedloga zakona. Prije rasprave o zakonu pred komisijom, ona može odlučiti da otvorit će javno saslušanje o prijedlogu koje neće trajati duže od 15 dana a na kome će svoje mišljenje moći iznijeti zainteresirana tijela, pojedinci i stručne institucije. Komisija imenuje izvještača koji će braniti stav komisije na plenarnoj sjednici. Nakon glasanja o predloženim amandmanima, odmah će se glasati o prijedlogu zakona s prihvaćenim amandmanima.

PLENARNA FAZA (član 93 - 97 Poslovnika)

Kolegij će po prijemu izvještaja Komisije uvrstiti prijedlog zakona u dnevni red Doma za sjednicu koja će se održati u roku od 15 dana. Zastupnici i klubovi zastupnika mogu predlagati amandmane koji osporavaju amandmane koje je komisija već usvojila i to najdalje u roku od 48 sati prije sjednice. Rasprava pred Domom se odvija u fazama od dva čitanja:

Prvo čitanje se tiče načela na kojima je prijedlog zakona utemeljen. Rasprava o članovima će početi ako Dom tako odluči. U protivnom će se smatrati da je prijedlog odbijen.

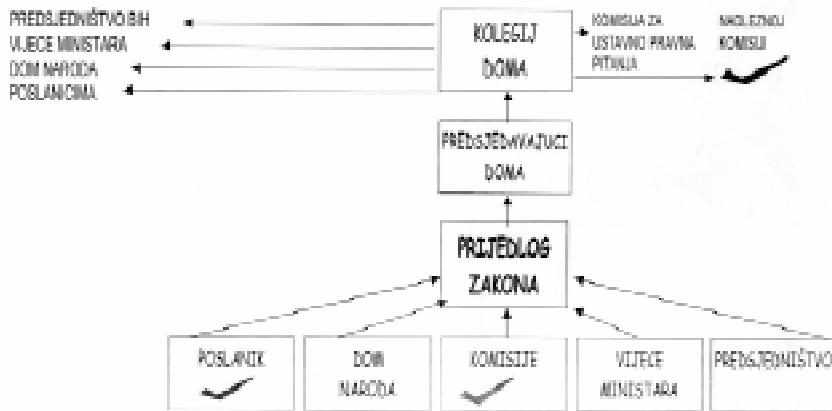
Drugo čitanje obuhvata raspravu i glasanje o predloženim amandmanima, slijedeći redoslijed članova na koje se odnose. Nakon glasanja o svim predloženim amandmanima, glasa se o prijedlogu zakona u cjelini.

Prijedlog zakona je donesen ako su ga oba Doma Parlamentarne skupštine usvojila u istovjetnom tekstu. Kada se prijedlog zakona usvoji u Zastupničkom domu, njegov predsjedavajući će ga proslijediti Domu naroda u roku od 3 dana. Ako tekst koji je usvojen od oba doma nije istovjetan, formirat će se zajednička komisija (po tri člana iz oba Doma) koja će nastojati postići sporazum o istovjetnom tekstu. Ako se sporazum ne postigne, ili oba doma ne usvoje prijedlog komisije, prijedlog zakona će se smatrati odbijenim. Ako pak oba doma usvoje prijedlog zakona, poduzet će se potrebne mjere za objavljuvanje zakona.

U zakonodavnom procesu važnu ulogu ima i Vijeće ministara koje može predlagati zakone, tražiti sazivanje sjednica Zastupničkog doma preko svoga predstavnika koji učestvuje na sjednicama Doma i komisija, može tražiti uvrštavanje neke tačke u dnevni red, a može i intervenirati u raspravama.

Nadležna ministarstva pripremaju i predlažu nacrte, prijedloge zakona, odluke itd., koji se razmatraju na sjednicama Vijeća ministara.

ZAKONODAVNA PROCEDURA (BiH) proces predlaganja zakona



ZAKONODAVNA PROCEDURA (BiH) komisijska i plenarna faza



Napomena:

Prikaze 4 i 5 je pripremila Medunarodna pravna grupa za ljudska prava Sarajevo.

Poslovnik o radu pruža mogućnost da proces donošenja zakona bude otvoren i javan. Saslušanja pred komisijama su javna što omogućava nezavisnim ekspertima ali i nevladnim organizacijama da iznesu svoja mišljenja o predloženom zakonu i tako se direktno uključe u zakonodavni postupak. Važno je istaći da je u postupku izrade web-stranice na kojoj će biti dostupne sve informacije o sjednicama i radu Domova.

2. FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE

U Federaciji Bosne i Hercegovine zakonodavni postupak obuhvata tri organa vlasti: Vladu Federacije Bosne i Hercegovine, Parlament Federacije Bosne i Hercegovine (Zastupnički dom i Dom naroda) te predsjednika i dopredsjednika Federacije.

U praksi se najčešće dešava da nadležno ministarstvo federalne vlade pripremi tekst zakona (prednacrt zakona) kome tehničku pomoć u izradi nacrta pruža zakonodavni ured Ministarstva pravde. Tekst nacrta treba da odobre ministar i njegov zamjenik (Hrvat i Bošnjak) - u suprotnom postoji vjerovatnoća da, ukoliko jedan od njih nije dao saglasnost, Parlament neće donijeti zakon. Naredna faza pretpostavlja da Vlada Federacije na redovnom sedmičnom zasjedanju da saglasnost prostom većinom. Konačno tekst se šalje Parlamentu.

Drugi način predlaganja je da članovi parlamenta, klubovi poslanika ili radna tijela Zastupničkog doma pripreme nacrt zakona kojega će predsjedavajući Doma dostaviti poslanicima, Zakonodavno-pravnoj komisiji, klubovima poslanika i nadležnim radnim tijelima kao i Vladu Federacije.

Važno je istaći da član 144 i 145 Poslovnika Predstavničkog doma Parlamenta Federacije, predviđa da građani, preduzeća, skupštine kantona, gradska i općinska vijeća, mogu pokrenuti inicijativu za donošenje zakona. Inicijativa se dostavlja predsjedavajućem predstavničkog doma, koji će je uputiti nadležnim tijelima, radi pribavljanja mišljenja. Ako se inicijativa prihvati odredit će se i način na koji će se pripremiti nacrt zakona.

Nakon što je federalna vlada usvojila prednacrt zakona i poslala ga predsjedavajućem Zastupničkog doma, on će ga uputiti poslanicima, nadležnim tijelima i klubovima poslanika. Svaki nacrt zakona razmatra zakonodavno-pravna komisija, ali i drugo stalno ili ad-hoc formirano radno tijelo, kojemu je u nadležnosti konkretni zakon.

ZA RAZMATRANJE I USVAJANJE ZAKONA postoje redovna, hitna i skraćena procedura.

REDOVNA procedura prolazi po dva čitanja u oba doma. Da bi rasprava o nacrtu zakona bila što potpunija predlagač će uz nacrt dostaviti i obrazloženje u kome se navodi ustavni osnov za donošenje zakona, razlozi zašto se zakon treba

donijeti, mišljenje organa i organizacija koji su u toku izrade nacrta konsultirani. Nakon što nacrt prođe ova doma, predlagač će na osnovu sugestija domova, prići izradi prijedloga zakona koji zatim ide domovima na usvajanje.

HITNA procedura pretpostavlja "preskakanje" faze nacrta. Razlozi za hitnu proceduru trebaju biti takve prirode da se, naprimjer, hitnom procedurom donošenja zakona izbjegavaju štetne posljedice koje bi mogle nastupiti zbog nedonošenja određenog zakona.

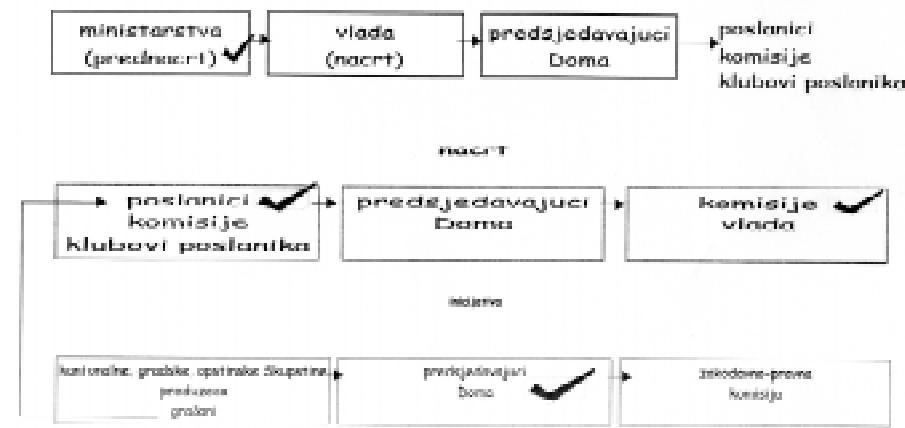
SKRAĆENI postupak se sprovodi kada nije u pitanju složen i obiman zakon. Da bi se sproveo hitni ili skraćeni postupak, mora postojati potvrda to jeste, odobrenje od ova Doma.

JAVNOST RADA Predstavničkog doma Federalnog parlamenta je regulirana čl. 26-34. Poslovnika Predstavničkog doma Parlamenta FBiH. Tako je normirano da Dom radi javno / da se nacrti i prijedlozi zakona mogu objavljivati u dnevnim novinama / da građani imaju pravo slobodnog pristupa sjednicama - osim u slučaju kad se javnost isključi zbog službene ili vojne tajne / da predstavnici mass-medija mogu prisustvovati sjednicama ovog doma i radnih tijela - s tim da mogu biti isključeni ili se njihovi izvještaji mogu ograničiti ako se radi o službenim ili vojnim tajnama.

Poslovnik predviđa i mogućnost javne rasprave (čl. 158-162) o nacrtima zakona koji su od naročitog značaja za Federaciju, a u koju će se moći uključiti građani, zainteresirani organi, naučne i stručne institucije.

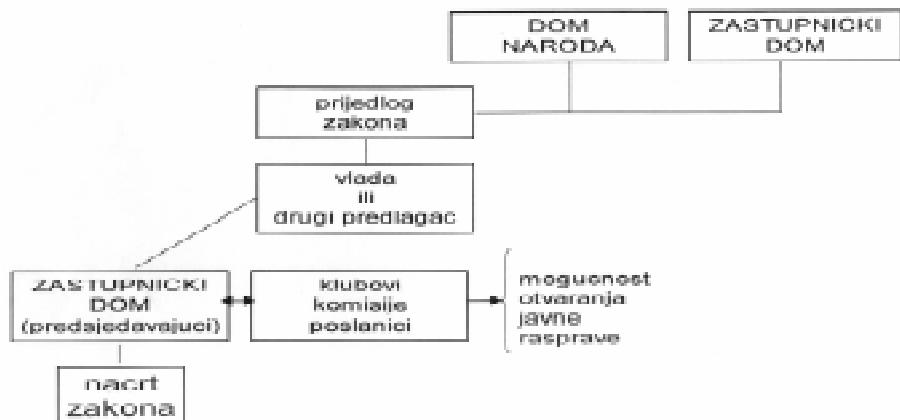
Federacija predlaganje zakona

put od prednacrta do nacrta



FBiH

donesenje zakona (redovna procedura)



Napomena:

Grafikone na stranama 92 i 93 je pripremila Međunarodna pravna grupa za ljudska prava Sarajevo.

3. REPUBLIKA SRPSKA

Slično kao i u Federaciji Bosne i Hercegovine, zakonodavni postupak u Republici Srpskoj obuhvata Vladu Republike Srpske, Narodnu skupštinu Republike Srpske i Predsjednika Republike Srpske. Pravo predlaganja zakona i drugih propisa imaju narodni poslanici, vlada, predsjednik Republike Srpske i najmanje 3.000 birača (Poslovnik o radu NSRS - član 124 - 125). Inicijativu za donošenje zakona mogu dati skupštine općina, preduzeća, političke i druge organizacije, udruženja i građani. Ona se podnosi predsjedniku Skupštine koji je dostavlja nadležnom radnom tijelu tj. zakonodavno-pravnoj komisiji radi davanja mišljenja i eventualne izrade nacrta zakona.

Nacrt zakona se podnosi predsjedniku Skupštine koji ga dostavlja poslanicima i nadležnim radnim tijelima Skupštine (član 58 - lista komisija).

Izvještaji radnih tijela i zakonodavno-pravne komisije se dostavljaju najmanje 5 dana prije sjednice Narodne skupštine Republike Srpske.

Dva su načina za razmatranje nacrta zakona pred Skupštinom. Prvi je način Redovni i odvija se u dvije faze. U prvoj fazi poslanici diskutiraju o ustavnom osnovu za donošenje zakona, o nacrtu uopće i o njegovim pojedinim dijelovima. Glasanje o nacrtu se bilježi u formi zaključka.

Drugi je način donošenje zakona po hitnom postupku. Prijedlog za donošenje zakona po hitnom postupku mora biti obrazložen. O prijedlogu odlučuje Narodna skupština Republike Srpske prilikom utvrđivanja dnevnog reda.

Kao i u Federaciji BiH, u RS Poslovnik NS RS predviđa mogućnost da Skupština traži mišljenje javnosti o nacrtu zakona koji je od naročitog interesa za građane kao i konsultacije sa zainteresiranim ekspertima, organizacijama i institucijama.

RS postupak za donesenje zakona

prijedlog zakona



nacrt zakona



inicijativa



Napomena:

Grafikon je pripremila Međunarodna pravna grupa za ljudska prava Sarajevo.

OBЛИCI UČEŠĆA GRAĐANA U LOKALNOJ SAMOUPRAVI I NADLEŽNOSTI INSTITUCIJA LOKALNE SAMOUPRAVE

S obzirom na činjenicu da su građani centralne ličnosti lokalne samouprave, može se zaključiti da je cilj lokalne samouprave da stvori okvir za učešće građana u procesu odlučivanja i upravljanja poslovima lokalne zajednice.

To je i jedan od načina na koji se građanima omogućava da direktno ostvaruju svoja elementarna prava. Jedan od razloga obraćanja građana lokalnim organima vlasti je i u tome što centralni državni organi nemaju dovoljan kapacitet za obavljanje poslova koji im po podjeli vlasti i pripadaju. To su javni poslovi i njih pretežnim dijelom vrše lokalni organi vlasti.

Javni poslovi koji su povjereni lokalnoj samoupravi se odnose na zaštitu i poštivanje ljudskih prava i osnovnih sloboda, briga o djeci, obrazovanje, zapošljavanje, socijalna skrb, kultura, sport, turizam, stambena politika i komunalne djelatnosti.

U Federaciji BiH postoji tendencija da kantonalne vlasti posežu i za ovlaštenjima općina, da im mijenjaju kompetencije a što za rezultat ima preklapanje nadležnosti, stvaranje ogromnog službeničkog aparata i niz drugih negativnih posljedica. Ovdje treba dodati i činjenicu da je Bosna i Hercegovina država sa 13 ustava i u kojoj 13 skupština donosi zakone a podzakonske akte blizu 200 vlada i ministarstava, odakle proizilazi da je BiH veoma skupa, birokratizirana i neefikasna država (N. Milićević str. 33 Lokalna samouprava u BiH).

S obzirom da su i FBiH i RS donijeli zakone o lokalnoj samoupravi koji slijede principe Evropske povelje o lokalnoj samoupravi, jasno je da na lokalnim nivoima vlasti postoje mogućnosti i mehanizmi za ostvarivanje i zaštitu ljudskih prava .

Dakle, općina, kao teritorijalna jedinica sa svim svojim službama, mjesto je gdje građanin može i mora biti punopravni sudionik društva u kome živi. To je i

mjesto gdje građani utječu na društvene procese, bilo da ih unapređuju ili mijenjaju.

Jedan od najvažnijih principa Evropske povelje o lokalnoj samoupravi je i očuvanje prava lokalnih vlasti koje su, po prirodi stvari, najbliže građanima i koje treba da im omoguće efektivno učešće u stvarima koje se odnose na njihovo svakodnevno okruženje.

Povelja, između ostalog, ističe da su:

1. Lokalne vlasti temelj svakog demokratskog režima.
2. Da je pravo građana da učestvuju u vođenju javnih poslova demokratski princip koji važi u svim zemljama članicama Savjeta Evrope.
3. Da je najneposrednije ostvarivanje ovog prava moguće upravo na lokalnom nivou.

Bitno je naglasiti da je i politika međunarodne zajednice /naročito kroz djelovanje Međunarodnih organizacija u BiH/ usmjerena na davanje podrške uspostavi lokalnih demokratija.

Tako je Savjet Evrope kao uvjete za prijem BiH u članstvo postavio

- Obaveznu reformu domaćeg zakonodavstva, što uključuje sudstvo, medije i lokalne vlasti te njihovo usklađivanje s Evropskom konvencijom o ljudskim pravima,
- Jačanje nacionalnih institucija za zaštitu ljudskih prava,
- Jačanje nevladinih institucija/organizacija kao osnove izgradnje građanskog otvorenog društva,
- Donošenje izbornog zakona.

Istovremeno je Savjet Evrope uputio Federaciji BiH sljedeće zahtjeve iz oblasti pravne zaštite ljudskih prava te razvoja lokalnih demokratija.

Navećemo samo najvažnije:

- Garancija lokalne samouprave, pobliže označena u legislativi kantona i Federacije, mora biti primjenjiva(na) u potpunosti.
- Kantoni federacije moraju izvršiti preustrojstvo svojih zakona u vezi s lokalnom samoupravom, slijedeći principe Evropske povelje o lokalnoj samoupravi.
- Lokalne vlasti treba stimulirati za učešće u sistemu vlasti Federacije, kao temeljni autonomni i demokratski oblik organiziranja građana.
- Općinsko ili gradsko vijeće treba uspostaviti kao dominantan organ lokalne samouprave nadležan da donosi odluke od interesa za lokalno stanovništvo.
- Da lokalne vlasti biraju oblike saradnje a da aktivnosti idu na uspostavljanje nacionalnih saveza - asocijacija.

Svakako je važno napomenuti da su Općinski sudovi jedno od mjesa gdje građani mogu ostvarivati svoja ustavom i zakonima garantirana prava. Načelo zakonitosti, utvrđivanja materijalne istine, zaštite prava građana i javnog interesa, prava na žalbu, donošenja zakonite i pravične odluke (rješenja, presude) su samo neka od načela kojih su se Općinski sudovi (ali i svi ostali) obavezni pridržavati u krivičnim postupcima, građanskim parnicama ali i upravnim sporovima.

OSNOVNA PRAVA I OBAVEZE OPĆINA

1. FEDERACIJA BiH

Prije nego što iznesemo prava i obaveze općina, treba napomenuti da općina ima sljedeće organe vlasti:

1. Općinsko vijeće kao predstavničko tijelo građana koje donosi propise i druge akte.
2. Općinskog načelnika kao nosioca izvršne vlasti te
3. Općinsku službu za upravu i općinski sud, čije su nadležnosti utvrđene Ustavom Federacije a detaljnije razrađene ustavima kantona, zakonima i statutima općina.

Po Ustavu Federacije, općina:

1. Preduzima sve mjere u cilju ostvarivanja i zaštite ljudskih prava i sloboda, utvrđenih u Ustavu Federacije i međunarodnim instrumentima, sadržanim u Aneksu Ustava Federacije. Građani na području općine, ali i na cijelom području Federacije, uživaju sljedeća prava i slobode: pravo na jednakost pred zakonom, zabrana svake diskriminacije zasnovane na rasi, boji kože, polu, jeziku, religiji, političkim i drugim uvjerenjima, nacionalnom i socijalnom porijeklu, zabrana mučenja, okrutnog i nehumanog postupanja ili kažnjavanja, pravo na privatnost, na slobodu kretanja, azil, zaštitu porodice i djece, na imovinu, te i na osnovne slobode kao što su sloboda govora, štampe, mišljenja, savjesti i uvjerenja, religije, sloboda okupljanja, udruživanja, uključujući i slobodu osnivanja i pripadanja sindikatima, slobodu neudruživanja, slobodu na rad, pravo na obrazovanje, socijalnu i zdravstvenu zaštitu, utočište, te na zaštitu manjina. Općinski organi vlasti, službe za upravu i institucije koje vrše javna ovlaštenja dužni su da se brinu za ostvarivanje gornjih prava i sloboda. Obavezni su da, između ostalog, na zahtjev ombudsmana i njihovih zamjenika, omoguće ispitivanje rada bilo kojeg organa vlasti, općine i bilo koje druge institucije ili osobe koje su negirale ljudsko dostojanstvo, pravo ili slobodu. Dužni su omogućiti uvid u sva službena dokumenta uključujući i tajna te sudske i upravne spise kao i tražiti pomoć bilo kojeg općinskog službenika. Za pomoć i saradnju, te omogućavanje ostvarivanja funkcija i rada

ombudsmena, odgovoran je općinski načelnik. Takođe, općinski su organi vlasti dužni sarađivati i na polju zaštite ljudskih prava i sloboda sa svim međunarodnim promatračkim tijelima za ljudska prava.

2. Općina vodi računa i o nacionalnoj strukturi stanovništva. U okviru ove obaveze Općina stvara uvjete za nesmetan i bezbjedan povratak izbjeglica i raseljenih lica na svom području, osigurava nacionalnu zastupljenost službenika i namještenika u općinskim organima i službama, te stvara uvjete za nesmetano uživanje svih ustavom zagarantiranih prava i sloboda.

3. Obavlja poslove lokalne samouprave.

To znači da općine - usmjeravaju društveni razvoj, stvaraju uvjete za svoj život i rad te zadovoljavaju zajedničke potrebe građana. Shodno Ustavu Federacije, ustavima kantona i Zakonu o osnovama lokalne samouprave, u općini se naročito vrše sljedeći poslovi i zadaci:

- osiguravaju se uvjeti za dosljednu primjenu, poštivanje i zaštitu ljudskih prava i osnovnih sloboda,
- stvaraju i razvijaju privredni, društveni i drugi uvjeti za život i rad stanovništva,
- osiguravaju lokalne potrebe stanovništva u oblasti brige o djeci, obrazovanju, javnom zdravlju, radu i zapošljavanju, socijalnoj skrbi, kulturi i sportu,
- vodi se urbanističko-stambena politika i prostorno planiranje,
- obavljaju komunalne i druge uslužne djelatnosti i lokalna infrastruktura,
- osiguravaju uvjeti za rad lokalnih radio i TV-stanica,
- osiguravaju uvjeti za ostvarivanje mjesne samouprave,
- osnivaju ustanove i druge pravne instance radi ostvarivanja privrednih, društvenih, socijalnih i drugih potreba stanovništva,
- osigurava se javni red i mir.

4. Obavljanje upravnih i drugih poslova, koje na općinu prenese federalna i kantonalna vlast. Shodno ustavu Federacije, svaki kanton može (ali ne mora) prenijeti svoje nadležnosti iz određenih upravnih oblasti na općine, a naročito u vezi s obrazovanjem, kulturom, turizmom, lokalnim poslovanjem, radio i televizijom, s tim da je kanton posebno obvezan da to učini u prema općinama čije većinsko stanovništvo, po svojoj nacionalnoj strukturi, nije većinsko stanovništvo u kantonu kao cjelini.

Ovdje je neophodno istaći pojedine poslove općinskih službi za upravu, kao organa općine, s kojima su građani u neposrednoj i svakodnevnoj komunikaciji prilikom ostvarivanja svojih prava i izvršavanja obaveza. To su sljedeći upravni i stručni poslovi:

- a) Izvršavanje općinskih propisa i drugih općih akata iz samoupravnog djelokruga općine i to putem rješavanja upravnih stvari u upravnom postupku, te vršenje upravnog nadzora iz okvira svoje nadležnosti. Izvršavanje podrazumijeva obavezu općinskih službi za upravu da prate stanje u oblastima za koje su i formirane te da o tome podnose izvještaje općinskom načelniku ili općinskom vijeću.
- b) Rješavanje u upravnom postupku o pravima, obavezama i interesima građana i pravnih lica iz samoupravnog djelokruga općine. Ovo je svakodnevni posao općinskih službi za upravu i vrše se u skladu sa Zakonom o upravnom postupku pri čemu su općinske službe obavezne poštovati sva načela upravnog postupka (načelo materijalne istine, načelo zakonitosti, zaštite prava građana i pravnih lica i javnog interesa, ekonomičnosti, dvostopenosti itd.).
- c) Vršenje nadzora nad djelatnošću javnih preduzeća i ustanova koji vrše poslove na osnovu javnih ovlaštenja utvrđenih propisima općine. S tim u vezi nadležna općinska služba ima pravo i dužnost da:
- vrši inspekcijski nadzor i osigurava zakonito obavljanje poslova iz javnog ovlaštenja,
 - rješava po žalbama protiv donesenih upravnih akata,
 - daje stručna uputstva i objašnjenja za primjenu zakona i drugih propisa koji se odnose na vršenje povjerenih javnih ovlaštenja,
 - vrši i druga prava koja po zakonu ima drugostepeni organ uprave u upravnom postupku.
- d) Daje prep oruke za rješavanje određenih pitanja iz samoupravnog djelokruga općine. U okviru ove vrste poslova naglašava se potreba općinskih službi za upravu da kontinuirano prate stanje u oblastima za koje su nadležne te da izrađuju analitičke i informativne materijale u kojima daju preporuke.
- e) Pripremanje nacrta općinskih propisa i drugih općinskih akata. Ovo je veoma značajan ali i složen zadatak općinske službe za upravu. U pripremi nacrta navedenih akata općinske službe uprave su obavezne poštivati smjernice općinskog vijeća, naročito o pitanjima od šireg društvenog interesa. Općinske službe uprave trebaju prilikom pripreme nacrta pribaviti i mišljenja zainteresiranih preduzeća, ustanova i drugih pravnih lica, ako je to od značaja za rješavanje određenih pitanja iz njihove nadležnosti.

2. REPUBLIKA SRPSKA

Najviši organ vlasti u lokalnoj samoupravi je skupština općine koju neposredno biraju građani.

Ona donosi programe razvoja djelatnosti za koje je nadležna, osniva općinske organe, organizacije i službe, te vrši nadzor nad njihovim radom. Ona takođe osniva javna preduzeća, imenuje njihove direktore, te osniva savjete i komisije kao svoja stalna tijela.

S obzirom na male mogućnosti operativnog djelovanja skupštine, njoj u radu pomaže izvršni odbor, čija su osnovna tri zadatka:

1. da se stara o izvršenju odluka skupštine općine,
2. da predlaže skupštini najbolja rješenja za pojedina pitanja i
3. vrši nadzor nad radom lokalne uprave.

Općinske službe za upravu, slično kao i u Federaciji, neposredno sprovode općinske propise, pripremaju nacrte odluka i drugih akata, koje donosi skupština i njen izvršni odbor, te vrši stručne i druge poslove, koje joj povjeri skupština i izvršni odbor.

Nadležnosti općine su, shodno čl. 102, detaljno regulirane Ustavom Republike Srpske.

1. Općina tako donosi program razvoja, urbanisticki plan, budžet i završni račun.
2. Uređuje i obezbjeđuje obavljanje komunalnih djelatnosti.
3. Uređuje i obezbjeđuje korištenje gradskog građevinskog zemljišta i poslovnog prostora.
4. Stara se o izgradnji, održavanju i korištenju lokalnih puteva, ulica i drugih javnih objekata od opštinskog značaja.
5. Stara se o zadovoljavanju potreba građana u kulturi, obrazovanju, zdravstvenoj i socijalnoj zaštiti, fizičkoj kulturi, informiranju, zanatstvu, turizmu i ugostiteljstvu, zaštiti životne sredine i drugim oblastima.
6. Izvršava zakone, druge propise i opće akte Republike čije je izvršavanje povjereni općini.
7. Obrazuje organe, organizacije i službe za potrebe općine i uređuje njihovu organizaciju i posovanje.
8. Obavlja druge poslove utvrđene Ustavom, zakonom i statutom općine.

S obzirom da u Republici Srpskoj nisu predviđeni institucionalni oblici saradnje u vidu okruga ili oblasti, saradnja između pojedinih općina se javlja kao nužnost. Međutim, u praksi je ta saradnja uglavnom izostala, prvenstveno iz razloga što bogatije općine izbjegavaju da se "udruže" sa siromašnijim, kojih je i najviše.

ZNAČAJ I OBLICI NEPOSREDNOG UČEŠĆA GRAĐANA U ODLUČIVANJU O PITANJIMA IZ OBLASTI LOKALNE SAMOUPRAVE

1. OBLICI NEPOSREDNOG ODLUČIVANJA GRAĐANA

Činjenica je da će povećani zahtjevi građana za učestvovanjem u javnim poslovima za rezultat imati razvoj institucija civilnog društva. Ovo će vrijediti tek ako lokalna uprava otvoriti prostor za vlastitu, temeljitu reformu.

Općeprihvачene pretpostavke za razvoj lokalne samouprave su:

- brži privredni razvoj,
- pomjeranje centara moći (političkih i finansijskih) ka lokalnim organima vlasti,
- stručna profesionalizacija javne administracije,
- veća komunikacija s građanima, udruženjima, nevladinim organizacijama i drugim asocijacijama,
- otvorenost prema građanskim inicijativama,
- unapređivanje javnih usluga.

Postojeći mehanizmi za uključivanje građana u proces donošenja odluka na nivou lokalne samouprave u Bosni i Hercegovini su:

1. Davanje inicijative nadležnim općinskim organima i službama.
2. Predlaganje općinskom vijeću ili skupštini općine donošenja određenog akta ili rješavanje određenog pitanja iz njegove nadležnosti.
3. Neposredno odlučivanje na općinskom referendumu ili zboru građana.
4. Drugi načini koji su u skladu sa federalnim, kantonalnim, zakonima Republike Srpske i statutima općina.

Prije nego što navedemo osnovne karakteristike navedenih načina uključivanja građana u proces donošenja odluka na lokalnom nivou vlasti, neophodno je reći nešto više o samom smislu udruživanja građana radi ostvarivanja ciljeva zbog kojih se i "udružuju".

Naime, teorija političkog sistema definira da je udruživanje ljudi radi ostvarivanja njihovih interesa elementarni preduvjet egzistencije demokratskog političkog sistema, uopće. Radi se o tome da se putem raznih asocijacija (nevladinih organizacija, sindikata, pokreta) osnaže utjecaj na procese donošenja odluka. To za rezultat može imati samo pozitivne vrijednosti kao što su stabilan društveno-ekonomski razvoj, stabilnost institucija vlasti te razvoj institucija civilnog društva.

Samo postojanje grupe (asocijaciјe, udruženja) bitno utječe na karakter demokratije, dinamizaciju političkog života, te na jasnije sagledavanje društvenih problema. Što se građani međusobno više udružuju to je njihov glas jači, a utjecaj na donosioce odluka snažniji i efikasniji.

Ustavi, zakoni i statuti ne predviđaju direktnu komunikaciju građana sa donosiocima odluka, ali stvaraju potrebne pretpostavke za komunikaciju. Upravo udruživanjem građani mogu predočiti svoje raznovrsne želje i ukazati predstavnicima (poslanicima) na to kakva rješenja treba donijeti. Na taj način tzv. interesne grupacije (ili udruženi građani) postaju neka vrsta "provodnika" od građanina pojedinca do centra odlučivanja.

Dakle, referendum je jedan od osnovnih oblika neposrednog izjašnjavanja građana na kojem oni donose odluke tajnim glasanjem. Referendum se može provesti u okviru cijele države ili pak na nivou federalne jedinice, odnosno na nivou lokalne samouprave (općina, grad, kanton). Od dana raspisivanja referenduma do njegovog održavanja ne može proteći više od 60 dana, niti manje od 8 dana. Ako iz rezultata referenduma proizilazi obaveza za organ koji je raspisao referendum da doneše neki propis ili akt, to ga je organ i dužan donijeti u roku od 30 dana od održanog referendumu. Referendumom se neposredno odlučuje o pitanjima koja su od zajedničkog interesa za građane kao što su:

1. Odlučivanje o prijedlogu za promjenu statuta općine.
2. Odlučivanje o prijedlogu za promjenu propisa ili drugog općeg akta o pitanjima iz samoupravnog djelovanja općine.
3. Predlaganje donošenja akta o pitanjima koja su od interesa za život i rad građana.
4. Izjašnjavanje građana o pitanjima od općeg interesa za općinu - ako općinsko vijeće zatraži ovako izjašnjavanje.
5. Odlučivanje o drugim pitanjima kada je to određeno zakonom ili statutom općine.

Statutom se može predvidjeti i mogućnost raspisivanja referenduma za područja mjesnih zajednica.

Na zborovima građana se iniciraju i predlažu načini rješavanja određenog pitanja, tj. donošenje akata iz djelokruga općinskog vijeća. Inicijativu za sazivanje zbora građana mogu dati organi mjesne zajednice i najmanje 50 građana (Statut Općine Tuzla) ili otprilike 10% birača.

Zaključci donešeni na zboru građana dostavljaju se organima i institucijama na koje se odnose. Rok za odgovor na donesene zaključke se utvrđuje statutom općine s tim da ne može biti duži od 60 dana.

Od ostalih oblika neposrednog odlučivanja građana treba spomenuti JAVNU RASPRAVU pokrenutu putem građanske inicijative. Tako je općinsko vijeće dužno raspravljati o građanskoj inicijativi ako je ona podržana od najmanje 5% birača upisanih u birački spisak s područja mjesne zajednice iz koje je potekla inicijativa.

Važno je naglasiti da svaki građanin ima pravo općinskom vijeću i općinskom načelniku slati predstavke i pritužbe te davati prijedloge za rješavanje određenih pitanja iz djelokruga poslova općine. Općinsko vijeće i općinski načelnik su dužni odgovoriti najkasnije u roku od 10 dana, a ako pak nisu u mogućnosti dati odgovor, dužni su građanina o tome obavijestiti s tim da odgovor dostave u roku od 30 dana.

2. ZNAČAJ NEPOSREDNOG UČEŠĆA GRAĐANA U LOKALNOJ SAMOUPRAVI

Jedan od načina na koji lokalni organi iskazuju svoju veću odgovornost prema građanima jeste njihovo potpuno otvaranje prema građanskim inicijativama. Realiziranjem neke konkretnе inicijative, građani postaju svjesni važnosti svoje uloge u ukupnom razvoju društva a naročito lokalne zajednice.

Civilno društvo kao model društva podržava aktivno učešće građana u upravljanju javnim poslovima u lokalnoj zajednici. Upravljujući i djelujući na procesu vršenja javnih poslova, stvara se osjećaj zajedništva i identifikacije s lokalnom sredinom, kako od strane građana (organiziranih ili kao pojedinaca), tako i od strane njihovih predstavnika u institucijama lokalne vlasti.

Evidentno je da dosadašnja praksa rješavanja građanskih zahtjeva počiva na bespotrebnim i dugotrajnim administrativnim procedurama. Tome su naročito doprinosili lokalni monopolji tzv. neformalnih grupa koji su atmosferu u institucijama vlasti činili konfliktnom a odlučivanje u organima sporim i neefikasnim. Na taj način je svaki susret sa vlastima izazivao frustracije kod građana. Tendencija je da se stvari uopće ubrzaju u korist građana što će značiti da su lokalni organi u stanju otvoriti prostor za lokalne utjecaje ali i za globalne trendove. Tako će građani, bez obzira na način međusobnog organiziranja, moći vršiti svoj (lokalni) utjecaj putem referendumu na općinske organe vlasti.

Bez obzira o kojem se obliku neposrednog učešća građana radi, pretpostavljeni cilj je lakše ostvarljiv kada su interesi zajednice/grupe/udruženja, artikulirani u jedan zajednički cilj.

Značaj participacije građana je višestruko koristan, kako za njih same tako i za lokalnu zajednicu i za društvo kao cjelinu.

Dobra lokalna uprava - ona u kojoj građani participiraju na razne načine - može da osigura:

- Ekonomičnu upotrebu svih raspoloživih resursa.
- Donošenje odluka koje za rezultat mogu imati ekonomsko-socijalni napredak.
- Kontinuirano unapređivanje javnih usluga.
- Javnu odgovornost administracije i smanjenje korupcije.

Veliki su izgledi da će prijedlog “Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o osnovama lokalne samouprave” koji se nalazi u parlamentarnoj proceduri, doprinjeti ostvarivanju gore navedenih karakteristika dobro funkcionirajuće lokalne uprave.

Važno je također istaći da prijedlog nudi savremeni evropski koncept lokalne samouprave, da je usaglašen sa Evropskom poveljom o lokalnoj samoupravi, da precizira nadležnosti i javne poslove koji su najbliži lokalnoj zajednici i koji neće moći biti ograničen od strane federalnih i kantonalnih vlasti, te da, između ostalog, garantira pravo na sudsku zaštitu slobodnog objavljivanja povjerenih dužnosti i poštivanje principa i načela sistema lokalne samouprave.

Značaj neposrednog učešća građana je i u tome što “udruženi” u različite asocijacije imaju i jaču prodornost te upravo kroz njih efikasnije formuliraju probleme i utječu na brzinu njihovog rješavanja.

Literatura:

- International Policy Advocacy, World Learning's School for International Training (Vermont), Center for Citizen Advocacy (New York), 1998
- Moving Towards Civil Society, Advocacy Institute, Washington, DC, 1995
- A Media Guidebook for Women, United States Information Agency, 1995
- Advocacy for Population and Reproductive Health, Susan B Aradeon, 2000
- An Introduction to Advocacy, Training Guide, Ritu R. Sharma
- How and Why to Influence Public Policy, Centre for Community Change, 1996
- SARA's Advocacy Training Guide, Ritu R. Sharma,
- Priročnik za ljudska prava i zastupanje, Lindsay Judge, Miranda Kazantzis, 1999
- Javno zagovaranje-žene za društvene promjene u zemljama sljednicama bivše Jugoslavije, STAR Projekt, Delphi International, 1998
- Elements of Advocacy, Advocacy Institute, Washington, DC, 1996
- Using the Media to Advance Your Issue, Advocacy Institute, Washington, DC, 1995
- An Advocates Guide to Using Data, Children's Defense Fund, 1990
- Social Policy, Coalition Etiquette: Ground Rules for Building Unity, S.M. Miller, 1983
- Winning Through Participation, Laura J. Spence, 1996
- Civilno društvo i lokalna demokratija, Centar z promociju civilnog društva, 2001
- Lokalna samouprava u Bosni i Hercegovini, Neđo Miličević, Zdravko Zlokapa, Hilmo Pašić, Anton Štitić, 1999.
- Poslovnik o radu zastupničkog doma BiH
- Poslovnik o radu zastupničkog doma FBiH
- Poslovnik o radu Narodne Skupštine Republike Srpske
- Statut Brčko Distrikta BiH
- Ustav Federacije BiH
- Ustav Republike Srpske
- Generalni okvirni mirovni sporazum za Bosnu i Hercegovinu