

RAZVIJANJE VJEŠTINA NVO-a

Pravo na informisanost



REGIONALNI CENTAR ZA OKOLIŠ
za centralnu i istočnu Evropu

RAZVIJANJE VJEŠTINA NVO-a

Pravo na informisanost

napisali

VIOLETE ORLOVIĆ I MIRJANA BARTULA

uredio

STEVEN GRANING



REGIONALNI CENTAR ZA OKOLIŠ
za centralnu i istočnu Evropu

O REC - u

Regionalni centar za okoliš/životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC) je nezavisna, nepolitička, nestranačka, neprofitna organizacija sa misijom da pomogne pri rješavanju problema vezanih za okoliš/životnu sredinu u Centralnoj i Istočnoj Evropi (CEE). Centar ispunjava ovu misiju time što promovira saradnju između nevladinih organizacija, vlada, biznisa i ostalih učesnika u okolišu/životnoj sredini, podržavajući slobodnu razmjenu informacija i promovisanjem učešća javnosti u procesu donošenja odluka vezanih za okoliš/životnu sredinu.

REC je osnovan 1990 godine od strane Sjedinjenih Američkih Država, Evropske Komisije i Mađarske. Danas, REC se zakonski bazira na Povelji potpisanoj od strane vlada 27 država i Evropske Komisije, i na Međunarodnom Sporazumu sa Vladom Mađarske. REC ima sjedište u Szentendreu, Mađarska, i lokalne kancelarije u svakoj od 15 zemalja korisnica CEE koje su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Češka Republika, Estonija, Mađarska, Latvija, Litvanija, FYR Makedonija, Poljska, Rumunija, Slovačka, Slovenija i Srbija i Crna Gora.

Skorašnji donatori su Evropska Komisija i Vlade: Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Češke Republike, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Njemačke, Italije, Japana, Latvije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švicarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbija i Crna Gora kao i ostale među-vladine i privatne institucije.

Cijeli sadržaj ovog izdanja je autorsko pravo
©2002 Regionalnog Centra za Okoliš/Životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu

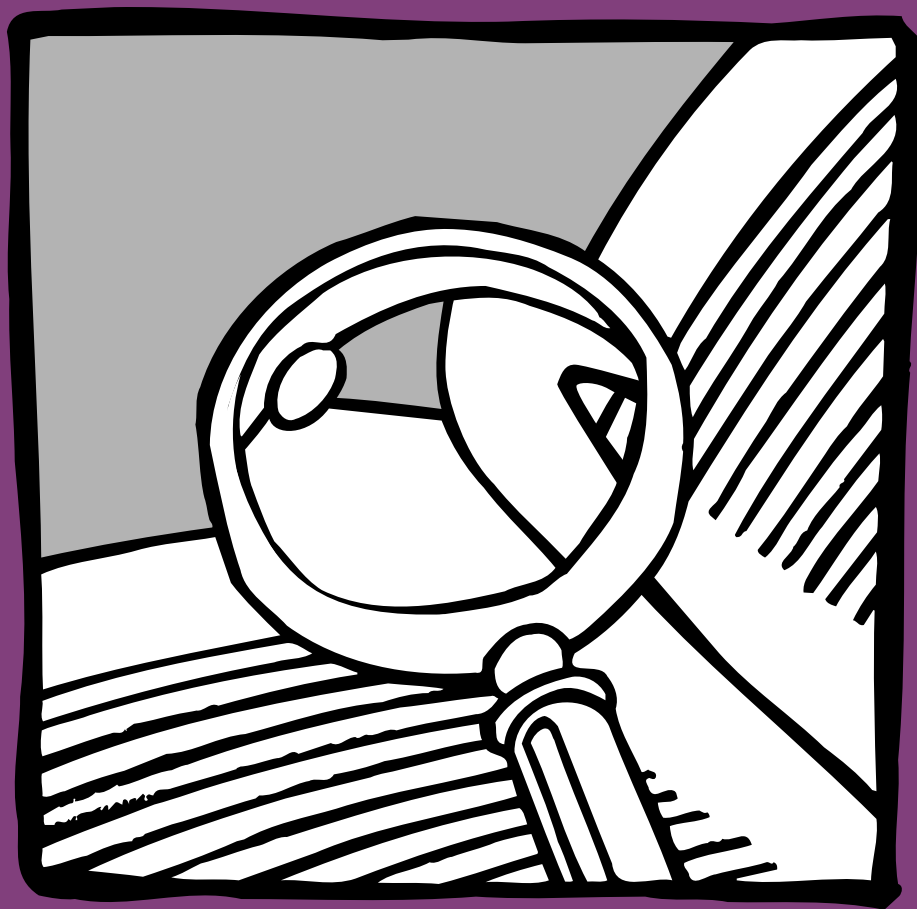
Niti jedan dio ovog izdanja ne smije biti prodan ili umnožen za prodaju bez dozvole nosioca autorskog prava

ISBN: 963 9424 93 5

Objavljeno od strane:
Regionalnog Centra za Okoliš/Životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu
Ady Endre ut 9-11, 2000 Szentendre, Mađarska
Tel: (36-26) 504-000, Faks (36-26) 311-294,
E-mail: info@rec.org, Web strana: www.rec.org
Prevod: Biljana Barović, Dizajn: Sylvia Magyar, Ilustracija: Laszlo Falvay

Ova i sve publikacije REC-a se štampaju na recikliranom papiru koji je proizveden bez korištenja hlora ili hemikalija na bazi hlora.

Tematski materijal	5
Pregled	7
Učenje prava na informisanost	8
Metode treninga	21
Metoda 1: Novinski izvještaj	23
Metoda 2: Razgovorna emisija	24
Metoda 3: Kriza	25
Metoda 4: Debata	26
Metoda 5: Izgradnja konsenzusa	28
Metoda 6: Iznošenje ideja	29
Primjer Dnevnog Reda Radionice	31



Tematski materijal

Pregled

Uvod

Jedan od principa demokratije je da ljudi imaju pravo da učestvuju, direktno ili indirektno, u donošenju odluka koje oblikuju budućnost. U većem dijelu svijeta, javnost je pozvana da učestvuje u donošenju odluka vezanih za životnu sredinu više nego ikada ranije, te je stoga pristup javnosti tačnim informacijama od suštinskog značaja. Pravo na informisanost je identifikovano kao ključ gledanja na to da ljudi prime informacije koje su im potrebne da bi zaštitili svoju budućnost. Kao dodatak pravu na informisanost, javnosti je takođe potreban pristup procesu donošenja odluke i, onda kada je to pravo uskraćeno, pristup pravosuđu.

Konvencija o pristupu informacijama, učešću javnosti u donošenju odluka i pristupu pravosuđu u oblastima koje se tiču životne sredine (Arhuska konvencija), donijeta je pod pokroviteljstvom Ekonomske Komisije Ujedinjenih Nacija za Evropu (UNECE), sa ovim idealima na umu. Ona pruža zemljama potpisnicama okvir za formulisanje ekoloških zakona koji građanima obezbjeđuju ova prava. Arhuska konvencija je dogovorena uz učešće ne-vladinih organizacija (NVO-a) koje su zastupale potrebe i interesovanja javnosti.

Ovaj vodič ispituje pravo na informisanost i kako se ono uklapa u ekološki kontekst. Aspekti učešća javnosti, izgradnje konsenzusa, donošenja odluke i pristupa pravosuđu su svi povezani u ovu važnu karakteristiku funkcionisanja demokratije. NVO-i igraju važnu ulogu u ovom procesu kroz uticanje na socijalne promjene. Postavljanje ambicioznih ali realnih ciljeva je prvi korak u pravcu poboljšanja društva, ali je podjednako važna sposobnost da se utiče na javno mnjenje i prati kampanja do kraja procesa donošenja odluke. Mada je potpuni uspjeh ultimativni cilj, neki više zajednički rezultat je kompromis. NVO-i moraju da prepoznaju situaciju koja zahtjeva usklađivanje i pregovaranjem dođu do najboljeg mogućeg kompromisa.

Cilj Vodiča

Bez sakupljanja informacija i pregovaračkih vještina, NVO-i ne mogu ispuniti svoje misije nadzirača javnih interesa. Vodič pruža trenerima materijal koji predstavlja, ilustruje i ojačava koncepte koji se odnose na pravo na informisanost i pregovaranje o ekološkim rješenjima, kako bi se povećala efektivnost i efikasnost NVO-a. Posebna pažnja je data obavezama koje imaju javne vlasti prema Arhuskoj konvenciji.

Vještine koje treba razviti

Učesnici koji uspješno kompletiraju program treninga baziran na ovom vodiču će moći da:

- pronađu izvore ekoloških informacija;
- poboljšaju javni imidž organizacije;
- obave konstruktivne pregovore;
- izgrade konsenzus;
- razumiju ulogu posrednika; i
- upute na prava i obaveze prezentirane u Arhuskoj Konvenciji.

Sadržaj

Vodič sadrži predstavljanje Arhuske Konvencije, sa naglaskom na pravo na informisanost i obavezama dodjeljenim javnim vlastima. Takođe sadrži informacije o:

- održavanju javne kampanje;
- radu sa medijima;
- tehnikama pregovaranja i direktivama;
- izgradnji konsenzusa;
- učešću javnosti;
- donošenju odluke; i
- posredovanju.

Održavanje obuke

Materijal u ovom vodiču i praktikum koji slijedi treba koristiti kao osnove za obučavanje članova ekoloških NVO-a u pravu da se zna. Dat je i plan dnevnog reda kao pomoć u osmišljavanju programa obuke adaptiranog tako da odgovara vještinama, znanju i potrebama grupe.

Učenje prava na informisanost

Ideal koji stoji iza prava na informisanost je da javnost treba da ima tačne informacije o događajima koji utiču na njihove živote. U svakom slučaju, obezbjeđivanje pristupa javnosti ekološkim informacijama je samo dio problema. Zahtjevi su stoga upućeni na javne vlasti koje treba da obezbjede relevantne informacije javnosti. Razlika može izgledati trivijalna, ali je važno da teret znanja bude podjeljen između snabdjevača i primaoca. Ekološke NVO igraju važnu ulogu u ovom procesu tako što su u toku sa događajima u svojoj zajednici i uspostavljanjem sistema pomoću kojeg prosljeđuju informacije javnosti. NVO-i se stoga moraju upoznati sa različitim izvorima informacija koji su im dostupni.

Javnost i javne vlasti

Arhuska Konvencija je bazirana na premisi da svi građani imaju pravo da znaju i donose odluke o svojoj životnoj sredini. Dokument klasifikuje grupe i individue u društvu u kategorije prikazane dole.

Javnost

Prema Arhuskoj Konvenciji, javnost se odnosi na jedno ili više fizičkih ili pravnih lica i, u skladu sa nacionalnom legislativom i praksom, njihova udruženja, organizacije ili grupe.

Zainteresovana javnost

Zainteresovana javnost znači javnost koju pogađaju ili mogu da je pogode odluke koje se tiču životne sredine, ili koja ima interes u takvim odlukama. Za svrhe ove definicije, za NVO-e koje se bave unapređenjem zaštite životne sredine i koje ispunjavaju sve eventualne uslove shodno nacionalnom zakonu smatraće se da imaju takav interes. Arhuska Konvencija dodjeljuje posebnu ulogu ekološkim NVO-ima: stav je da ako barem jedna NVO ima za cilj zaštitu životne sredine (u saglasnosti sa uspostavljenim dokumentima), baviće se bilo kojom odlukom koja može uticati na životnu sredinu. Na primjer, jedna NVO koja je zainteresovana za neki urbani razvojni plan ne mora da bude zasnovana u oblasti na koju se plan odnosi; dovoljno je objaviti da plan može imati ekološke implikacije.

Javna vlast

Termin javna vlast se ne odnosi samo na vladu. Prema Arhuskoj Konvenciji, javne vlasti mogu biti bilo koje od sljedećih:

(a) Vlada na nacionalnom, regionalnom i ostalim nivoima. Važno je napomenuti da ovo nisu obavezno ekološke institucije, poput Ministarstva za zaštitu životne sredine ili inspektorata. Definicija uključuje sve vladine institucije koje donose odluke koje mogu uticati na životnu sredinu. Ministarstvo zdravlja, industrije i regionalnog planiranja, na primjer, često se bave pitanjima relevantnim za životnu sredinu, kao i opštinske i lokalne vlasti. Ovi tipovi institucija se stoga kvalifikuju kao javne vlasti.

(b) Fizička ili pravna lica koja vrše javne administrativne funkcije shodno nacionalnom pravu, uključujući posebne dužnosti, aktivnosti ili usluge u vezi sa životnom sredinom. Ovo su privatni entiteti koji mogu da donose odluke. Ovakva vlast im se može dati u legislativi (npr. javno komunalno preduzeće uspostavljeno odlukom ministarstva ili rezolucijom parlamenta).

(c) Bilo koje drugo fizičko ili pravno lice koje ima javna ovlaštenja ili funkcije, ili koje pruža javne usluge, u vezi sa životnom sredinom, a koje je pod kontrolom organa ili lica iz podparagrafa (a) ili (b) gore. Ova kategorija se odnosi na individue ili kompanije kojima su određene javne vlasti ili institucije, poput javnog komunalnog preduzeća i drugih tijela, dodjelile jednu ili više javnih funkcija ili odgovornosti.

(d) Institucije bilo koje organizacije za regionalnu ekonomsku integraciju koja je ugovorna strana Konvencije.

Kako Konvencija konkretno funkcioniše

Kako bi bolje razumjeli kako Arhuska Konvencija može da pomogne, uključujući i donošenje odluke koja se tiče životne sredine, pogledaćemo kako se jedna ekološka NVO može njome služiti.

GROWN (Greens for Reducing Our Waste Naturally – Zeleni za prirodno reduciranje našeg otpada) je ekološka ne-vladina organizacija u Piketvilu, malom gradu bez odgovarajuće deponije. Jednoga dana, planovi za otvaranje deponije su ukratko objavljeni preko radija. Ograničena informacija se proširila gradom, uzrokujući konfuziju i različite reakcije javnosti. Neki ljudi su bili bijesni zbog štete koja će biti nanijeta životnoj sredini, drugi nisu odobravali izabranu lokaciju, neki su bili zabrinuti zbog mirisa, dok su drugi mislili da svo đubre treba spaliti i pretvoriti u energiju. Sa svojim brigama oni su se okrenuli ne-vladinoj organizaciji.

Pošto je bilo jasno da će deponija imati ekološke efekte, GROWN se kvalifikovala kao zainteresovana javnost, te je stoga uživala sva prava koja donosi Arhuska Konvencija.

Prvi zadatak za osoblje u NVO –u GROWN bio je da se pronadu tačne i kompletne informacije o deponiji. Kontaktirali su odgovorne osobe na lokalnom nivou - predstavnike javnih vlasti odgovornih za projekat - i zahtjevali sve dokumente i planove u vezi sa deponijom. Pitali su da li su planovi bili dostupni javnosti i da li su održana javna slušanja. Ako jesu, kako je javnost bila informisana?

NVO GROWN je shvatila da Arhuska Konvencija (unutar okvira nacionalnog zakonodavstva) obezbjeđuje prava da se:

- dobiju ne samo informacije, već takođe i dostupna dokumentacija o tome gdje se one mogu naći;
- informacije dobiju što je prije moguće, a najviše jedan mjesec nakon što su zatražene;
- informacije dobiju bez objašnjavanja zbog čega se traže; i
- dobije objašnjenje zašto je zahtjev odbijen.

Ne znamo

Ponekad javne vlasti jednostavno ne znaju odgovor na pitanje, ili je to informacija o nečemu što ne može biti otkriveno. Arhuska Konvencija definiše precizno sve slučajeve u kojima informacija može biti uskraćena. Konsultujte tekst Konvencije na <www.unce.org/env/pp>.

Izvori

Gdje se može pronaći odgovarajuća informacija? Formalni izvori uključuju nacionalne i lokalne institucije i organizacije. Najočiglednije institucije su ekološka ministarstva, njihovi inspektorati i agencije. Njihovi godišnji i mjesečni izvještaji moraju biti transparentni i spremno dostupni. NVO GROWN očekuje da pronađe specifičnu dokumentaciju i procjenu uticaja na životnu sredinu u Ministarstvu za životnu sredinu.

Druga relevantna ministarstva ili javna tijela sa dodjeljenom vlašću, poput Ministarstava za urbano planiranje, šumarstvo, vode, industriju i poljoprivredu, su dobri izvori informacije. GROWN zna da će mjesto deponije biti stari kamenolom na ivici grada, što ih je vodilo ka tome da vjeruju da druga ministarstva, vjerovatno za urbano

planiranje i industriju, možda imaju vrijedne informacije.

Naučne institucije često obavljaju studije koje daju relevantne podatke i zaključke. GROWN planira da konsultuje njihove publikacije i da pronađe vrijedne biografske informacije o deponijama i njihovim efektima na životnu sredinu. GROWN je takođe kontaktirala eksperte za upravljanje otpadom sa kojima su radili i ranije.

Lokalne vlasti imaju izvjesnu kontrolu nad planiranjem. GROWN dobro poznaje lokalne ekološke vlasti i stoga zna koga direktno da kontaktira.

Drugi, manje formalni, ali podjednako važni izvori mogu biti:

- mediji;
- ekološke NVO;
- druge NVO; i
- udruženja građana ili eksperata.

Informisanje drugih

GROWN pažljivo razmatra kako da dosegne do javnosti. Prezentovanje informacija za opštu upotrebu zahtjeva vremena, razmišljanja i energije - resursi jedne NVO ne mogu dopustiti rasipanje. Suštinski je važno odlučiti ko će biti glavna meta za informacije, kao i koje grupe i individue mogu da služe kao vrijedni partneri u ovom procesu.

Ljuti i sumnjičavi ljudi iz Piketvila mogu reagovati na mnogo konstruktivniji način onda kada prime tačne informacije. GROWN razmatra mnogo dostupnih opcija za povećanje učešća javnosti, uključujući:

- organizovanje diskusija, debata, itd.;
- pozivanje eksperata da objasne značaj i prednosti izgradnje odgovarajuće deponije, ako je ta opcija odabrana;
- stimulisanje medija da podrže transparentan i ispravan proces; i
- rad u partnerstvu sa drugim akterima u upravljanju otpadom u toj oblasti.

Arhuska konvencija (posebno ako je harmonizovana sa nacionalnim / lokalnim pravilima) zahtjeva da komentari, mišljenja i rezultati procesa učešća javnosti budu uzeti u obzir koliko god je to moguće. Konvencijom se takođe javnost štiti od izlaganja kritici i komentarima (osim ukoliko nije učinjen kriminalni čin).

Poboljšavanje procesa donošenja odluke

GROWN može da poboljša proces donošenja odluke:

- ohrabrivanjem građana da budu direktno uključeni u donošenje odluke;
- reprezentovanjem interesa građana (pritiskom na vlasti, lobiranjem, partnerstvom u projektima sa stručnjacima, itd.);
- pronalaženjem kreativnih i korisnih načina za posmatranje i uticanje na proces donošenja odluke (poput ohrabrivanja "zelene stolice" u izvršnim odborima, opštinskim komitetima itd.).

Prema Arhuskoj Konvenciji, javnost mora biti informisana (na vrijeme i adekvatno) o bilo kojoj proceduri donošenja odluke vezano za specifične aktivnosti koje mogu uticati na životnu sredinu. GROWN zna da je upravljanje otpadom uključeno na ovu listu i stoga će se zalagati da odloži svaku odluku sve dok se ne preduzmu koraci za adekvatno informisanje javnosti. Javnost takođe mora biti informisana o konačnoj odluci, sa jasnim objašnjenjem razloga zašto je određena odluka donijeta.

Slika 1 opisuje kako nova legislativa u Jugoslaviji inkorporira principe Arhuske Konvencije.

Komunikacije

Pravo na informisanost je izgubljeno ako informacije nisu efikasno prenesene javnosti. Razumjevanje i kooperacija sa medijima su stoga neophodne za jednu NVO koja distribuira informacije.

Strategija komunikacije

Organizacije moraju odabrati konzistentnu strategiju komunikacije koja najbolje prezentuje slike i prenosi poruke. Strategija treba organizaciji da obezbijedi:

- ciljeve komunikacije;
- ciljne grupe;
- sredstva za dvosmjernu komunikaciju; i
- metode za praćenje rezultata.

Efektivna strategija komunikacije može se formirati jedino nakon obimnog istraživanja potreba ciljne grupe i kapaciteta organizacije. Jednom usvojena, strategija treba da postane integralni deo planiranja i imidža organizacije. Ona treba da ponudi okvir za distribuisanje informacija i dodeli jasne odgovornosti individuama koje rade sa medijima.

SLIKA 1

Implementacija Konvencije u Srbiji i Crnoj Gori

Kao dodatak prezentaciji urbanističkih i master planova, javna slušanja mogu se koristiti da povećaju učešće u donošenju odluke za mnoga druga važna pitanja. Takav je slučaj sa prezentovanjem novih ekoloških zakona u Jugoslaviji, gdje su diskusije u formi javnih slušanja organizovane ne samo za širu

javnost, već i za ne-vladine sektore i lokalne vlasti. Brojni komentari i kritike su korištene u korekciji formulisanja zakona prije odabiranja konačne verzije.

Odnosi sa medijima

Korišćenje masmedija je jedno od najfleksibilnijih sredstava za brzo informisanje najšire moguće javnosti. Uzimajući u obzir da je odgovarajuća informacija preduslov za motivisanje javnosti i njeno uključivanje u rješavanje ekoloških problema, NVO moraju da angažuju novinare koji hoće da izvještavaju o njihovim aktivnostima. Kontakt sa medijima obično ima formu:

- saopštenja za štampu;
- javnih nastupa;
- konferencija za štampu;
- skupova; ili
- publikacija.

Saopštenja za štampu trebaju biti napisana u formi koju novinari mogu da koriste. Treba da budu kratka i da pružaju osnovne informacije o aktivnosti (ko, šta, gdje, kada, zašto, i kako). Prvo i prije svega, događaj mora da bude novinski vrijedan, tj. mora biti od interesa za redovnog čitaoca publikacije. Značaj razumijevanja različitih formi medija i kako raditi sa njima ne može biti pretjeran.

Javni nastupi mogu da povećaju profil NVO, ali oni se moraju pažljivo planirati. Visoko rangirani članovi NVO moraju biti uključeni u nastup. Ponašanje govornika, fizička pojava i poznavanje teme će postati slika organizacije u javnosti više od bilo koje njene aktivnosti, te su stoga praksa i priprema od suštinskog značaja. Nijedan javni nastup se ne smije olako shvatiti.

Konferencije za štampu nose mnogo istih rizika i nagrada kao i javni nastupi. Ponovo je esencijalno da jedan važan član organizacije pruži autoritativnu sliku organizacije. Teme koje treba diskutovati, vrijeme i mjesto događaja i materijal za distribuciju moraju biti pažljivo odabrani. Takođe je važno da materijal za štampu sadrži jasnu listu ljudi koji će učestvovati na konferenciji, uključujući glavne elementa problema o kojem je riječ i kontakt informacije. Konferencije za štampu treba da budu rezervisane za važna saopštenja ili očekivane odgovore. Obično su pomognute članom tima za odnose sa javnošću koji daje riječ novinarima nakon uvodnog govora. Govornici na konferenciji za štampu su snažno podstaknuti da probaju događaj unaprijed sa timom za odnose sa javnošću.

Neformalni skupovi sa novinarima koriste se da informišu i motivišu novinare. Obično se organizuju tako da privuku pažnju na datume proslava (Dan planete, Dan odlaska na posao biciklom, i dr.) ili da upoznaju novinare sa aktivnostima NVO. Ovi skupovi predstavljaju odličnu priliku da se novinari generalno informišu o pravu na informisanost i kako oni kao novinari mogu da iskoriste njegove implikacije. Neformalne skupove treba kombinovati sa elektronskom distribucijom informacija.

Publikacije igraju suštinsku ulogu u gajenju imidža organizacije. Brošure, liste činjenica, poster i kampanje i drugi promotivni materijali privlače pažnju na aktivnosti jedne organizacije i često obezbjeđuju kritičnu prvu impresiju. Promotivni materijal mora reflektovati strategiju komunikacije i jasno prezentuje misiju i aktivnosti NVO.

Magazini i bilteni su redovni kontakt organizacije sa zainteresovanom javnošću, a knjige su trajni doprinos koji jedna organizacija daje u svom polju. Slabo uređene ili loše dizajnirane publikacije daju utisak da je jedna organizacija neprofesionalna i da propušta priliku da informiše javnost. Donorske organizacije su posebno zainteresovane za integritet publikacija s obzirom da će se njihovo ime takođe pojaviti u njima.

Dnevne komunikacije

Većina NVO komunicira sa spoljašnjim svijetom na dnevnim osnovama. Ovaj kontakt postavlja NVO na obe strane prava na informisanost: one su i snabdjevači i potraživači. U oba slučaja, važno je za organizaciju da agresivno teži svojim ciljevima ali sa principima odnosa sa javnošću na umu.

Termin odnosi sa javnošću ukazuje na praksu kreiranja, promovisanja ili održavanja dobre volje i povoljnog imidža u javnosti prema nekoj instituciji. Poslodavci održavaju pozitivan imidž kako bi njihova roba bila konkurentna sličnim proizvodima. Velike organizacije, posebno poslodavci, imaju odjeljenja koja se bave odnosima sa javnošću.

NVO takođe moraju da gaje pozitivan imidž u javnosti kako bi obezbjedili da javnost veruje u informacije koje oni šire. Oni, kao i poslodavci, imaju potrebu da investitori - donori - vjeruju da su njihove donacije dobro utrošene. Njihovi potrošači - javnost - moraju da vjeruju da su njihovi proizvodi istiniti. Ljudi su skeptični i cinični kada primaju informaciju, posebno ako su kontradiktorne onome u šta obično vjeruju. Kada NVO distribuira listu činjenica o nekom budućem ekološkom pitanju, na primjer, javnost će se zainteresovati o informacijama samo ako osjeti da NVO ima integritet i autoritet.

Novinari, istraživači i drugi članovi javnosti će često kontaktirati NVO radi informacija. NVO-i treba da se odnose prema ovim raspitivanjima kao prema prilikama za distribuisanje informacija i gajenje odnosa sa javnošću. One stoga treba da imaju pripremljen mehanizam da odgovore na ovakve zahtjeve brzo i tačno. Dobar menadžer za odnose sa javnošću u toku je sa aktivnostima organizacije kao i sa odgovarajućim događajima u svijetu. Ekološke katastrofe poput trovanja rijeke Tisa, na primjer, fokusiraju pažnju svijeta na specifično pitanje (ovdje, rudarske aktivnosti i vodene ekosisteme) i nude odličnu priliku za podizanje društvene svijesti.

Uključivanje javnosti

Javne kampanje su koordinisani naponi da se postigne promjena i utiče na ponašanje javnosti. Na primjer, kampanja može da izvrši pritisak na lokalne službe da pruže više reciklirajućih postrojenja, uz istovremeno podizanje društvene svijesti o važnosti odvajanja otpada i podsticanje proizvođača da koriste reciklirane materijale.

Ovakvi tipovi kampanja usmjereni su ka širokom spektru grupa (djeca, roditelji, građani, itd.) i partnera (gradske komunalne službe, opštinske vlasti, sektor šumarstva, udruženja građana, organizacije za zaštitu životne sredine, mediji, itd.). One koriste različite forme javnih aktivnosti (reklamama, akcijama, video klipovima, izložbama, itd.) i mobiliju široku zajednicu donora koji žele da prikažu svoja interesovanja za životnu sredinu.

Organizovanje uspješne kampanje zahtjeva:

- definisanje i izbor teme;
- osmišljavanje preciznog plana aktivnosti;
- odabiranje formi strateške komunikacije;
- odabiranje implementacionih partnera;
- monitoring i evaluaciju;
- ocjenu finalnih rezultata; i
- informisanje javnosti.

Važno je da se odabere tema kampanje u skladu sa vještinama NVO i realnom situacijom. Sa strane su dati korisni kriterijumi pri izboru predmeta kampanje.

Ljudi visokih društvenih profila mogu da pruže snažnu podršku kampanji, ali oni moraju biti pažljivo odabrani. Popularne osobe iz svijeta zabave su tako mnogo korisni-ji za podizanje svijesti nego za lobiranje političara. Pojavljivanje popularnih ličnosti treba da bude strogo kontrolisano kako bi se osiguralo da pažnja ostane fokusirana na određenom pitanju.

Visoko respektovane lokalne ličnosti sa ekspertizom u oblasti o kojoj je riječ mogu takođe da služe interesima kampanje. Uz odgovarajuću pripremu, ovakve osobe mogu biti odlični portparoli kampanje. U svakom slučaju, interes medija može biti znatno manji nego kada je riječ o popularnim osobama iz svijeta zabave.

Kampanje su upućene na pitanja koja su:

- široko raspravljana;
- vidljiva;
- široko usmerena; i
- usklađena tako da mobilisu veliki broj ljudi.

Tehnike komunikacije

Jednom kada je tačna informacija distribuirana, a uspješna kampanja pokrenuta, jedna NVO može da se pokrene ka isturenijim formama zastupanja.

NVO-i mogu da predstavljaju marginalizovane socijalne grupe u iznošenju latentnih pitanja. Članovi NVO obično predstavljaju više aktivnu i angažovanu stranu šire javnosti. Čak i u slučaju neekspertskih NVO-a, oni imaju više informacija o ekološkim problemima i više iskustva u njihovom rješavanju. Sa svoje strane, građani na lokalnom nivou će često imati snažan uvid u lokalna pitanja i tako predstavljati odlične partnere za NVO-e. Snažan napor po pitanju odnosa sa javnošću može kreirati atmosferu potrebnu za plodnu kooperaciju između ove dvije grupe.

Lobiranje je koordinisan napor da se utiče na donosiocce odluka o određenim pitanjima. Normalno, profesionalni lobisti se angažuju da izvrše pritisak na zvaničnike vlade kada se određeno glasanje približi. Veliki poslodavci troše ogromne količine novca na profesionalne lobiste, čemu se NVO-i ne mogu nadati. U svakom slučaju, napori lobiranja za javni interes služe da se političarima ukaže da glasanje protivno njihovim željama može da ima ozbiljne političke posljedice. Koordinisan napor jedne NVO da iskaže volju javnosti i interesnih grupa je često potreban radi kompletiranja dugo traženih promjena u zakonodavstvu.

Učešće javnosti

Donošenje odluke

Davanje glasa javnosti u procesu donošenja odluka je ključ za održavanje zdrave životne sredine. Kritično je da NVO-i shvate svoju poziciju u procesu donošenja odluke, posebno kada se suočavaju sa poslovnim interesima. Iako ima nekoliko izuzetaka, poslodavci djeluju prvo i, prije svega, u svom interesu. Na upravi je da pokuša da učini maksimalnim profit i stoga će svaki ekonomski razvoj koji je dosegnuo fazu implementacije već imati stečena prava, snažno težeći svom okončanju. Kompanija kojoj treba pristanak javnosti će zasigurno učiniti napore za održavanje odnosa sa javnošću kako bi uticali na mišljenje javnosti. Poruka koju oni šalju će nesumnjivo istaći pozitivne efekte i ublažiti sve negativne aspekte.

Uloga NVO je da sakuplja činjenice sa obe strane nekog pitanja i tako pokuša da balansiraju pro-biznis poruku. Ovo ne znači da NVO-i treba da budu anti-biznis orijentisane, ali treba da budu svjesne da poslodavci nisu voljni da reklamiraju loše strane svojih projekata. Vjera u demokratiju znači vjerovanje da će dobro informisana javnost, barem u većini slučajeva, donositi odgovorne odluke koje se tiču njene budućnosti.

Generalno, odluke se mogu donijeti na mnogo načina, ali postoje neka opšta uputstva, navedena na slici 2, koja treba pratiti.

Uspješan proces donošenja odluke uzima u obzir sve strane, čime se smanjuje vjerovatnoća da će implementacija biti naknadno ometana. Učesnici treba uvijek da posjeduju blagovremene, adekvatne i precizne informacije. Dokumenti poput Arhuske Konvencije reflektuju ubjeđenje da sve važne odluke treba da uključe sve relevantne interese, čak i onda kada punomoć nad donošenjem konačne odluke jasno leži samo na jednoj javnoj vlasti. Proces koji donosi popularnost i unutrašnjem i spoljašnjem donošenju odluke je izgradnja konsenzusa.

Izgradnja konsenzusa

Koncept konsenzusa prihvata činjenicu da je potpuno slaganje rijetko, te je stoga tako nešto nerealan cilj. Umjesto toga, izgradnja konsenzusa teži odluci sa kojom će se svi složiti. Da bi se našlo ovakvo rješenje, svim stranama treba dati priliku da budu saslušane, a problematična pitanja treba ispitati tako da se udovolji grupi. Mnogo različitog oruđa se može koristiti u izgradnji konsenzusa. Na primjer, dobro vođena sesija iznošenja ideja može da proizvede brojne opcije i da da šansu svima da daju doprinos svojim mišljenjem. Pored toga, pregovaranje neizbježno dostiže tačku kada jedna opcija, ili kombinacija opcija, mora biti izabrana. Nekoliko tehnika se koristi da se dostigne ova etapa.

Efikasne tehnike izgradnje konsenzusa mogu da:

- pomognu da se odluka struktuiru i spriječi kretanje u krug;
- ne ističu vezu između ideje i njenog autora;
- smanje tendenciju povinovnja grupnom mišljenju;
- zaštite od represalija za otvoreno neslaganje;
- podrže poštovanje za jaka mišljenja; i
- dozvole poređenje validnih opcija.

Za duge liste stavki koje se moraju smanjiti na nekoliko, glasanje je jedno od najbržih oruđa. Prilikom glasanja, svaki glasač izabere određeni broj stavki često trećinu ili polovinu od ukupnog broja. Stavke odabrane od strane većine glasača ostaju na listi, ostale otpadaju.

Rejting skale, po kojima je svaka stavka procjenjena od recimo 1 do 5 ili 1 do 10 preporučuju da budu preciznije. Mora biti odabrana odgovarajuća skala jer šire skale potstiču nagađanje, pa frakcije mogu da iskoriste takvu situaciju u svoju korist i može se desiti da se glasovima ekstremista iskrivi odluka grupe. Uže skale, sa druge strane, mogu da ne ostave dovoljno prostora za glasače da iskažu svoje mišljenje. Kako namjera glasanja nije donošenje odluke, već struktuiranje diskusije i razmišljanja, uže skale koje odbacuju ekstremna mišljenja su često korisnije.

Korisni web sajtovi za više informacija

- Regionalni centar za životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu <www.rec.org>
- REC-ova kancelarija u Srbiji i Crnoj Gori <www.recyu.org>
- WWF <www.wwf.org>
- Sekcija UNECE web sajta posvećena Arhuskoj konvenciji <www.unece.org/env/pp>
- Međunarodna organizacija za očuvanje prirode i prirodnih resursa <www.iucn.org>
- Centar za organizovanje zajednice <www.cpkp.cz>

SLIKA 2

Proceduralna uputstva za donošenje odluke

- 1 Složiti se oko metode donošenja odluke.
- 2 Definisati problem jasno i iz svih perspektiva.
- 3 Identifikovati moguća rešenja i proceniti ih.
- 4 Složiti se oko najboljeg rešenja i potvrditi dogovor.
- 5 Odlučiti kako primeniti odluku sa jasnim aktivnostima, rokovima i odgovornostima.

Koraci u izgradnji konsenzusa

- Ispisati stavke.
- Predlagati / iznositi ideje nekoliko mogućih rješenja.
- Redukovati dugu listu (10 i više stavki) glasanjem.
- Pažljivo diskutovati o preostalim kandidatima. Bilježiti o svakom.
- Odlučiti o kriterijumima koji će se koristiti u evaluaciji kandidata.
- Obaviti glasanje.
- Pogledati oblasti neslaganja i dalje ih diskutovati.
- Ako je potrebno, glasati ponovo.
- Diskutovati rezultate glasanja. Da li su se svi čuli?
- Da li svi mogu da podrže odluku?

Takođe je dobra ideja odlučiti koji kriterijumi su najvažniji za konačnu odluku i onda ocjeniti svaku opciju uz uvažavanje svakog kriterijuma. Na primjer, grupa može da ocjeni tri različita automobila uvažavajući cijenu, sigurnost, kapacitet tereta, tehničke osobine i izgled. Da bi se ovaj metod učinio još moćnijim, svaki kriterijum takođe treba ocjeniti mjerenjem rangiranja svake stavke od strane svakog glasača. Ova podjela odluke u podesne dijelove može da bude od pomoći i često će iznijeti latentne kriterijume ili mišljenja. Sofisticiranije odluke mogu biti dosegnute poređenjem parova alternativa i bilježenjem glasova u tabele. Ove tabele mogu da budu vrlo moćne i nisu teške za korištenje, sve dok diskusija o tome kako ih koristiti ne zasjenjuje prava pitanja.

Generalna ideja je da se glasanjem smanji lista na podesnu veličinu, a ne da se odluka donese direktno. Diskusije treba održati da bi se na vidjelo iznijela mišljenja i dobio uvid. Glasanje ne bi trebalo da bude konačni korak u postizanju konsenzusa. Umjesto toga, kurs akcija treba da se pojavi, i svako treba da ima šansu da se složi sa težnjom grupe. Sa strane je prikazana lista koraka koje treba slijediti kada se gradi konsenzus.

Iznošenje ideja

Iznošenje ideja je grupna tehnika za generisanje novih, korisnih ideja i promovisanje kreativnog razmišljanja. Ova tehnika uključuje predlaganje rješenja spontano i prezentovanje ideja bez objašnjavanja, opravdavanja, diskusija ili cenzure. Mada sve treba učiniti tako da se učesnici ohrabre da iznose ideje, sesije se mogu poboljšati postavljanjem odgovarajućeg tona i kontrolisanjem procesa.

Postoje tri uloge za učesnike u sesiji: voditelj, zapisničar i član tima.

Voditelj treba da bude dobar slušalac. Prije sesije voditelj sređuje izjavu kako bi pomogao ostalim u timu da se fokusiraju na razlog za iznošenje ideja i priprema uvodnu aktivnost. Tokom sesije voditelj će trebati da prati osnovna pravila sesije i upravlja sesijom.

Pravila sesije iznošenja ideja se moraju strogo poštovati jer u suprotnom cijela sesija može biti ugrožena:

- Sve ideje su dobrodošle. Ne postoje pogrešni odgovori. Za vrijeme sesije ne bi trebalo prosuđivati ideje.
- Budi kreativan u prilaganju ideja. Promjena uključuje rizikovanje, važno je biti otvoren za nove originalne ideje. Svaka tačka gledišta je vrijedna.
- Pokušaj da priložiš što više ideja u što kraćem periodu vremena.
- Učesnici su podstaknuti da idu za idejama drugih.

Zapisničari trebaju jasno zapisivati svaku ideju gdje svako iz grupe može da ih vidi. Broj učesnika u sesiji ne treba biti manji od pet ni veći od deset.

Članovi tima treba da prate proceduru sesije:

- Članovi tima će davati svoj doprinos po redu.
- Kada je na redu, član tima iznosi samo po jednu ideju.
- Član može da preskoči neki krug, ali će biti prozvan svaki put kada je njegov red.
- Učesnici ne bi trebalo da daju objašnjenja za svoje ideje tokom sesije. Tako bi se usporio proces i dozvolilo prijevremeno vrednovanje ideja.

Iako iznošenje ideja zahtjeva relaksiranu atmosferu, postoje pravila koja treba pratiti kako bi grupa ostala fokusirana na određeno pitanje. Na slici 3 su dati koraci koje treba pratiti kada se vodi sesija iznošenja ideja.

Pregovaranje

Pregovaranje se odvija onda kada dvije ili više strana moraju da pomire svoje razlike i slože se oko zajedničkog rješenja problema. Pregovaranje je kompleksan događaj. Priprema i observacija su jednako važne kao i iskazivanje mišljenja jasno i čvrsto. Sljedeća pravila su neophodna prilikom pregovaranja:

- Jasno definisati problem.
- Slušati, posmatrati i determinisati poziciju druge strane.
- Započeti od onoga što se želi i kretati se ka onome što se realno može postići.
- Sačuvati svoje adute što je duže moguće.
- Prezentovati prijedloge i oblikovati ih u skladu sa reakcijom druge strane - pogodba je očekivana, ali ne treba ići ispod onoga što je određeno kao minimum.
- Pripremiti se na otpor - treba zapamtiti da druga strana takođe ima obavezu prema svojim interesima.
- Neka pregovaranje ostane učtivo - treba predložiti prekid kada tenzije porastu.
- Treba ostati otvoren za komunikaciju i pokazati spremnost na dogovor.

SLIKA 3

Koraci pri iznošenju ideja

- 1 Predstavi sesiju pregledanjem razloga za sesiju. Prodiskutuj osnovna pravila i proceduru koja treba da se koristi.
- 2 Obezbjedi uvodnu aktivnost (5 - 10 minuta), koja treba da uvede grupu u uzbudljivu sesiju. Ova aktivnost treba da bude mini - sesija iznošenja ideja o nekom neutralnom pitanju kako bi se učesnici ohrabрили da budu kreativni. Voditelj će možda željeti da završi uvod diskusijom članova o tome šta može biti rečeno o idejama koje mogu da spriječe da sesija bude uspješna.
- 3 Sesija počinje! Ovo je kreativni dio. Postavi vremensko ograničenje na 20 - 25 minuta. Nekada je efikasno ukazati na vrijeme i onda dozvoliti dodatnih pet minuta. Zaustavi kada je još uvijek uzbudljivo; ne forsiraj grupu da radi. Vodi grupu tako da proizvede što je više moguće ideja. Sve sugestije zapisničar mora da zabilježi onako kako ih je govornik iznio. Ako je ideja govornika dugačka, možda će voditelj trebati da je rezimira i verifikuje da je rezime korektan.
- 4 Obradi ideje. Pregledaj ideje radi razjašnjavanja, uvjeri se da su svi razumjeli svaku stavku. Slične ideje treba da budu kombinovane i grupisane. Na ovom mjestu je moguće eliminisati duple ideje i ukloniti upadljivo neprikladne sugestije. Grupa onda treba da se složi oko kriterijuma za evaluaciju. Ovo može da uključi vremenske dodatke, talente i vještine grupe i dr.
- 5 Uspostavi konsenzus ako je pogodno. Neka grupa glasa o 10 ideja za razmatranje. Onda neka grupa glasa o pet ideja i evidentiraj rezultate kako bi utvrdio prioritet osjećanja grupe. Nakon sređivanja ideja daj svakom članu tima 100 poena da ih raspodjeli na listi ideja. Članovi tima mogu da koriste svoje poene kako god žele. Onda utvrdi prioritetnost ideja u odnosu na zbir poena.

Uputstva za efikasno pregovaranje

- Ne žuri sa predlaganjem.
- Strateški nudi ustupke.
- Definiši rješenje i jasno formuliši dogovor.
- Koristi kreativne tehnike da istražiš sve mogućnosti.
- Pokaži otvorenu spremnost za postizanje konsenzusa.
- Komuniciraj redovno i jasno sa svojim timom.

Prvi korak u pripremanju pregovora je ispitati sopstvenu poziciju. Samokritika ne samo da umanjuje unutrašnje strahove u vezi sa ispravnošću stavova, već i ukazuje na argumente koje će druga strana vjerovatno koristiti. NVO moraju biti svjesne svojih ograničenja, povlačeći se u ovoj etapi iz konflikta u kome ne mogu da pobijede.

Jednom kada pregovaranje započne, aktivno slušanje je esencijalno. Pojavljivanje nezainteresovanosti ili pretjerano protivljenje će pokvariti atmosferu. Takođe je važno pustiti da druga strana zadrži svoj osjećaj dostojanstva kako bi se izbjeglo lično vrijeđanje.

Kako se pregovori odvijaju, opipljivi putevi za realizaciju prijedloga moraju biti u potpunosti istraženi. Kada su opcije za dato rješenje iscrpljene, treba se vratiti na ono što je ranije istaknuto i istražiti i to. Jednom kada je odluka doseguta, treba jasno sročiti odluku i njene implikacije i provjeriti da li se svi slažu. Sa strane su data neka važna pravila koja treba poštovati tokom pregovaranja.

Posredovanje

Može se desiti da pregovaranje propadne zbog razloga koje strane ne mogu da savladaju. Posrednik je često taj koji na ovoj tački ima zadatak da dovede strane nazad za sto. Kao neutralna treća strana, posrednik može da obezbjedi objektivno mišljenje i alternativne prijedloge. NVO su ponekad pozvane da djeluju kao posrednici u ekološkim pitanjima zbog njihove nepristrasnosti.

Dobar posrednik će:

- slušati aktivno;
- se uživjeti;
- identifikovati oblasti mogućeg dogovora;
- raditi na otvaranju komunikacije;
- promovisati fleksibilnost i toleranciju;
- identifikovati dinamiku grupe;
- uzeti u obzir osjećanja ljudi; i
- poštovati obe strane.

Posrednik mora da ide dalje od održavanja neutralnosti. On treba da učini ekstra napor kako bi se uspostavilo pojavljivanje neutralnosti. Opažanje sopstvene pristrasnosti je dovoljno da izazove dalje probleme u pregovorima. Posrednik stoga treba da se uzdrži od dodavanja sopstvenih mišljenja ili uvida, ostajući fokusiran na ciljeve pregovora. Posrednik koji nije sposoban da se distancira od jedne od strana treba da se odrekne svoje uloge.

Na primjer, zamislite da je jednoj organizaciji koja se bavi šumarstvom i šumskim menadžmentom povjereno da zaštiti jednu staru šumu. Tekući pregovori između protekcionista i šumara su smanjili neke od rizika po šumu. Ipak, ekonomski interesi takođe preovlađuju, a poslednji primjer je odluka šumara da dozvole jednom preduzeću da posjedu hektare hrastovog drveća.

Protekcionista su protestovali protiv odluke, tvrdeći da je potencijalna šteta po staništa i biodiverzitet dovoljno ozbiljna da zaslužuje učešće javnosti u procesu. Oni su smatrali da pravo javnosti na informisanost obavezuje javne vlasti - u ovom slučaju organizaciju kojoj je povjerena zaštita šuma - da informiše javnost i dozvoli joj učešće u donošenju finalne odluke.

Šumari su odgovorili medijskom kampanjom tvrdeći da je hrastovo drveće trulo, te da je najbolje rješenje posjeći ga dok još ima ekonomsku vrijednost. Takođe su utvrdili da

oni imaju odgovornost za upravljanje šumama u interesu javnosti, a u ovom slučaju njihova je dužnost da ublaže gubitke.

Protekcioniisti su zahtjevali sastanak sa šumarima, a da preduzeće sačeka sa sječom. Šumari su prihvatili zadatak i pozvali grupe u svoju kancelariju. Predstavnici sve tri grupe su pozvani da učestvuju na sastanku.

Pregovori su se brzo pokvarili kada su protekcioniisti optužili šumare za priklanjanje interesima korporacije. Šumari su insistirali na tome da su oni obavili svoju dužnost informisanja javnosti i da nema razloga za daljim odlaganjem procesa. Predstavnici preduzeća su tvrdili da je potpisan validan ugovor i zaprijetili da će zaustaviti operaciju sječe šume i tako brojne lokalne radnike učiniti nezaposlenim.

Jedini dogovor koji se mogao postići bio je da se pozove jedna NVO specijalizovana za održivi razvoj, da posreduje u razgovorima. NVO je kontaktirala sve uključene strane radi njihovog gledišta i ispitivanja situacije. Onda su sve tri strane pozvane na neutralnu lokaciju.

Na sastanku je NVO parafrazirala argumente sve tri grupe. Trebalo je neko vrijeme da se podsjetite korporacija i šumari na to da su oni možda ispunili minimalne zahtjeve za obezbjeđivanje informacija javnosti, ali da situacija ima potencijal da nanese štetu njihovom javnom imidžu ako ljudi osjete da se lokalna sredina eksploatiše zarad pohlepe korporacije.

NVO je onda podsjetila i na to da joj imidž može biti narušen i ako se poslovi izgube zbog gomile "zaštitnika drveća" koji ignorišu činjenice i zaustavljaju vijabilnu operaciju samo da bi propagirali sopstvene stavove.

Posrednikove iskrene, a opet objektivne primjedbe su postavile novi konstruktivni ton i dozvolile svim stranama da usmjere svoje energije u pravcu rješenja, a ne jedni prema drugima. Neutralna lokacija je takođe nudila iskreniji teren, što je smanjilo tenzije. Na kraju sastanka, posrednik je predložio da se obavi nezavisna analiza od strane nepristrasnih eksperata, koja bi potom neprerađena bila objavljena na sajtu NVO. Onda bi se održao javni skup prije posjecanja i jednog drveta.

Poboljšati pristup pravdi

Bez obzira na to koliko dobro je planiran neki projekat sa uticajem na životnu sredinu, poput deponije, može se dogoditi da javnost bude nezadovoljna jer ljudi osjećaju da su njihovi zahtjevi za informacijama:

- ignorisani ili nezakonito odbijeni;
- neadekvatno odgovoreni; ili
- na neki drugi način nisu tretirani u skladu sa nacionalnim zakonima ili pravima datim Konvencijom.

U takvim slučajevima, javnost treba da zna da ima prava i zakonske mogućnosti da dođe do onoga što želi. U skladu sa Arhuskom Konvencijom i nacionalnim zakonima, garantovano je ponovno razmatranje procedure pred sudom ili nekim drugim zakonski uspostavljenim nezavisnim i nestranačkim tijelom. Takođe postoji i pristup jednoj eksperimentalnoj proceduri uspostavljenoj zakonom koja je besplatna ili jeftina, sa ciljem ponovnog razmatranja od strane javnih vlasti ili pregleda od strane nekog nezavisnog i nestranačkog tijela različitog od Suda.

Osim toga, vlasti moraju da pruže građanima jednostavnu, jeftinu i poštenu proceduru. Da bi se ostvario ovaj proces, vlasti moraju da obezbjede javnosti informacije o postojećim i odgovarajućim zakonskim procedurama. Vlasti takođe moraju da informišu javnost o dostupnim izvorima ekoloških informacija i pruže odgovarajuću podršku udruženjima, organizacijama ili grupama koje promovišu zaštitu životne sredine, dokle god djeluju saglasno nacionalnim zakonima.

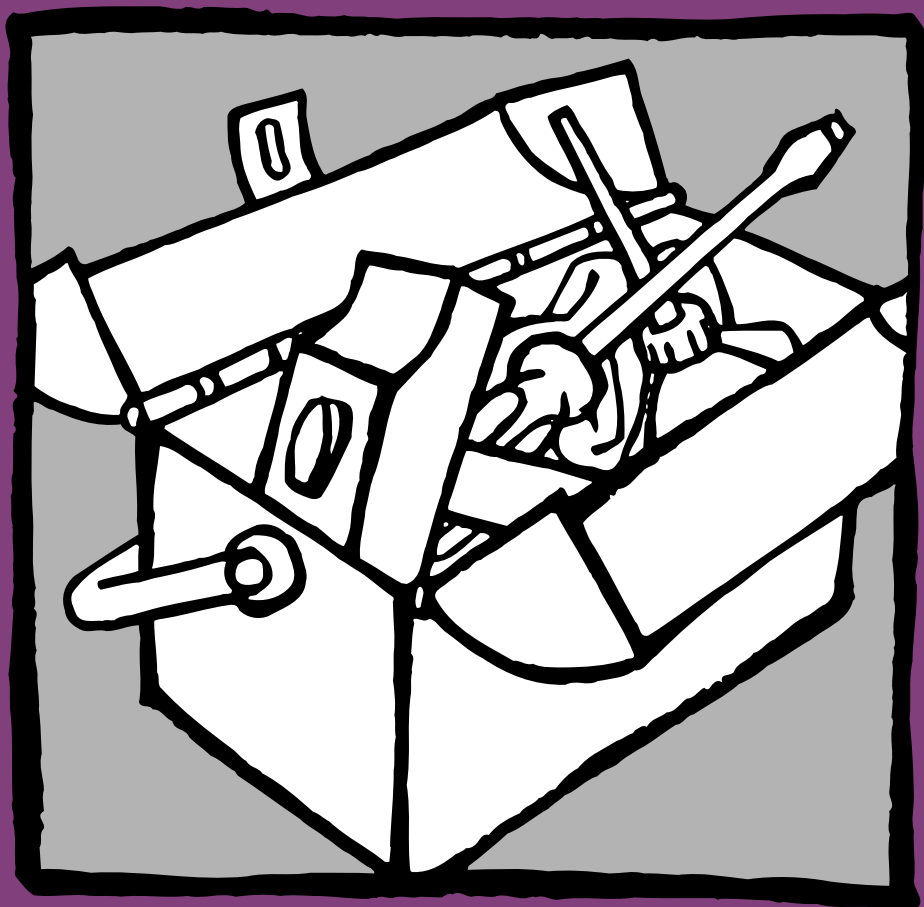
NVO mogu da pomognu implementaciju nacionalnih ekoloških propisa i Arhuske Konvencije na mnogo načina. Na slici 4 su dati načini na koje NVO mogu da pomognu onda kada je ugroženo pravo na pristup informacijama.

SLIKA 4

Olakšati

Mnogo je načina na koje NVO može da pomogne ne samo svojim članovima, već i široj javnosti kao i zainteresovanim pojedincima, da koriste dostupne zakonske mogućnosti, uključujući:

- uspostavljanje zelene telefonske linije za građane koji tako mogu da se informišu, a na pozive im odgovaraju pravni eksperti o proceduralnim pitanjima i zakonskim mehanizmima;
- pomaganje uspostavljanja ekološkog ombudsmana;
- vršenje neprekidnog pritiska na vlasti da poboljšaju informativne sisteme; i
- posmatranje kako se obaveze iz Arhuske Konvencije inkorporiraju u nacionalno zakonodavstvo.



Metode Treninga

Metoda 1: Novinski izvještaj

Opis: Rad sa medijima kako bi se poboljšali odnosi sa javnošću

Učesnici: Individualni

Trajanje: 30 minuta

Procedura:

- 1 Neka svi učesnici odaberu jednu formu medija i napišu novinski izvještaj o nekom važnom događaju koji će održati neka NVO.
- 2 Neka učesnici pročitaju svoje izvještaje.

Diskusija:

Kojim izvještajima se moglo vjerovati i zašto? Koji izvještaji su Vas nagnali da poželite da saznate više o temi ili budete uključeni u događaj? Koji bi drugi tipovi medijskog pokrivanja pojačali imidž organizacije u priči?



Metoda 2: Razgovorna emisija

Opis: Vježbanje intervjua uživo

Učesnici: Individualni

Trajanje: 30 minuta

Materijali: Kasetofon za snimanje i kasete

Procedura:

- 1 Podjelite učesnike u grupe po troje.
- 2 Dodjelite uloge grupama: radio novinar, asistent novinara i gost predstavnik NVO koja će biti predstavljena u radio emisiji.
- 3 Novinski izvještaji napisani za Metodu 1 će biti korišteni kao osnova za diskusiju.
- 4 Gost napušta grupu dok novinar i asistent novinara završavaju set pitanja za intervju.
- 5 Simuliraj radio emisiju. Svaki par (radio novinar i gost) ima pet minuta za emisiju, koja se snima. Tokom prezentacije drugi članovi grupe ostaju po strani. Oni igraju uloge slušaoca koji mogu da zovu i postavljaju pitanja.

Diskusija:

Šta su bile teškoće prilikom davanja intervjua? Kako se možeš pripremiti za intervju uživo? Da li je vrijedno vježbati unaprijed?

2

Metoda 3: Kriza

Opis: Rad kroz medije u kriznoj situaciji

Učesnici: Male grupe

Trajanje: 40 minuta

Materijali: Mapa oblasti gde će se akcija odvijati

Procedura:

- 1 Podjelite učesnike u male grupe.
- 2 Podjelite uloge i zadatke unutar grupe koja predstavlja kriznu koordinacionu grupu. Postojeće predstavnici NVO i koordinator grupe, dok su ostali članovi predstavnici relevantnih grupa odgovornih za rješavanje situacije koja je u pitanju (predstavnici vlade, eksperti, itd.)...
- 3 Objasnite učesnicima da će igrati uloge predstavnika organizacije odgovorne za rješavanje iznenadne, neočekivane situacije koja je prijetnja po lokalnu životnu sredinu. Lokalni novinari su veoma istrajni i nisu pristalice organizacije o kojoj je riječ. Javnost je uznemirena.
- 4 Kao grupa, članovi trebaju izabrati krizu i pripreme pouzdane informacije za javnost o događaju. Treba da osmisle plan zajedničke akcije koji obuhvata sve relevantne sektore javnosti.
- 5 Oni onda trebaju predstaviti rezultate plana akcije na konferenciji za štampu i kako će to pomoći sprečavanju sličnih situacija u budućnosti.
- 6 Vođe dvije grupe osmišljavaju saopštenje za štampu. Oni obavještavaju javnost o novoj situaciji, mogućim posljedicama i planu o sprečavanju nezgoda većih razmjera.
- 7 Ostali članovi grupe osmišljavaju plan za uključivanje zainteresovanih osoba u aktivnostima rekonstrukcije.
- 8 Grupa zajednički odlučuje o planu akcije i odgovornostima svih strana u akciji za brzu i efikasnu rekonstrukciju svih pogođenih oblasti i prevenciji daljih negativnih efekata.
- 9 Oni zajednički organizuju konferenciju za štampu da predstave rezultate akcije i plan za sprečavanje takvih situacija u budućnosti.
- 10 Grupe redom simuliraju konferenciju za štampu. Ostali učesnici glume novinare i postavljaju pitanja o planu.

Diskusija:

Koji elementi planova nisu dobri? Koliko temeljno se jedna organizacija može pripremiti za konferenciju za štampu u kriznoj situaciji? Može li jedna organizacija da se pripremi za takvu situaciju prije nego što se takva situacija pojavi?

3

Metoda 4: Debata

Opis: Posmatranje obe strane nekog problema

Učesnici: Dvije jednake grupe i šestočlana porota

Trajanje: 40 minuta

Procedura:

- 1 Objasnite da će ova aktivnost biti održana u formi debate sa striktnim pravilima akcije.
- 2 Odaberite šest učesnika koji će biti članovi porote. Ostali učesnici treba da budu podjeljeni u dvije grupe.
- 3 Učesnicima se daju stavovi koje će jedni da brane, a drugi da negiraju. Na primjer:
 - Jedna odabrana komisija NVO treba biti u mogućnosti da blokira planove koji na neodgovarajući način koriste prirodne resurse;
 - Treba nametnuti visoki porez za preduzeća i individue za odlaganje čvrstog otpada kako bi se ohrabrilo recikliranje;
 - Treba zaštititi plate radnika u ne-profitnom sektoru.
- 4 Podjelite pravila debate (slika 5).
- 5 Dajte grupama 20 minuta da pripreme svoje argumente.
- 6 Započnite debatu i zapisujte za i protiv na tabli.
- 7 Dajte poroti pet minuta da donese odluku.
- 8 Neka porota predstavi svoju odluku i individualna zapažanja.

Diskusija:

Koji argumenti su bili najubjedljiviji? Da li su izostavljene neke značajne tačke? Da ima više fleksibilnosti, da li bi porota izabrala rješenje koje je negdje između dvije strane?



SLIKA 5

Pravila za debatu

- 1** Tri odabrana člana predstavljaju grupu tokom debate. Predstavnici suprotstavljenih grupa sjede jedni nasuprot drugih, sa članovima svoje grupe pored sebe. Članovi porote sjede u sredini.
- 2** Prvi predstavnik prve grupe otvara debatu prezentovanjem stava svoje grupe i argumenata.
- 3** Riječ onda dobija prvi predstavnik druge grupe, koji odgovara na argumente.
- 4** Onda drugi predstavnik druge grupe iznosi stavove svoje grupe, na koje odgovara drugi predstavnik prve grupe.
- 5** Završne primjedbe daje treći predstavnik prve grupe, nakon čega riječ dobija treći predstavnik druge grupe.
- 6** Ostali članovi grupa mogu da daju dodatne argumente svojim predstavnicima, ali ne mogu da dobiju riječ.
- 7** Predstavnici grupa ne mogu da prekidaju govornike iz druge grupe ili da izgovaraju slaganje.
- 8** Nakon zatvaranja diskusije, članovi porote napuštaju sobu kako bi donijeli odluku o tome koja strana je iznijela bolje argumente u debati. Porota saopštava svoju zajedničku odluku ostalim učesnicima.
- 9** Svaki član porote onda iznosi primjedbe o odluci. Članovi porote daju svoja individualna mišljenja o proceduri korištenoj za donošenje odluke.

4

Metoda 5: Izgradnja konsenzusa

Opis: Izgradnja konsenzusa u etapi planiranja

Učesnici: Prvo u malim grupama, onda svi zajedno

Trajanje: 50 minuta

Procedura:

- 1 Objasnite grupi da se započelo sa planiranjem velikog parka 30 kilometara od velikog grada u oblasti gdje je nezaposlenost velika. Park će imati vožnje i aktivnosti koje zahtjevaju mnogo resursa, posebno vode i struje. Da bi se omogućilo da park može da posjeti veliki broj posjetilaca, biće potreban veliki parking, kao i auto-put u sva četiri pravca. U jednom pravcu biće potrebno da se auto-put kroz staru šumu presječe kako bi dosegao jedan važan populacioni centar. Park će biti koristan za lokalnu populaciju u smislu poslova i razvoja infrastrukture, ali će neka preseljenja biti neophodna. Investitori već znaju da je ranije bilo slučajeva otkazivanja sličnih projekata zbog lokalnih, prije svega ekoloških interesa, te stoga žele da izgrade konsenzus po pitanju projekta u fazi planiranja. Planeri parka su zbog toga pozvali na sastanak NVO (koje će zastupati ekološke interese i druge brige lokalnog stanovništva) i lokalne vlasti.
- 2 Podjelite učesnike u grupe: planere/investitore parka, NVO, lokalne vlasti i predstavnike lokalne populacije. Dajte grupama 30 minuta da sastave listu prioriteta u sklopu priprema sastanka. Za to vrijeme, NVO se sastaju sa lokalnim stanovništvom koje neće prisustvovati pregovorima.
- 3 Neka planeri održe sastanak, ne duži od 30 minuta, koji će se držati pravila i procedura za izgradnju konsenzusa. Pojasnite da se do kraja sastanka mora postići jasan dogovor oko ekoloških i ekonomskih interesa.

Diskusija:

Da li su se na skupovima poštovala pravila i procedure? Da li su tehnike za izgradnju konsenzusa funkcionisale bolje u preliminarnoj etapi? Da li su predstavnici bili spremni na kompromis? Kako se pripreme mogu poboljšati? Da li su NVO bile sposobne da zastupaju ekološke interese i interese lokalnog stanovništva podjednako?

5

Metoda 6: Iznošenje ideja

Opis: Ideje generisanja strategije kampanje

Učesnici: Dvije grupe

Trajanje: 40 minuta

Materijali: Tabla, kasetofon za snimanje i pomoćni materijal: Prije nego što počnemo

Procedura:

- 1 Podjelite učesnike u dvije grupe. Informišite ih da će iznositi ideje za javnu kampanju.
- 2 Neka grupa odredi voditelja i zapisničara. Pratite proceduru prikazanu u vodiču.
- 3 Razdijelite sliku 6: Prije nego što počnemo.
- 4 Dajte grupama 10 minuta za zagrijavanje i 25 minuta da kompletiraju zadatak.
- 5 Neka grupe prezentuju svoje kampanje.

Diskusija:

Da li se ovdje korištena tehnika iznošenja ideja razlikuje od načina na koji ste to radili u prošlosti? Da li je aktivnost zagrijavanja pomogla?

SLIKA 6

Prije nego što počnemo

Tvoja NVO je odlučila da sprovede lokalnu kampanju kako bi podstakla korištenje jednog ekološki prihvatljivog produkta. Lokalno jezero koje obezbjeđuje životne uslove za rijetke vrste riba i ptica je pod posebnom zaštitom, ali izlivanje otrovnih hemikalija koje se dešava je prijetnja po ugrožene vrste. Jezero se takođe koristi kao glavni izvor vode za stoku. Veliki dio ljudske populacije oko oblasti jezera uzgaja ovce. Analize pokazuju da je otrovni agens hemijska supstanca koja se koristi da zaštiti ovce od određenih bolesti. Lokalno stanovništvo ne želi da koristi skuplji

agens koji bi smanjio ekološku štetu. Cilj kampanje je da podstakne lokalno stanovništvo da prestane da koristi štetni agens u korist bezopasnog. Dobar kontakt sa lokalnom populacijom je esencijalan za uspjeh kampanje i dalju zaštitu jezera.

Kako bi se radionica učinila produktivnijom grupama se daju "mape uma" (grafička tehnika za organizovanje ideja). Zapisničar treba da popuni mapu kada grupa odluči o ciljevima koje želi da postigne.

Mapa uma

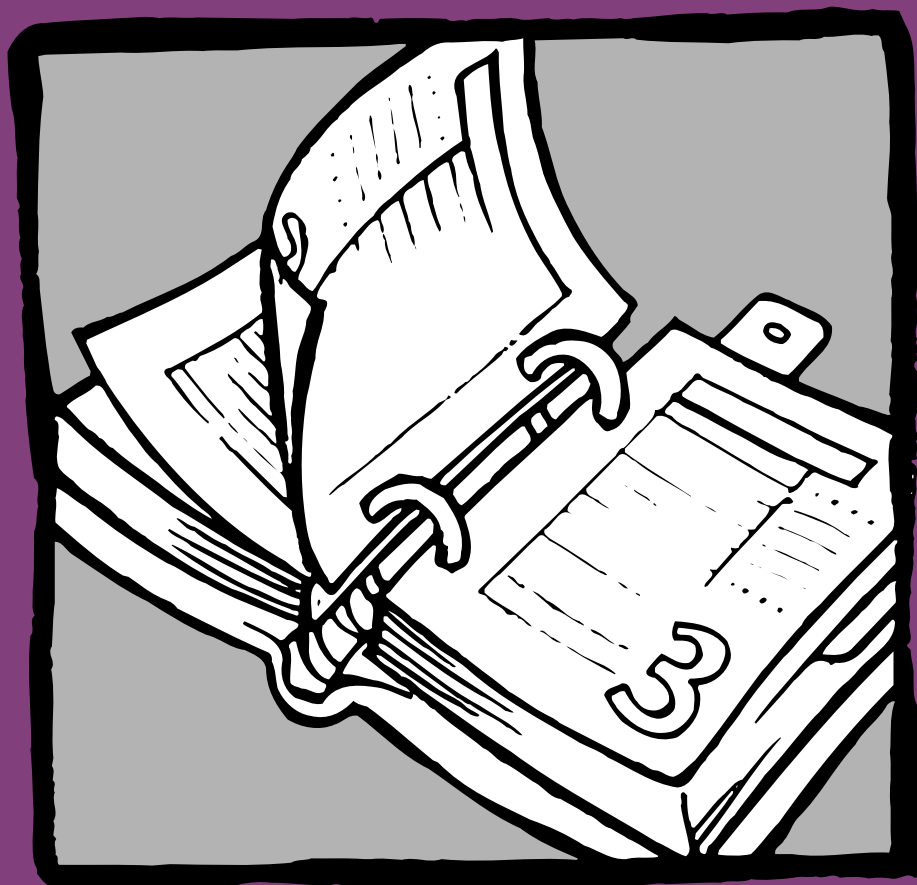
Definišite izazov

	CILJ	METODA	OPREMA	PRODUKT	PARTNERI
1					
2					
3					

Svaka ideja treba da bude izražena korištenjem samo jedne ključne riječi zapisane u tabelu. Dok popunjava tabelu, zapisničar može da kombinuje različite ideje,

koristi numerisanje, različite boje, strelice, itd. Neka mapa kruži među učesnicima kako bi se došlo do dodatnih ideja.

6



Primjer Dnevnog Reda Radionice

Kako obavljati obuku

Ovaj primjer dnevnog reda namjerava vam u budućnosti pomoći pri izradi obuke vođenja projekta koristeći se raznim elementima ovog priručnika i metodama. Njegova tačna upotreba, u kombinaciji sa drugim aktivnostima, bi trebala biti zasnovana na tome šta vi znate o očekivanjima i iskustvima vaših trenera, kao i vrijeme na raspolaganju za izvođenje aktivnosti obuke. Kao dodatak temama treninga, primjer dnevnog reda predlaže aktivnosti koje obezbjeđuju interaktivne elemente vašoj obuci.

Primjer dnevnog reda radionice		
Dio 1 — Uvod		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Upoznajte učesnike sa obukom i međusobno se upoznajte	Predstavljanja
Očekivanja	Izrazite i razjasnite očekivanja	Diskusija
Definicije	Pitajte: Šta je pravo na informisanost? Šta je Arhuska konvencija?	Diskusija
Pregled dnevnog reda	Razjasnite plan obuke i metode, povezujući ih sa očekivanjima trenera.	Predavanje
Dio 2 — Javnost i Javne vlasti		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Ko je javnost? Ko je zainteresovana javnost?	Diskusija
Izvori informacija	Predstavite dostupna sredstva	Predavanje
Primjer	Pokažite kako NVO-i mogu stvoriti korištenje raznih izvora informisanja	Predavanje/Diskusija o GROWN
Dio 3 — Komunikacije		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Predstavite osnove strategije komunikacije	Predavanje
Medij	Predstavite različite načine rada sa medijima	Predavanje
Aktivnosti	Vježbajte radeći sa medijima	Metoda 1 Novinski izvještaj Metoda 2 Razgovorna emisija
Dio 4 — Informisanje javnosti		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Predstavite osnove javnih odnosa i svakodnevnne komunikacije	Predavanje

Primjer dnevnog reda radionice		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Kampanje javnih odnosa	Prezentirajte elemente kampanja javnih odnosa	Predavanje
Aktivnost	Sastavljanje kampanje koja se upućuje na neočekivani element	Metoda 3: Kriza
Dio 5 — Donošenje odluke		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Predstavite ulogu javnog učešća u donošenju odluka	Predavanje
Donošenje odluke	Prezentirajte proceduru za donošenje odluka	Predavanje
Aktivnost	Vježbajte javne debate i donošenje odluka	Metoda 4 Debata
Dio 6 — Izgradnja konsenzusa		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Pitajte učesnike kako oni donose odluke i da li upošljavaju izgradnju konsenzusa	Diskusija
Izgradnja konsenzusa	Prezentirajte ulogu i filozofiju izgradnje konsenzusa	Predavanje
Aktivnost	Vježbajte tehniku	Metod 5: Izgradnja konsenzusa
Dio 7 — Iznošenje ideja		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Diskutujte kada i ko treba iznositi ideje	Diskusija
Iznošenje ideja	Prezentirajte tehnike iznošenja ideja	Predavanje
Aktivnost	Vježbajte tehniku	Metoda 6: Iznošenje ideja
Dio 8 — Pregovaranje		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Diskutujte o pregovorima sa kojima su se učesnici suočili	Diskusija
Iznošenje ideja	Izaberite nekoliko primjera i Iznošenje ideja	iznesite rješenja
Diskusija	Vježbajte donošenje odluka tako što ćete izabrati rješenje za jedan od primjera	Aktivnost

Primjer dnevnog reda radionice

Dio 9 — Posredovanje

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Uloga posrednika	Predavanje
Poziv za posredovanje	Diskutujte kad bi posredovanje bilo potrebno	Diskusija
Aktivnost	Izaberite jedan primjer sa prethodne sesije i dovedite posrednika	Aktivnost
Pregled	Pregledajte glavne tačke obuke	Diskusija
Procjena	Razdijelite formulare za procjenu	Procjena
Završavanje	Zatvorite sesiju	Zatvaranje

Regionalni centar za okoliš/životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC)

je nezavisna, nepolitička, nestranačka, neprofitna organizacija sa misijom da pomogne pri rješavanju problema vezanih za okoliš/životnu sredinu u Centralnoj i Istočnoj Evropi (CEE). Centar ispunjava ovu misiju time što promovira saradnju između nevladinih organizacija, vlada, biznisa i ostalih učesnika u okolišu/životnoj sredini, podržavajući slobodnu razmjenu informacija i promovisanjem učešća javnosti u procesu donošenja odluka vezanih za okoliš/životnu sredinu.

REC je osnovan 1990 godine od strane Sjedinjenih Američkih Država, Evropske Komisije i Mađarske. Danas, REC se zakonski bazira na Povelji potpisanoj od strane vlada 27 država i Evropske Komisije, i na Međunarodnom Sporazumu sa Vladom Mađarske. REC ima sjedište u Szentendreu, Mađarska, i lokalne kancelarije u svakoj od 15 zemalja korisnica CEE koje su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Češka Republika, Estonija, Mađarska, Latvija, Litvanija, FYR Makedonija, Poljska, Rumunija, Slovačka, Slovenija i Srbija i Crna Gora.

Skorašnji donatori su Evropska Komisija i Vlade: Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Češke Republike, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Njemačke, Italije, Japana, Latvije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švicarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbija i Crna Gora kao i ostale među-vladine i privatne institucije.



Pravo na informisanost