

RAZVIJANJE VEŠTINA NVO

# Pravo na informisanost



REGIONALNI CENTAR ZA ŽIVOTNU  
sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu



RAZVIJANJE VEŠTINA NVO

# Pravo na informisanost

Napisali

**VIOLETA ORLOVIĆ I MIRJANA BARTULA**

Uredio

**STIVEN GRENING**



REGIONALNI CENTAR ZA ŽIVOTNU  
*sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu*

## O REC - u

Regionalni centar za životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC) je nestranačka, nezavisna, neprofitna organizacija sa ulogom da pruža pomoć u rešavanju ekoloških problema u Centralnoj i istočnoj Evropi. Centar ispunjava misiju ohrabriranjem saradnje između nevladinih organizacija, vlada, privrede i drugih partnera u oblasti zaštite životne sredine, pružanjem podrške besplatnoj razmeni informacija i promovisanjem učešća javnosti u donošenju odluka koje se tiču životne sredine.

REC su 1990. godine osnovale Sjedinjene Američke Države, Evropska unija i Mađarska. Danas je REC legalno zasnovan na povelji koju su potpisale vlade 27 zemalja i Evropska Unija, kao i na međunarodnom sporazumu sa vladom Mađarske. Sedište REC je u Sentandreji, u Mađarskoj, a lokalne kancelarije se nalaze u 15 zemalja korisnika u Centralnoj i Istočnoj Evropi: Albaniji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Hrvatskoj, Republici Češkoj, Estoniji, Mađarskoj, Letoniji, Litvaniji, Makedoniji, Poljskoj, Rumuniji, Slovačkoj, Sloveniji i Srbiji i Crne Gore.

Trenutni donori su Evropska Unija i vlade Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Republike Češke, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Nemačke, Italije, Japana, Letonije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švajcarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbije i Crne Gore, kao i druge među-vladine i privatne institucije.

Kompletna autorska prava pripadaju REC-u za Centralnu i Istočnu Evropu

Ni jedan deo publikacije se ne sme prodavati ni u jednoj formi ili umnožavati za prodaju bez prethodne pismene dozvole nosioca autorskih prava

ISBN: 963 9424 98 6

Izdavač:

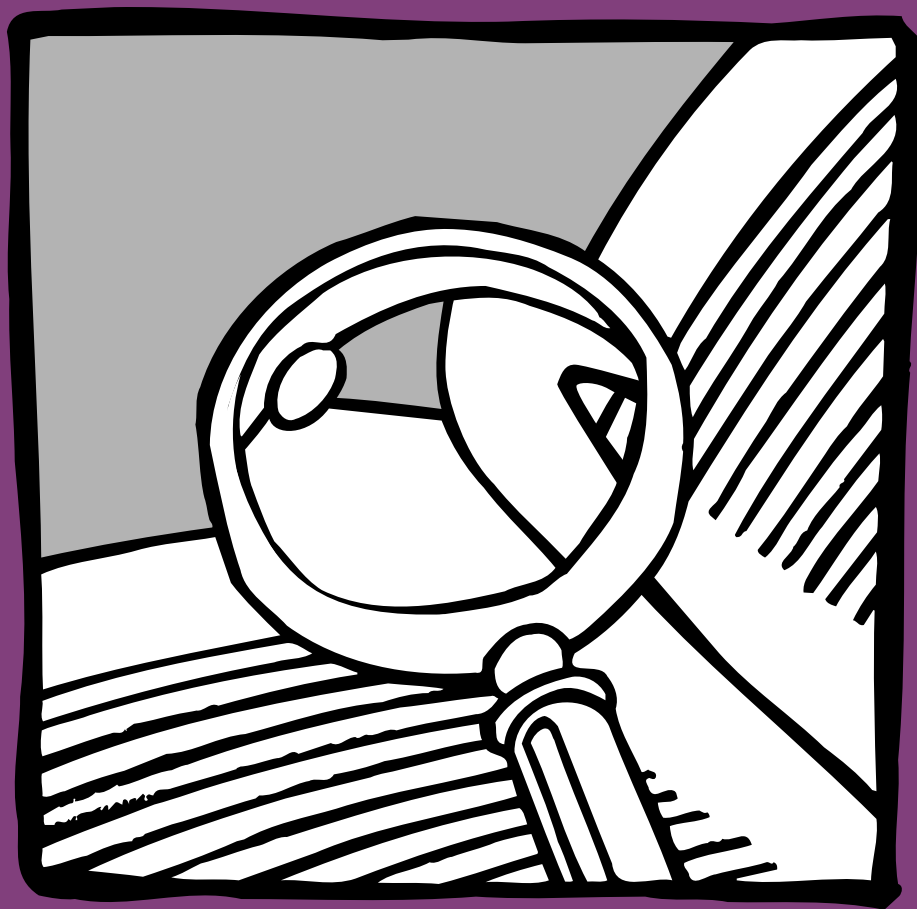
REC za Centralnu i Istočnu Evropu  
Ady Endre ut 9-11, 2000 Sentandreja, Mađarska  
Tel: (36-26) 504-000, Fax: (36-26) 311-294,  
E-mail: info@rec.org, Web-sajt: www.rec.org

Uredio: Steven Graning, dizajn i priprema: Sylvia Magyar i Laszlo Falvay,  
Ilustracije: Laszlo Falvay  
Štampano u Mađarskoj, TypoNova

Ova i ostale REC-ove publikacije su štampane na recikliranom papiru ili papiru proizvedenom bez korišćenja hlorina ili hemikalija na bazi hlorina.

<b>Tema</b>	<b>5</b>
Pregled	7
Učenje prava na informisanost	8
<b>Nastavni praktikum</b>	<b>21</b>
Oruđe 1: Novinski izveštaj	23
Oruđe 2: Razgovorna emisija	24
Oruđe 3: Kriza	25
Oruđe 4: Debata	26
Oruđe 5: Izgradnja konsenzusa	28
Oruđe 6: Iznošenje ideja	29
<b>Primer dnevnog reda radionice</b>	<b>31</b>





Tema



## Pregled

### Upoznavanje

Jedan od principa demokratije je da ljudi imaju pravo da učestvuju, direktno ili indirektno, u donošenju odluka koje oblikuju budućnost. U većem delu sveta, 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), doneta 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 obezbeđuju ova prava. Arhuska konvencija je dogovorena uz učešće ne-vladinih organizacija (NVO) 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 igraju važnu ulogu u ovom procesu kroz uticanje na socijalne promene. 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 uspeh ultimativni cilj, neki više zajednički rezultat je kompromis. NVO moraju da prepoznaju situaciju koja zahteva usklađivanje i pregovaranjem dođu do najboljeg mogućeg kompromisa.

### Cilj Vodiča

Bez sakupljanja informacija i pregovaračkih veština, NVO ne mogu da ispune 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 rešenjima, kako bi se povećala efektivnost i efikasnost NVO. Posebna pažnja je data obavezama koje imaju javne vlasti prema Arhuskoj konvenciji.

### Veštine koje treba razviti

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

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

### Sadržaj

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

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

## Održavanje obuke

Materijal u ovom vodiču i praktikum koji sledi treba koristiti kao osnove za obučavanje članova ekoloških NVO u pravu da se zna. Dat je i plan dnevnog reda kao pomoć u osmišljavanju programa obuke adaptiranog da odgovara veštinama, 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, obezbeđivanje pristupa javnosti ekološkim informacijama je samo deo problema. Zahtevi su stoga upućeni na javne vlasti koje treba da obezbede relevantne informacije javnosti. Razlika može izgledati trivijalna, ali je važno da teret znanja bude deljen između snabdevača 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 prosleđuju informacije javnosti. NVO 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 znači jedno ili više fizičkih ili pravnih lica i, u skladu sa nacionalnim pravom 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 koje se bave unapređenjem zaštite životne sredine i koje ispunjavaju sve eventualne uslove shodno nacionalnom zakonu smatraće se da imaju takav interes. Arhuska konvencija dodeljuje posebnu ulogu ekološkim NVO: 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 primer, 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 sledećih:

(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 primer, 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 legislaciji (npr. javno komunalno preduzeće uspostavljeno odlukom ministarstva ili rezolucijom parlamenta).

(c) Bilo koje drugo fizičko ili pravno lice koje ima javna ovlašćenja ili funkcije, ili koje pruža javne usluge, u vezi sa životnom sredinom, a koje je pod kontrolom organa ili lica iz podstavova (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 tela, dodelile 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 razumeli 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) 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 besni zbog štete koja će biti naneta 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, NVO se kvalifikovala kao zainteresovana javnost, te je stoga uživala sva prava koja donosi Arhuska konvencija.

Prvi zadatak za osoblje u NVO bio je da se pronadu tačne i kompletne informacije o deponiji. Kontaktirali su odgovorne osobe na lokalnom nivou - pretstavnike javnih vlasti odgovornih za projekat - i zahtevali 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 je shvatila da Arhuska konvencija (unutar okvira nacionalnog zakonodavstva) obezbeđuje prava da se:

- dobiju ne samo informacije, već takođe i dostupna dokumentacija o tome gde se one mogu naći;
- informacije dobiju što je pre moguće, a najviše jedan mesec nakon što su zatražene;
- informacije dobiju bez objašnjavanja zbog čega se traže; i
- dobije objašnjenje zašto je zahtev 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](http://www.unce.org/env/pp)>.

## Izvori

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

Druga relevantna ministarstva ili javna tela sa dodeljenom vlašću, poput Ministarstava za urbano planiranje, pošumljavanje, vode, industrije i poljoprivrede, su dobri izvori informacije. GROWN zna da će mesto deponije biti stari kamenolom na ivici grada, što ih je vodilo ka tome da veruju da druga ministarstva, verovatno za urbano

planiranje i industriju, možda imaju vredne informacije.

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

Lokalne vlasti imaju izvesnu kontrolu nad planiranjem. GROWN dobro poznaje lokalne ekološke vlasti i stoga zna koga da direktno 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 javnost. Prezentovanje informacija za opštu upotrebu zahteva 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 vredni 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 i sl.;
- 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 menadžmentu otpadom u toj oblasti.

Arhuska konvencija (posebno ako je harmonizovana sa nacionalnim / lokalnim zakonima) zahteva 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, i dr.);
- pronalaženjem kreativnih i korisnih načina za posmatranje i uticanje na proces donošenja odluke (poput ohrabrivanja "zelene stolice" u izvršnim odborima, opštinskim komitetima i sl.).

Prema Arhuskoj konvenciji, javnost mora biti informisana (na vreme i adekvatno) o bilo kojoj proceduri donošenja odluke vezano za specifične aktivnosti koje mogu uticati na životnu sredinu. GROWN zna da je menadžment otpadom uključen 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 doneta.

Slika 1 opisuje kako nova legislativna u Srbiji i Crnoj Gori inkorporira principe Arhuske konvencije.

### Komunikacije

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

#### Strategija komunikacije

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

- ciljeve komunikacije;
- ciljne grupe;
- sredstva za dvosmernu 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

### Primena 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 Srbiji i Crnoj Gori, gde 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 korišćeni u korekciji formulisanja zakona pre odabiranja finalne 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 rešavanje ekoloških problema, NVO moraju da angažuju novinare koji hoće da izveštavaju o njihovim aktivnostima. Kontakt sa medijima obično ima formu:

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

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

Javni nastupi mogu da povećaju profil NVO, ali oni moraju biti planirani pažljivo. 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. Ni jedan javni nastup se ne sme 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, vreme i mesto 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 reč 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 reč novinarima nakon uvodnog govora. Govornici na konferenciji za štampu su snažno potstaknuti da probaju događaj unapred 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 informišu generalno 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 obezbeđuju kritičnu prvu impresiju. Promotivni materijal mora da reflektuje 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 svetom na dnevnim osnovama. Ovaj kontakt postavlja NVO na obe strane prava na informisanost: one su i snabdevači 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 odeljenja koja se bave odnosima sa javnošću.

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

Novinari, istraživači i drugi članovi javnosti će često kontaktirati NVO radi informacija. NVO 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 zahteve brzo i tačno. Dobar menadžer za odnose sa javnošću u toku je sa aktivnostima organizacije kao i sa odgovarajućim događajima u svetu. Ekološke katastrofe poput trovanja reke Tisa, na primer, fokusiraju pažnju sveta na specifično pitanje (ovde, rudarske aktivnosti i vodene ekosisteme) i nude odličnu priliku za podizanje društvene svesti.

### Uključivanje javnosti

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

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

Organizovanje uspešne kampanje zahteva:

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

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

Ljudi visokog društvenog profila mogu da pruže snažnu podršku kampanji, ali oni moraju biti pažljivo odabrani. Popularne osobe iz sveta zabave su tako mnogo korisniji za podizanje svesti 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 reč mogu takođe da služe interesima kampanje. Uz odgovarajuću pripremu ovakve osobe mogu da budu odlični portparoli kampanje. U svakom slučaju, interes medija može biti znatno manji nego kada je reč o popularnim osobama iz sveta zabave.

### Kampanje su upućene na pitanja koja su:

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

### Tehnike komunikacije

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

NVO 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, oni imaju više informacija o ekološkim problemima i više iskustva u njihovom rešavanju. Sa svoje strane, građani na lokalnom nivou će često imati snažan uvid u lokalna pitanja i tako predstavljati odlične partnere za NVO. Snažan napor po pitanju odnosa sa javnošću može kreirati atmosferu potrebnu za plodonosnu kooperaciju između ove dve 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 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 posledice. Koordinisan napor jedne NVO da iskaže volju javnosti i interesnih grupa je često potreban radi kompletiranja dugo traženih promena u zakonodavstvu.

### Učešće javnosti

#### Donošenje odluke

Davanje glasa javnosti u procesu donošenja odluka je ključ za održavanje zdrave životne sredine. Kritično je da NVO shvate svoju poziciju u procesu donošenja odluke, posebno kada se suočavaju sa poslovnim interesima. Iako ima nekoliko izuzetaka, poslodavci deluju prvo i pre svega u svom interesu. Na menadžmentu 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 balansira pro-biznis poruku. Ovo ne znači da NVO treba da budu anti-biznis orijentisane, ali treba da budu svesne da poslodavci nisu voljni da reklamiraju loše strane svojih projekata. Vera u demokratiju znači verovanje da će dobro informisana javnost, barem u većini slučajeva, donositi odgovorne odluke koje se tiču njene budućnosti.

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

Uspešan proces donošenja odluke uzima u obzir sve strane, čime se smanjuje verovatnoća da će implementacija biti naknadno ometana. Učesnici treba uvek da poseduju blagovremene, adekvatne i precizne informacije. Dokumenti poput Arhuske konvencije reflektuju ubeđenje da sve važne odluke treba da uključe sve relevantne interese, čak i onda kada punomoćje nad donošenjem finalne 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 retko, te je stoga tako nešto nerealan cilj. Umesto toga, izgradnja konsenzusa teži odluci sa kojom će se svi složiti. Da bi se našlo ovakvo rešenje, 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 primer, dobro vođena sesija iznošenja ideja može da proizvede brojne opcije i da da šansu svima da daju doprinos svojim mišljenjem. Pored toga, pregovaranje neizbežno 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 spreči 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 procenjena od recimo 1 do 5 ili 1 do 10 prentenduju 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 namera 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](http://www.rec.org)>
- REC-ova kancelarija u Srbiji i Crnoj Gori <[www.recyu.org](http://www.recyu.org)>
- WWF <[www.wwf.org](http://www.wwf.org)>
- Sekcija UNECE web sajta posvećena Arhuskoj konvenciji <[www.unece.org/env/pp](http://www.unece.org/env/pp)>
- Međunarodna organizacija za očuvanje prirode i prirodnih resursa <[www.iucn.org](http://www.iucn.org)>
- Centar za organizovanje zajednice <[www.cpkp.cz](http://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 rešenja.
- Redukovati dugu listu (10 i više stavki) glasanjem.
- Pažljivo diskutovati o preostalim kandidatima. Beležiti 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 finalnu odluku i onda oceniti svaku opciju uz uvažavanje svakog kriterijuma. Na primer, grupa može da oceni tri različita automobila uvažavajući cenu, sigurnost, tovarni kapacitet, tehničke osobine i izgled. Da bi se ovaj metod učinio još moćnijim, svaki kriterijum takođe treba oceniti merenjem rangiranja svake stavke od strane svakog glasača. Ova podela odluke u podesne delove može da bude od pomoći i često će izneti latentne kriterijume ili mišljenja. Sofisticiranije odluke mogu biti dosegnute poređenjem parova alternativa i beleženjem glasova u tabele. Ove tabele mogu da budu vrlo moćne i nisu teške za korišćenje, sve dok diskusija o tome kako ih koristiti ne nadsenčuje prava pitanja.

Generalna ideja je da se glasanjem smanji lista na podesnu veličinu, a ne da se direktno donese odluka. Diskusije treba održati da bi se iznela na videlo mišljenja i dobio uvid. Glasanje ne bi trebalo da bude finalni korak u postizanju konsenzusa. Umesto 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 slediti kada se gradi konsenzus.

## Iznošenje ideja

Iznošenje ideja je grupna tehnika za generisanje novih, korisnih ideja i promovisanje kreativnog razmišljanja. Ova tehnika uključuje predlaganje rešavanja spontano i prezentovanje ideja bez objašnjavanja, opravdavanja, diskusija ili cenzure. Mada sve treba učiniti tako da se ohrabre učesnici 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 slušaoc. Pre sesije voditelj sređuje izjavu kako bi pomogao ostalima 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 cela sesija može biti ugrožena:

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

Zapisničari treba da zapisuju jasno svaku ideju gde svako iz grupe može da ih vidi. Broj učesnika u sesiji ne treba da bude 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 prevremeno vrednovanje ideja.

Iako iznošenje ideja zahteva 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 dve ili više strana moraju da pomire svoje razlike i slože se oko zajedničkog rešenja problema. Pregovaranje je kompleksan događaj. Priprema i opservacija su jednako važne kao i iskazivanje mišljenja jasno i čvrsto. Sledeća pravila su neophodna prilikom pregovaranja:

- Definisati problem jasno.
- 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 predloge 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** Pretstavi sesiju pregledanjem razloga za sesiju. Prodiskutuj osnovna pravila i proceduru koja treba da se koristi.
- 2** Obezbedi uvodnu aktivnost (5 - 10 minuta), koja treba da uvede grupu u uzbuđljivu sesiju. Ova aktivnost treba da bude mini - sesija iznašenja ideja o nekom neutralnom pitanju kako bi se učesnici ohrabрили da budu kreativni. Voditelj će možda želeti da završi uvod diskusijom članova o tome šta može biti rečeno o idejama koje mogu da spreče da sesija bude uspešna.
- 3** Sesija počinje! Ovo je kreativni deo. Postavi vremensko ograničenje na 20 - 25 minuta. Nekada je efikasno ukazati na vreme i onda dozvoliti dodatnih pet minuta. Zaustavi kada je još uvek uzbuđljivo; ne forsiraj grupu da radi. Vodi grupu tako da proizvede što je više moguće ideja. Sve sugestije zapisničar mora da zabeleži onako kako ih je govornik izneo. 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, uveri se da su svi razumeli svaku stavku. Slične ideje treba da budu kombinovane i grupisane. Na ovom mestu 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 veštine 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 osećanja grupe. Nakon sređivanja ideja daj svakom članu tima 100 poena da ih raspodeli na listi ideja. Članovi tima mogu da koriste svoje poene kako god žele. Onda utvrdi prioritetnost ideja u odnosu na zbir poena.

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 verovatno koristiti. NVO moraju da budu svesne svojih ograničenja, povlačeći se u ovoj etapi iz konflikta u kome ne mogu da pobeđu.

Jednom kada pregovaranje započne, aktivno slušanje je esencijalno. Pojavljivanje nezainteresovanosti ili preterano protivljenje će pokvariti atmosferu. Takođe je važno pustiti da druga strana zadrži svoj osećaj dostojanstva kako bi se izbeglo lično vredanje.

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

## Uputstva za efikasno pregovaranje

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

## 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 obezbedi objektivno mišljenje i alternativne predloge. NVO su ponekad pozvane da deluju kao posrednici u ekološkim pitanjima zbog njihove nepristrasnosti.

Dobar posrednik će:

- slušati aktivno;
- se uživeti;
- identifikovati oblasti mogućeg dogovora;
- raditi na otvaranju komunikacije;
- promovisati fleksibilnost i toleranciju;
- identifikovati dinamiku grupe;
- uzeti u obzir osećanja 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 treba stoga 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 primer, zamislite da je jednoj organizaciji koja se bavi šumarstvom i šumskim menadžmentom povereno 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 primer je odluka šumara da dozvole jednom preduzeću da poseku hektare hrastovog drveća.

Protekcioniisti 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 poverena 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 rešenje poseći ga dok još ima ekonomsku vrednost. Takođe su ustvrdili da oni imaju odgovornost za upravljanje šumama u interesu javnosti, a u ovom slučaju njihova je dužnost da ublaže gubitke.

Protekcioniisti su zahtevali sastanak sa šumarima, a da preduzeće sačeka sa sečom. Šumari su prihvatili zadatak i pozvali grupe u svoju kancelariju. Pretstavnici 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. Pretstavnici preduzeća su tvrdili da je potpisan validni ugovor i zapretili da će zaustaviti operaciju seče 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 vreme da se podsete korporacija i šumari na to da su oni možda ispunili minimalne zahteve za obezbeđivanje informacija javnosti, ali da situacija ima potencijal da nanese štetu njihovom javnom imidžu ako ljudi oseće da se lokalna sredina eksploatiše zarad pohlepe korporacije.

NVO je onda podsetila i na to da 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 primedbe su postavile novi konstruktivni ton i dozvolile svim stranama da usmere svoje energije u pravcu rešenja, 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 pre posecanja 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 osećaju da su njihovi zahtevi 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 telom. Takođe postoji i pristup jednoj ekspeditivnoj proceduri uspostavljenoj zakonom koja je besplatna ili jeftina sa ciljem ponovnog razmatranja od strane javnih vlasti ili pregleda od strane nekog nezavisnog i nestranačkog tela različitog od suda.

Osim toga, vlasti moraju da pruže građanima jednostavnu, jeftinu i poštnu proceduru. Da bi se ostvario ovaj proces, vlasti moraju da obezbede 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 deluju saglasno nacionalnim zakonima.

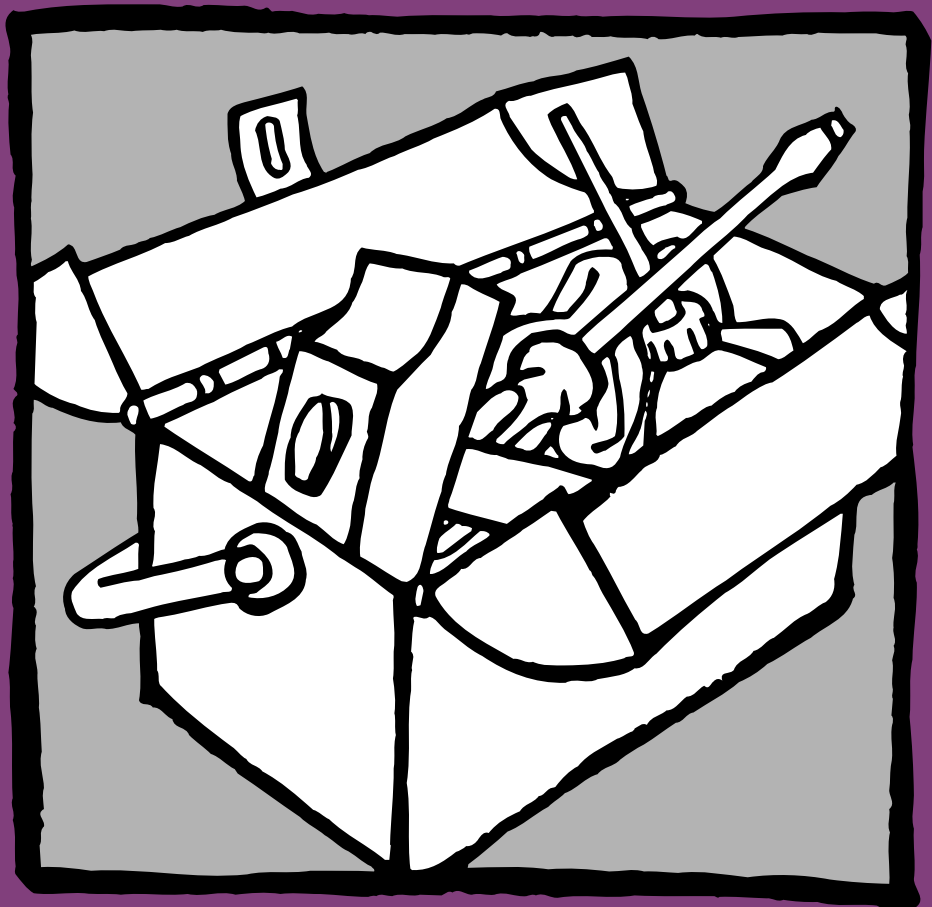
NVO mogu da pomognu implementaciju nacionalnih ekoloških regulativa i Arhuske konvencije na mnogo načina. Na slici 4 su dati načini na koje NVO mogu da pomognu onda kada je pravo na pristup informacijama ugroženo.

## 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.



## Praktikum



## Oruđe 1: Novinski izveštaj

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

---

**Učesnici:** Individualno

---

**Trajanje:** 30 minuta

---

### Procedura:

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

### Diskusija:

Kojim izveštajima se moglo verovati i zašto? Koji izveštaji su bili takvi da ste poželeti da saznate više o temi ili budete uključeni u događaj? Koji bi drugi tipovi medijskog pokrivanja pojačali imidž organizacije u priči?



## Oruđe 2: Razgovorna emisija

**Opis:** Vežbanje intervjua uživo

**Učesnici:** Individualno

**Trajanje:** 30 minuta

**Pribor:** Kasetofon za snimanje i kasete

### Procedura:

- 1 Podeli učesnike u grupe po troje.
- 2 Dodeli uloge grupama: radio novinar, asistent novinara i gost predstavnik NVO koja će biti predstavljena u radio emisiji.
- 3 Novinski izveštaji napisani za Oruđe 1 će biti korišćeni 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) imaju 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 vredno vežbati unapred?

# 2

## Oruđe 3: Kriza

**Opis:** Rad kroz medije u kriznoj situaciji

**Učesnici:** Male grupe

**Trajanje:** 40 minuta

**Pribor:** Mapa oblasti gde će se akcija odvijati

### Procedura:

- 1 Podeli učesnike u male grupe.
- 2 Podeli 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 rešavanje situacije koja je u pitanju (predstavnici vlade, eksperti, itd.).
- 3 Objasni učesnicima da će igrati uloge predstavnika organizacije odgovorne za rešavanje iznenadne, neočekivane situacije koja je pretnja po lokalnu životnu sredinu. Lokalni novinari su veoma istrajni i nisu pristalice organizacije o kojoj je reč. Javnost je uznemirena.
- 4 Kao grupa, članovi treba da izaberu krizu i pripreme pouzdane informacije za javnost o događaju. Treba da osmisle plan zajedničke akcije koji obuhvata sve relevantne sektore javnosti.
- 5 Oni onda treba da predstavljaju rezultate plana akcije na konferenciji za štampu i kako će to pomoći sprečavanju sličnih situacija u budućnosti.
- 6 Vođe dve grupe osmišljavaju saopštenje za štampu. Oni obavestavaju javnost o novoj situaciji, mogućim posledicama i planu o sprečavanju nezgoda većih razmera.
- 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 predstavljaju 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 pripremi sebe pre nego što se takva situacija desi?

# 3

## Oruđe 4: Debata

**Opis:** Posmatranje obe strane nekog problema

**Učesnici:** Dve jednake grupe i šestočlana porota

**Trajanje:** 40 minuta

### Procedura:

- 1 Objasni da će ova aktivnost biti održana u formi debate sa striktnim pravilima akcije.
- 2 Odaberi šest učesnika koji će biti članovi porote. Ostali učesnici treba da budu podeljeni u dve grupe.
- 3 Učesnicima se daju stavovi koje će jedni da brane, a drugi da negiraju. Na primer:
  - Jedna odabrana komisija NVO treba da bude 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 Podeli pravila debate (slika 5).
- 5 Daj grupama 20 minuta da pripreme svoje argumente.
- 6 Započni debatu i zapisuj za i protiv na tabli.
- 7 Daj poroti pet minuta da donese odluku.
- 8 Neka porota pretstavi svoju odluku i individualna zapažanja.

### Diskusija:

Koji argumenti su bili najubedljiviji? Da li su izostavljene neke značajne tačke? Da ima više fleksibilnosti, da li bi porota izabrala rešenje koje je negde između dve strane?



## SLIKA 5

**Pravila za debatu**

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

4

## Oruđe 5: Izgradnja konsenzusa

**Opis:** Izgradnja konsenzusa u etapi planiranja

**Učesnici:** Prvo u malim grupama, onda svi zajedno

**Trajanje:** 50 minuta

### Procedura:

- 1 Objasni grupi da se započelo sa planiranjem velikog parka 30 kilometara od velikog grada u oblasti gde je nezaposlenost velika. Park će imati vožnje i aktivnosti koje zahtevaju mnogo resursa, posebno vode i struje. Da bi se omogućilo da park može da poseti veliki broj posetilaca, biće potreban veliki parking, kao i auto-put u sva četiri pravca. U jednom pravcu biće potrebno da auto-put kroz staru šumu 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, pre 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 Podeli učesnike u grupe: planere / investitore parka, NVO, lokalne vlasti i predstavnike lokalne populacije. Daj grupama 30 minuta da sastave listu prioriteta u sklopu priprema sastanka. Za to vreme, 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. Pojasni 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

## Oruđe 6: Iznošenje ideja

**Opis:** Ideje generisanja strategije kampanje

**Učesnici:** Dve grupe

**Trajanje:** 40 minuta

**Pribor:** Tabla, kasetofon za snimanje i pomoćni materijal: Pre nego što počnemo

### Procedura:

- 1 Podeli učesnike u dve grupe. Informiši ih da će iznositi ideje za javnu kampanju.
- 2 Neka grupa odredi voditelja i zapisničara. Prati proceduru prikazanu u vodiču.
- 3 Podeli sliku 6: Pre nego što počnemo.
- 4 Daj grupama 10 minuta za zagrevanje i 25 minuta da kompletiraju zadatak.
- 5 Neka grupe prezentuju svoje kampanje.

### Diskusija:

Da li se ovde korišćena tehnika iznošenja ideja razlikuje od načina na koji ste to radili u prošlosti? Da li je aktivnost zagrevanja pomogla?

# 6

SLIKA 6

### Pre nego što počnemo

Tvoja NVO je odlučila da sprovede lokalnu kampanju kako bi potstakla korišćenje jednog ekološki prihvatljivog produkta. Lokalno jezero koje obezbeđuje životne uslove za retke vrste riba i ptica je pod posebnom zaštitom, ali izlivanje otrovnih hemikalija koje se dešava je pretnja po ugrožene vrste. Jezero se takođe koristi kao glavni izvor vode za stoku. Veliki deo ljudske populacije oko oblasti jezera odgaja 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 potstakne lokalno stanovništvo da prestane da koristi štetni agens u korist bezopasnog. Dobar kontakt sa lokalnom populacijom je esencijalan za uspeh 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

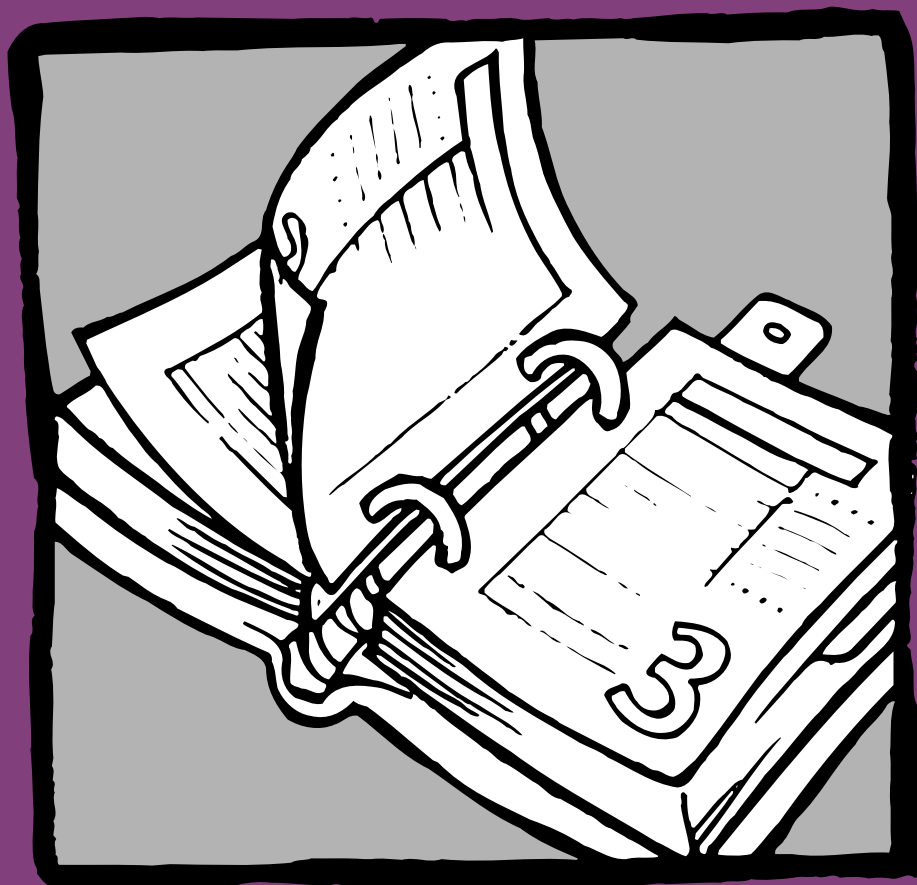
#### Definisati izazov

	CILJ	METODA	OPREMA	PRODUKT	PARTNERI
1					
2					
3					

Svaka ideja treba da bude izražena korišćenjem samo jedne ključne reči 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



## Primer dnevnog reda radionice



## Kako držati obuku

Ovaj primer dnevnog reda je namenjen da vam dalje pomogne u prilagodavanju rada na obuci u pravu na informisanost uz korišćenje različitih elemenata ovog priručnika i praktikuma. Njegovo tačno korišćenje, u kombinaciji sa drugim aktivnostima, treba da bude bazirano na onome što znate o očekivanjima i iskustvima vaših polaznika, kao i na vremenu dostupnom za održavanje kursa. Kao dodatak temama koje se obrađuju na obuci, primer dnevnog reda daje predloge aktivnosti koje mogu da obezbede interaktivne elemente vašoj obuci.

<b>Primer dnevnog reda radionice</b>		
<b>Deo 1 — Upoznavanje</b>		
<b>KATEGORIJA</b>	<b>SVRHA</b>	<b>PREDLOŽENE AKTIVNOSTI</b>
Upoznavanje	Uvesti učesnike u obuku i upoznati ih međusobno	Prozivka/prestavljanje
Očekivanja	Izraziti i razjasniti očekivanja	Diskusija
Definicije	Pitati: Šta je pravo na informisanost? Šta je Arhuska konvencija?	Diskusija
Pregled plana rada	Razjasniti plan rada i metode, dovodeći ih u vezu sa očekivanjima polaznika	Predavanje
<b>Deo 2 — Javnost i javne vlasti</b>		
<b>KATEGORIJA</b>	<b>SVRHA</b>	<b>PREDLOŽENE AKTIVNOSTI</b>
Upoznavanje	Šta je javnost? Šta je zainteresovana javnost?	Diskusija
Izvori informacija	Upoznavanje dostupnih sredstava informisanja	Predavanje
Primer	Pokazati kako NVO mogu da koriste različite izvore informacija	Predavanje/diskusija o GROWN
<b>Deo 3 — Komunikacije</b>		
<b>KATEGORIJA</b>	<b>SVRHA</b>	<b>PREDLOŽENE AKTIVNOSTI</b>
Upoznavanje	Upoznavanje osnova strategije komunikacije	Predavanje
Mediji	Prezentovanje različitih načina za rad sa medijima	Predavanje
Aktivnosti	Vežbanje rada sa medijima	Oruđe 1 <b>Novinski izveštaj</b> Oruđe 2 <b>Razgovorna emisija</b>
<b>Deo 4 — Informisanje javnosti</b>		
<b>KATEGORIJA</b>	<b>SVRHA</b>	<b>PREDLOŽENE AKTIVNOSTI</b>
Upoznavanje	Upoznati osnove odnosa sa javnošću i dnevnih komunikacija	Predavanje

## Primer dnevnog reda radionice

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Kampanje za odnose sa javnošću	Prezentovati elemente kampanje za odnose sa javnošću	Predavanje
Aktivnost	Sastavljanje kampanje upućene na neki neočekivani događaj	Oruđe 3: <b>Kriza</b>

### Deo 5 — Donošenje odluke

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Upoznavanje	Upoznavanje uloge učesća javnosti u donošenju odluke	Predavanje
Donošenje odluke	Prezentovanje procedure za donošenje odluke	Predavanje
Aktivnost	Vežbanje javne debate i donošenja odluke	Oruđe 4 <b>Debata</b>

### Deo 6 — Izgradnja konsenzusa

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Upoznavanje	Pitati učesnike kako donose odluke i da li se služe izgradnjom konsenzusa	Diskusija
Izgradnja konsenzusa	Prezentovati ulogu i filozofiju izgradnje konsenzusa	Predavanje
Aktivnost	Vežbati tehnike	Oruđe 5: <b>Izgradnja konsenzusa</b>

### Deo 7 — Iznošenje ideja

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Upoznavanje	Diskutovati kada i zašto iznositi ideje	Diskusija
Iznošenje ideja	Prezentovati tehnike iznošenja ideja	Predavanje
Aktivnost	Vežbati tehnike	Oruđe 6: <b>Iznošenje ideja</b>

### Deo 8 — Pregovaranje

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Upoznavanje	Diskutovati o pregovaranju sa kojim su se učesnici suočili	Diskusija
Iznošenje ideja	Izabrati nekoliko primera i ideja o rešenju	Iznošenje ideja
Diskusija	Vežbati donošenje odluke biranjem rešenja za jedan od primera	Aktivnost

## Primer dnevnog reda radionice

### Deo 9 — Posredovanje

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Upoznavanje	Uloga posrednika	Predavanje
Poziv za posredovanje	Diskutovati o tome kada je potrebna uloga posrednika	Diskusija
Aktivnost	Izabrati jedan primer sa prethodne sesije i dovesti posrednika	Aktivnost
Pregled	Pregledati glavne tačke treninga	Diskusija
Evaluacija	Podeliti evaluacione formulare	Evaluacija
Zatvaranje	Zatvoriti sesiju	Zatvaranje



Regionalni centar za životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC) je nestranačka, nezavisna, neprofitna organizacija sa ulogom da pruža pomoć u rešavanju ekoloških problema u Centralnoj i istočnoj Evropi. Centar ispunjava misiju ohrabrivanjem saradnje između nevladinih organizacija, vlada, privrede i drugih partnera u oblasti zaštite životne sredine, pružanjem podrške besplatnoj razmeni informacija i promovisanjem učešća javnosti u donošenju odluka koje se tiču životne sredine.

REC su 1990. godine osnovale Sjedinjene Američke Države, Evropska unija i Mađarska. Danas je REC legalno zasnovan na povelji koju su potpisale vlade 27 zemalja i Evropska Unija, kao i na međunarodnom sporazumu sa vladom Mađarske. Sedište REC je u Sentandreji, u Mađarskoj, a lokalne kancelarije se nalaze u 15 zemalja korisnika u Centralnoj i Istočnoj Evropi: Albaniji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Hrvatskoj, Republici Češkoj, Estoniji, Mađarskoj, Letonija, Litvaniji, Makedoniji, Poljskoj, Rumuniji, Slovačkoj, Sloveniji i Srbiji i Crne Gore.

Trenutni donori su Evropska Unija i vlade Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Republike Češke, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Nemačke, Italije, Japana, Letonija, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švajcarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbije i Crne Gore, kao i druge među-vladine i privatne institucije.



**Pravo na informisanost**