

JAVNO ZAGOVARANJE I LOBIRANJE

prof.dr.sc. Zdenko Klepić

- stvaranjem novih sustava vlasti u BiH stvoreni su uvjeti i za javno zagovaranje tj. pružena je prilika građanima da se uključe u donošenje odluka koje utječu na njihove živote
- mnoge neformalne i formalne grupe građana rade na poboljšanju kvalitete života u zajednici u kojoj žive
- Nevladine organizacije zagovaraju interese javnosti i trajne promjene bez obzira je li cilj:
 - Poboljšanje životnih uvjeta,
 - Sprečavanje zagađenja okoliša,
 - Borba za jednake mogućnosti i ravnopravnost za žene
 - Bolji školski sustav itd.

-
- Javno zagovaranje vam može pomoći neovisno o tome želite li promijeniti odredbe zakona koji tretira ili ne tretira određene društvene probleme, uzeti sudjelovanje u izradi urbanističkog i prostornog plana, promjena školskog programa, itd.
 - Istraživanja su pokazala da su potrebne tri stvari da bi se promijenila određena politika, stavovi i programi: identifikacija problema, pronalaženje rješenja i zagovaranje

Definiranje

- Javno zagovaranje je društveni proces čija je svrha postizanje društvenih promjena. Ono počinje od male grupe ljudi koji dijele zabrinutost 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 poduzimaju s ciljem mijenjanja politike, prakse i stavova. Ove promjene se mogu odnositi na zakonodavstvo, državnu strategiju ili nešto drugo.
- Zagovarati znači govoriti u nečije ime kako bi se prevazišli zajednički i opći društveni problemi

- *"Javno zastupanje je akt ili proces podrške određenoj temi ili rješenju problema. Kampanja javnog zastupanja je skup usmjerenih aktivnosti u podršci nekoj temi ili rješenju problema. Mi zastupamo odabrane teme jer želimo da:
 - *Gradimo podršku za tu temu ili rješenju problema;*
 - *Utječemo na druge da je podržavaju; ili*
 - *Pokušavamo da utječemo ili mijenjamo zakone koji utječu na nju.**
- (International Planned Parenthood Federation, IPPF Advocacy Guide)
- *"Javno zastupanje je proces koji uključuje serije političkih akcija koje sprovode organizirani građani kako bi transformirali odnose moći. Svrha javnog zagovaranja su specifične političke promjene koje koriste stanovništvu kojeg se tiču. Ove promjene se mogu dogoditi u privatnom ili javnom sektoru. Uspješno javno zagovaranje se vodi prema strateškom planu u razumnom vremenskom periodu"*
- (The Arias Foundation - Costa Rica)

-
- *"Javno zastupanje je govoriti glasno, privlačiti pozornost zajednice prema značajnom pitanju i usmjeravanje donositelja odluka prema rješenju. Javno zastupanje je rad sa drugim ljudima i organizacijama na promjenama"*
 - (CEDPA, Cairo, Beijing and Beyond: A Handbook on Advocacy for Women Leaders)
 - *"Javno zastupanje se definira kao promocija neke ideje ili utjecanje na politiku, financijske tokove i druge politički određene aktivnosti"*
 - (Advocates for Youth, Advocacy 101)

- *"Javno zastupanje predstavlja proces djelovanja (a ne jednokratnu aktivnost) sa ciljem postizanja poželjnih promjena u društvu kako bi odnosi moći i raspodjela bogatstva postali demokratičniji i pravedniji i kako bi se marginaliziranim društvenim grupama osigurali prostor i uloga u javnom odlučivanju".*
- *"Javno zastupanje se sastoji od različitih strategija koje imaju za cilj utjecaj na donositelje odluka na lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj razini, posebno vodeći računa o tome:*
 - *Ko odlučuje – izbori, postavljanje i izbor donositelja odluka, sudaca, ministara, savjetnika, direktora, adiminstrativnog osoblja, itd.*
 - *Šta se odlučuje – politike, zakoni, nacionalni prioriteti, usluge, programi, institucije, budžeti.*
 - *Kako se odlučuje – pristup građana informacijama i samom procesu, obujam konsultacija, polaganje računa i pristupačnost donositelja odluka građanima i drugim zainteresiranim grupama*
- *(InterAction: Women's Advocacy Workshop materials)*

- *„Javno zastupanje je proces demokratskog djelovanja građana i njihovih organizacija, usmjeren na donositelje odluka, da zvanično usvoje i sprovedu javnu politiku kojom bi se nepristrasno rješilo određeno sporno pitanje i postigla pravednija raspodjela bogatstva i odnosa moći u društvu.“*
- *„ Javno zastupanje je proces kojim predstavljamo svoje ideje i predloženim rješenjima utječemo na donositelje odluka“;*
- *„Javno zastupanje u lokalnoj zajednici je organizirano djelovanje određene zainteresirane grupe, vršenje pritiska (utjecaja) putem lokalnih medija ili na drugi način na nosioce vlasti u toj zajednici, radi zadovoljavanja potrebe te ciljne (zainteresirane) grupe.“*
- *„Javno zastupanje je proces djelovanja na donositelje odluka korištenjem najefektivnijih komunikacijskih vještina i najpropusnijih komunikacijskih kanala.“*

Cilj

- Javno zagovaranje ima za cilj da promjeni 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 mogućnost za alternative i seže mnogo dalje od skučenih interesa pojedinaca i grupa.

Misija

- Misija javnog zagovaranja je stvaranje pravednijeg i poštenijeg društva.
- Društvo će biti pravednije kada i interesi marginaliziranih grupa budu ravnopravnije i poštenije tretirani i zastupani.
- Traženje i stvaranje promjena unutar nekoga društva nije samo uvjet njegovog daljnjeg prosperiteta već i njegovog opstanka

Karakteristike

- Javno zagovaranje je akcija usmjerena ka promjenama,
- Javno zagovaranje traži požrtvovnost, strpljenje, uključenost, a često zahtjeva i stopostotno davanje, timski rad, komunikaciju i otvorenost.
- Upoznatost s problemom
- Upoznatost s procesom donošenja odluka
- Potrebno je poznavanje vještina komuniciranja
- Sposobnost da se točno izraze interesi i mišljenja onih koje zastupamo
- Osiguranje etičnosti i legitimnosti
- Dugotrajan je proces zagovaranja

Komponente zagovaranja

- Zastupanje
- Mobilizacija
- Podizanje kompetentnosti

Elementi procesa javnog zagovaranja

- Ciljevi
- Podaci
- Publika
- Poruke
- Prezentacije
- Evaluacija
- Prikupljanje sredstava
- Koalicije

Odabir cilja zagovaranja

- Problemi su uglavnom veoma kompleksni
- 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?
 - Je li cilj dostižan?
 - Hoće li cilj doista adresirati probleme?
- Potrebno razmotriti političku klimu, vjerovatnoću uspjeha, podatke o problemu koji se želi riješiti, raspoložive resurse, kapacitete grupe i vlastite mogućnosti, itd.
- Odabrati jedno ili više pitanja (problema) odjednom?

Krajnji cilj zagovaranja

- Krajnji cilj zagovaranja je predmet cijele kampanje zagovaranja, ono što se nadate da ćete moći ostvariti
- Može biti definiran dosta široko
- Npr.
 - “Smanjiti nasilje unutar obitelji”
 - Smanjiti broj nezaposlenih u zemlji
- Može se podudarati sa Vašom vizijom

Konkretni 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)
 - Do kada
- Vremenski okvir za realizaciju ovih ciljeva može biti do tri godine
- Kriteriji za postavljanje ciljeva

Dinamika procesa zagovaranja

- I Faza - Identificiranje
- II Faza – Odabir rješenja
- III Faza – Izgradnja političke volje
 - Izgradnja koalicija, prenošenje poruka, susret s donositeljima odluka, utjecanje na stavove javnosti
- IV Faza –Djelovanje
 - Kratko je vrijeme – “prozor” ostaje otvoren kratko i nema mnogo vremena za akciju
- V Faza – Evaluacija – provjeravanje djelovanja

Javni zagovarači moraju poznavati:

- Strukturu
- Nadležnost
- Veze
- Moć
- Ograničenja
- Utjecaj

Temelji strategije javnog zaogvaranja

- Uspješna strategija daje odgovore na sljedeća pitanja:
 - Ciljevi: što želimo postići?
 - Ciljna publika: Prema kome je akcija usmjerena? Na koga se želi djelovati?
 - Poruka: kakvu poruku primatelji trebaju da čuju? /Oblikovanje usmjerene prouke/
 - Prenosioci poruke: Tko prenosi poruke? Na koji način uručiti poruku?
 - Suradnja - tko može pomoći?

-
- Dostava: kako ih možemo natjerati da to čuju?
 - Ostala publika: Tko su zainteresirani partneri?
 - Vanjsko okruženje: koje su mogućnosti i izazovi unutar konteksta procesa donošenja odluka?
 - Raspored akcije: kad će se što raditi?

Lobiranje

- Lobiranje je umjetnost uubjeđivanja.
- Lobiranje predstavlja niz akcija kojima je cilj izvršiti utjecaj na donostielje odluka.
- Ono se vrši izdz više razloga: da rješimo postojeći problem i da se unesu promjene.
- Lobiranje obično znači kontakt sa zvaničnim tjelima kao što su lokalne vlasti, državni organi i predstavnici međunarodnih institucija, vlada itd.
Lobiranje je pismeno i usmeno komuniciranje i ubjeđivanje ljudi na određenim pozicijama da svoju političku moć iskoriste za određeno djelovanje.
- Dugotrajan proces

- Uspješan zagovarač mora imati:
 - Znanje o sustavu u kome radi i
 - Znanje o problemu koji zagovara
- Publika se dijeli na :
 - Primarnu i
 - Sekundarnu
- Lobiranje može biti:
 - Pismeno i
 - Usmeno

Kraj

- Hvala na pozornosti