

Javne politike i kako se njima baviti

**Priručnik za mlade
aktiviste_ice i zagovaračke
organizacije**





Javne politike i kako se njima baviti - Priručnik za mlade aktiviste_ice i zagovaračke organizacije je rezultat projekta POJAM – Partnerstvo za održivo jačanje omladinskog aktivizma, koji se realizuje u okviru programa Erasmus+ Ključna aktivnost 2: Strateška partnerstva u oblasti mladih.

Objavljeno: Oktobar 2022.

POJAM.

Autori (po organizacijama)

Nevena Balažević, Ana Gvozdić, Andrea Kovač, Morana Starčević, Dorotea Strelec, Branka Vierda (Inicijativa mladih za ljudska prava Hrvatska)

Ana Bljajić, Damira Brunac, Lucija Dumančić Jovanović, Dražen Hoffmann (Gong)

Hana Kukučka, Ozren Lazić, Đorđe Majstorović, Borislav Prodanović (Omladinski centar CK13)

Nejc Horvat (Danes je nov dan)



Kofinansira Erasmus+ program Evropske unije

POJAM – Partnerstvo za održivo jačanje omladinskog aktivizma

Broj projekta: 2020-2-HR01-KA205-078001

Odricanje od odgovornosti: Ova publikacija odražava isključivo tačku gledišta autora publikacije i Komisija se ne može smatrati odgovornom za korišćenje informacija sadržanih u njoj.

Koordinator projekta:

Inicijativa mladih za ljudska prava (Hrvatska) - <https://www.yihr.hr/>

Projektni partneri:

Gong (Hrvatska) - <https://gong.hr/>

Omladinski centar CK13 (Srbija) - <https://ck13.org/>

Danes je nov dan (Slovenija) - <https://danesjenovdan.si/>

SADRŽAJ – šta ćete naći u ovom priručniku?

I. PRVI DEO - JAVNE POLITIKE

1. Politika? Fuj! Ili...? (Promišljanja o politici: mitovi ili stvarnost?)

- Politika i *politika* – ili, zašto je politički angažman građana dobar a politika naizgled tako zločesta
- Politika je pokvarena
- Politika je iracionalna
- Politika je inscenirana, nameštena borba
- Politika je dosadna
- Politika je delatnost za odabrani krug privilegovanih
- Klijentelizam naš svagdašnji
- Ne zanima me, neće promeniti moj život
- Politika nije za nas - ili, itekako jeste.

2. Politika kao rešavanje zajedničkih problema - e, tu smo!

- Politika kao kolektivno delovanje
- Odlučivanje i ekipa u odelima (policy)
- Okej, zašto taj !#%@ odlučuje?
- Oni i mi kao akteri javnih politika
- Politike za koga?
- OK, donosioci odluka i ko još?
- Pokazatelji ili indikatori
- Što nam ciklus javnih politika govori?

3. Politike za mlade (Hrvatska, Srbija, Slovenija)

- Politike za mlade
- Savet za mlade
- Nacionalni programi za mlade
- Strategija Evropske unije za mlade od 2019. do 2027. godine
- EU ulaže u mlade
- Šta Savet Europe čini za mlade?

II. DRUGI DEO - ZAGOVARANJE

3. Gde nastupaju aktivisti (neformalni policy akteri: zašto i kako se uključuju)

- Šta je javno zagovaranje
Dobro, jel' to pričamo zidovima?

- Javni prostor i demokratska javnost
- Izbor najprimjernijeg pristupa kampanji
- Akteri razni - savetnici, protivnici i indiferentni (analiza aktera i identifikovanje meta komunikacije)
- Koje aktere treba da razvrstamo u ovu shemu?
- Zašto ponekad kisnemo ispred parlamenta i Vlade (protesno delovanje i poruke javnosti)
- Zašto protest i zašto stojimo napolju
- Mediji i kako sa njima (umeće saopštenja za medije)

4. Sučimo rukave (pratične vježbe i aktivnosti)

- Ovo mora u medije ODMAH- Pisanje saopštenja ili kako u što manje poruka reći sve
- Ovo mora da se dogodi OVE GODINE - zagovaračke kampanje i interes javnosti
- Pasivac, budi aktivac! - Aktivizam za dobro
- Izostanak participacije zbog manjka resursa
- Građansko vaspitanje i obrazovanje - vaspitanja za naše i njihovo bolje
- Mala kutija sa alatom za zagovaračke organizacije danas
- Napokon, ono što sigurno jeste: politika je borba za moć

IZVORI

PRVI DIO – JAVNE POLITIKE



Javne demonstracije mogu utjecati na javnu politiku tako da se glas ljudi čuje na institucionalnoj razini

Izvor slike: [greenbiketours.org](https://www.greenbiketours.org)

Politika? Fuj! Ili...?

*"Politika me u životu uvijek pratila u stopu
I bacala duge sjene uvijek kad mi krene."*

Hladno pivo, "Politika" (1999)

O politici se svakodnevno govori, piše i raspravlja. Politikom se, naravno, bave političarke i političari¹, ali se politikom itekako bave i mediji, naučnici, nastavnici... i smatramo da je opravdano da se politikom bavi najširi krug ljudi.

Međutim, kako je moguće da o politici svi sve znaju i o njoj imaju mišljenje, a da istovremeno **istraživanja pokazuju da su mladi slabo zainteresovani za politiku**, da nisu spremni da o njoj saznaju išta više od onoga što do njih dođe sasvim slučajno? Kako objašnjavamo to da mladi, čak i pre nego što steknu pravo glasa, uglavnom ne učestvuju u onome što se događa u njihovim zajednicama, a tiče se svih građanki i građana (pojmom *participacije* opsežnije ćemo se baviti kasnije)? Takođe, kako objasniti to da mladi odrastaju u demokratskom političkom uređenju, a da imaju stavove koji nisu uvek u skladu sa vrednostima demokratskog građanstva? Odgovori na neka od ovih pitanja ponuđeni su u poglavljima koja slede. Na neka pitanja ne nudimo odgovore, nego su ona postavljena sa ciljem da podstaknu promišljanje, diskusiju i akciju.



Izvor slike: <https://whystatesmatter.sisterdistrict.com>

Šta je cilj diskusija koje ćemo otvoriti?

Cilj je, tebi, draga čitateljko ili dragi čitaocu, **ponuditi alate** za razmišljanje o politici i društvenom aktivizmu koji će ti dati okvir za razumevanje toga *kako* delovati, kao i argumentaciju o tome *zašto* delovati, i na taj način ti, možda, pomoći da pronađeš istomišljenike, podržavatelje, medijske pratiocice i pažnju na društvenim mrežama.

Želimo da se na kraju našega druženja (pa makar ono bilo samo čitalačko) **osećaš kao građanin/građanka** sa višim nivoom *političke pismenosti*. Naime, kako bi građanke i građani mogli da učestvuju u demokratskim procesima, očekuje se da imaju određen nivo građanskih kompetencija, tj. da imaju znanja i sposobnosti, kao i da mogu i da žele aktivno participirati u različitim oblicima političkog odlučivanja. Pored toga, **važno je da je njihova participacija obeležena demokratskim vrednostima** – da je usmerena na unapređenje, poštovanje i zaštitu ljudskih prava i sloboda, na povećanje (a ne smanjenje) demokratskog procesa odlučivanja. Možemo reći da politička pismenost sadrži sve od navedenog: *znanje o demokratiji, sposobnosti za demokratiju i vrednosti u korist demokratije*.

I, naravno, nadamo se da si ti tek prva karika u lancu političkog opismenjavanja (mladih) građanki i građana. Demokratska politika može da funkcioniše u svojoj punini tek ako imamo veliki broj demokratski pismenih građanki i građana – **onih koji veruju u demokratiju i koji će se angažovati**, na kojem god nivou i koliko god to mogu i žele.

Ne treba biti zadovoljan onim što imamo. Predstavničku demokratiju želimo da popravljamo i da je učinimo

demokračičnijom, jer je zaživela svest da se **demokratske odluke više ne mogu donositi bez učestvovanja zainteresovanih aktera iz civilnog društva** i zainteresovanih građanki i građana.

[1] Svi pojmovi u ovom priručniku koji označavaju osobe, nezavisno od toga u kojem su gramatičkom rodu, podjednako se odnose na osobe svakog roda.

.....

Politika i *politika* - ili, zašto je politički angažman građana dobar a politika naizgled tako zločesta

Pogledamo li rezultate raznih istraživanja javnog mnjenja, videćemo da građani ne veruju političarima.

Prema nalazima [KOMS-ovog istraživanja](#) iz 2022. godine, "mladi u Srbiji nemaju poverenja ni u jednu od institucija koje su ispitivane u istraživanju. Nijedna institucija nema prosečnu ocenu iznad 3 (na skali od 1-5) što govori da su mladi u potpunosti nepoverljivi i da se osećaju zapostavljeno. Sa najmanjim poverenjem se ističu mediji i političke institucije (predsednik republike, predsednik Vlade, Vlada RS, Narodna skupština...) Mladi najveće poverenje (ili bi ispravnije bilo reći najmanje nepoverenje) imaju u vojsku (2,88) i crkvu (2,72) i kancelarije za mlade (2,33). U odnosu na 2018. godinu, opalo je poverenje u gotovo sve političke institucije (osim predsednika republike), kao i medije. Jedino je crkva popravila svoju sliku kod mladih i uvećala poverenje" (str. 114).

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=eUAXbNSwaQc&t=1s>



Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=hXyebUU2wMA>



Pogledaj kako se biraju Vlada i Sabor u Hrvatskoj

Da li bi trebalo da nas zabrine ovaj negativan stav mladih prema institucijama koje donose odluke, i još negativniji prema onim organizacijama iz kojih dobijamo ove donosiocce odluka kojima ne verujemo?

Možda malo.

Ovakav negativan sentiment prema institucijama svakako ima uticaja i na odnos prema politici opštenito, koja se, u svojoj praksi, ne doživljava kao plemenita delatnost.

Neke stavove mladih o politici možemo da pronađemo i u istraživanjima

Hrvatska – <https://gong.hr/wp-content/uploads/2021/05/Politicka-pismenost-mladih-2021.pdf>

Slovenija – https://www.mlad.si/e-katalogi/Mladina_2020/222/

Srbija - <https://koms.rs/zakljucci-i-preporuke-alternativni-izvestaj-o-polozaju-i-potrebama-mladih-za-2021/>

Zapravo, sve ovo je deo jednog prilično raširenog skupa stavova o politici koji ćemo sada pokušati da na pojedinačne tvrdnje (sudove, predrasude, stavove...) kojima ljudi najčešće opisuju politiku i one koji se bave politikom. Verovatno je da će ti neki od njih zvučati poznato, a uz svaku tvrdnju pokušaćemo da postavimo još poneko pitanje i da predložimo drugačiji pristup.

[2] Standardni Eurobarometar 91 - Javno mnjenje u Evropskoj uniji - Nacionalni izveštaj (Hrvatska, proleće 2019)

.....

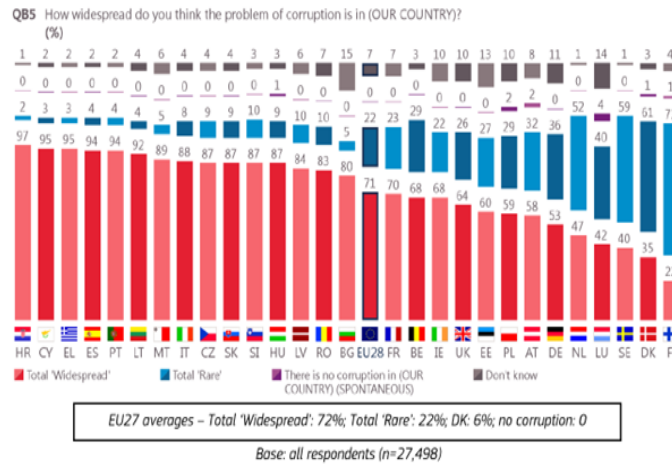
.....

Politika je pokvarena

Opšti utisak u javnosti je da je politika pokvarena, a da se oni na vlasti brinu isključivo za sebe i dobrobit svoje porodice, prijatelja, kumova, poznanika. Indeks percepcije korupcije iz godine u godinu pokazuje da su koruptivne radnje, tj. zloupotrebe javnih ovlašćenja radi lične koristi, vrlo učestala pojava koja prožima sve sfere društva, a naročito političku sferu.

U proseku 71% građana Evropske unije smatra da je korupcija u njihovoj zemlji raširena.

U Hrvatskoj to misli čak 97% građana što je, prema percepciji javnosti, čini najkorumpiranijom zemljom Evropske unije. Slovenački građani ke takođe smatraju da je korupcija u njihovoj zemlji široko rasprostranjena, ali to smatraju u nešto manjem procentu (87%) od svojih hrvatskih komšija. Međutim, i dalje se doživljavaju znatno korumpiranijim od evropskog proseka.



Izvor: Eurobarometer 2020; Special Eurobarometer 502; Corruption

Okvir: Od 100 hrvatskih građana njih 97 smatra da je korupcija problem.

Da li je korupcija „slučajno“ tu ili je duboko ukorenjena? I o ovome imamo već ispitane stavove u našim zemljama:

Hrvatska – https://www.gong.hr/media/uploads/institucionalni_izvori_ukorijenjenosti_korupcije_dario_cepogong.pdf
Slovenija – https://data.europa.eu/data/datasets/s2176_88_2_470_eng?locale=en

Građani imaju utisak da su određene privilegije i koristi rezervisani za one koji su "nečiji" ili koji plaćaju određena davanja da bi stekli boljitak koji im ne pripada. U medijskom prostoru korupcijske afere političara niču kao gljive posle kiše, jedna za drugom, otkrivajući sve više moćnih ljudi koji su na neki način upleteni u ove afere, pa je u ovakvom okruženju teško gajiti osjećaje da oni na vlasti ne gledaju isključivo vlastiti materijalni boljitak. Vrlo je lako preslikati ovakva nedela i njihove počinitelje na politiku kao delatnost u celini. Još gore, lako je oguglati na kontinuitet korupcijskih afera i odustati od pokušaja da se bilo šta promeni.



.....

.....

Politika je iracionalna

Kada slušamo svakodnevne političke rasprave – poput prenosa sednica parlamenta, medijskih nastupa najvažnijih političara i izjave koje daju “upućeni izvori bliski vladajućoj stranci”, možemo da zaključimo da je politika delatnost kojom se bave samo osobe koje imaju ozbiljnu potrebu za stalnom pažnjom, nezdravu fiksaciju na neke teme ili jednostavno lični problem sa nekim ljudima sa kojima imaju potrebu da ulaze u svakodnevne konflikte, ukratko, da nije smisleno (ni isplativo) uopšte ulagati mentalni napor u nešto što je tako nerazumno, svađalački nastrojeno i sastavljeno od prizemnog vređanja.

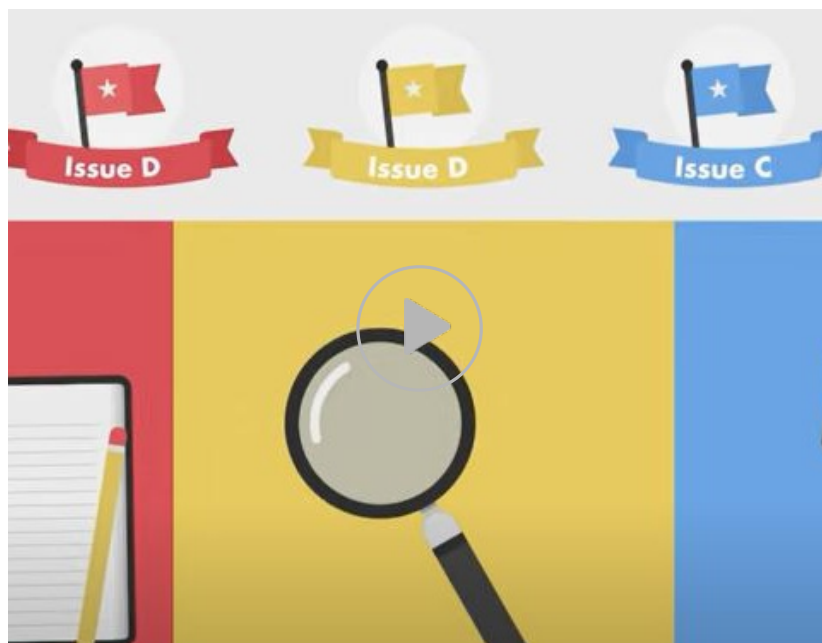
Ovo je svakako jedan od načina na koji se političari ističu među svojim kolegama. Mnogi građani će reći da je to neprihvatljiv način komunikacije osoba na javnim pozicijama, ali jedno je sigurno – na taj se način oni izdvajaju iz gomile i postaju vidljiviji javnosti. Strategija ovakvog komuniciranja može da bude i opasna igra koja rezultuje gubitkom podrške građana_ki na sledećim izborima. Nažalost, nekad je na njoj moguće i profitirati.

Činjenica je da politika ima komponentu iracionalnosti i dimenziju borbe, kao i da se često vodi na način da svoje političke protivnike i suparnike diskredituje i pokazuje ih, u najmanju ruku, nedostojnim ili nesposobnim za obavljanje javnih funkcija. Čak i kada retorika nije oštra i neljubazna, čini se da su političari usmereni na međusobno potkopavanje i optuživanje, a da njihovoj komunikaciji nedostaje sadržaja i, još više, zajedničkih napora da se ostvari dobrobit za građane_ke. Sve ovo umara veliki broj građana i udaljava ih od politike, jer međusobne odnose političara doživljavaju kao nadmudrivanje bez konkretnog cilja. Međutim, u suštini, politička borba se vodi o *sadržaju*, a o tom sadržaju je moguće itekako racionalno i argumentovano raspravljati.

Zanima li te kako se riječi koriste u politici?

Pogledaj ovaj kratki video (na engleskom).

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=mxgOjH7szdk>



Vežbaj! Prvi korak za bijeg od iracionalnosti je učinkovita komunikacija: pokušajte se zauzeti za cilj u koji verujete i jasno ga objasnite. U svom dvominutnom govoru odgovori na ova pitanja:

- Šta je središnje pitanje?
- Koga se to tiče? (mladost, siromašni ljudi, okoliš...)
- Zašto postoji problem? (koji je njegov uzrok?)
- Kako problem utiče na vas/druge ljude/okruženje...
- Koji je sledeći korak? (imate li neka rešenja, makar i mala?)

.....
.....

Politika je inscenirana, nameštena borba

A šta ako se zapravo uopšte ne raspravlja? Šta ako je sve privid, svojevrsna mađioničarska predstava na koju bi naivni građani trebalo da nasednu, verujući pritom da gledaju nešto autentično i da slušaju iskrene izjave političkih stavova? Naposljetku i nezavisno od stavova, političari su međusobno puno sličniji nego je bilo ko od njih sličan ljudima koji za njih glasaju – poseduju mnogo više, troše mnogo više i vrlo jasno daju do znanja da politika nije delatnost za "male ljude". **Tim je gore ako njihova međusobna borba možda i nije stvarna, nego je inscenirana** i odvija se jedino pred kamerama i mikrofonima, dok se političari kasnije zdušno nađu na poslovličnoj janjetini i vinu, tapšajući jedni druge po leđima, čestitajući si na dobroj izvedbi.

Iako je teško znati šta se krije u pozadini javnih političkih sukoba, jedno je sigurno: **dolazak na vlast i očuvanje vlasti je cilj političkih aktera**. Biti na vlasti znači u svojim rukama držati poluge političke, finansijske i medijske moći, postavljati ljude na javne funkcije, urednike medija, odlučivati o dodeli i trošenju novca.

Da li ova slika te podseća na nešto?



Slika: Patrik Macek/PIXSELL

Politika je dosadna

Razumeti političke procese nije nimalo lako. Međutim, "kompleksno" ili "složeno" nije isto što i "dosadno". Da li je politika zaista dosadna ili nam se zbog svoje složenosti samo čini takvom?

Uzmemo li, na primer, neki udžbenik društvenih nauka koji govori o politici, moguće je da će nam se njegov sadržaj učiniti nezanimljivim. Političke institucije i ovlašćenja, norme, pravila, procedure, procesi, brojni akteri... Svi ovi odnosi mogu da budu veoma kompleksni. Međutim, **važno je da ne zaziremo od sticanja političkog znanja jer nam ono daje bazu za kritičko prosuđivanje političke stvarnosti koja nas okružuje**. Ukoliko razumemo koja su ovlašćenja predsednika_ice Republike, onda nećemo da nasednemo na neostvariva obećanja u predizbornim kampanjama, jer ćemo da budemo svesni da ona nadilaze ovlašćenja pozicije za koje se kandidati_kinje kandiduju.

Napokon, nije potrebno idealno poznavanje „terena“ da bismo se osetili pozvanima da govorimo o politici. Nije važno da li znamo tek mali procenat poslanica i poslanika koji sede u skupštini. Nije važno ni da li znamo ko odlučuje u našem gradu ili selu, ko uopšte sedi u odborničkoj skupštini. **Važno je da znamo da i sami nešto možemo da promenimo.**

Osnaživanje mladih aktivista



Osnaživanje znači u čovjeku razvijati povjerenje i sigurnost u sebe, svoje sposobnosti, potencijale i važnost svojih postupaka i odluka kako bi pozitivno utjecali na njegov život.

.....

.....

Politika je delatnost za odabrani krug privilegovanih

A zašto politika nije skrojena po idejama onih drugih – dobronamernih i stručnih ljudi? Jednostavno zato što u (demokratskoj!) politici svi imaju pravo da učestvuju, ali pravo da donose obvezujuće odluke imaju samo oni koji dobiju izbore tj. osvoje vlast. Drugim rečima, svi imamo različite želje i stavove, donosimo različite odluke i postupamo po njima svakoga dana. Međutim, postoji i druga vrsta odluka – odluke koje su javne i koje obvezuju sve na koje se odnose. To su odluke koje propisuju šta je dozvoljeno a šta zabranjeno, koja su pravila po kojima se odvija saobraćaj, kako se dobija državljanstvo, kako se pobeđuje na izborima. Nazivamo ih **političkim odlukama**.

Donošenje ovih odluka je ovlašćenje onoga koji je na izborima ili imenovanjem dobio legitimitet za donošenje odluka – odobrenje (dovoljno) velikog broja ljudi da donosi odluke. Ovakvo funkcionisanje sistema donošenja odluka nazivamo **predstavničkom demokratijom**. Ona se odvija tako da **izabrani pojedinci predstavljaju interese veoma velikog broja ljudi**.

Da li je to jedini način bavljenja politikom? Da li su oni koji nisu bili uspešni na izborima lišeni svake mogućnosti uticaja na te odluke dok pobjednik odnosi sve? Na svu sreću, nije tako! **Čak ni kada imamo premoćne pobjednike političke utakmice, njihova vlast nije apsolutna, ni ti su svima drugima "začepljena usta"**. Još jednom, političko delovanje u demokratiji pripada svim građankama i građanima!



Razmišljaj! Je li glasanje pravo ili obaveza? Koja su tri razloga za ići na glasovanje, a tri razloga protiv toga?

Pogledaj ova videa: Je li glasanje pravo ili obaveza? - Gong

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=NxqjAXgyT6E>



Zašto izaći na glasanje?

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=xexqR0P7dH8>



.....

.....

Samo je jedna politička igra - klijentelizam naš svagadašnji

Međutim, čini se kako nije dovoljno zbrinuti sebe na neki dobro plaćeni (ili u javnoj službi sigurno plaćeni) posao. Kada si na poziciji moći, zbrinjavaš i "svoje". Sve svoje: porodicu, prijatelje, kumove, poznanike, komšije, od onog, od ovog. Sve. Građi mrežu, svoju biračku bazu. Svima njima osigurao si i dao, pa najmanje što mogu je da ti zauzvrat daju svoj glas na izborima. Njima je važno da ostane tako kako jeste – da ostanu na pozicijama koje imaju (možda se protegnu i malo više na svom profesionalnom putu) i zato će ti rado dati glas – tebi koji si im pomogao. Ruka ruku mije.

Šta se događa kao reakcija na ovo od strane drugih građana? Najčešće ništa.

Ljudi budu zgađeni politikom i njenim akterima, misle da moć koju imaju u svojim rukama – moć zaokruživanja željenih predstavnika vlasti – nije dovoljna za promenu.

Ostaneš kod kuće. Ostaneš ti, i veliki broj drugih.

I promene nema. Ona dobro umrežena politička klika koja je izašla na izbore odabere svoje, iste one ljude.

Jedna od ozbiljnijih činjenica u politici je ta da oni koji dođu na političke funkcije sa određenim ovlašćenjima **odjednom dobiju i mogućnost da odlučuju koga će od svojih podržavaoca da nagrade i kako će da nagrade njihovu lojalnost.**

Upravo je ova motivacija u pozadini onoga što označavamo **klijentelizmom** – odnosom političkih pokrovitelja i njihovih „kupaca“ koji ulažu u političare u nadi da će im se njihove zasluge jednom vratiti u obliku blagodati.

.....

.....

Ne zanima me, neće promeniti moj život

Možda te politika ne zanima, ali ona itekako uređuje tvoj život. Politika je još nešto više od onog što se u rečniku pojavljuje pod pojmom "politika", kao i od onog "prjavgog" kako je građani često vide.

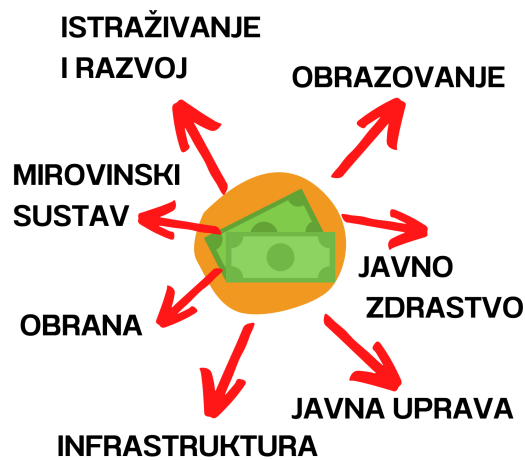
Politika se odnosi na svaki aspekt života, na sve ono što poznajemo kao društvenu stvarnost.

Politika određuje toliko toga: cenu rada, roba i usluga, visinu poreza, kvalitet i dostupnost javno-zdravstvenih usluga, mogućnost sklapanja životnog partnerstva, minimalnu platu, saobraćajnu povezanost, zbrinjavanje otpada, kvalitet hrane, šta ćemo učiti u školi... **Svaki "papir koji moramo da potpišemo" ima uporište u nekoj ranije donešenoj odluci**, a sve te odluke su posledice neke politike.

Donosioci odluka su ti koji odlučuju o raspodeli javnih sredstava; oni su ti koji odlučuju hoće li se nabavljati novi vojni avioni ili će se otplatiti dug bolnica za nabavku lekova; hoće li se povećati penzije ili će se dati subvencije preduzetnicima za zapošljavanje mladih osoba; hoće li se povećati plate prosvetnih radnika_ka ili će se osigurati besplatan obrok za sve školare.

Nijedna vlast (čak ni vlast najbogatijih zemalja sveta) nema na raspolaganju toliko finansijskih sredstava da može da podmiri apsolutno sve želje i potrebe svog stanovništva. Zato su ovakve odluke iznimno teške – pre svega one su *političke*, ravnaju se odlukama o tome šta je važno – ili barem prioritarno – i kako je moguće postići to što je važno. Iako neki mogu da imaju čvrst stav o prioritetima između ovih izbora, oni na vlasti bi trebalo da vode računa o dobrobiti svih građana i građanki i funkcionisanju društva u celini, pa ne mogu tako olako da stave jedno ispred drugoga. Teritorijalna celevitost nije manje važna od dostupnosti lekova, plate nisu važnije od penzija, dečiji obroci nisu manje važni od plate osoba koje obrazuju istu tu decu. Međutim, zbog ograničenih sredstava nekom će se ugoditi, nekom neće. Moguće je da u potpunosti neće da budu zadovoljni ni oni kojima ide u korist, jer će misliti da im se nije u dovoljnoj meri udovoljilo (npr. povećanje penzije ili plate za samo 2%).

Raspodela novca je često najvažniji oblik politike.



Vežbaj! Ti si vlada i trebaš odlučiti kako ćeš koristiti svoj proračun. Koja su tvoja tri prioriteta? Zašto? Kako će tvoja odluka utjecati na razvoj države u sljedećih pet godina?

.....

.....

Politika nije za nas - ili, itekako jeste.

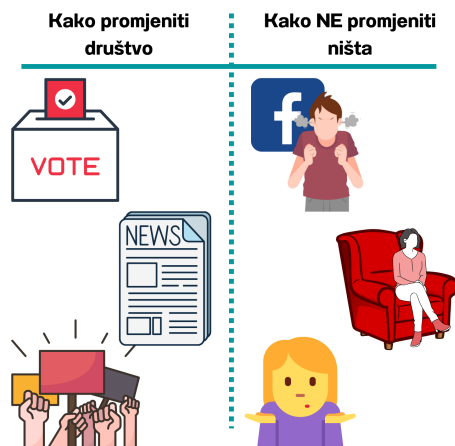
...a izbori – iako su važni, nisu jedini način da to pokažemo.

Poslednji opšti (parlamentarni i predsednički) izbori u Srbiji održani su 03. aprila 2022. godine, kada je svoje biračko pravo iskoristilo oko 59%, birača, što je činilo najveću izlaznost od izbora 2008. godine. Aleksandar Vučić je pobedio u prvom krugu predsedničkih izbora, iako je stranka koju predvodi - Srpska napredna stranka (SNS) - izgubila status apsolutne većine u Narodnoj skupštini na parlamentarnim izborima. Nakon izbora u 2020. godini, koje je većina opozicionih partija bojkotovala, opozicija se vratila u Narodnu skupštinu.

Na pitanje „Da li ste glasali na izborima 2022. godine?“, odgovor da su glasali dalo je 57,8% ispitanika, dok na izbore nije izašlo 42,2% ispitanika (str. 107-108). U odnosu na prošli izborni ciklus (2020), kada se svega 40% mladih izjasnilo da je glasalo, ove godine primećujemo značajno povećanje izlaznosti. Ipak, treba imati u vidu da određen broj mladih (18,6%) nije glasao na prethodnih izborima usled bojkota pojedinih političkih subjekata. Pitali smo mlade i šta su razlozi zbog kojih nisu glasali (one koje nisu glasali), a najčešći razlog je taj što smatraju da izbori ne mogu ništa da promene (21,7%), da su svi političari isti i da ne rade u interesu građana (21,2%) i da trenutno nisu imali za koga da glasaju (20,1%).

Međutim, kao što znamo, kvote izlaznosti na izbore nema, glasove apstinencata ne dobija niko, a u njihovo ime će obvezujuće odluke donositi oni čiji su glasači odabrali da učestvuju na izborima.

Apstinencija/neučestvovanje na izborima prati nas i ovde: https://www.mlad.si/e-katalogi/Mladina_2020/226/



Politika kao rešavanje zajedničkih problema - e, tu smo!

Pa dobro, zašto individualno delovanje ne može da reši sve probleme? Zašto bogati filantropi jednostavno ne zapucketaju prstima (i bankovnim računima) i u trenu promene svet?

Ukratko, zato što su problemi koji nas brinu kompleksni – **često se tiču svih nas, o svakom od njih iscrpno znanje ima izuzetno mali broj ljudi, a nijedna država nema resurse da bi mogla sama da ih radikalno promeni.** Savremeni svet je postao toliko kompleksan da nekolicina vladajućih (čak i uz golemi administrativni aparat) nema sposobnost rešavanja svih problema samostalno. Saveznici u rešavanju problema mogu da im postanu nedržavni, vaninstitucionalni akteri koji imaju potrebnu ekspertizu.

Pomislite samo na problem klimatskih promena – to je problem sa kojim se čovečanstvo nosi već decenijama. Klimatske promene nisu zaustavljene. Samo odgađamo neka rešenja koja su nas odavno mogla približiti održivosti. Neučinkovite „flastere“ lepimo na sve veći problem, u nadi da će izdržati makar još malo, makar još ovu godinu, još ovu deceniju, još našu generaciju – a budući naraštaji će da budu pametniji i solidarniji pa će učiniti bolje nego što smo to mi mogli. U svakom slučaju, možemo da pretpostavimo da će znati više od nas i da će imati neposrednu potrebu da spašavaju ovu planetu.

Međutim, zašto bi uopšte moralo da dođe do faze propasti da bi ljudsko delovanje spašavalo stvar?

E, upravo je TO veliki, globalni primer teških i zamršenih problema kojima je jedino rešenje - **kolektivno delovanje.**



Politika kao kolektivno delovanje

A kolektivno delovanje se zove – politika, a u politici nastojimo da učestvujemo.

Na ovom mestu potrebno je napraviti jedno važno terminološko razlikovanje. Naime, kada u hrvatskom jeziku (a tako je i u drugim južnoslovenskim jezicima) govorimo o politici, ne govorimo samo o jednom fenomenu, odnosno, ne govorimo samo o izborima, kampanjama, političkim govorima, vladama, parlamentima i ekipi u odelima.

Govorimo o više različitih fenomena, a glavno razlikovanje koje ćemo ovde predstaviti odnosi se na razlike između pojmova politike kao *politics* i **politike kao policy**³.

Zašto bi nas to zanimalo? Upravo zato što nam otkriva zašto vidimo politiku tako kako je vidimo i zašto lako možemo ispustiti iz vida drugo važno značenje 'politike' kao **kolektivnog delovanja, a koje služi za postizanje ciljeva koji su važni za sve nas.**

Politiku u sadržajnom smislu – politiku kao *policy* – čine odluke koje služe za organizovanje i postavljanje pravila različitim društvenim i ekonomskim odnosima i procesima.

Šta je to što neko pitanje čini pitanjem kojim se bave javne politike? Potrebno je da budu ispunjeni uslovi da takvo pitanje dođe na tzv. dnevni red, odnosno na **agendu političkog odlučivanja.** Da bi nešto postalo dnevnim redom javnih politika, nekoliko glavnih preduslova moraju da budu zadovoljeni. (Petek, 2016):

- Aktuelno stanje mora da bude problem, odnosno mora da bude nezadovoljavajuće prema nekim kriterijumima;
- Taj problem mora da bude kolektivan, odnosno mora da se tiče većeg broja ljudi ili čitave zajednice;
- Aktuelno stanje mora da bude promenljivo (na primer, poplave i virusi ne mare puno za politiku, ali politika može

mного toga da učini kako bi ublažila njihove posljedice!);

- Problem mora da bude prioritetan (puno se političke moći očituje u tome šta će da bude prioritetno) i
- Vlast mora preduzimati korake kako bi rešila taj problem

Dakle, ključna definicija javnih politika uključivala bi legitimno **donošenje odluka** kojima se nastoji **delovati na neke probleme**.

Dakle, temeljno razumevanje javnih politika moglo bi da se opiše kao: sve ono što država bira da *radi* ili da *ne radi* (Dye, 1987). Drugim rečima, oni akteri koji su kroz izbore i imenovanja dobili ovlašćenja za političko delovanje – donošenje odluka – to ovlašćenje donošenja odluka tada koriste da bi neke odluke donosili i činili manje ili više korisne stvari za celo društvo.

Javne politike se odnose na političko odlučivanje vlasti koje bi trebalo razlikovati od individualnog odlučivanja u privatnom životu, s jedne strane, i od odlučivanja na tržištu, s druge strane. Za donošenje i sprovođenje javnih politika nužni su sistemi pravila i institucionalni okviri za donošenje takvih odluka. U najširem smislu, to su osnovne institucije predstavničke demokratije kojima biramo legitimne predstavnike na koje prenosimo pravo donošenja kolektivnih odluka u naše ime. Stoga se javne politike odnose na kolektivno ili političko odlučivanje po sektorima. Kada govorimo o vlasti i javnim politikama posebno je važno naglasiti ulogu izvršne vlasti, odnosno **Vlade** koja je najvažniji akter u njihovom kreiranju. Pritom su, osim članova i tela vlade, izrazito važna i sva tela državne uprave podređena vladi, naročito središnja tela – **ministarstva**. Ključno je kako vlada upravlja ili „stavlja u pogon“ državni aparat, jer su javna i državna uprava karika koja spaja političku odluku zvaničnika i posledice javnih politika na građane.

Pored vlasti koja kreira i sprovodi javne politike, ko su još akteri javnih politika? Ključno je reći da su akteri javnih politika i građanke i građani, odnosno, svi mi. Ovo je ujedno i *temeljno demokratsko načelo* koje je moguće sažeti na sledeći način: **svi oni na koje se neka politička odluka odnosi trebalo bi da imaju mogućnost da učestvuju u donošenju te odluke**.

Uočite kako ovo načelo govori da svi oni kojih se tiče bi trebalo da imaju *mogućnost da učestvuju* u donošenju te odluke – ne nužno i *da učestvuju*. Uvek će da bude onih koji ne žele da učestvuju u donošenju te odluke iz različitih razloga.

Međutim, **zainteresovanima za javne politike ne sme da bude onemogućeno da participiraju**.



Zadatak:

Kako bi bolje razumela razlikovanje značenja politike kao "policy" i kao "politics" odaberi jedne dnevne novine (ili političku rubriku sa nekog portala) i listajući stranicu po stranicu (ili „skrolujući“ odozgo prema dole) pokušaj da prebrojš članke o javnim politikama (eng. *policy*) kao i one članke koji govore o samim političarima_kama, političkim strankama i/ili nadmetanju za vlast (eng. *politics*).

- Kojih članaka je više?
- Šta misliš, zašto je tako?

[3]Treći aspekt politike, onaj institucionalni i proceduralni (eng. *polity*) ja za naše potrebe ovdje relativno manje važan pa ćemo ga zasad ostaviti po strani.



Odlučivanje i ekipa u odelima

U redu je da bi svi trebalo da imaju mogućnost da učestvuju u odlučivanju...ali, ko zaista odlučuje? Ko nam kroji sudbine?

Iako *demokratija* u svom izvornom značenju označava politički angažman svih građana, ona se danas ne praktikuje na način da svi građani i građanke učestvuju u donošenju svih relevantnih odluka kojima se uređuje život u zajednici kojoj pripadaju. Participacija svih u procesima donošenja odluka o svemu tehnički je neizvodiva, pa smo pristali da **delegiramo svoje predstavnike koji će odluke donositi u ime svih nas**. Ljudi koje smo izabrali na izborima, u predstavnička i izvršna tela lokalne i nacionalne vlasti, ljudi su koji kroje naše sudbine.



Razmišljaj! Je li fer da ne odlučujemo svi zajedno? Što znači biti zastupljen od strane političara?



Okej, zašto taj !#%@ odlučuje?

Osobe koje su osvojile vlast poštujući zakonom propisanu proceduru, imaju pravo da na pozicijama moći donose odluke. Zašto baš oni?

Pristajanje građana da upravo ti ljudi izvršavaju vlast proizlazi iz zakona; oni su došli na pozicije moći po zakonski utvrđenim procedurama, izborom onih građana_ki koji su izašli na izbore.

Građani i građanke u demokratskim zemljama priznaju institut izbora kao način izbora osoba koje će sedeti u fotelje i u okviru svojih ovlašćenja donositi odluke kako bi osigurali prosperitet svojoj (lokalnoj ili nacionalnoj) zajednici. Ova osobina izabranih naziva se njihovim **legitimitetom**.

Pojam legitimiteta označava da je vlast priznata od strane njenih građana_ki, tj. da je oni odobravaju. A građani je odobravaju zato što legitimnost vlasti proizlazi iz volje naroda iskazane na izborima. Čak i ako niste učestvovali na izborima i niste dali svoj glas nekom od kandidata, vaši sugrađani i sugrađanke koji su glasali izabrali su i za vas.

I da, i tekako je moguće (i dešava se često) da osoba koja donosi odluke za sve nas zaista bude !#%@ . Međutim, legitimitet proizlazi iz procedure. Nama se ne mora sviđati ni ishod izbora ni odluke koje te osobe donose i zato imamo mogućnost participacije koja se događa i između izbora.

Izbori u demokratskim zemljama treba da imaju neke karakteristike. Pokušaj da spojš karakteristiku demokratskih izbora s njenim bližim pojašnjenjem!

NAPOMENA: Pojmovi su već pomešani!

Karakteristike demokratskih izbora

Demokratski izbori su:	A to znači da:
opšti	biračima se mora osigurati tajnost izjašnjavanja
pošteni	građanin_ka sa pravom glasa može da glasa isključivo lično (a ne posredstvom druge osobe)

kompetitivni	mora da bude poštovana zakonska procedura sprovođenja izbora i preračunavanja glasova u mandate tj. proglašavanje izbornih pobjednika
neposredni	opšti
tajni	mora da postoji više različitih opcija koje se u međusobnom nadmetanju takmiče za glas birača
jednaki	jednako biračko pravo je osigurano za celokupno biračko telo (jedna osoba ima jedan glas)



Oni i mi kao akteri javnih politika

Ukoliko nastojimo da rešimo zajedničke probleme i da oblikujemo društvo u kojem je sigurno i lepo živeti, potrebno je kreirati politike koje će da doprinesu nastajanju takvog društva.

Ko sve može da bude akter u kreiranju politika? Pre svega, oni kojima je to posao, ali i svi oni koji iz nekog razloga žele da učestvuju.

Formalni akteri imaju formalno ovlašćenje da učestvuju u kreiranju politika i, u tom smislu, donošenje odluka je sastavni deo njihovog posla. Formalno ovlašćenje podrazumeva dužnost učestvovanja u kreiranju javnih politika prema ustavu i/ili zakonima. Na primer, delatnici ministarstva treba da rade na kreiranju predloga novih zakonskih rešenja kojima bi se uredila pitanja iz nadležnosti njihovog resora. **Osim aktera iz izvršne vlasti (delatnika ministarstva), formalnu grupu aktera čine i akteri drugih dveju vlasti (zakonodavne i sudske).** Takođe, formalni akteri podrazumevaju izabrane i imenovane zvaničnike kao i profesionalne službenike svih nivoa vlasti; lokalne i nacionalne. U principu, njihovo delovanje bi trebalo da se zasniva na opštem interesu, budući da njihova radna mesta i postoje u cilju vođenja javnih poslova i funkcionisanja društva.

S druge strane, **neformalni akteri** ne učestvuju u *policy* procesu zato što su u obavezi da to rade, nego zato što to žele. Ovi akteri žele da učestvuju jer veruju u ispravnost neke politike ili protestuju protiv nje zato što misle da je štetna. Neka osoba može da zagovara bolje radno zakonodavstvo jer je se direktno tiče kao radno aktivne osobe ili da zagovara to iz pozicije penzionisane osobe koja mlađim generacijama radnika i radnica želi bolje uslove na tržištu rada.

Neformalni akteri zastupaju interese određenih društvenih grupa u skladu sa vlastitim preferencijama. To su građani i građanke, inicijative, udruženja, mediji, na neki način i političke stranke, iako se one bore za to da njihovi ljudi postanu formalni akteri. Neformalni akteri u *policy* procesu su zainteresovani za politiku jer svojom ekspertizom ili motivacijom da se nešto uredi na kvalitetniji način, postaju kreatori boljeg društva.

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=WqNf2OPdu8c>



Politike za koga?

Javne politike se kreiraju za dobrobit ljudi, ali to ne znači da će se svaka politika ticati svake osobe u jednakoj meri. Kod kreiranja neke politike na prvom mestu govorimo o tome za koga se ta specifična politika kreira; koja je ciljna grupa na koju politika treba da ima učinak? **Ciljne grupe** javnih politika mogu da budu manje (osobe sa invaliditetom, studenti), veće (osobe treće životne dobi, radno-aktivne osobe), a mogu da obuhvate i celo stanovništvo (npr. kod fiskalnih politika, politika nacionalne sigurnosti ili zaštite životne sredine).

Važno je imati na umu da ciljna grupa može, ali i ne mora da bude aktivna u procesu donošenja politika koje se nje tiču, tj. ona može ali i ne mora da bude akter javnih politika. Zvuči kompleksno? Zapravo nije.

Ciljna grupa neke javne politike je manja ili veća grupa građana_ki za čiju se dobrobit kreira neka javna politika. To mogu da budu veoma ranjive grupe; deca, osobe starije životne dobi, migranti, osobe lišene nekih građanskih prava – one osobe koje nisu u mogućnosti da aktivno učestvuju i utiču na oblikovanje javnih politika. Aktivnu ulogu kreatora javnih politika za njih mogu da preuzmu druge osobe, akteri koji prepoznaju važnost stvaranja politike za tu grupu ljudi, tu specifičnu ciljnu grupu.

Tabelarni prikaz vrste javnopolitičkih aktera

FORMALNI AKTERI	Zakonodavna vlast – parlamenti
	Izvršna vlast – vlade i predsednici država
	Sudska vlast – hijerarhija sudova
NEFORMALNI AKTERI	Pojedinci / građani / birači
	Udruženja/ Političke stranke
	Masovni mediji

Naučne institucije
Preduzeća

Ok, donosioci odluka i ko još? Kako izgleda proces stvaranja javnih politika?

Ako želimo da pratimo nastanak javnih politika, potreban nam je pristup koji će nam pojednostaviti kompleksne, često ishitrene i preklapajuće procese i učiniti ih čitljivim i razumljivim. Ovde na scenu stupa literatura iz javnih politika koja je još u svojim najstarijim izdanjima – još sredinom 20. veka – konstatovala da je procese političkog odlučivanja moguće opisati kao niz faza koje se ponavljaju – kao ciklus javnih politika.

U modelu ciklusa, javne politike nastaju kao stalno ponavljajući krug od pet faza:

- Agenda
- Formulacija
- Odlučivanje
- Implementacija
- Evaluacija



Model ciklusa javnih politika ima nekoliko jasno razlučivih faza.

Veći deo ciklusa je proces koji je striktno institucionalan: na osnovu svojih propisima definisanih ovlašćenja donosioci odluka - donose odluke. Javna uprava ili administracija ih sprovodi. Ti propisi imaju učinke na naše živote, što dobre, što loše. Svaka od ovih pet faza zaslužuje pregled, zato što nam njihov sled otkriva neke važne karakteristike procesa donošenja odluka i sprovođenja odluka u delo.

Agenda - postavljanje političkog dnevnog reda

Prva faza procesa javnih politika je postavljanje problema na dnevni red. Kao što smo već spomenuli, dolazak nekog problema na dnevni red ima svoje pretpostavke, poput onoga da je neko stanje moguće definisati kao nezadovoljavajuće, odnosno problematično, da je na taj problem **moguće uticati delovanjem vlasti** i, na kraju, da postoji spremnost vlasti da tako zaista i postupi¹.

Nikad ne bi trebalo smetnuti sa uma: **već je sam dolazak nekog problema na agendu/dnevni red sam po sebi rezultat neke političke borbe.** Prioriteta je uvek puno, resursa za rešavanje svih problema je uvek nedovoljno, zbog čega ne može da bude stvarnog konsenzusa o potrebama i prioritetima u nijednom savremenom društvu. Naprotiv, sama definicija onoga *šta je problem* rezultat je delovanja formalnih (državnih), ali i različitih neformalnih aktera poput

organizacija civilnog društva, akademske zajednice, medija (i to često samo onih medija koji su politički izloženi) i drugih aktera zainteresovanih da se čuje njihovo viđenje.

Napokon, i sama grupa koju neki problem pogađa ima uticaja na to kako će on da bude shvaćen. Nije retkost da način na koji probleme vide velike kompanije znatno odudara od načina na koji ih vide, na primer građanke i građani ili različite organizacije civilnog društva. U borbi za postavljanje dnevnog reda, **najčešće akteri sa više resursa (finansijskih resursa i političkog uticaja) mogu uspješnije da definišu svoje probleme kao dnevni red.**

Napokon, za definisanje dnevnog reda važno je izneti **kvalitetne dokaze** za tvrdnje koje akteri iznose. Što su argumenti u korist toga da neki problem treba da nađe svoje mesto na dnevnom redu uverljiviji, odnosno što su **podržani** sa više dokaza i sa kvalitetnijim dokazima, to je izglednije da će ta definicija problema dovesti do postavljanja problema na agendu. Dokazi proizašli iz istraživanja često su najvažnija garancija da će donešene političke odluke da budu smislene, pod pretpostavkom da ih se uvaži. Drugim rečima, ova faza u ciklusu je izuzetno zanimljiva za najveći broj aktera – mnogi žele da utiču na to koje će javne politike tek da postanu stvarnost.

Formulacija

*Nakon što smo prošli fazu postavljanja nekog problema na agendu, trebalo bi da imamo **definiciju problema** (šta je to što treba promeniti), **ali i ciljeve**, odnosno poželjna stanja prema kojima želimo da se krećemo. Predstoji nam odgovoriti na pitanje: kako ćemo to činiti?*

Javne politike u fazi *formulacije* sastoje se **od izbora mogućih rešenja za probleme koji su stavljeni na dnevni red. Obično se za političke probleme – one koji se mogu naći na dnevnom redu – može naći više rešenja.** Ta rešenja je potrebno međusobno uporediti i ustanoviti koja su bolja od drugih, odnosno koja će da proizvedu bolje učinke jer su: delotvornija, učinkovitija, dostupnija, jeftinija, ispravnija sa stajališta ustavnih vrednosti, te odlučiti koje od tih rešenja ćemo da izaberemo i da detaljnije razradimo.

Ovaj razvoj nipošto nije jednostavan. Potrebno je kontinuirano osiguravati **povezanost ciljeva koje želimo da postignemo sa sredstvima** (tzv. *policy instrumentima*) kojima to želimo da učinimo, paziti na sve moguće učinke odluke koju ćemo da donesemo i u isto vreme voditi računa o troškovima koji će nastati. Dobra formulacije je tako rezultat planiranja onoga što želimo da postignemo, ali i odluke o načinu na koji ćemo utvrditi da se uspešno krećemo prema tom stanju.

Naposletku, jedno od mogućih rešenja uvek je: *ne činiti ništa.*

Začudo, to često nije i najbolji izbor.

Odlučivanje

Nakon formulacije neke javne politike, odnosno nakon izbora rešenja, izabrano rešenje se potvrđuje u odgovarajućem telu koje donosi **ovlašćene odluke** (a koje je, kako znamo, formalni akter javnih politika), i to najčešće u obliku nekog propisa – zakona, pravila, strategije, akcionog plana...nakon čega stupa na snagu, odnosno, počinje da važi.

Nakon ovog koraka, koji se uglavnom odvija u režiji formalnih aktera, stvari postaju stvarno zanimljive jer sledi...

Implementacija

...odnosno, sledi onaj korak koji svi nestrpljivo iščekuju – sprovođenje naše formulirane i potvrđene javne politike.

Ovo je korak u kojem se određena javna politika „sprovodi u delo“, odnosno u kojoj se sprovode zakoni i drugi propisi, proizvode se i isporučuju javne usluge i javna dobra, stvarno se utiče na živote i rad ljudi i na procese koji se odvijaju u društvu. Verovatno je da će mediji da izveštavaju o tome da je na snagu stupio „novi zakon“. Nešto počinje da se događa „po novom“. Budite sigurni i da će se vrlo brzo razviti suprotstavljena mišljenja o tome šta „po novom“ jeste a šta nije dobro.

Na ovom mestu krug involviranih aktera se ponovno širi. Javne politike sprovode tela javne i državne uprave, ali i drugi akteri. **Organizacije civilnog društva, preduzeća i ostali neformalni akteri često se pojavljuju kao partneri telima javne uprave u implementaciji** – na primer kada učestvuju u pružanju socijalnih usluga ili kada na druge načine sprovode pojedine aktivnosti planirane donetim javnim politikama.

U ovoj fazi može da se sprovodi vrlo važna aktivnost za kvalitet javnih politika, a to je njihovo praćenje ili *monitoring*.

Praćenje javnih politika označava postupak kojim **sistemski prikupljamo podatke o sprovođenju neke javne politike**, o rezultatima koje postiže ili ne postiže, o pokazateljima dokle smo došli u sprovođenju.

Praćenje javnih politika sprovodi javna uprava kao svoj redovni deo posla, zbog neposrednog pristupa podacima o implementaciji. Neformalni akteri, poput organizacija civilnog društva, često rade dodatno praćenje implementacije i

prenose svoje viđenje, i to najčešće kroz alternativne izveštaje, tzv. *izveštaje u senci*. **Ovo je jedan od alata na raspolaganju aktivistima i aktivistkinjama za kritičko izveštavanje o sprovođenju javnih politika, često i vrlo potreban alat.**

Napokon, iz perspektive samih donosioca odluka, sve njihove odluke su mudre i divne.

Evaluacija

Posljednja faza našeg ciklusa javnih politika je faza *evalucije* ili vrednovanja. Do nje smo došli nakon određenog vremena sprovođenja neke javne politike, kada su rezultati vidljivi, a **proklamovani ciljevi te javne politike u većoj ili manjoj mjeri ostvareni**. O toj javnoj politici onda je moguće i poželjno dati sud i predložiti, u osnovi, jednu od triju mogućnosti kako postupiti sa tom politikom:

1. nastaviti je sprovoditi,
2. menjati nešto u tome šta se i kako se radi,
3. prestati sa sprovođenjem.

Da bismo mogli da damo sud o javnim politikama kao i o tome kakve učinke postizu ili ne postizu, trebalo bi da imamo adekvatne podatke o tim učincima, ali i standarde prema kojima ih uspoređujemo – tzv. **pokazatelje ili indikatore**.

[4] Hill, 2010; Petek, 2012b.

.....

.....

Pokazatelji ili indikatori

U pokazateljima leži puno političke moći koja je u vezi sa analizom javnih politika. Za sada, najkorisnije je o njima razmišljati kao o onome što direktno *pokazuje* napredak koji je postignut sprovođenjem neke javne politike. Želimo li da smanjimo nezaposlenosti mladih? Naš pokazatelj može da bude, na primer, stopa nezaposlenosti kod osoba od 18 do 31 godine starosti u našoj državi. Ako počinjemo od stope nezaposlenosti mladih od 11% , a ona se nakon dve godine smanji na 8%, možemo da zaključimo da je politika zapošljavanja mladih dala nekog rezultata.

Na sličan način, svaka javna politika ima svoje ciljeve i pokazatelje kojima zaključujemo postize li te ciljeve ili ne.

Za aktiviste i zagovaračke organizacije faza evaluacije je od posebne važnosti. Zašto?

U fazi evaluacije bi trebalo da dođe do šire rasprave o nekoj javnoj politici. Ponovno cela ona javnost koja je bila zainteresovana za samo donošenje politike (faza Agende) kao i za to kako će ona da bude oblikovana (faza Formulacije), ima pred sobom konačni „proizvod“ ovih procesa i mogu se postavljati pitanja o tome *kako* je posao urađen i hoće li da da rezultate, koliko i na koji rok.

Često će rezultati evaluacije pokazati da napredak nije bio zadovoljavajuć. Najviše od svega, to je rezultat tromosti i nesposobnosti velikih sistema – poput državne uprave – da sve kvalitetno sagleda, svakom problemu posveti dužno vreme, znanje i druge resurse i vodi ga prema nekim oblicima rešenja.



Policy okvir

U okviru proučavanja značenja javnih politika, važno je pitanje **kako se određuju uzroci problema**, zato što razumevanje uzroka u velikoj meri određuje kako će se problem rešavati. Na primer, obrazovna politika kreirala će zavise od toga šta smatramo uzrokom nedovoljnog broja visoko obrazovanih – da li je to kulturološki obojeno vrednovanje znanja, siromaštvo ili nizak kvalitet visokoškolskog sistema. Vrlo često konkurentna razumevanja problema stoje u temelju konkurentskih modela kreiranja rešenja.

Takođe, važno je sagledati koje se pojave u društvu uopšte percipiraju kao **društveni problem** ili nepoželjno društveno stanje. Naročito je važna argumentacija zašto je neko pitanje kolektivni problem koji delimo i koji samo zajedno možemo da rešimo, odnosno zašto bi uopšte trebalo da po tom pitanju država nešto učini. Nije svaki društveni problem u svakom trenutku i javnopolitički problem za koji se smatra da bi u njega trebalo da intervenišu država utroškom javnih sredstava. Shvatanja o tome šta jesu javni problemi menjaju se kroz vreme, pa tako nastaju nove javne politike. Na primer, politika rodne ravnopravnosti postoji tek od 20. veka. Ovome nije razlog promena udela žena u opštoj populaciji ili pogoršanje njihove pozicije u društvu, već je razlog u novom razumevanju rodne uloga. Dakle, važno je kako se opravdavaju javne intervencije i argumentuju razlozi za njih. Različitim politikama, u različitim fazama njihova razvoja, u temelju stoje različite ideje, svetonazori, ideologije i paradigme.

Procena potreba mladih koji će da budu korisnici donešenih politika, treba da bude utemeljena na **dokazima** (*eng: evidence based*). Istraživačkim metodama (npr. fokus grupama, upitnicima, intervjuima) potrebno je dobiti uvid o stvarnom stanju i njihovim potrebama, od samih mladih, ali i od osoba koje su sa mladima u redovnom kontaktu.

Šta nam ciklus politika govori?

Sad, kad smo upoznali tzv. ciklus javnih politika, postavimo pitanje: Koje faze ciklusa su najvažnije za aktiviste? Odgovor može da nam ponudi shema u obliku *peščanog sata*:



Dakle, javne politike proživljavaju svoj život u fazama koje su različito otvorene različitim akterima koji su za njih zainteresovani.

- **Agenda** je za velik broj zainteresovanih aktera koji imaju priliku da utiču na to koji će problemi da dospeju na politički dnevni red. **Na neki način, interesa za javne politike ima onoliko koliko ima aktera, a različiti akteri zainteresovani su za različite politike.** Na primer, mladima može da bude interes da na politički dnevni red stave

teme seksualnog i reproduktivnog zdravlja (teme iz sektora zdravstvene politike), učeničkih i studentskih stipendija (obrazovna politika), javnih prostora za okupljanje mladih (politika uređenja životne sredine i urbanog planiranja), nezavisnih kulturnih centara (kulturna politika), itd. Isto tako, drugi će akteri (udruženja osoba sa invaliditetom, penzioneri, roditelji male dece, verske organizacije, sindikati...) da budu zainteresovani za čitav niz drugih, „svojih“ javnih politika i trudiće se da se ove javne politike nađu na agendi.

- **Formulacija** je faza *policy* ciklusa u kojoj problemi koji su prošli „filter“ agende počinju da poprimaju svoje moguće oblike – definicije rešenja za detektovane probleme, planove delovanja, načine merenja pomaka i druge osobine zaokruženih rešenja. **Ovde se krug zainteresovanih aktera sužava** – ako je na dnevnom redu neka od politika koje interesuju mlade, upravo će mladi (predstavljeni kroz, na primer, organizacije mladih i organizacije za mlade) da budu ti neformalni akteri koji će da budu zainteresovani za uključivanje u formulisane rešenja. Uz njih, ovde se uključuje niz formalnih aktera (ministarstva, agencije), koji onda postaju presudni akteri u fazi koja se zove...
- **Odlučivanje**. Nakon formulacije javne politike, njena formalna potvrda je političko-administrativni čin kojim ta politika stupa na snagu i počinje da „teče“. **U ovoj fazi ciklusa uticaj drugih aktera je zanemarljiv. Odluke donose ovlašćeni donosioci odluka.**
- **Implementacija** je faza koja **postaje više otvorena za druge aktere**. Sama priroda nekih politika znači da će se u njihovo sprovođenje pojedini neformalni akteri uključiti kao partneri organa javne vlasti. Na primer, mnogobrojne socijalne politike se sprovode u partnerstvu između organa vlasti i organizacija civilnog društva kojima su ciljane grupe one na koje se ovim politikama nastoji da utiče. Ako vlast želi da unapredi standarde smeštaja i usluga koje se pružaju osobama u domovima socijalne zaštite, ona može da prenese neke od tih usluga organizacijama koje se bave pravima i kvalitetom života osoba sa invaliditetom, kao privatnim davaocima usluga socijalne zaštite i drugim akterima. Istovremeno, ciljane grupe će da budu zainteresovane za praćenje politike u fazi implementacije, odnosno da li se ona odvija onako kako je zamišljeno.
- **Evalvacija** je faza u kojoj se *policy* proces **ponovno otvara najširem krugu učesnika**. O implementiranoj politici svi imaju ponešto da kažu. Kritike i pohvale dolaze sa različitih strana i mogu da utiču na sudbinu te javne politike: na nastavak sprovođenja, promenu ili na potpunu obustavu. Stručnjaci i stručnjakinje će da imaju svoje viđenje, organizacije civilnog društva svoju ocenu, mediji će više ili manje preneti njihove stavove, a donosioci političkih odluka će da ih u većoj ili manjoj meri uvažavaju. Na samom kraju, odluka o tome šta će se dalje događati sa tom politikom ponovno dolazi na dnevni red i ciklus kreće ispočetka.

Preporuke za aktiviste i aktivistkinje:

- Pratite *policy* ciklus "životni vek" javne politike koja vas zanima
- Prepoznajte koja faza aktuelna
- Uključite se u onom trenutku kada je peščani sat *policy* procesa najširi - u fazi evaluacije i postavljanja agende. Dajte predloge, ocene i javno ih komunicirajte. Potencirajte važnost pronalaženja političkih rešenja za vaše probleme
- Dajte predloge u fazi formulacije
- Pratite javnu politiku u fazi sprovođenja

Politike za mlade

Kada govorimo o javnim politikama, možemo da ih razlikujemo i prema **ciljnim grupama, odnosno prema onim grupama ljudi na koje imaju najveći uticaj**. Jedna od takvih grupa su mladi, pa je zaista moguće govoriti o *politikama za mlade*. I to ne o jednoj javnoj politici. Radi se o više politika koje obuhvaćaju obrazovanje, zapošljavanje, zdravlje, sport i rekreaciju i još puno toga.

Iako je povezujući faktor populacije **mladih** njihova životna dob, veoma je važno prepoznati da se radi o veoma raznolikoj grupi ljudi, s obzirom na brojne druge karakteristike. Među mladima mogu da postoje velike, čak i goleme razlike s obzirom na njihovu porodičnu situaciju, socioekonomski status, obrazovne i profesionalne ciljeve, mesto stanovanja, društvene vrednosti, političke stavove, način provođenja slobodnog vremena, interesovanja i dr. **Zbog mogućih velikih razlika među mladima, mere i ciljevi svakog programa za mlade veoma su važni i svakako bi trebalo da obuhvate što širu grupu mladih.**

Politike za mlade bi trebalo da budu interes (i obaveza) što većeg broja formalnih institucija središnje vlasti i/ili državnih kancelarija (u Hrvatskoj su to npr. Ministarstvo rada, mirovinskoga sustava, obitelji i socijalne politike, Ministarstvo znanosti i obrazovanja, Središnji državni ured za demografiju i mlade). Dok se zbog postojanja više institucija kojima bi u fokusu rada trebalo da budu mladi može priželjkivati sveobuhvatnija politika prema mladima, to ujedno može da dovede i do disperzije odgovornosti i prebacivanja odgovornosti među organima javne vlasti koji se bave politikama za mlade.

Priseti se temeljnog demokratskog načela: Svi oni na koje se neka politička odluka odnosi bi trebalo da imaju mogućnost da učestvuju u donošenju te odluke. Ovo načelo je posebno važno kada govorimo o mladima kao onima na koje javne politike utiču. Međutim, šta je sa mladima kao akterima javnih politika?

Naime, najčešće se mlade ne prepoznaje kao one koji donose dodatnu vrednost, pa ih se posledično ni ne uključuje u procese donošenja odluka (čak ni onih koje ih se tiču!). U svim fazama nastajanja (policy ciklusa) politike za mlade bi trebalo da uključe zainteresovane aktere i nikako ne bi smele da isključe same mlade.



Razmišljaj! Da li znaš neke udruge za mlade ili klubove studenata koji se bave interesima mladih?

Srećom, upravo u participativnosti i mogućnosti ostvarenja temeljnog demokratskog načela leže i mogućnosti unapređenja **politika za mlade**. Ta participativnost je najčešće i strukturirana, odnosno propisana posebnim procedurama i odvija se u specijaliziranim telima kao što su **Saveti mladih**.

Savet za mlade i Lokalna kancelarija za mlade

Savet za mlade je savetodavno telo koje podstiče i usklađuje aktivnosti u vezi sa razvojem, ostvarivanjem i sprovođenjem omladinske politike i predlaže mere za njeno unapređivanje. Savet za mlade čine predstavnici organa uprave u čijem delokrugu su oblasti od interesa za mlade, udruženja i saveza, kancelarija za mlade i ugledni stručnjaci. Savet za mlade postoji na nacionalnom, pokrajinskom i lokalnom nivou. Pokrajinski savet za mlade se naziva još i regionalni, a savet za mlade jedinice lokalne samouprave poznatiji je pod nazivom lokalni savet za mlade. Najmanje jednu trećinu saveta za mlade na nacionalnom nivou čine predstavnici mladih iz redova udruženja i saveza, a za lokalne savete za mlade preporuka Stalne konferencije gradova i opština (SKGO) je da mladi čine 50% članstva. Saveti za mlade osnivaju se kao savetodavna tela skupština opština/gradova/pokrajine/ republike, gde se donose najvažnije odluke, ali

i pri gradskim/opštinskim većima, odnosno vladama. Na ovaj način mladi su uključeni u donošenje važnih odluka poput iniciranja

projekata i programa od značaja za mlade, usvajanja budžeta, strategija i planova, a na lokalnom nivou i programa rada i izveštaja KZM i/ili ustanova za mlade, kulture, domova omladine i slično. Savet za mlade daje mišljenje o svim pitanjima od značaja za mlade.

Lokalna Kancelarija za mlade je deo gradske/opštinske uprave zadužen za koordinaciju lokalne omladinske politike u svim oblastima od značaja za mlade, a u skladu sa specifičnim potrebama svoje društvene zajednice. KZM osigurava i stvara povoljno okruženje za institucionalni razvoj omladinske politike na lokalnom nivou. KZM koordinira tj. umrežava relevantne subjekte, koordinira izgradnjom kapaciteta udruženja mladih i za mlade i neformalnih grupa mladih na lokalnom nivou, prikuplja sredstva, povezuje sektorske politike na lokalnom nivou, utiče na budžetske alokacije drugih sektora i osigurava sprovođenje LAP-a (Lokalni akcioni plan), koji je ključni dokument za sprovođenje omladinske politike na lokalnom nivou. U slučaju da ne postoje izgrađeni kapaciteti za sprovođenje LAP-a od strane relevantnih subjekata, KZM može da pruža usluge usmerene na izgradnju ovih kapaciteta udruženjima mladih i za mlade, kao i neformalnim grupama mladih.

Osnovna uloga KZM nije pružanje usluga mladima, nego koordinacija sprovođenja LAP-a. Standardi rada KZM i kompetencija lokalnih

koordinatora za mlade definišu kvalitet koji je neophodno postići u radu KZM, kako bi uspešno delovale u okviru svojih lokalnih mogućnosti i kako bi što kvalitetnije odgovorile na potrebe.

Savet za mlade RH

Savet za mlade je međuresorno **savetodavno telo Vlade Republike Hrvatske osnovano** sa zadatkom učestvovanja u razvoju javnih politika za mlade.

Savet se osniva **Odlukom Vlade Republike Hrvatske o osnivanju Saveta za mlade**.

U ostvarivanju svog zadatka Savet naročito:

1. učestvuje u kontinuiranom praćenju i analizi javne politike koja se odnosi i/ili utiče na mlade u Republici Hrvatskoj
2. učestvuje u davanju mišljenja Vladi Republike Hrvatske o nacrtima propisa od naročitog značaja za unapređivanje položaja mladih
3. prati rad ministarstava i drugih tela državne uprave u sprovođenju, praćenju i vrednovanju politika za mlade u okviru njihove nadležnosti i, s tim u vezi, daje mišljenja i preporuke
4. prati razvoj udruženja mladih i za mlade i daje preporuke za unapređenje njihovog rada i sistema podrške
5. daje preporuke za razvoj politika za mlade i uključivanje mladih na lokalnom, područnom (regionalnom), nacionalnom i međunarodnom nivou u ostvarivanju tih politika
6. prati pojave u društvu od značaja za mlade i predlaže mere u vezi sa ovim pojavama
7. osigurava kontinuirani dijalog državnih tela, tela državne uprave, organizacija civilnoga društva, saveta mladih i akademske zajednice, medija i drugih predstavnika zainteresovane javnosti o unapređenju položaja mladih u Republici Hrvatskoj
8. izvršava zadatke kojima se ostvaruje osnovna svrha delovanja Saveta, radi stvaranja podsticajnog okruženja za unapređenje položaja mladih.

Savet ima **33 člana_ice** i to predstavnike tela državne uprave i kancelarije Vlade Republike Hrvatske, Udruženja gradova u Republici Hrvatskoj, Hrvatske zajednice opština i Hrvatske zajednice županija, predstavnike naučnih i obrazovnih ustanova kao i predstavnika Hrvatskog studentskog zbora i predstavnika Nacionalnog veća učenika Republike Hrvatske. **8 predstavnika udruženja mladih i za mlade** imenuju se na predlog Središnje državne kancelarije za demografiju i mlade, a na temelju sprovedenog postupka izbora i u skladu sa Kriterijumima za članstvo u Savetu za mlade.

Stručne i administrativne poslove za Savet obavlja Središnji državni ured za demografiju i mlade.

Adresa elektronske pošte Saveta za mlade je savjetzamladeVRH@demografijaimladi.hr

Pogledaj ovaj kratki video o savetu za mlade u Hrvatskoj

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=GCv9QnpEA6Y>



Ovo nam je reklo ponešto o mladima kao akterima i kako se njihovo učestvovanje u donošenju, kreiranju i sprovođenju politika za mlade odvija. Uočimo – **u zadatke Saveta je upisano i da on učestvuje u kontinuiranom praćenju i**

analizi politika za mlade, kao i u praćenju rada tela javne vlasti, njihovom stalnom držanju pod lupom. A upravo su praćenje u sprovođenju i vrednovanje, kao što smo videli, odlike dobrog sprovođenja javnih politika.

.....

.....

Nacionalni programi za mlade

Prvi nacionalni program za mlade u Hrvatskoj stupio je na snagu 2003. godine. Od tada je na snazi bilo još dva programa; drugi program za razdoblje od 2009. do 2013. i treći za razdoblje od 2014. do 2017. Aktuelni program ne postoji. Novi nacionalni program za mlade koji bi trebao da važi za period od 2020. do 2024. je na javnom uvidu bio početkom 2020. godine. Međutim, nakon toga nisu preduzeti dalji koraci razmatranja pristiglih komentara, pa u konačnici program nije usvojen.

Reč je o dokumentu kojim se "utvrđuju ciljevi, prioriteta područja i mere javnih politika za mlade usmerene na poboljšanje uslova i kvaliteta života mladih ljudi u društvu punom izazova."

Prema ovom dokumentu, mladima se smatraju osobe od navršanih 15 do navršanih 30 godina života. Trenutno, oni čine oko 17% ukupnog stanovništva RH.

Ova "heterogena grupa osoba koja je u svojoj različitosti od iznimne važnosti za društvo pa je kao takvu posmatramo kao resurs društva i bogati društveni kapital." Opšti cilj Nacionalnog programa za mlade je "stvaranje društvenih pretpostavki za razvoj potencijala mladih radi podizanja kvaliteta njihovog života i njihove optimalne društvene integracije."

Predlog novog nacionalnog programa navodi prioritete (i njihove ciljeve) kroz 9 strateških područja:

1. obrazovanje, nauka i celoživotno učenje
2. zapošljavanje i preduzetništvo
3. aktivno učestvovanje mladih i održivi razvoj zajednice
4. socijalna uključenost
5. zdravlje i sport
6. mladi u ruralnim područjima
7. kultura
8. rad sa mladima
9. mladi u evropskom i globalnom okruženju

Nacionalni programi za mlade su jedne od najvažnijih i najobuhvatnijih politika za mlade, a pokušaj donošenja takvog velikog programa za mlade postojao je i u Hrvatskoj. Ovo bi trebalo da nas podseti na činjenicu da izbor toga hoće li neka javna politika da stupi na snagu zavisi od više faktora – ne samo od toga radi li se o „dobroj ideji“, već i ima li za nju novca, kapaciteta za sprovođenje, na kraju i političke podrške. U ovom slučaju, ova je javna politika „zaglavila“ u fazi odlučivanja – donosioci odluka je nisu stavili na snagu.

Međutim, i sama činjenica da su ovakve „velike“ politike za mlade dospele na dnevni red trebalo bi da deluju ohrabrujuće za njihovo buduće podržavanje i zagovaranje, kako na nacionalnom nivou, tako i na nivou Evropske unije.

.....

.....

Strategije Evropske Unije za mlade od 2017. do 2029. godine

Krajem 2018. godine na sednici [Vijeća za obrazovanje, mlade, kulturu i sport](#) Evropske unije (eng. Education, Youth, Culture and Sport Council configuration – EYCS), usvojena je nova Strategija Evropske unije za mlade. Ovim dokumentom je uspostavljen okvir za sprovođenje različitih politika na nivou Evropske unije koje imaju za cilj "rešavanje postojećih i predstojećih izazova sa kojima se mladi suočavaju širom Evrope" u narednom osmogodišnjem razdoblju (od 2019. do 2027. godine).

Cilj strategije je poboljšati politike u svim sektorima od važnosti za mlade, stvoriti nove prilike za sve mlade kao i doprineti iskorenjivanju diskriminacije i siromaštva među mladima. Takođe, ideja je da se mladima pruži prilika da postanu aktivni građani Evropske unije.

Strategiju prate i 4 dodatka: (1) posvećen obnovljenom okviru za sprovođenje [strukturiranog dijaloga s mladima](#) koji menja svoj naziv u [dijalog EU-a s mladima](#), (2) dodatak posvećen kreiranju nacionalnih planova za sprovođenje Strategije EU-a za mlade na nivou država članica EU, (3) ciljevi za mlade osmišljeni u okviru 6. ciklusa strukturiranog dijaloga i (4) trogodišnji plan sprovođenja Strategije EU-a za mlade za period do 2021. godine.

Ciljevi za mlade koji nadopunjuju Strategiju (treći dodatak) bazirani su na stavovima i mišljenjima više od 50 hiljada mladih iz EU koji su učestvovali u procesu konsultacija u okviru 6. ciklusa strukturiranog dijaloga. Takođe, u strukturiranim dijalozima učestvovali je i [više od 2 500 mladih iz Hrvatske](#).

Navedenih **11 ciljeva** nadopunjuju strategiju i predstavljaju viziju Evrope kakvu žele mladi.

Više o konsultacijama u okviru kojih mladi imaju priliku da iznesu svoja mišljenja i predloge i da na taj način utiču na i oblikuju evropsku politiku, procesu koji je do 2019. godine bio poznat kao strukturirani dijalog sa mladima, a danas kao dijalog EU-a s mladima, saznajte klikom na sliku:



EU ulaže u mlade

Upravo je Evropska unija jedan od najvećih i najvažnijih aktera ulaganja u mlade. Unija alocira značajna sredstva u [Erasmus+](#), vodeći program Evropske unije za obrazovanje, osposobljavanje, mlade i sport. Budžet programa za razdoblje od 2021. do 2027. iznosi oko 26,2 milijarde eura. Program je, uz podizanje kapaciteta mladih i sprovođenje razmena, usmeren i na teme koje se „provlače“ kroz sve ostale, kao što su socijalna uključenost, zelena i digitalna tranzicija.

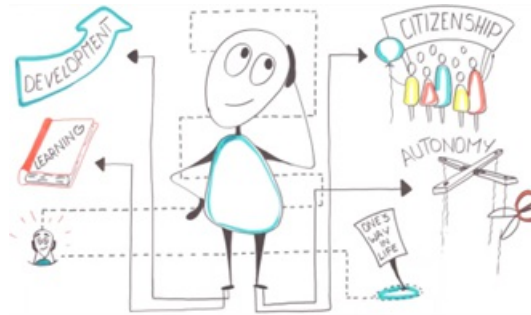
*“Mobilnost učenika i osoblja glavna je aktivnost programa Erasmus+. Očekuje se da će tokom trajanja programa u aktivnostima mobilnosti u inostranstvu učestvovati oko **10 miliona polaznika**, uključujući učenike i studente, profesore, učitelje, nastavnike, predavače i trenere u svim sektorima. Zahvaljujući jedinstvenom iskustvu življenja, studiranja, osposobljavanja ili putovanja u inostranstvo učesnici stiču samopouzdanje i transverzalne veštine, otkrivaju različite kulture i grade mreže ličnih i profesionalnih odnosa sa ljudima iz drugih zemalja. To povećava njihovu zapošljivost i aktivno učestvovanje u društvu i doprinosi većoj socijalnoj uključenosti i jačanju evropskog identiteta i promociji učestvovanja mladih u demokratskom životu.“* Više o programu pročitajte u [letku](#).

Šta Savet Evrope čini za mlade?

Pored Evropske unije, Savet Evrope takođe brine o politikama za mlade. Glavni ciljevi ove organizacije koja obuhvata 47 država članica (sve evropske države osim Belorusije) su jačanje saradnje i jedinstva na evropskom kontinentu, kao i

promocija ljudskih prava i sloboda, demokratije i vladavine prava. Jedan od prioriteta međuvladine saradnje u Savetu Evrope u području mladih je promocija i podrška razvoju politika za mlade. Tokom godina, Savet Evrope je izradio raznovrsne principe i vrednosti koje bi trebalo da budu u temelju politika za mlade o kojima možete da pročitate [ovde](#). **Sinergijskim delovanjem** Evropska unija i Savet Evrope promovišu i finansijski podržavaju politike za mlade u Evropi. Međutim, ni Savet Evrope ni EU nemaju formalne mehanizme uticaja na kreiranje i implementaciju politika za mlade na nacionalnom nivou, pa su uprkos razrađenim smernicama primetne razlike u pristupu mladima u različitim državama Evrope. Svaka zemlja za sebe odlučuje šta će se smatrati politikom za mlade.

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=Vd3zub--scE>



Razmišljaj! A ti? Da li se osećaš zastupljen? Na kojoj razini? Što bi moglo biti bolje?

Politike za mlade u Hrvatskoj

Više o politikama za mlade u Hrvatskoj pročitajte u radu Marka Kovačića: *Politika za mlade u Hrvatskoj – anatomija jedne javne politike* (269.-299. str.), u zborniku radova: [Ilišin, V. i dr. \(2015\): Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj](#)

DRUGI DEO – ZAGOVARANJE



Zagovaranje se može provoditi na različitim institucionalnim razinama

Izvor slike: <https://youthforeurope.eu>

Gde nastupaju aktivisti

Sada, kada smo upoznali neke od temeljnih kategorija kojima ćemo analizovati i opisivati javne politike, potrebno je da se usmerimo na drugi ključni element zagovaračkog rada, a to je samo zagovaranje.

Kada bi sve dobre ideje za unapređenje politika i praksi bile same sebi dovoljne, ne bi bilo potrebno zagovarati za njihovo donošenje, sprovođenje i unapređenje – stalno bismo se kretali napred, služeći se isključivo podacima koji dolaze iz naučnih istraživanja i analiza, kao i iz praćenja sprovođenja i evaluacije postojećih politika.

Svi donosioci odluka, suočeni sa bilo kojom javnom politikom, postavljali bi samo važna pitanja: Da li je ova politika učinkovita? Da li je isplativo ulagati sredstva u nju? Uključuje li i osnažuje mlade, promovise li ljudska prava, demokratiju i druge poželjne ciljeve?

Drugim rečima, dobre javne politike bi se pisale same.

Međutim, to gotovo nikada nije slučaj. Naprotiv, i najbolje javne politike - iza kojih stoje najplemenitije i najdemokračićnije namere, najčvršći naučni dokazi i drugi relevantni podaci, pa i javna podrška - ne moraju da dođu do svojih *policy* ciklusa. Ostaće van dnevnog reda. O njima se nikad neće raspravljati ili će pasti u zaborav. Nikada neće doći do njihove realizacije. Sve analize o njihovoj važnosti ostaće „zarobljene u ladicama“ donosioca odluka.

Zbog toga, ovde nastavljamo postavljajući pitanje: Kako se baviti javnim politikama? I odgovaramo: Zagovarački.

Ovaj deo priručnika baviće se koracima učinkovite komunikacije javnih politika prema javnosti i prema donosiocima odluka.

.....
.....

Šta je javno zagovaranje

U prvom delu priručnika upoznali smo formalne i neformalne aktere javnih politika. **Moć formalnih aktera leži upravo u njihovim formalnim ovlašćenjima – u pravu donošenja odluka. Neformalni akteri nemaju takva ovlašćenja, njihova snaga leži u argumentaciji kojom se služe i dokazima koje mogu da ponude za svoje predloge.** Kada tu argumentaciju i te dokaze usmere prema formalnim akterima sa formulisanim zahtevima, oni se zapravo bave *javnim zagovaranjem*.

Javno zagovaranje možemo da definišemo kao pokušaj uticaja neformalnih aktera u *policy* procesu na definisanje problema i njihovih mogućih rešenja. Ono predstavlja pokušaj posrednog uticaja na sadržaj političkih odluka putem organizovanih planiranih intervencija kojima se mobilise politička i društvena podrška u cilju promene načina rešavanja određenog javnog problema⁵.

Zagovaranje možemo da smatramo samo jednim od oblika političke *participacije*, odnosno učestvovanja građanki i građana u donošenju političkih odluka. **Ako političku participaciju želimo da razumemo bolje, možemo je podeliti na institucionalnu tj. *formalnu* i vaninstitucionalnu tj. *neformalnu*.** Institucionalna dimenzija podrazumeva institut izbora kao glavni mehanizam građanskog učestvovanja u političkom životu, a vaninstitucionalni oblici političke participacije uključuju učestvovanje na protestima, potpisivanje peticija, građansku neposlušnost, politički bojkot i dr. **Sve one aktivnosti koje su usmerene na donošenje i/ili promenu političkih odluka shvataju se kao oblik**

političke participacije.

S obzirom na to da različiti oblici participacije imaju različite načine na koje nastoje da postignu pojedine društvene ciljeve, naš fokus će ostati uglavnom na zagovaranju – komunikacijskom delovanju koje građanima i građankama, kao i organizacijama, otvaraju put ka pokušaju uticaja na odluke formalnih aktera javnih politika.

Pogledaj video: *Građani znaju najbolje - sudebovanje građana u odlučivanju*

Izvor videa: https://www.youtube.com/watch?v=QZOIFqpbVk&feature=emb_title



[5] LIBERA priučnik (2014), str. 52

Dobro, jel' to pričamo zidovima?

• Javni prostor i demokratska javnost

Da bismo se pozabavili javnim komuniciranjem, potrebno nam je osnovno znanje o medijskim prikazima stvarnosti. Kažemo „prikazima stvarnosti“ jer je medijska prezentacija stvarnosti doslovno “proizvodnja stvarnosti” zato što praktično nema informacije o političkoj stvarnosti, a da ona do nas nije došla preko medija. Bez medija koji političku stvarnost selektuju i prezentuju nam, i postavljaju pitanja političkim akterima, teško da bismo imali ikakav doživljaj sfere politike.

Mediji su uvek u potrazi za "robom" i čitaocima/gledaocima/klikačima, pa ih ta ekonomska realnost tera da proizvode više sadržaja u manje vremena, kao i da svemu pristupaju površno i spektakularno. Zbog toga i javno informisanje o politici trpi i biva svedeno na plitki spektakl, na one najlakše razumljive elemente politike kao procesa. Politički sadržaji su po svojoj prirodi teže objašnjivi, manje dinamični, manje neposredno konfliktni, i samim time manje zanimljivi. Mnogo je lakše ispeći kokice uz politiku kao *politics* nego uz politiku kao *policy*.

Znači li ovo da svoju komunikaciju moramo da banalizujemo i da je pretvorimo u plitki spektakl?

Ne znači.

Međutim, moramo da se opremimo kako bismo komunicirali učinkovito.

Ulazak u javnost i zašto bi trebalo da se odvažimo

Prema Young i Quinn (2012) zagovaranje kojim nastojimo da utičemo na neku javnu politiku je:

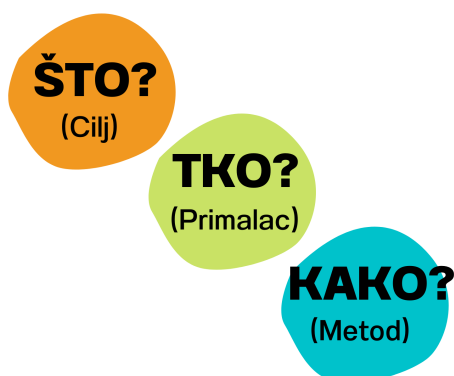
- dvosmeran proces pregovaranja kojim „vlasništvo“ nad nalazima i preporukama za razvoj neke javne politike prenosimo sa naše organizacije na ciljano publiku;
- pokušaj delimičnog uticaja na neku javnu politiku – njen sadržaj ili instrumente – a ne celovito afirmisanje naše ideje;
- „pridobijanje“ stručne publike i izgradnja interesnih koalicija, kao i „razmena“ sa donosiocima odluka;
- zavisno od konteksta koji je uvijek specifičan i promenljiv;
- nepredvidivo i, u pravilu, zahteva dosta vremena i upornosti.

Ako je zagovaranje tako neizvestan i naporan proces, opravdano je postaviti pitanje: Zašto bismo uopšte preduzimali napore za izlazak u javnost? Kako možemo da povećamo svoje šanse za uspeh kada se suočavamo sa toliko toga što je izvan naše kontrole?

Odgovor leži u tome da naš pristup zagovaranju mora da poprimi oblik sistemskog pristupa, odnosno *zagovaračke strategije*. A da bismo formulisali strategiju potrebno je odgovoriti na tri pitanja:

- Koji je najprimereniji pristup, odnosno koliki je i kakav je potencijal za promene u aktuelnom kontekstu, što za rezultat ima definisanje očekivanog pomaka nakon kampanje – opšteg cilja kampanje.
- Koji su akteri važni za naš zagovarački napor i kakav je njihov odnos prema nama?
- Koje i kakve poruke želimo da pošaljemo u javnost kako bismo pridobili vidljivost i podršku?

Ovim koracima ćemo se baviti u tekstu koji sledi.



Da li želiš li saznati više o tome što je strategija zagovaranja?

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=EODO6NDV9go>



• Izbor najprimernijeg pristupa kampanji

Kada kreiramo javno-zagovaračku kampanju trebalo bi da imamo na umu da su naši uvidi zasnovani na dokazima jedan od mogućih izvora argumentacije i da neće samo iz njih proizaći svi naši zagovarački uspjesi, odnosno da je nešto ipak (i) u dopadljivosti naših poruka, prijemčivosti naših ciljnih publika, u izboru kanala i medija, a u konačnici i u političkoj volji, odnosno u spremnosti političkih aktera da u određenoj situaciji određene teme gledaju sa odobravanjem ili da ih makar stave na agendu.

Ovo ne bi trebalo da nas odvrti od razmišljanja o *pomaku* koji želimo da postignemo. Ipak će taj pomak da bude cilj naše zagovaračke kampanje. Međutim, do tog pomaka se, takođe, **dolazi kroz korake koji su u skladu sa društvenim, ekonomskim i političkim kontekstom u kojem delujemo.**

Od presudne je važnosti da zapamtimo: naš glas u postavljanju političkog dnevnog reda je samo jedan od velikog broja glasova. Moramo da znamo ko su ljudi koji su uključeni u donošenje odluke i kakvi su njihovi stavovi, **da bismo uspešno kreirali poruku koju će oni da razumeju, odnosno koja će na njih da utiče na način na koji to želimo.**

Na ovom mestu bićemo okrutni ali realistični: većini političara se ne sviđaju promene, naročito ne promene koje doprinose ciljevima solidarnije politike, tako da na političke odluke utiče čitav niz faktora:

- lični stavovi i procene donosioca odluka (često protiv naših ciljeva),
- raspoloživi resursi (nikad dovoljni),
- politički trenutak (nikad ispravan),
- politička klima (ponašanje prema uputstvu: „ne talasaj“),
- politička kultura, navike i tradicija (rezultat dugotrajnog destimulisanja građanske participacije i sumnjičavosti prema više demokratije),
- moć drugih kreatora javnog mnjenja (lobisti sa velikim sredstvima često su bliski srcima političara),
- javno mnjenje (čiju naklonost političari ne smeju da izgube),
- mediji (koji često neće preneti ono ključno).

I opet: cilj nije obeshrabriti aktivizam, već ukazati na to da je moguće da će i najbolje i najplemenitije solidarne ideje „patiti“ kada ih se suoči sa manjkom mogućnosti za sprovođenje. To nije krivica ideja nego mnogobrojnih uticaja na uspeh ili neuspeh svakog političkog delovanja.

U analizi konteksta, tri su područja na koja je potrebno posebno se fokusirati⁶:

Izazovi ili prepreke zbog kojih proces ne ide u smeru u kojem biste želeli, poput:

- Ne znamo ili nemamo pristup onima koji pripremaju odluke i onima koji ih donose
- Suprotne vrednosne pozicije i interesi u odnosu na pozicije i interes Vlade
- Tema koja se uopšte ne nalazi na političkom dnevnom redu Vlade
- Nedostatak znanja ili razumevanja problema i potencijalnih rešenja među ciljanom publikom
- Manjak podataka nužnih da bi se potkrepilo donošenje odluke
- Vlastiti nedostaci (imidž o nama, informisanost, umreženost, stručnost, resursi..)

Prednost koju možete da iskoristite kako biste proces pomakli u željenom smeru, poput:

- Iznenađujući ili novi nalazi proistekli iz istraživanja i analize
- Novo rešenje starog problema
- Prilika za delovanje koja se pojavila u društvenom, političkom ili ekonomskom kontekstu
- Podrška uticajnih pojedinaca ili organizacija (potencijalni ambasadori i glasnogovornici)
- Pažnja i naklonost medija - uvođenje novih perspektiva kroz tzv. tople (ili tužne) ljudske priče, odjeci „stranih“ priča i njihovo dalje praćenje u domaćoj javnosti

Koliko veliki pomak možete da očekujete s obzirom na identifikovane prepreke i prednosti. Ne zaboravite da cilj može da ide od otvaranja rasprave o nekoj temi pa sve do promene politike u skladu sa vašim željama:

- Rezultat ove analize trebalo bi da vam pruži realističnu sliku onoga što možete da postignete kao i da vam bude vodiča u osmišljavanju zagovaračkih aktivnosti, što ćemo ilustrovati kroz naš primer.
- Prihvatanje i primena vaših policy preporuka
- Postavljanje teme na politički dnevni red
- Promena stava stručnjaka o nekoj temi ili policy opciji
- Podsticanje rasprave među ključnim akterima
- Podizanje svesti o problemu, a potom i o načinima rešavanja problema
- Rezultat ove analize trebalo bi da vam pruži realističnu sliku onoga što možete da postignete kao i da vam bude vodiča u osmišljavanju zagovaračkih aktivnosti, što ćemo ilustrovati kroz naš primer.



Vežbaj! Uzmi razlog za zagovaranje i razmišljaj:

- S kim želiš komunicirati?
- Što želiš reći?

Izradi slogan na temelju ova dva pitanja.

Akteri razni - savetnici, protivnici i indiferentni (*analiza aktera i identifikovanje meta komunikacije*)

Zagovaračke kampanje se ne odvijaju u vakuumu, već su uvek upućene nekim ljudima (donosiocima odluka). Međutim, oni nisu jedini do kojih naša javna komunikacija može da dopre. Naprotiv, krug aktera koje ćemo dosegnuti direktno im se obraćajući ili javno komunicirajući biće širok i uključivaće manje i više zainteresovane, manje i više prijateljski nastrojene, manje i više uticajne.

Ovo nije nevažno. Naime, uspeh naših kampanja dugoročno može da zavisi od prethodno napravljene analize aktera. Kako bismo lakše osmislili „s kim sve imamo posla“, aktere je moguće podeliti prema tipologiji koja uključuje ono što je najvažnije za nas – *interes* za našu temu i *moć* da nešto učine.



Moćni i zainteresovani akteri su nam svakako važni. To su najčešće oni koji u svojim rukama imaju mogućnost da nešto promene, moć donošenja odluka, a često i druge resurse važne za naš rad, poput **znanja i ovlašćenja raspolaganja novcem**. Najčešće su to formalni akteri, poput javnih zvaničnika, državne uprave, političara na vlasti. Odnos sa njima može da nam omogući delovanje i postizanje ciljeva, kao što manjak odnosa sa njima može da nas ostavi po strani i učini da naši napori budu manje vidljivi. Iz svih ovih razloga, naši argumenti i zagovarački napori bi trebalo da budu usmereni prvenstveno prema njima.

Moćni ali nezainteresovani akteri su takođe važni, a mogu da budu nepredvidivi. Mogu odjednom da se zainteresuju za našu temu i da utiču na nas, na način koji može da nam olakša, ali i oteža delovanje. U svakom slučaju, budući da su moćni, dobro ih je imati na umu i „opipati im puls“ u vezi sa našim temama. **Kontekst koji svojom moći stvaraju, može da nam koristi ali i šteti**. Možemo da se priklonimo njihovom javnom delovanju ili da u njemu naiđemo na prepreku. Ako možemo da ih zainteresujemo i da izgradimo savezništvo sa njima, sjajno. Bolje je za nas kada su nam skloni, ali to neće uvek da bude slučaj.

Zainteresovani akteri bez moći najčešće ćemo da budemo mi sami. **Organizacije civilnog društva, inicijative i zagovarači itekako imaju šta da kažu o svojim temama**, ali malo koga ima da ih poslušaju. Ponekad je ignorisanje od strane moćnih aktera aktivno i vidljivo, ponekad je suptilnije, ali zbog toga ciljevi naših borbi ne postaju manje važni.

Najverovatnije da ćemo u ovoj grupi pronaći iskrene saveznike i podržavatelje, one koji znaju i koji žele da znaju više o nama. Svaki napor koji uložimo oko njih, isplati se, jer jačajući njih, jačamo i svoj položaj.

Nezainteresovani akteri bez moći su jednostavno „svi ostali“. Obične građanke i građani koji imaju vlastite brige, interese i preferencije često će da budu **neodlučni** (ili barem bez snažno izraženih stavova) oko naših tema i neskloni da njima “razbijaju” glavu. Njihova podrška, ako je zadobijemo, biće nam draga, ali bez masovne mobilizacije neće mnogo toga da promeni. Nije zгорега znati šta misle o nama, ali to je sve. Ionako imamo puno toga na umu.



• Koje aktere treba da razvrstamo u ovu shemu?

Ne možemo da damo pun odgovor, ali ono što je sigurno je da bi što preciznije trebalo da identifikujemo te aktere. Drugim rečima, **nije dovoljno reći da su „političari“ moćni ali nezainteresovani. Političari na vlasti su moćniji od onih u opoziciji, a nekim političkim opcijama je naša tema važnija nego drugima jer u njoj nalaze priliku za mobilizaciju svojih glasača.**

Mediji nisu nikad samo mediji. Oni mogu da budu mediji koji su nam skloni ili neskloni, koji su čitani ili marginalni, namenjeni ljudima koji su nam slični ili koji su potpuno odvojeni od nas.

Naši će akteri uglavnom da budu, ovog puta specifičnije:

Mediji nisu nikad *samo* mediji. Oni mogu da budu mediji koji su nam skloni ili neskloni, koji su čitani ili marginalni, namenjeni ljudima koji su nam slični ili koji su potpuno odvojeni od nas.

Ne možemo da damo pun odgovor, ali ono što je sigurno je da bi što preciznije trebalo da identifikujemo te aktere. Drugim rečima, nije dovoljno reći da su „političari“ moćni ali nezainteresovani. Političari na vlasti su moćniji od onih u opoziciji, a nekim političkim opcijama je naša tema važnija nego drugima jer u njoj nalaze priliku za mobilizaciju svojih glasača.

Koje aktere treba da razvrstamo u ovu shemu?

- **Javni službenici i službenice** – tri grane vlasti (izvršna, predstavnička, sudska vlast); donosioci odluka u našoj lokalnoj zajednici, našoj državi ili u Evropskoj uniji (pa i globalno!);
- **Ostala javna tela** (agencije, pravobraniteljstva, inspekcije, nezavisne institucije, obrazovne ustanove ...);
- **Političari i političarke** – na vlasti/u opoziciji, lokalno/nacionalno, naši istomišljenici ili protivnici;
- **Organizacije civilnog društva** (udruženja, inicijative, aktivni građani i građanke, aktivisti i aktivistkinje za i protiv naših ciljeva);
- **Stručne zajednice** (akademska zajednica, naučnice i naučnici...);
- **Poslovni sektor** (preduzeća, korporacije, potencijalni donatori ili sponzori, oni koji svojim radom rade nešto društveno dobro ili loše);
- **Mediji** (štampani mediji, televizija, radio, internetski portali i društvene mreže; mejnstrim ili alternativni; aktivistički ili apatični; svetonazorno bliski ili protivni našim ciljevima).

.....
.....

Zašto ponekad kisnemo ispred parlamenta i Vlade (*protesno delovanje i poruke javnosti*)

- **Zašto protest i zašto stojimo napolju**

Kroz istoriju, uključujući našu nedavnu prošlost, pojedine grupe građanki i građana odlučile su se za protestno delovanje – posebno zanimljiv oblik građanske participacije – javno izražavanje podrške nekome ili nečemu ili nezadovoljstva nečime.

Zašto je protestno delovanje posebno moćno i upečatljivo?

Protesti su javne, često i masovne demonstracije političkog stava. Vidljivi su, šareni, glasni i, ako prikupe dovoljan broj učesnika, predstavljaju poruku na koju političari teško mogu da se oglušne. Možda je put do masovne podrške za protest dug, ali često protestno delovanje predstavlja prelomni trenutak neke političke borbe.



Protest podrške Sveobuhvatnoj kurikularnoj reformi u Hrvatskoj, 2016. | Izvor: hrvatskamozebolje.org



Antiracni protest Crni flor, 1992. | Izvor: ratusrbiji.rs



Radnici i radnice Citroëna učestvuju u sindikalnim demonstracijama, 1968. | Izvor: NPR



Demonstranti se skupljaju na trgu Tahrir u Kairu, 2011. <https://www.vox.com/> | Izvor: Vox



Klimatske demonstracije Fridays for Future Manila | Izvor: Facebook



Mediji i kako sa njima (umeće saopštenja za medije)

Jednom kada dođemo do medijske pažnje, potrebno je malo veštine kako bismo što uspešnije komunicirali sa

medijima. A najsigurniji način za to je da medijima damo ono što žele. A ono što mediji žele uglavnom je svodivo na nekoliko karakteristika koje može da ima sama poruka ili na način na koji se poruka dostavlja medijima:

- jednostavno,
- zanimljivo,
- iznenađujuće,
- pamtljivo,
- lično,
- vizuelno atraktivno⁷.

Dakle, ako je vašu priču moguće ispričati jednostavno i životno, sa informacijama koje ljudi ne znaju, sa primerima koji vašoj poruci daju život – a pored toga imate šta i vizuelno da prikažete – sve ovo vam ide u prilog. Naravno, nema svaka priča preduslove da bude medijski privlačna na svaki od ovih načina. Međutim, kao i brojne druge veštine, i komunikacija sa medijima se vežba ponavljanjem.

Prva lekcija koju bi trebalo usvojiti odnosi se na prenošenje glavne poruke. Glavna poruka je ona koju želite da izgovorite, možda ne prvu, ali želite da sve ukazuje na nju. Kada birate koja je vaša glavna poruka **zamislite situaciju u kojoj morate da je izgovorite u roku od samo 30 sekundi**, odnosno zamislite da ste sreli *baš onu pravu* ključnu osobu koja može da doprinese osvarenju vašeg cilja i sa njom se vozite liftom od prizemlja do sedmog sprata poslovne zgrade. **Tačno toliko vremena imate na raspolaganju da izgovorite vašu glavnu poruku sa svim njenim elementima.** Cilj ove verzije poruke je da se tek otvori dijalog o našoj temi – ona je tek njen mali deo, dok nastavak dijaloga treba da ponudi dokaze, argumente, zaključke i preporuke o tome kako delovati na problem. Nastavak će se odnositi na detaljno konstatovanje problema i nuđenje mogućih rešenja u obliku boljih javnih politika.

Drugim rečima, zaokupljena pažnja donosioca odluka je vaš put prema postavljanju problema na agendu.

Ako je više puta ponovite, glavna poruka postaje „više glavna“. To znači da poruka mora da se ponovi na razumljiv i što sličniji, odnosno jednako shvaćen način, nezavisno od toga dolazi li u kratkom (npr. članak) ili dugom (npr. intervju) formatu. Da bi na taj način bila prenosiva, glavna i prva poruka mora da bude – još jednom – jednostavna, pamtljiva i lako prenosiva.

Prisetite se dečije igre „pokvarenog telefona“. U toj igri cilj je da osoba na kraju lanca prenošenja poruke ispravno shvati i ponovi poruku koju je smislila osoba na početku tog lanca.

Naravno, tokom igre se dešavaju nesporazumi koji su zabavni. Međutim, ova igra nam otkriva važne elemente prenošenja poruka duž komunikacijskog lanca:

- Kratke poruke se prenose lakše i tačnije od dugih.
- Poruke koje učesnici lako razumeju prenose se lakše i tačnije od „teških“.
- Poruke koje nemaju specifične ili „teške“ elemente se prenose lakše i tačnije od onih koje nisu poznate svima.
- Što je lanac prenosa duži, veća je verovatnoća da će poruka da bude iskrivljena ili pogrešno shvaćena.



Razmišljaj! Koja ti se poruka sviđa i zašto ti se sviđa? Razmisli o reklamama, poput Coca-Cole, Nikea, nekih marki hrane koje vidite na televiziji. Ovi oglasi su savršen primjer za analizu jer imaju sve karakteristike uspješne poruke.

[7] Prilagođeno prema: Young i Quinn, 2021:123

SUČIMO RUKAVE (PRATIČNE VEŽBE I AKTIVNOSTI)

- **Ovo mora u medije ODMAH - Pisanje saopštenja ili kako u što manje poruka reći sve**

Saopštenje za medije je pisana komunikacijska forma namenjena predstavnicima medija koja ima za cilj da informiše javnost o temi/problemu koja je pošiljaocu (organizaciji ili pojedincu) važna.

Bitno je imati na umu da vaše saopštenje sigurno nije jedino koje je tog dana poslato medijima. Novinari i medijske redakcije svakog dana dobijaju na desetine saopštenja za medije. Zbog toga je važno da već naslovom saopštenja (takođe i samim nazivom dokumenta) privučete pažnju novinara koji će da izdvoje vreme da prvo pročitaju vaše saopštenje, a onda i da, u dogovoru sa urednikom, odluče da saopštenje i objave u svom mediju.

Saopštenja se danas šalju mejlom na adrese novinara (super za vas ako imate kontakte nekih novinara_ki za koje mislite da će imati interesa za temu) i/ili na mejl adrese redakcija. Najbolje je da saopštenje šaljete u samom telu mejla, ali i kao dodatak pa da novinari mogu da se posluže onim formatom koji im više odgovara.

Veoma je bitan način na koji je saopštenje napisano i utiče na verovatnoću da će da bude objavljeno i da će na taj način da dođe do šire publike.

Evo nekih sugestija kako sastaviti dobro saopštenje za medije.

- **Važan je naslov!** I pritom se misli na dve stvari: naslov samog mejla (eng. *subject*) i naslov saopštenja (teksta koji šaljete u dodatku maila i/ili kao dodatak). Nazivom "Saopštenje_datum slanja_ime pošiljaoca" nećete da privučete pažnju. Naslov mora da bude kratak (poželjna dužina od 10 do 15 reči) i jasan, ali i informativan.
- **Piši jezgrovito i jasno, jezikom razumljivim širokoj publici** – Cilj saopštenja je da plasirate poruku koja je svima razumljiva. Koliko god tema koju komunicirate bila složena, važno je da bude razumljiva svima, jer vam je potrebna podrška za svoj cilj, a ona će da izostane ukoliko ne budete shvaćeni. Izbegavajte kompleksne izraze i složene rečenične forme. Pročitajte saopštenje nakon što ste ga napisali i skratite rečenice ako se ne čitaju u jednom dahu. Želite li da vaše saopštenje bude pročitano dalje od naslova, već u prvom paragrafu morate da istaknete poentu. Na taj način možete da zainteresujete novinara a kasnije i čitaoca. Imajte uvek na umu da se neko od čitaoca prvi put susreće sa vašom temom, pa tako i pišite.
- **Ponudi odgovore na ključna pitanja** – Šta (se događa)? Zašto je to važno? Ko govori/organizuje/skreće pažnju na problem? Gde i kada se nešto događa? Zašto je to važno? Ne idite previše u širinu. Saopštenja ne bi trebalo da budu duža od kartice do dve teksta (jedna stranica).
- **Priložite fotografiju** koja se tematski vezuje uz saopštenje (sliku sa događaja, relevantne aktere ili barem logo svoje organizacije) kako biste ponudili podatke o vašoj organizaciji, o vama ili o temi o kojoj pišete. Na taj način sugerirate adekvatnu opremu članka uz tekst samog saopštenja, ali i olakšavate posao uredništvu koji neće morati da traži fotografiju koja bi bila adekvatna.
- **Dodajte linkove** u tekst saopštenja kako biste odveli čitaoca do više informacija a koje, radi kratkoće forme, ne možete da ponudite u samom tekstu saopštenja. To može da bude link na web stranicu vaše organizacije, link kojim skrećete pažnju na Zakon na koji se pozivate, link kojim upućujete na neki skup podataka, *Facebook event* ili nešto drugo.
- **Pročitajte saopštenje pre slanja**, a poželjno je i da ga pročita i neko drugi kako bi svež par očiju (najbolje neko ko nije upoznat sa temom) zapazio postoji li u tekstu neka nejasnoća, da li je potrebno da se neki delovi dodatno pojašne ili skrate, jer samo zagušuju tekst. Takođe, „vaš kontrolor“ možda neće prevideti gramatičke greške ili tipfelere.
- Poželjno je da na kraju saopštenja napišete ko je osoba koja je napisala saopštenje ili **ko je osoba za kontakt** (njenu mejl adresu i broj telefona) kako bi novinari imali informaciju o tome kome da se obrate, u slučaju da žele više da

saznaju.

- Vodite računa **kome šaljete** saopštenje. Saopštenja se danas šalju mejlom na adrese novinara_ki, urednika_ca određenih rubrika ili na mejl adrese redakcija. Najbolje je da saopštenje šaljete u samom telu mejla, ali i kao dodatak pa da novinari mogu da se posluže formatom koji im više odgovara. Potrudite se da ih pošaljete ujutro (do podne) kako bi bila objavljena tokom prepodneva (na portalima), a svakako do zaključenja broja u poslepodnevnim časovima (važno za štampana izdanja). Vodite računa i o tome kome šaljete svoje saopštenje. Besmisleno je novinaru_ki *lifestyle* ili sportske rubrike poslati saopštenje koje se tiče zaštite prava manjina ili zaštite životne sredine. Saopštenje šaljite novinarima i redakcijama za koje mislite da će imati interes za temu.

Primjer saopštenja (sa označenim sastavnim delovima):

The image shows an email draft from GONG with several annotations. The email content is as follows:

GONG Vodnikova 4 | HR-10000 Zagreb | T: 01 4825 444 | F: 01 4825 445 | gong@gong.hr | gong.hr

Medijima i novinarima_kama
Zagreb, 18. siječnja 2021.
IP-2021/02

Korona nije opravdanje: Imamo pravo znati kako zastupnici_e glasaju u naše ime

Hrvatski sabor jedini je nacionalni parlament u EU koji, pod izgovorom korone, posljednjih gotovo godinu dana ne objavljuje kako je glasala koja zastupnica i zastupnik. Za to vrijeme, a uslijed pandemije i potresa, Sabor je tankom većinom donosio odluke koje ograničavaju temeljna ljudska prava.

Neprihvatljivo je da Sabor od ožujka prošle godine, i proglašenja pandemije, javnosti uskraćuje ovu važnu informaciju o radu zastupnica i zastupnika skrivajući se iza epidemioloških mjera i manjkavosti sustava elektroničkog glasanja predviđenog samo za Sabornicu.

Gong je pokrenuo interaktivnu [kampanju](#) na svojoj platformi [Parlamentar](#), kojom poziva građane i građanke da pišu Saboru i traže, ne samo da nam vrate što smo već imale (glasove zastupnica i zastupnika na plenarnim sjednicama), nego, kada se ulaže u novi sustav, da isti pokrivi i sjednice radnih tijela kako bi javnost konačno doznale tko im uopće prisustvuje i kako glasa. Na stranici kampanje možete doznati koje države objavljuju pojedinačne rezultate glasanja, zaigrati 'strugalicu', ali i pisati nadležnim tijelima.

Način na koji se rad Hrvatskog sabora prilagođava epidemiološkim mjerama od samog je početka nezadovoljavajući, a na što je ukazao i **Ustavni sud** ukidanjem odluke ograničenja broja zastupnika na plenarnim sjednicama sukladno broju osvojenih mandata. Tom prilikom Ustavni sud je podsjetio kako su zastupnice i zastupnici izabrani predstavnici naroda koji u svojem djelovanju i odlučivanju nisu vezani ni stavovima stranke niti kluba zastupnika. Ustav jednako tako propisuje i da je glas svake zastupnice i zastupnika osoban. Glasanjem donose odluke koje, uslijed pandemije, ograničavaju i neka od temeljnih ljudskih prava, a hoće li uslijediti nova, i kakva ograničenja - teško je predvidjeti.

Prilikom izmjena Poslovnika koji uređuje način rada Sabora pozivamo da se uvaži i interes građana_ki kako bi oni mogli adekvatno pratiti rad parlamenta i obratiti se zastupnicima_ama. Ovoga puta ne želimo biti isključeni jer saborske strukture svojim su dosadašnjim rješenjima pokazale nedostatak brige o otvorenosti najvišeg predstavničkog tijela građana.

Zato što imamo pravo znati tko i kako odlučuje u naše ime. Stoga tražimo da se Poslovnikom o radu Sabora osiguraju uvjeti za transparentan rad zastupnica i zastupnika i veća mogućnost participacije zainteresirane javnosti, građanki i građana u radu Sabora.

[www.gong.hr](#)

Annotations on the right side of the image:

- ADRESANT (kome šaljemo)** Mjesto i datum: Points to the recipient and date information.
- NADNASLOV (kontekst, povod)** NASLOV(poanta, udica za čitanje): Points to the subject line.
- HIPERLINKOVI za upućivanje na dodatne informacije i izvore**: Points to the links in the text.
- I. paragraf: sažeta poruka/poanta** Probati odgovoriti na pitanja: zašto, tko, što, gdje, kada, kako (po prioritetima da je najvažnije na početku): Points to the first paragraph.
- II. paragraf: pojašnjava kontekst, posljedice i sl.**: Points to the second and third paragraphs.
- III. paragraf: pojašnjava zahtjev**: Points to the final paragraph.

Ovo mora da se dogodi OVE GODINE - zagovaračke kampanje i interes javnosti

Kampanje najčešće podrazumevaju više komunikacijskih aktivnosti koje su usmerene na postizanje nekog cilja. Njihova logika je u suštini istovetna logici „manjih“ ili kratkoročnijih komunikacijskih aktivnosti, utoliko što podrazumeva sve one korake koje smo već upoznali – definisanje opšteg pristupa, analizu aktera, formulaciju glavne poruke – a iskušaćemo i saopštenje kao komunikacijski kanal „prvog izbora“ za brojne zagovaračke organizacije. Međutim, sve ove korake, kampanje „vuku“ kroz određeni vremenski period i utoliko su složenije i u svemu ovome zahtevaju više sistematičnosti. **Zagovaračka kampanja** morala bi da ima plan aktivnosti kroz duži vremenski period, da očekuje važne događaje koji bi

morali da se dogode dok traje ovaj rok, kao i da predvidi ko će i za koje će komunikacijske poslove da bude zadužen, kao i sa kojim sredstvima raspolaže. Jednostavan oblik te tabele može da izgleda ovako:

Aktivnost #1	
Rok	
Zaduženje	
Raspoloživa sredstva	
Ciljana publika (ili publike)	

Aktivnost #2	
Rok	
Zaduženje	
Raspoloživa sredstva	
Ciljana publika (ili publike)	

Od svega navedenog, ciljne grupe su nam još uvek delimična misterija. Jasno nam je da bi analiza aktera trebalo da bude napravljena, ali šta kada smo u osnovnim crtama identifikovali kome i kako želimo da se obratimo?

U suštini, postoje tri glavna tipa publike kojoj možemo pokušati da se obratimo:

1. **Stručna publika** – ovo je mali deo javnosti, ali raspolaže velikim znanjem. Čini ga akademska zajednica, naučnice i naučnici, istraživači_ce konkretnih javnih politika, iskusni novinari_ke u pojedinim sektorima, najviši ešaloni u izvršnoj vlasti (npr. ministri, zamjenici_ce ministara i sl.) međunarodne organizacije i agencije i drugi „ljudi iz struke“. Ovaj deo javnosti ima znanja i razumevanja za duge formate i njima ima smisla ponuditi **najviše** detalja i argumentacije.

2. **Informisana publika** – ovaj deo javnosti sluša argumentaciju i može da zna puno, ali proizvodnja znanja nije ono čime se temeljno bavi. Novinarke i novinari u ozbiljnijim medijima, informisani građani i građanke, organizacije civilnog društva, javna uprava – razumeće natprosečno mnogo, ali nemaju nužno prostora za prorađivanje opsežne argumentacije. Zato je njima potrebno dati preglednu, **sažetu ali kompletnu informaciju**.

3. **Opšta javnost** – ovaj najširi deo javnosti zna ponešto ili ne zna (skoro) ništa o problemima kojima se bavite. Za većinu ljudi, rezultati istraživanja su teško čitljivi – i to je u redu. Pažnja najšire javnosti treba da se zadobije primerima i jezgrovitim i sadržajnim životnim porukama, kao što bi naše glavne poruke i trebalo da budu. Pogotovo će biti interesantno ako ovoj publici možete da pokažete argumente “ZA” ili “PROTIV” neke javne politike koji se tiču nje same.

Svim ovim publikama svoje nalaze možete da predstavite u pisanoj, govornoj ili vizuelnoj formi. Primere ovih formi navodimo u tablici u nastavku. Pritom bi trebalo imati na umu da jedan isti komunikacijski alat može da bude od koristi različitim ciljanim publikama.

	CILJANE PUBLIKE	
	STRUČNA I INFORMISANA PUBLIKA	OPŠTA JAVNOST

KOMUNIKACIJSKI ALATI	stručni i naučni članci, studije, analize, opsežniji medijski članci, okrugli stolovi, tribine, javne rasprave, diskusioni medijski formati	intervjui, medijski članci radijske i TV emisije, audiovizuelni prilozi, internetski portali, druge internetske stranice, društveni mediji...
-----------------------------	---	---

Nemojmo zaboraviti: itekako je važno dati pravi odgovor na pitanje *ko* nosi zagovaračko delovanje. Osim što nismo svi jednako vični javnim nastupima, neke osobe imaju već dobar odnos ili kontakte sa donosiocima odluka, raspolazu boljom argumentacijom ili bolje poznaju područje o kojem će govoriti. Neke osobe su popularne ili barem javno prepoznatljive, pa će u startu možda da zaokupe više pažnje. Neke osobe uživaju veće poverenje javnosti i mogu da zadobiju simpatije javnosti nezavisno od toga koje političke opcije primaoci poruka simpatizuju.

Konačno, izuzetno je korisno **pratiti kakvi su naši komunikacijski učinci od početka kampanje pa kroz njen tok**. Popis medijskih objava, statistika pregleda internetskih stranica, vreme emitovanja emisija u medijima, mesta objave novinskih članaka...sve nam to govori o našim komunikacijskim postignućima.

.....

Pasivac, budi aktivac! - Aktivizam za dobro

Kada govorimo o političkoj participaciji važno je istaći kako ona sama nije dovoljna. Aktivnosti u kojima učestvujemo treba da poštuju demokratske vrednosti i da podržavaju ljudska prava. Aktivnosti koje su usmerene protiv vrednosti liberalnih demokratija mogu da učine štetu demokratskim institucijama ili pojedinim društvenim grupama.

Možemo da se pitamp: Da li je i aktivizam protiv tuđih prava – “pravi” aktivizam? Da li je i aktivizam protiv demokratskih i poželjnih ciljeva i vrednosti – uostalom i ciljeva i vrednosti koji su upisani u naše ustave – “pravi” aktivizam? Možda ima onih koji se ne bi složili sa terminima “pravi” i “pogrešni”. Međutim, kada definišemo aktivistička nastojanja građana_ki kao usmerenje i trud za izgradnju boljeg i pravednijeg društva, tada se aktivnosti koje potkopavaju ciljeve pravednosti, solidarnosti i ravnopravnosti mogu, bez zadržke, nazvati pogrešnim.

To ne znači da se treba zalagati za gušenje ideja i aktivnosti koje se ne slažu sa idejom liberalne demokratije. To znači da bi se glasno trebalo boriti protiv takvih ideja, svim legalnim mehanizmima, koristeći svoj aktivizam za ciljeve ravnopravnosti i solidarnosti.

Je li aktivizam – egoizam?

Kada se aktiviramo? Kada učestvujemo? Protestujemo li samo onda kada se zalažemo za svoja prava ili i onda kad nas se neko pitanje ne tiče direktno, ali prepoznajemo važnost rešavanja ovog pitanja/problema. Izostanak masovnih protesta u našim državama pokazuje nam da, iako možemo načelno da podržavamo “nečiju borbu”, najčešće u njoj ne učestvujemo. Češće ćemo se aktivirati i pokrenuti u onim situacijama kada nas se neko pitanje lično tiče.

Problema u društvu je mnogo. I da ih je malo (a nije) – uvek ima prostora za bolje. Zbog toga bi na puno problema i nepravdi trebalo upozoriti, puno toga bi trebalo ispraviti. Jedan čovek ne može sve. Ali može nešto. I to nešto čini razliku. Međutim, kada posmatramo vlastito delovanje, možemo da postavimo opravdano pitanje i o motivima i o nivou aktivnosti drugih aktera u društvu.

Da, za očekivati je da će apatija i manjak interesa za naše teme često da bude prepreka u našem delovanju, i to ona koju je najteže prevazići. Naravno da niko nema kapaciteta da se uključi u svaku pohvalnu borbu. Međutim, iz kojih to drugih razloga građanke i građani odustaju od društvene i političke participacije? Zašto apstiniraju?

Zašto apstinirati?

Razmisli o razlozima zašto neki građani_ke ne žele da učestvuju ni na izborima, a kamoli da se uključe na neki drugi način?

"Ništa ne mogu da promenim."

"Svejedno mi je ko će da pobedi. Svi su isti."

"Radje ću to vreme da provedem sa porodicom i prijateljima."

"Nema dobrih kandidata."

"U mom mestu se zna ko će pobediti, izašla ja na izbore ili ne."

"Za većinu kandidata, nikad čula."

Neki od gore navedenih razloga pozivaju se na razloge toga zašto bi odustajanje od participacije bilo smisleno, odnosno zašto sama participacija *nije* nešto smisleno. Ako nema stvarnih alternativa, ako su nastojanja građanki i građana osuđeni na propast, čemu trošiti vreme i energiju?

Ovi razlozi su razumljivi i sa njima je moguće polemisati na način da pokažete jednostavnu logiku participacije: što se više građanki i građana uključuje, verovatnoća uspeha raste proporcionalno.

Sa druge strane, i drugi akteri mogu nastojati da odvrate građane i građanke od participacije. Kada razmislimo, znatan je broj političara – onih na vlasti i na različitim dužnostima koje zavise od imenovanja koja zavise od vlasti – koji imaju nešto da izgube ako njihov položaj bude doveden u pitanje. **Zato oni na odricanje građanki i građana od politike gledaju kao na jedan od načina osiguranja da će ostati na položajima.** Od njih, naime, zavisi određen krug ljudi koji *nikad* neće propustiti da izađu na izbore i da glasaju i koji u vremenima između izbora *nikad* neće izazivati probleme, naročito ako budu nagrađeni. Kao što jedan od raširenih stavova o politici o kojima smo govorili u prvom delu ovog priručnika kaže: klijentelizam je ozbiljna igra, oni koji dođu na političke funkcije sa određenim ovlašćenjima, odjednom dobiju i mogućnost da odlučuju koga će od svojih podržavaoca da nagrade i kako će da nagrade njihovu lojalnost. **Međutim, to ne znači da ne može da ih pobedi brojnost onih koji traže bolje.**

Aktivizam i optimizam

Izvor videa: https://www.youtube.com/watch?v=_tz16ZPUohw&feature=emb_title





Razmišljaj! Jesu li aktivisti previše optimistični? Ili su to realisti koji se nadaju da će stvari poboljšati? Bi li bilo bolje da ništa ne poduzimaju, pa čak ni ne pokušavaju promijeniti stvari?



Izostanak participacije zbog manjka resursa

Ne postoji država u svetu u kojoj je život uređen tako da sve funkcioniše savršeno, u kojoj nema baš nikakvih propusta u funkcionisanju zajednice. Delimičan odgovor na pitanje zašto je tako, sigurno leži u ograničenosti resursa. Međutim, manjak resursa je ujedno i argument koji na vrlo jednostavan način otklanja odgovornost od onih koji ga upotrebe. Ako se ne može učiniti *sve*, zašto bi se učinilo *baš ovo*?

Odgovor na ovo je: dilema je lažna. To što se ne može učiniti baš sve, nije razlog da se ne poslušaju mišljenje nekog aktera izvan formalne vlasti o tome šta bi i kako bi bilo poželjno da se učini.

Demokratija košta, ali to nije razlog da od nje odustanemo ili da pristanemo da je praktikujemo samo povremeno, s naročitim povodom ili samo onda kada naši lideri velikodušno izaberu da nam to omoguće.

Napokon, **ne moramo da se pravimo da je građankama i građanima participacija uvek prioritet** i nešto u šta mogli i voljno da se uključimo. Mnoge građane u tome sprečavaju puno važnija životna pitanja, egzistencijalne brige, manjak vremena, resursa, znanja i moći za uključivanje u političko odlučivanje. Na ove činjenice nikada ne bi trebalo da budemo slepi, budući da se radi se o onome što zaista velik broj ljudi drži udaljenima od politike i isključenima. Međutim, to ne znači da je njihova participacija i formalno onemogućena – borba za glas nikada nije promašena, čak i ako taj glas mnogi neće moći učinkovito da upotrebe.

U odnosu na celu populaciju, malo građana i građanki aktivno i redovno participira u društvenom i političkom životu zajednice u kojoj žive. Mnogi od njih koji volontiraju ili učestvuju u određenim humanitarnim aktivnostima svoje delovanje ne doživljavaju kao političko. Međutim, motivacija za učestvovanje svima je zajednička: oni žele da doprinesu pozitivnoj društvenoj promeni u svom okruženju. Bilo da pomažu starijima i nemoćnima, deci sa posebnim potrebama, bilo da zagovaraju rodnu ravnopravnost, LGBTQ+ prava, sprovode akcije čišćenja životne sredine, protestuju zbog loših uslova rada ili neisplaćenih plata... svi žele zdravije i bolje društvo.

Pregled (Ćulum Ilić, B., Androić, J. 2020.) dosadašnjih istraživanja političke pismenosti mladih u Hrvatskoj sumira rezultate više istraživanja koji ukazuju da značajan procenat mladih ima nedemokratske stavove kao i da im je građansko delovanje (ako je uopšte i prisutno), na margini interesa. Pritom se i sami kao grupa osećaju na marginama društveno-političkih interesa. Ono što bi sve nas trebalo da zabrine, a na prvom mestu donosiocima političkih odluka, je **bespomoćnost** koju mladi komuniciraju u kontekstu uticaja na bilo kakve promene.

Često svedočimo instrumentalizaciji mladih isključivo u svrhu kada je odraslima (i onima na poziciji moći) to oportuno. Svedočimo situacijama u kojima im se ponekad i ponudi malo prostora da nešto kažu, ali da ih se pritom ne čuje. Ovakve stvari obeshrabruju, ali ne bi trebalo da nas odvraćaju od željene akcije, nego upravo suprotno; trebalo bi podstaći mlade da se njihov glas čuje i da njihovo delovanje bude korisno za sredinu u kojoj žive. **Ne čekaj da te neko povuče za rukav kako bi učestvovao. Sama potraži i pronađi način kako da se čuje tvoj glas i kako da svojim**

delovanjem napraviš promenu za zajednicu.

Građansko vaspitanje i obrazovanje - vaspitanja za naše i njihovo bolje

Gotovo sv⁸ učenici i učenice u srednjoj školi u Hrvatskoj imaju predmet "Politika i gospodarstvo" u okviru kojeg uče o političkim sistemima, institucijama, akterima i društveno-političkim procesima. Sadržaji predmeta tj. očekivani ishodi učenja stavljaju naglasak na usvajanje teorijskog znanja, zbog čega i postoje glasne [inicijative](#) da se uvede Građansko vaspitanje i obrazovanje kao poseban predmet koji bi naglasak stavljao na aktivno i odgovorno učestvovanje građana_ki u političkim procesima, tj. političkom životu lokalne i nacionalne, ali i regionalne i globalne zajednice. Politička pismenost u demokratskim društvima, najšire shvaćeno, obuhvata posedovanje znanja, veština i vrednosti koje omogućavaju odgovorno učestvovanje građana u političkom životu.

Svakako bi trebalo obratiti pažnju na međuodnos političke pismenosti i građanske participacije. Naime, **što su građani informisaniji i politički pismeniji, veća je verovatnoća da će učestvovati u različitim oblicima građanske participacije** (glasanje, protest, volontiranje i dr.) (Ćulum Ilić, B., Androić, J. 2020.) A to je ono što je za zdravu demokratiju važno – aktivni građani i građanke kao korektiv vlasti.

Priča u Sloveniji obećava nešto više. Naime, u gimnazijama je 15 časova u školskoj godini posvećeno građanskom vaspitanju i obrazovanju tako da ovaj sadržaj učenicama i učenicima mora da bude ponuđen. međutim, od školske godine 2022/2023. biće ponuđen i specijalni obavezan predmet koji će sadržajem odgovarati Građanskom vaspitanju, u intenzitetu realizacije od jednog časa svake sedmice nastave.

Zašto su predmeti poput građanskog vaspitanja u školama važni? odgovor je jednostavan – kroz školu prođu gotovo svi, a najveći deo upisnih učenika i učenica školu i završi. Uvodeći vaspitanje za građanstvo u škole, vlade mogu da osiguraju da sve mlade građanke i građani dobiju isti – ili vrlo sličan – oblik obrazovanja o tome kako se ponašati kao građanke i građani. **Dobijaju slična znanja, veštine i stavove o demokratiji i građanskoj participaciji**, zbog čega nije svedjedno koliko će smisleni i kvalitetni da budu programi u školama koji im to pružaju.

[8] Izuzetak su srednje ekonomske škole u kojima se sprovodi zaseban predmet „Gospodarstvo“, ali ne i predmet koji se bavi političkim obrazovanjem. Ne postoji službeno obrazloženje zašto u opšti nastavni plan ovog tipa škole nije uvršten segment političkog obrazovanja.

Mala kutija sa alatom za zagovaračke organizacije danas

Bližimo se kraju ovog priručnika i nadamo se da smo pokrili određeni segment znanja, veština, stavova i uverenja o važnosti participacije koji pokreću organizacije, ali i vas kao zagovarače i zagovaračice iz dana u dan. Sada je vreme da damo još poneki savet, odnosno alat iz „kutije“ koju ćete verovatno i sami da razvijate u budućnosti. Ne radi se ni o kakvim čudesnim rešenjima, već o činjenicama koje mogu da nam olakšaju život i da doprinesu vidljivosti naših ciljeva.

Neprofitni mediji

U mnogim evropskim zemljama postoje - ponekad i veliki i vrlo živahni – sektori medija koje nazivamo [neprofitnim medijima ili medijima zajednice \(community media\)](#). Ovo su mediji (najčešće internetski portali, ali mogu da budu i

štampani mediji, radijske i TV stanice) koji prate teme koje su u drugim, „velikim“ medijima zapostavljene ili im nije posvećeno dovoljno prostora. To mogu da budu, na primer, **ljudska prava i prava pripadnika i pripadnika manjinskih grupa, životna sredina i održivi razvoj, prava životinja**. Često i „klasične“ teme poput radničkih prava i sindikalnih borbi, kulture i umetnosti „završe“ u neprofitnim medijima češće nego na drugim mestima, samo zato što nisu politički podobne ili profitabilne ili nijedno od toga dvoga.

Kakva je situacija neprofitnih medija u Hrvatskoj?

Izvor videa: <https://www.youtube.com/watch?v=Wmj-GNMQI8I>



Društvene mreže i "umrežene" generacije

Mladi danas provode puno vremena na društvenim mrežama i kroz njih se „ostvaruju“ na različite načine. Ovo možete i trebalo bi da koristite u svoju korist. Kako to da učinite, znaćete bolje od ikoga. Činjenica je da u mnoštvu sadržaja na društvenim mrežama i aktivizam mladih sve više nalazi svoje mesto. Mladi se mladima obraćaju **atraktivnim vizualima**, porukama koje dobro „prolaze“; govore im o relevantnim temama na način koji deluje podsticajno i motivirajuće za bolje upoznavanje tih problema, a zatim i za delovanje. Ovo ne znači da su drugi oblici komunikacije prestali da budu važni. Naprotiv, neke od njih je dobro upoznati kako bi vas i šira javnost počela da percipira kao važne aktere. Međutim, ako svoju borbu želite da učinite masovnijom, verovatno je da ćete tražiti saveznike među drugim mladima. I tu vaše znanje i iskustvo sa društvenim mrežama i kratkim i atraktivnim porukama koje tamo „igraju“ postaje važno.


PARLAMETAR I SLIČNI ALATI

Da li si upoznat_a s alatima parlametar.si i parlametar.hr

Parlametar.si i Parlametar.hr su stranice koje na organizovan način pružaju informacije o zastupnicima i zastupnicama hrvatskog i slovenačkog parlamenta – Hrvatskog sabora (HR), odnosno Državnog zbora (SI). **Cilj ovih alata je da se rad političara i političarki učini otvorenijim i dostupnijim javnosti.** Pomoću alata omogućen je jednostavan pregled kako je koji zastupnik_ca glasao_la, kada i o kojim temama je glasao_la na isti ili drugačiji način kao i njegovi/njene stranačke kolege, koliko puta se javljala za reč na neku temu, koliko često je izostala sa rasprava i dr. *Istraži koji su zastupnici i zastupnice u svom radi adresirali tebi važne teme!*

Glasanje

8. sjednica, 15. 9. 2021

 **PRIHVAĆEN**

Prijedlog zakona o referendumu, prvo čitanje, p. z. br. 183 - predlagateljica: Vlada Republike Hrvatske

88

ZA

9

PROTIV

4

SUZDRŽANA

50

NEMA



Hrvatski sabor jedini je parlament u EU koji je, zbog korone, prestao objavljivati kako je glasala koja zastupnica i zastupnik. Promijeni to. Piši Saboru.

Udruženi građani (kad se male rule slože)

Na tebi je da pronađeš kako ćeš i gde ćeš da napraviš razliku i da doprineseš boljitku. Možeš sam/sama, ali možeš da pronađeš i one koji žele isto što i ti, pa da zajedničkim snagama udruženo delujete

Udruženja su organizacije dobrovoljno udruženih građana koji se organizuju oko nekih zajedničkih ciljeva.

Demokratska društva karakteriše postojanje tri sektora: državnog, tj. javnog, privatnog koje čini slobodno tržište i sektor civilnog društva koji čine građani. Civilno društvo podrazumeva da se građanke i građani u različitim grupama, inicijativama i organizacijama, pa i individualno, u skladu sa svojim interesima, uključuju u sfere društvenog delovanja. Organizacija civilnog društva je mnogo i razlikuju se s obzirom na ciljeve svog delovanja. Neke su orijentisane na zagovaranje i zaštitu ljudskih prava i ranjivih grupa, aktivno učestvuju u oblikovanju različitih nacionalnih propisa, programa i strategija, dok se druge bave pružanjem socijalnih usluga od opšteg interesa u području obrazovanja, zdravstva, socijalne zaštite, sporta, itd.

Bez civilnog društva, **tog trećeg sektora demokratskog društva**, nemoguće je imati kvalitetnu demokratiju. Nezavisni mediji i osnažene organizacije civilnog društva su psi čuvari (eng. watchdog) demokratije i korektiv vlasti. Oni nadziru državne institucije i nosioce vlasti, podsećaju ih na ispunjenje obećanja, upozoravaju javnost na probleme, nameću nove ideje i teme na političku agendu, informišu, edukuju i senzibilišu javnost.

Udruženja (kao formalna udruženja građana koja se osnivaju u skladu sa Zakonom o udruženjima) ili **građanske inicijative** koja predstavljaju oblik neformalnog udruživanja u cilju rešavanja nekog konkretnog pitanja u zajednici (najčešće privremenih jer po ispunjavanju svog cilja prestaju sa aktivnostima) mesta su na kojima građanke i građani mogu da pronađu druge osobe istih vrednosti i sa istom težnjom za postizanjem neke društvene promene. Bilo da je to zaštita nekog javnog dobra (protiv privatizacije autocesta, šuma i sl.), zaštita životne sredine (zelenih površina, biljnih i životinjskih vrsta), ljudskih prava (LGBTQ+, ženskih reproduktivnih prava i dr.), socijalnih prava (besplatan prevoz ostrvske dece sa teškoćama u razvoju i dr.), promocija sporta i sl.

Udruživanje i ekipiranje je važno, jer osnažuje ideju zbog koje se okupljamo. Više ljudskih kapaciteta sigurno generiše jaču snagu za zajedničku borbu. Zajedno smo jači. Zajedno možemo puno toga.

Međutim, to ne znači da kao individualci ne možemo da podržimo neku promenu. **I sami možemo da budemo glasni.** I sami možemo da učinimo neke male, ali vrlo važne korake za bolje sutra. Ako nam obaveze ne dopuštaju da sate i sate volontiramo, da učestvujemo u organizaciji protesta, da imamo trajni angažman na nekom rešavanju problema, možemo da učinimo male (a velike) korake kojima ćemo da napravimo razliku; možemo da potpišemo peticiju, da dođemo na protest, da glasamo na izborima, da bojkotujemo određene proizvode ili da kupujemo samo one čiji proizvođači podržavaju tebi važne stvari (deo profita daruju u humanitarne svrhe, podržavaju domaće proizvođače, ne testiraju proizvode na životinjama...)

.....

.....

Napokon, ono što sigurno jeste: politika je borba za moć

Koliko je politika plemenita? Poziv ili posao?

Ko se bavi politikom teži za moći – moći kao sredstvom u službi drugih ciljeva – idealnih ili egoističnih – ili moći “zbog same nje” kako bi uživao prestiž koji iz nje proizlazi.



Razmišljaj! Misliš li da političari u svom djelovanju imaju idealne ili egoistične ciljeve? Vjeruju li u promjenu na bolje za sve, ili prvo slijede ono bolje za – same sebe?

O ovim pitanjima promišlja nemački sociolog Max Weber koji u svom eseju “Politika kao poziv” (1919) iznosi razmišljanja o državi, politici, političarima. On smatra kako “od politike” kao poziva živi onaj ko ide za tim da od svog političkog angažmana stvori izvor prihoda i finansijsku korist, dok “za politiku” živi onaj koji odgovorno deluje iz svojih uverenja i na temelju etike odgovornosti.

Potrebno je napomenuti **kako jedno (živeti “od” politike) ne isključuje drugo (živeti “za” politiku)**. Predstavnici građana_ki koji sede u predstavničkim telima vlasti na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou za svoj rad biraju platu, a svojim delovanjem mogu (trebalo bi!) da rade u interesu onih koji su ih izabrali.

Na građankama i građanima preostaje da ne dopuste da im moć bude oduzeta.

“Najgora od svih vrsta nepismenosti je politička nepismenost. Politički nespismena osoba ne čuje, ne govori, ne učestvuje u političkim događanjima. Ona ne zna da troškovi života: cena pasulja, ribe, brašna, stanarine, cipela, lekova, zavise od političkih odluka. Politički nespismena osoba je toliko zaslepljena da ponosno govori kako mrzi politiku. Ta osoba ne zna da se iz njenog političkog neznanja rađaju prostitucija, napuštena deca i najgori od svih lopova - loši političari, korumpirani i potkupljeni od strane lokalnih i multinacionalnih kompanija”
- Bertolt Brecht

IZVORI:

- Baketa, N., Bovan, K. i Matic Bojić, J. (2021). Istraživanje političke pismenosti učenika završnih razreda srednjih škola u Republici Hrvatskoj – istraživački izvještaj za 2021. godinu. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
- [https://www.gong.hr/media/uploads/politicka_pismenost_u%C4%8Denika_i_u%C4%8Denica_2021_istrazivacki_izvjestaj_\(2\).pdf](https://www.gong.hr/media/uploads/politicka_pismenost_u%C4%8Denika_i_u%C4%8Denica_2021_istrazivacki_izvjestaj_(2).pdf)
- Čulum Ilić, B., Androić, J. (2020.) Što znamo o političkoj pismenosti mladih u Hrvatskoj? – Kratki pregled dosadašnjih istraživanja – ususret trećem istraživanju političke pismenosti mladih u Hrvatskoj, Gong
- https://www.gong.hr/media/uploads/%C5%A1to_znamo_o_polit%C4%8Dkoj_pismenosti_mladih_u_hrvatskoj.pdf
- Dye, Thomas. R. 1987. Understanding Public Policy. New Jersey: Prentice Hall.
- Ilišin, V. i sur. (2013.) MLADI U VREMENU KRIZE, Prvo istraživanje IDIZ-a i Zaklade Friedrich Ebert o mladima, Zagreb
- Ilišin, V., Spajčić-Vrkaš, V. (2013) Potrebe, problemi i potencijali mladih u Hrvatskoj – Istraživački izvještaj; Ministarstvo socijalne politike i mladih
- Kovačić i Vrbat | „Znam da ništa ne znam“: politička kompetencija i politička participacija među mladima u Zagrebu
- Petek, A. (2016): Politološka ekspertiza za javne politike
- <http://arhiva.mladi-eu.hr/wp-content/uploads/2015/07/Nacionalni-program-za-mlade-14-17.pdf>
- <https://bib.irb.hr/datoteka/745201.af2757ba3e116ab99ab4917e5ecd7bd2.pdf>
- <https://bib.irb.hr/datoteka/925532.1.pdf>
- <https://bib.irb.hr/datoteka/925532.1.pdf>
- <https://tripalo.hr/wp-content/uploads/2015/12/DEMOKRATSKI-POTENCIJALI-MLADIH-U-HRVATSKOJ.pdf>
- <https://cmzg.info/europska-strategija-za-mlade/https://www.mobilnost.hr/hr/novosti/pocinjje-provedba-nove-strategije-eu-a-za-mlade-za-razdoblje-od-2019-do-2027-godine/>
- <https://www.coe.int/en/web/youth/about-youth-policy>
- <https://demografijaimladi.gov.hr/istaknute-teme/mladi-4064/nacionalni-program-za-mlade-4072/4072>
- [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:42018Y1218\(01\)&from=ES#d1e44-11-1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:42018Y1218(01)&from=ES#d1e44-11-1)
- <http://goo.hr/savjeti-mladih/>
- https://www.idi.hr/wp-content/uploads/2014/03/mladi_uv_k.pdf
- https://www.mobilnost.hr/cms_files/2015/12/1450346610_potrebe--problemi--potencijali-mladih-rh.pdf
- https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2014_03_41_724.html
- <https://tripalo.hr/wp-content/uploads/2015/12/DEMOKRATSKI-POTENCIJALI-MLADIH-U-HRVATSKOJ.pdf>