

ODANAS

NE SUTRA



Kako podržati
mlade lidere u
pokretanju i
vođenju
inicijativa
zagovaranja



Božidar Dimić





Co-funded by
the European Union

OTISAK

DANAS, a ne SUTRA - Kako podržati mlade lidere u pokretanju i vođenju inicijativa zagovaranja

IZDAVAČ:

Prijatelji dece Srbije
Nemanjina 4
11000 - Beograd, Srbija prijateljidece.org

U IME IZDAVAČA:

Iva Eraković

AUTOR:

Božidar Dimić

DIZAJN I KONCEPT:

Božidar Dimić

GODINA:

2025.

Financirano od strane Evropske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su, međutim, isključivo stavovi autora i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije ili Fondacije Tempus. Ni Evropska unija ni Fondacija Tempus ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

SADRŽAJ

UVOD.....	4
ŠTO JE ZAGOVARANJE?.....	5
DONOŠENJE ODLUKA I JAVNE POLITIKE.....	7
MITOVI I PREPREKE U SUDJELOVANJU MLADIH.....	9
CIKLUS ZAGOVARANJA.....	12
IDENTIFICIRANJE PROBLEMA.....	14
PRIKUPLJANJE DOKAZA I ANALIZA UZROKA.....	18
RAZVOJ RJEŠENJA I POSTAVLJANJE CILJEVA.....	22
MAPIRANJE DIONIKA I DONOSITELJA ODLUKA.....	27
IZGRADNJA KOALICIJA I MOBILIZACIJA PODRŠKE...31	
STRATEŠKO DJELOVANJE.....	35
PRAĆENJE I EVALUACIJA NAPRETKA.....	40
SLAVLJENJE USPIJEHA I ODRŽAVANJE ZAMANA.....	44
ZAKLJUČAK: VAŠ GLAS, VAŠA MOĆ!.....	48
O NAMA.....	49

Zamislite državni sustav u kojem sve funkcionira: gdje su dužnosnici najistaknutiji među nama, donoseći pravovremene odluke utemeljene na dokazima koje istinski odražavaju potrebe ljudi. Gdje djeca i mladi dobivaju visokokvalitetno obrazovanje, zdravstvena skrb je besprijekorna, javni prijevoz čist i točan, pravosudni sustav pravedan, a korupcije nigdje nema. Idealizam, zar ne?

U stvarnosti, bez obzira na zemlju, to je rijetko slučaj. Ljudi imaju mane, događaju se pogreške, a javni sustavi često ne uspijevaju ispuniti očekivanja. Posebno u našim zemljama, neučinkovitost i nedostatak odgovornosti dio su svakodnevnog života.

U tim slučajevima potrebni su nam ljudi izvan sustava koji će se uključiti i podržati ga. Zato se pojedinci udružuju u grupe i inicijative: kako bi podigli svoj glas, zahtijevali promjene i predložili rješenja koja bolje služe njihovim zajednicama. Taj se proces naziva zagovaranje.

Zagovaranje je proces u kojem ljudi, koristeći različite metode, rade na predlaganju rješenja donositelja odluka i utječu na promjene u javnoj politici. Obrazovanje, zdravstvo, socijalna zaštita, zaštita okoliša, ljudska prava... što god vam padne na pamet.

U ovoj publikaciji istražiti ćemo temu zagovaranja i mogućnosti uključivanja mladih u nju. Jer mladi ljudi - ne samo sa svojom snažnom spremnošću da mijenjaju stvari, već i sa svojim pravom da budu saslušani - zaslužuju mjesto za stolom.

Pokušali smo napisati ovu publikaciju na način prilagođen mladima i zabavan, osmišljenu kao priručnik za samostalan rad za sve koji žele pokrenuti inicijativu zagovaranja. Također se nadamo da će učitelji i djelatnici koji rade s mladima pronaći inspiraciju u ovim materijalima kako bi svaku temu pretvorili u radionicu ili podržali inicijative koje vode mladi. Sadržaj ove publikacije može pomoći edukatorima upoznati mlade sa zagovaranjem i voditi ih, korak po korak, u razvoju vlastitih inicijativa.



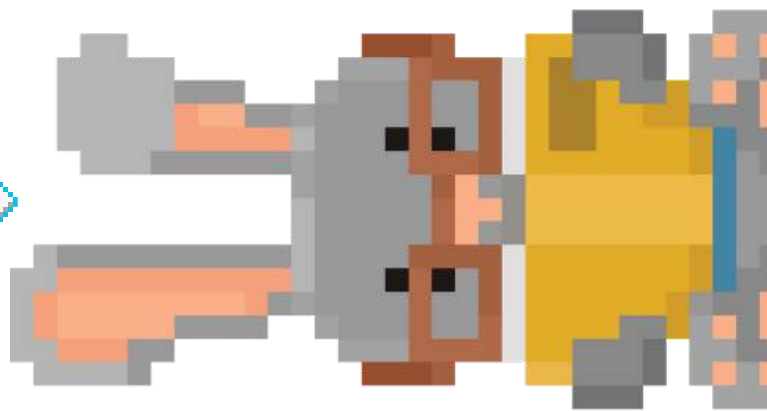
Svaki tekstualni segment je jedna razina koju treba proći, a ukupno ima 12. Za prolazak svake razine dobit ćete srce i molim vas poslušajte mene i moje krznene, pernate i sluzave prijatelje. Trudimo se pomoći koliko god možemo!

RAZINA 1: ŠTO JE ZAGOVARANJE?



Marta je primijetila da svaki put kad bi otišla u školski WC, nije bilo dostupnih higijenskih proizvoda. To joj se činilo posebno neprihvatljivim tijekom izbijanja COVID-19. Ogorčena, počela je razgovarati sa svojim prijateljima iz razreda, koji su dijelili istu zabrinutost. Problem je pokrenut na učeničkom vijeću, koje ga je potom iznijelo pred školski odbor, zahtijevajući

osiguravanje osnovnih higijenskih potrepština. Nakon upornosti i pritiska, jednog dana Marta je ušla u toalet - i tamo su bili: i sapun i papirnati ručnici, dok su u ženskim toaletima bile dostupne i higijenske potrepštine za djevojke.



Aleksandar i njegovi prijatelji shvatili su da njihov grad nema sigurno mjesto za okupljanje mladih i bavljenje sportom. Organizirali su peticiju u zajednici, prikupili potpise i predstavili svoj slučaj gradskom savjetu mladih. Nekoliko mjeseci kasnije, grad je pristao

obnoviti napušteno igralište i pretvoriti ga u park za mlade.



Ana, članica kluba mladih za zaštitu okoliša, otkrila je da tvornice ispuštaju otpad u lokalnu rijeku. Njezina grupa udružila se s drugim organizacijama kako bi provela testiranje vode i podijelila rezultate s medijima. Nakon što su privukli pozornost javnosti, uvjerali su regionalne vlasti da uvedu strože kontrole i kazne za zagađivače.

Što je zajedničko ovim primjerima?

- Netko je primijetio problem.
- Razmišljali su o mogućim rješenjima.
- Imali su motivaciju za djelovanje.
- Uložili su trud u zagovaranje promjena.

To je suština zagovaranja: pretvaranje zabrinutosti u kolektivnu akciju i utjecaj na donositelje odluka kako bi stvorili bolje javne strategije.

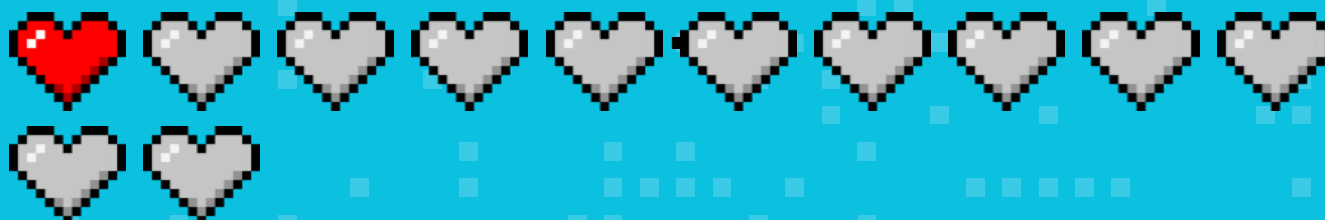
Ponekad se čini gotovo apsurdnim da ovakvi problemi uopće postoje. Pa ipak, oni postoje - zbog korupcije, nedostatka razumijevanja, lošeg upravljanja, ograničenih proračuna, nemara ili jednostavno zato što donositelji odluka ne vide stvari iz perspektive onih na koje utječu. Ovi problemi dio su svakodnevne stvarnosti. Možemo ih prihvatiti kakvi jesu ili možemo pokušati nešto poduzeti u vezi s njima. Više bismo voljeli ovo drugo.



Vaš
rezultat



eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 2: DONOŠENJE ODLUKA I JAVNA POLITIKA

Prije nego što se dublje upustimo u temu zagovaranja, moramo razmotriti procese donošenja odluka. Svaka odluka koja utječe na naše živote - bilo da se radi o popravku pokvarene svjetiljke u školskom hodniku, izgradnji novog igrališta ili donošenju nacionalnog zakona - prolazi kroz proces. Ponekad je proces zapisan i formalan (poput glasovanja u gradskom vijeću). Drugi put je nevidljiviji i neformalan (poput odluke ravnatelja škole nakon razgovora s nekoliko učitelja).

Odluke oblikuju:



Institucije i strukture – škole, općine, ministarstva, parlamenti, vlade.



Ljudi – vođe, donositelji odluka, učitelji, roditelji, stručnjaci, mladi.



Resursi – najčešće proračuni: čak i najbolja ideja zahtijeva novac ili vrijeme osoblja za provedbu.



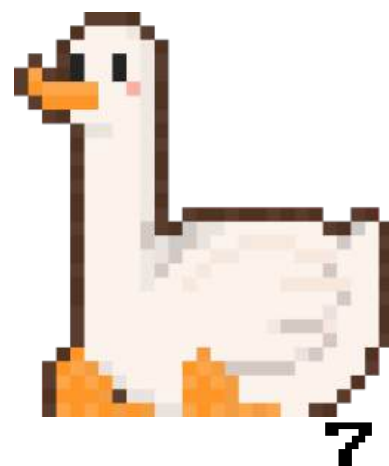
Utjecaji – javno mnijenje, mediji, pritisak zajednice, istraživački dokazi, a ponekad i osobni interesi.

Za zagovornike mladih, razumijevanje tko odlučuje, kako odlučuju i što na njih utječe je kao da nabavite kartu prije početka putovanja. Bez te karte riskirate uvjeriti pogrešnu osobu ili tražiti nešto nerealno u okviru trenutnog proračuna.

Tu nastupa javna politika. Javna politika rezultat je svih tih procesa donošenja odluka - pravila, akcija i prioriteta koje vlade i institucije usvajaju kako bi se bavile javnim pitanjima. Može biti u obliku zakona, strategija, propisa ili čak svakodnevnih praksi koje oblikuju škole, zdravstvo, prijevoz ili socijalne usluge. Jednostavno rečeno, javna politika je ono što država odlučuje učiniti - ili ne učiniti - u vezi s nekim problemom. Učeći kako se donose javne politike, mladi mogu vidjeti ne samo pojedinačne odluke, već i šire okvire koji ih vode.



Važno je zapamtiti da se odluke ne donose u vakuumu. One su rezultat potreba, prioriteta i pritisaka - nekih vidljivih, nekih skrivenih.

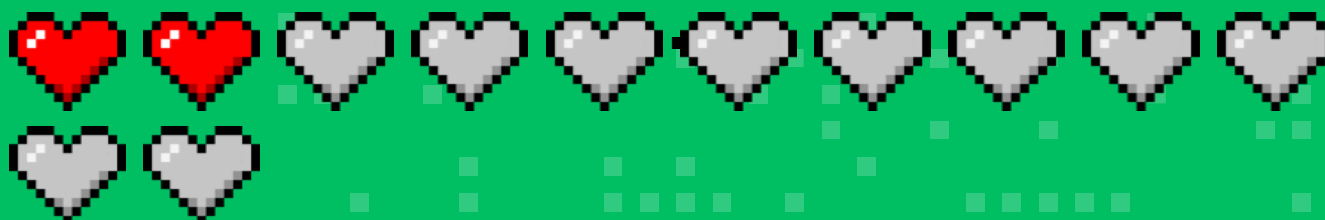




Vaš
rezultat



eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 3: MITOVI I PREPREKE U SUDJELOVANJU MLADIH

„Mladi ljudi nemaju dovoljno iskustva da bi doprineli.“

Iskustvo je jednako vrijedno kao i stručnost. Mladi vide probleme koje odrasli često previđaju.

"Mladi trebaju čekati svoj red; njihovo vrijeme će doći."

Odluke donesene danas utjecat će na njihove živote sutra – mladi si ne mogu priuštiti čekanje.

„Mladi se zanimaju samo za društvene mreže, a ne za ozbiljne probleme.“

Online alati su moćne platforme za zagovaranje, podizanje svijesti i mobilizaciju. Oni mogu pojačati glasove, a ne zamijeniti ozbiljnost.

„Ako su mladi prisutni, oni sudjeluju.“

Biti prisutan ne znači sudjelovati. Tokenizam* nije sudjelovanje!

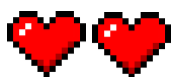


Evo nekih prepreka s kojima se mladi suočavaju:

- Nedostatak pristupa donositeljima odluka – ponekad oni nisu otvoreni ili mladi ne znaju kako doći do njih.
- Ograničene informacije – odluke mogu izgledati tehničke ili skrivene, što otežava razumijevanje što se zapravo događa.
- Neravnoteža moći – odrasli često dominiraju razgovorima ili ignoriraju glasove mladih.
- Resursi – zagovaranje zahtijeva vrijeme, novac i podršku, što mladi ljudi možda nemaju uvijek.
- Samopouzdanje i vještine – neki mladi ljudi oklijevaju progovoriti jer se osjećaju nespremima ili podcijenjenima.



Razbijanje ovih mitova i barijera je moguće. Počinje prepoznavanjem da mladi nisu samo „budućnost“ već aktivni akteri promjena već danas. Njihovo je pravo sudjelovati! Kada se uključe glasovi mladih, politike postaju pravednije, uključivije i održivije. Mladi osjećaju odgovornost za te odluke, njihovo društveno sudjelovanje raste, a njihovo povjerenje u institucije jača. To stvara pozitivan ciklus - mladi se više angažiraju, donositelji odluka više slušaju i zajedno oblikuju društvo koje istinski odražava potrebe svih.

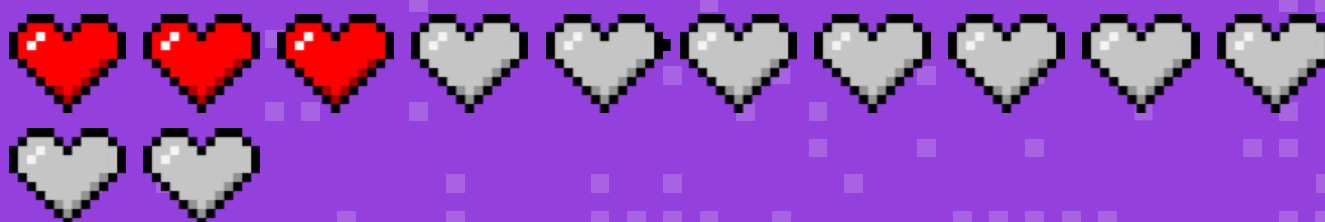




Vaš
rezultat

 327

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 4: CIKLUS ZAGOVARANJA

Zagovaranje se obično ne događa preko noći. Da bismo bili učinkoviti i osigurali trajnost promjene, moramo poduzeti nekoliko koraka. U ovom poglavlju proći ćemo kroz cijeli proces, a u sljedećim poglavljima imat ćete priliku dublje se pozabaviti svakim korakom uz primjere i alate.

Ciklus zagovaranja obično izgleda ovako:

1 Identificirajte problem

Prije nego što nešto popravite, morate jasno razumjeti problem i kako on utječe na živote ljudi. Zapitajte se: Što se događa? Tko je pogođen? Zašto je to važno?

2

Prikupite dokaze i analizirajte uzroke

Prikupite činjenice, podatke, osobne priče i stvarne primjere kako biste pokazali da je problem ozbiljan i da mu je potrebna pozornost. Ovi dokazi čine vaš glas jačim kada se obraćate donositeljima odluka.

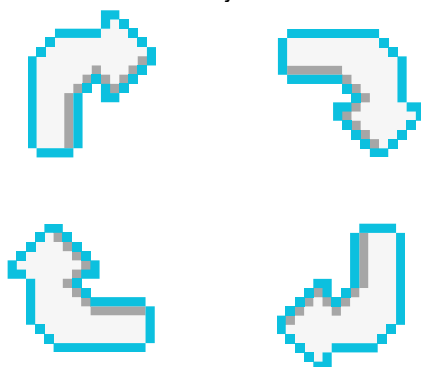
3

Razviti rješenja i postaviti jasne ciljeve

Definiranje ciljeva pomaže vam ostati usredotočen i čini vaše zagovaranje uvjerljivijim. Nakon što je problem jasan, zapitajte se: Što bi se točno trebalo promijeniti? Kako bi izgledao uspjeh?

8 Slavite uspjehe i održavajte zamah

Svako postignuće je važno, čak i ono malo. Slavlje pobjeda motivira ljude i pokazuje drugima da je promjena moguća.



4

Mapirajte dionike i donositelje odluka

Tko ima moć promijeniti stvari? Tko bi vas mogao podržati? Tko bi se mogao oduprijeti? Poznavanje ovoga pomaže vam ciljati prave ljude i izgraditi prava savezništva.

7 Pratite i procjenjujte napredak

Neprestano provjeravajte: Funkcionira li naša strategija? Trebamo li nešto promijeniti? Razmišljanje o vašem napretku pomaže vam učiti i prilagođavati se usput.

6

Djelujte strateški

Postoji mnogo načina za djelovanje: kampanje, peticije, društvene mreže, prosvjedi, događaji u zajednici ili izravni razgovori s dužnosnicima. Odabir pravih aktivnosti u pravo vrijeme čini vaše zagovaranje snažnijim.

5

Izgradite koalicije i mobilizirajte podršku

Zagovaranje je uvijek jače kada se više ljudi pridruži. Potražite grupe ili pojedince koji već rade na sličnim problemima - ili ljude koji bi mogli biti zainteresirani za podršku vašem cilju.



Ovo mi više liči na kvadrat!

Samo tiho!

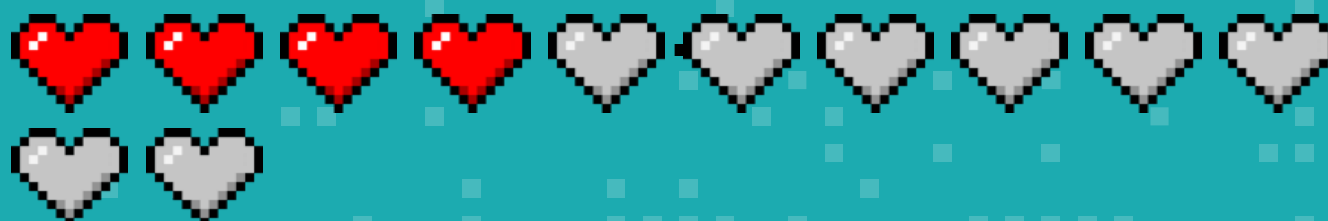




Vaš
rezultat

 400

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 5 - IZAZOV 1: UTVRDITE PROBLEM

Svako uspješno zagovaračko putovanje započinje jednim jednostavnim, ali snažnim pitanjem: Koji je problem koji želim promijeniti?

Možda zvuči očito, ali mnogi napori zagovaranja propadaju jer ljudi odmah kreću u akciju - organiziraju prosvjede, pišu peticije, objavljuju na društvenim mrežama, bez da im je jasno koji je stvarni problem kojeg žele riješiti. Ako ne znate točno u čemu je problem, vaše akcije mogu promašiti vaše ciljeve.



U čemu je problem, nikad prije nisi vidio leteću žabu?

U redu, u redu. Ispričat ću vam priču.

MOŽEŠ LI SE USMJERITI, MOLIM TE?!?



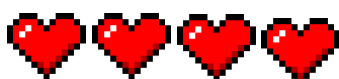
Nekada davno... Šalim se. U malom gradu, grupu prijatelja smetalo je što se tamo nikad ništa nije događalo za mlade. Niti koncerata, niti kazališta, niti filmskih projekcija, niti mjesta za stvaranje umjetnosti - ništa! Većina mladih samo je sjedila u kafićima, okupljala se i pila u parkovima ili išla ravno kući. Šalili su se da je njihov grad „mrtav grad“ i svi su se radovali što će ga jednog dana napustiti.

Jedne večeri, Marija je predložila prijateljima da rade nešto drugačije. Posudila je projektor od učitelja, uzela bijelu platu od kuće i pozvala svoje školske prijatelje na „improviziranu kino večer“ u svoje

dvorište. Vijest se brzo proširila - pojavili su se deseci mladih ljudi, a jedva su stali u prostor.

Nakon projekcije, započeli su razgovor i otkrili da se mnogi mladi osjećaju isto - dosadno i bespomoćno. Kada su o tome detaljnije razgovarali, shvatili su da pravi problem nije samo "nedostatak događanja", već nedostatak bilo kakvog prostora za mlade u gradu gdje bi se mogli sastajati, stvarati i raditi stvari do kojih im je stalo.

Te noći mi je pala na pamet ideja: Što ako bismo imali pravo mjesto za sebe u našem gradu?



Zašto je važno identificirati problem

Kada odvojite vrijeme za pažljivo identificiranje problema, vi:

- Ostanite usredotočeni – nećete gubiti vrijeme na sporedne probleme.
- Učvrstite svoje argumente – možete jasno objasniti zašto je to važno.
- Ciljajte prave donositelje odluka – znate tko ima moć to popraviti.
- Izgradite povjerenje – ljudi će se vjerojatnije pridružiti ako vide da razumijete problem.



Kako prepoznati problem


Uzmite olovku i odgovorite na neka od vodećih pitanja sami ili sa svojom grupom:

1. Što se točno događa? Opišite situaciju što jasnije.

2. Tko je pogođen? Jesu li to djeca, mladi, obitelji, određene skupine?

3. Zašto je to važno? Kakvu štetu uzrokuje? Zašto bi ljude to trebalo zanimati?

4. Je li ovo korijen problema ili samo simptom? (Na primjer: „učenici bježe iz škole“ zapravo bi mogao biti simptom „loše prometne povezanosti“ ili „uvjerenja da im škola neće pomoći u budućnosti.“)



Savjet: Napišite opis problema u jednoj jasnoj rečenici. Ako vam trebaju tri odlomka za objašnjenje, vjerojatno ga trebate suziti.

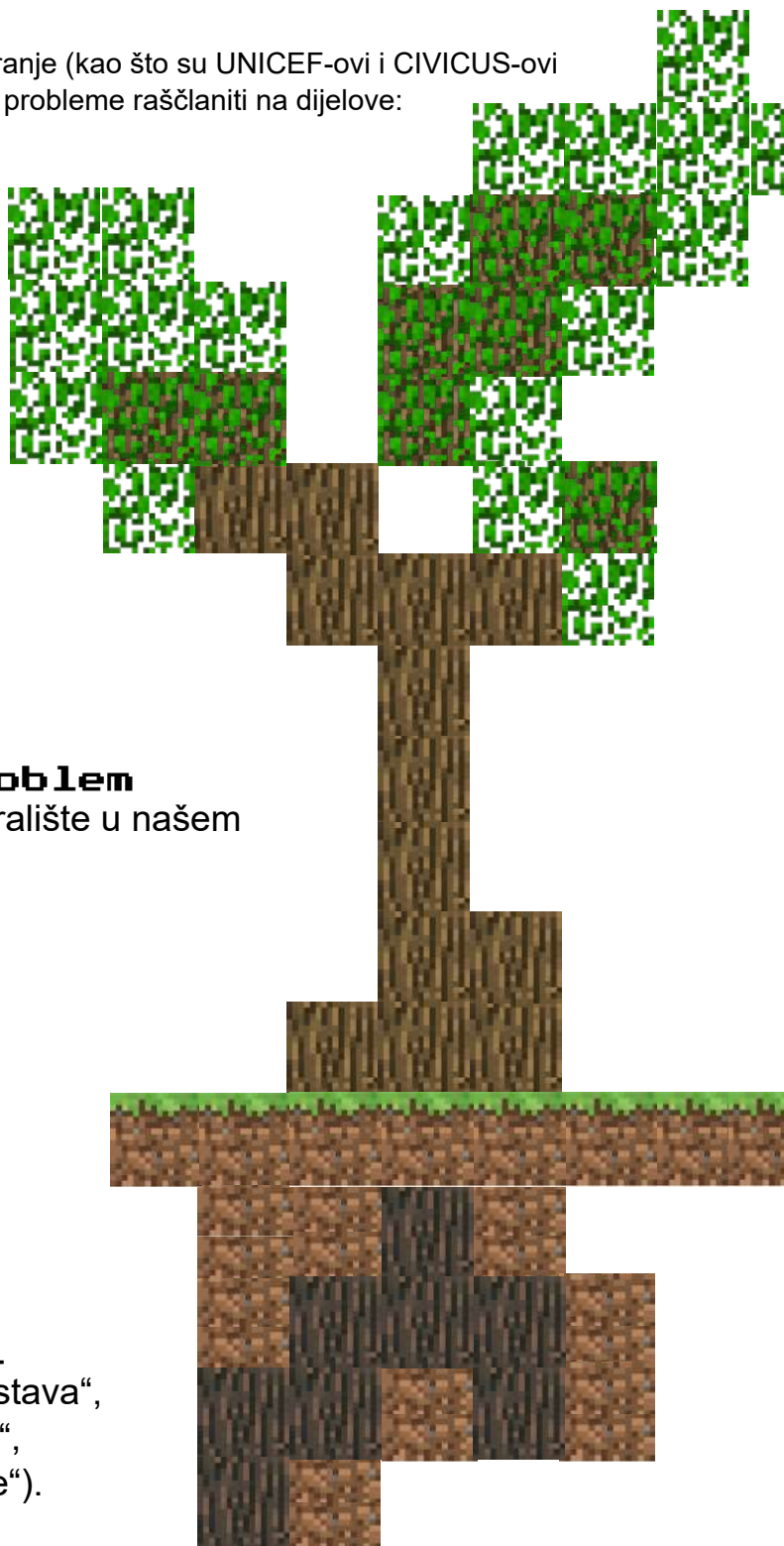
Alat kojeg možete koristiti: Stablo problema

Jedna popularna metoda iz priručnika za zagovaranje (kao što su UNICEF-ovi i CIVICUS-ovi vodiči) je Stablo problema. Pomaže vam složene probleme raščlaniti na dijelove:

Grane = posljedice
(npr. „Djeca se igraju na ulici“, „Ozljeđe se povećavaju“, „Mladi se osjećaju ignorirano od strane vlasti“).

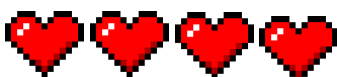
Deblo = glavni problem
(npr. „Mladi nemaju sigurno igralište u našem gradu“).

Korijeni = uzroci
(npr. „Nema dodijeljenih sredstava“, „Stara oprema se ne održava“, „Prioriteti lokalne samouprave“).



Crtanjem ovog stabla na velikom listu papira s vašom grupom možete vizualizirati ne samo problem, već i što stoji iza njega i čemu on vodi. To olakšava shvaćanje za što se zapravo borite.

Vaš red: Odaberite jedan problem koji vas zanima i pokušajte shvatiti gdje su korijeni, a gdje grane!





Vaš
rezultat

 557

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 6 – IZAZOV 2: PRIKUPLJANJE DOKAZA I ANALIZA UZROKA

Nakon što ste identificirali problem, sljedeće veliko pitanje je: Kako to dokazati?

U zagovaranju je strast važna, ali sama strast nije dovoljna. Donositelji odluka, mediji, pa čak i vaša zajednica htjet će znati: Je li ovo zaista problem? Koliko je velik? Tko je pogođen? Zašto bismo trebali djelovati sada? Tu dolaze do izražaja dokazi.



Poslušajmo još jednu priču koja objašnjava kako je buka ponekad jednostavno prevelika.

Ana nije bila baš bliska s Markom, ali je primjećivala stvari. Često se iskradao iz učionice kada bi postalo prebučno ili je nosio slušalice tijekom kaotičnih odmora. Znala je da je autističan, ali je također shvatila da nije jedini koji se bori sa stalnom bukom škole. Mnogi učenici osjećali su se preopterećeno - prije testova, nakon sukoba ili jednostavno onim danima kada im se sve činilo "previše".

Jednog jutra, tijekom jednog posebno bučnog sata, Ana se okrenula prema Marku i rekla: „Zašto nemamo tihu učionicu? Samo mali prostor za smirenje kada nam zatreba?“

Oduševljeno se nasmiješio, pa je Ana podijelila ideju s učiteljem.

Učitelj se nasmiješio, ali je rekao: „Nisam siguran da je to stvarno potrebno. Učenici su se uvijek snalazili.“

Taj je odgovor naveo Anu da shvati nešto važno: ako je htjela da itko ovo shvati ozbiljno, trebao joj je dokaz da učenicima zaista treba takav prostor.

Dakle, ona i Marko su smislili plan.

Jedan tjedan su promatrali što se događa oko njih - baš poput istraživača. Primijetili su učestala ponašanja na koja nikada prije nisu obraćali pažnju: učenici su izlazili iz učionice kako bi "otišli na WC", drugi su se tiho zadržavali na stubištu, a mnogi su izlazili van škole tijekom bučnih trenutaka.

Ana je također izradila kratku anonimnu anketu i podijelila je u grupnim chatovima u razredu. Očekivala je možda trideset odgovora - ali do sljedećeg poslijepodneva ispunilo ju je više od stotinu učenika. Većina je rekla da se osjećala preopterećeno u školi, a više od dvije trećine reklo je da bi koristili tihu sobu kad bi postojala. Neki odgovori bili su jednostavni - „da, molim“, dok su drugi bili duboko iskreni: „Prije ispita osjećam se kao da ne mogu disati.“

Ana je zatim razgovarala sa školskim psihologom, koji je potvrdio da se učenici mogu osjećati preopterećeno i da bi im ova ideja mogla koristiti, ali škola nije imala odgovarajući prostor za njih.

Imajući sve to u ruci, Ana i Marko napisali su kratki dokument u kojem su saželi svoja otkrića: zapažanja, rezultate ankete, citate i nekoliko primjera iz drugih škola.

Kad su to predstavili ravnatelju, reakcija je bila potpuno drugačija od one koju je Ana čula tri tjedna ranije.

Ovaj put nitko nije pitao: „Je li ovo zaista potrebno?“ Dokazi su govorili sami za sebe.





Ali zašto je prikupljanje dokaza važno? Čini se kao prevelika muka.



Ah, Jednorog Mačak... u tvom svijetu, možeš samo nešto zamisliti, i to se magično pojavi. Ali u našem svijetu, iako nosim mađioničarski šešir, ne možemo tek tako prizvati ono što želimo. Moramo objasniti stvari. A kada nekoga trebamo uvjeriti, uvijek je bolje raspravljati se s dokazima nego sa željama.



Ukratko, dokazi daju vašoj inicijativi zagovaranja:

- Kredibilitet – doživljavaju vas kao ozbiljne i informirane osobe.
- Jasnoću – možete pokazati razmjjer problema, ne samo svoje mišljenje.
- Utjecaj – donositelji odluka bolje reagiraju na činjenice u kombinaciji s pričama.
- Smjer – možete otkriti uzroke umjesto samo simptoma.



Što se računa kao dokaz?

Ne morate biti znanstvenik da biste prikupili korisne dokaze. Evo nekih stvari koje zagovornici mladih često koriste:

- Statistike i izvješća – službeni podaci, školski zapisi, zdravstvene ankete, proračunske linije.
- Priče i svjedočanstva – osobna iskustva, intervjui, studije slučaja.
- Izravno promatranje – fotografije, videozapisi, prebrojavanja ili karte problema.
- Ankete – brzi upitnici za prikazivanje mišljenja zajednice.
- Usporedbe – prikazivanje kako drugi gradovi, škole ili zemlje rješavaju isti problem.

Kako bismo to trebali učiniti?

Važno je i to da vam dokazi pomažu u analizi uzroka i razumijevanju zašto problem postoji.

Pa, moja kristalna kugla je lažna i neće pomoći, ali postavljajte pitanja, poput:

- Što je stvorilo ovu situaciju?
- Postoje li zakoni, pravila ili prakse iza toga?
- Je li riječ o novcu, prioritetima, diskriminaciji, nedostatku znanja ili nečem drugom?
- Tko ima koristi od toga da situacija ostane ista?

To vam pomaže izbjeći "flaster" rješenja i težiti stvarnim promjenama.

Alat koji možete koristiti: 5 zašto

Metoda 5 Zašto je jednostavan način dubljeg istraživanja uzroka problema (prilagođeno iz UNICEF-ovih i CIVICUS-ovih alata).

Evo kako to funkcionira:

1. Opišite svoj glavni problem.
2. Pitajte: Zašto se to događa? Napišite odgovor.
3. Uzmi taj odgovor i postavi pitanje ponovno: Zašto?
4. Nastavite ponavljati dok ne postavite pitanje „zašto“ pet puta (ili dok ne dođete do temeljnog uzroka).

Provjerimo primjer, uzimajući u obzir Aninu priču:

Problem: Škola nema miran prostor gdje učenici mogu otići kada se osjećaju preopterećeno.

Zašto? Zato što škola nikada nije stvorila posebnu tihi sobu.

Zašto? Zato što je osoblje vjerovalo da to nije potrebno i da se učenici mogu „snći bez toga“. **Zašto?** Zato što škola nikada nije imala odgovarajuće informacije ili podatke koji pokazuju koliko se često učenici osjećaju preopterećeno ili previše stimulirano.

Zašto? Zato što nitko nikada nije promatrao problem, prikupljao dokaze ili izravno pitao učenike o njihovim potrebama.

Zašto? Zato što dobrobit učenika i senzorne potrebe prije nisu bile uključene ili prioritet u planiranju i politikama škole.

Sada možete vidjeti da pravi problem nije samo u tome što ne postoji tiha soba - već u tome što dobrobit učenika nikada nije bila uključena u prioritete škole.

Vaš red: Odaberite jedan problem koji vas zanima i isprobajte vježbu 5 Zašto. Pogledajte koliko daleko možete ići u otkrivanju temeljnih uzroka.



U čemu je problem:

Zašto?

Zašto?

Zašto?

Zašto?

Zašto?

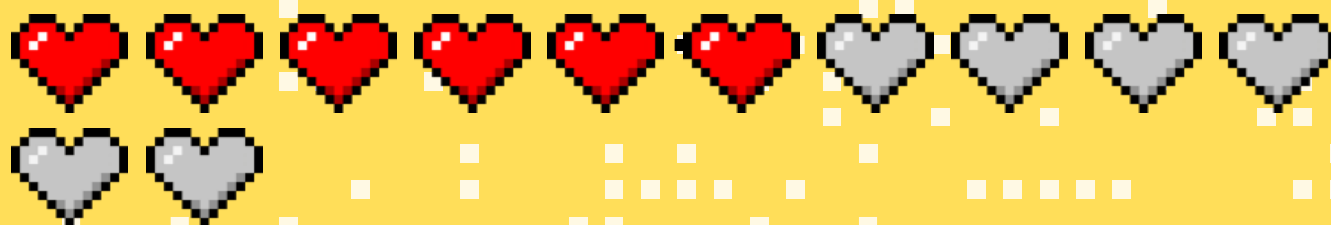




Vaš
rezultat

 721

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 7 – IZAZOV 3: RAZVOJ RJEŠENJA I POSTAVLJANJE CILJEVA

Nakon što ste definirali problem i prikupili dokaze, sljedeći izazov je: Što želimo promijeniti?

Nije dovoljno samo reći „Ovo nije u redu“ - zagovaranje najbolje funkcionira kada predložite i kako bi to moglo biti bolje. Razvoj rješenja i postavljanje jasnih ciljeva pomaže vam da usmjerite svoju energiju i pokažete donositeljima odluka da ste ozbiljni, praktični i konstruktivni.

Svako poslijepodne učenici su ostajali nakon nastave zbog sporta, klubova ili samo razgovora. Ali čim je sunce zašlo, školsko dvorište je potpuno utonulo u mrak. Svjetiljke nisu radile godinama, a dijelovi dvorišta uopće nisu bili osvijetljeni. Učenici su se spoticali o klupe, učitelji su u grupama hodali do svojih automobila, a roditelji su stalno upozoravali svoju djecu da rano dođu kući.

Jedne studentske večeri, Luka je zamalo uganuo gležanj u rupi koju nije mogao vidjeti. „Zašto bismo imali dvorište ako ga ne možemo koristiti nakon 17 sati?“, rekao je. Njegovi prijatelji su se složili - to nije bilo samo dosadno; to je aktivnosti nakon škole činilo kraćima, manje sigurnima i manje privlačnima.

Tijekom sljedećih dana, obratili su više pažnje. Fotografirali su koliko se brzo dvorište zamračilo, snimili nesigurnu stazu i intervjuirali učenike koji su zbog toga izbjegavali ostajati nakon nastave. Kad su svoje nalaze donijeli ravnateljici škole, složila se s njima, ali je objasnila da je potpuna obnova preskupa.

Umjesto da odustanu, grupa je tražila

alternative. Uz pomoć lokalnog električara, saznali su da staro ožičenje još uvijek radi. Zamjena žarulja i dodavanje nekoliko LED reflektora na glavnu stazu bilo bi dovoljno, i iznenađujuće jeftino. Također su otkrili da općina ima mali fond za „sigurnost u školi“, a nekoliko roditelja reklo je da Vijeće roditelja može sufinancirati projekt.

U roku od tjedan dana učenici su pripremili jednostavan prijedlog: popraviti razbijene lampe, ugraditi četiri LED svjetla i podijeliti troškove između škole, općine i Vijeća roditelja. Kad su ga predstavili, ravnatelj se nasmiješio i rekao: „To možemo učiniti.“

Dva mjeseca kasnije, školsko dvorište je svake večeri bilo osvijetljeno. Učenici su ostajali dulje, aktivnosti su se proširile i prostor se konačno ponovno osjećao sigurnim. Svjetla su bila jednostavna, ali su predstavljala nešto veće - učenike koji su prepoznali problem, razumjeli ga i pretvorili ga u stvarno rješenje.

To je bila prava pobjeda.



Je li stvarno moguće da se moramo nositi s ovakvim pričama? Nije li očito da je školi bila potrebna rasvjeta i da ju je ravnatelj trebao davno popraviti?

To je tužno...

Da... nažalost, ponekad završimo rješavanjem problema o kojima se ne bi trebalo ni raspravljati - posebno kada je u pitanju sigurnost. Ali ipak, to je stvarnost s kojom radimo.

Jest, zato moramo djelovati! Ali dopustite mi da se prvo očistim.



Zašto je potrebno predlagati rješenja i postavljati ciljeve?

- Oni čine vaše zahtjeve realnim.
- Oni daju donositeljima odluka nešto na temelju čega mogu djelovati.
- Oni održavaju vašu grupu usredotočenom i ujedinjenom.
- Pokazuju da ne samo ukazuju na probleme - već i gradite promjenu.

I što trebamo imati na umu kada postavljamo ciljeve?

Pa, uzmite mene kao primjer. Lijepa sam, pahuljasta, ali prije svega PAMETNA!

Što čini dobar cilj?

Dobar cilj zagovaranja često se opisuje kao SMART:

S

Specifično – jasno i precizno – ne neodređeno poput „poboljšati sigurnost“, već usmjereno na jednu konkretnu promjenu. Primjer: „Ugraditi 4 nove LED svjetiljke uz glavnu pješačku stazu i popraviti 3 pokvarene svjetiljke u dvorištu.“

M

Mjerljivo – možete pratiti napredak - Znete kada je gotovo ili koliko ste napredovali. Primjer: „Svih 7 svjetala je potpuno funkcionalno do kraja inicijative.“

A

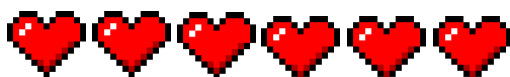
Ostvarivo – realno s obzirom na resurse i energetske strukture - Ne nešto što zahtijeva obnovu od milijun eura. Primjer: „Iskoristite postojeće ožičenje i sufinanciranje Vijeća roditelja i općine za pokrivanje troškova.“


R

Relevantno – povezano je s većim problemom koji vas zanima - Mora riješiti stvarni problem koji su učenici identificirali. Primjer: „Bolja rasvjeta povećava sigurnost i omogućuje učenicima ostati na sportskim događajima, u klubovima i na probama nakon zalaska sunca.“

T

Vremenski ograničeno – imate rok - Cilj bez vremenskog okvira je samo želja. Primjer: „Neka svjetla budu instalirana i proradit će u roku od dva mjeseca.“



A pixel art illustration of a character's face, rendered in a low-resolution, blocky style. The character has large, white, rectangular eyes and a wide, red, T-shaped mouth. The background is a dark gray with a grid of black and white squares. A pink speech bubble with a black outline is positioned in the lower center of the image, containing the text 'BAE KAO JA!!!'.

**BAE
KAO
JA!!!**

Rješenja mogu biti velika ili mala

Ne mora svako rješenje biti ogromno. Ponekad male, vidljive pobjede stvaraju zamah za veće promjene. Na primjer:

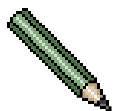
- Mala pobjeda: Postavite sapune i papirnate ručnike u svakom školskom WC-u.
- Veći cilj: Osigurati općinski proračun za školske higijenske potrepštine.

Oboje je važno - jedno stvara trenutnu promjenu, drugo mijenja sustav.

Alat koji možete koristiti: Problem → Rješenje → Tablica ciljeva

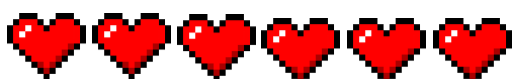
Evo jednostavnog alata (prilagođenog iz Priručnika za zagovaranje mladih, UNICEF) koji će vam pomoći u grupnom promišljanju:

Problem	Rješenje	Cilj
U školskim toaletima nema sapuna	Postaviti dozatore za sapun	Do sljedećeg polugodišta svaki toalet u školio ima dozatore za sapun i sustav za njihovo redovno punjenje
Nema sigurnog pješačkog prelaza u blizini škole	Postaviti semafor	Do lipnja je pješački semafor u funkciji na školskom prijelazu
Mladi nemaju glas u lokalnoj zajednici	Osnovati savjetodavnu skupinu mladih	U roku od jedne godine općina osniva Savjet mladih koji se sastaje jednom mjesečno



Vaš red: Uzmite jedan problem koji ste identificirali u Izazovu 1, zapišite moguća rješenja i pretvorite ih u jedan ili dva SMART cilja.

Problem	Rješenje	Cilj

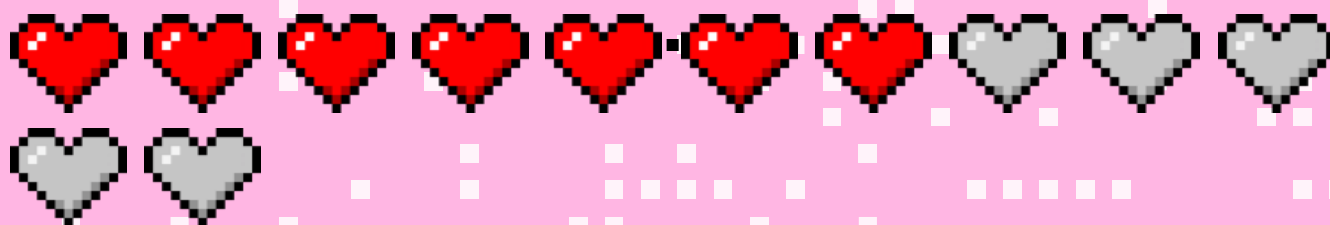




Vaš
rezultat

 915

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 8 – IZAZOV 4: MAPIRANJE DIONIKA I DONOSITELJA ODLUKA

Sada znate problem, prikupili ste dokaze i postavili svoje ciljeve. Sljedeće veliko pitanje je: Tko zapravo može ostvariti ovu promjenu?

Zagovaranje se odnosi na utjecaj na ljude koji imaju moć, ali i na pronalaženje saveznika koji će stati uz vas. Ako ne znate tko ima moć - ili tko bi mogao blokirati vašu ideju - mogli biste gubiti vrijeme kucajući na kriva vrata.

Skupina sveučilišnih studenata željela je da njihova fakultetska zgrada bude pristupačnija studentima s invaliditetom, prvo postavljanjem rampi. Stoga su zamolili dekana da postavi rampu na ulazu. Dekan je podržao ideju, ali je objasnio da sam ne može odobriti nikakvu gradnju te ih je uputio u odjel za objekte. Odjel za objekte im je zatim rekao da trebaju dozvolu rektora, a rektorov ured je rekao da projekt također treba odobrenje proračuna od ministarstva.

Tada su studenti shvatili nešto važno: znali su problem, imali su dokaze i jasan cilj - ali nisu znali tko zapravo ima moć osigrati rampu.

Dakle, zastali su i mapirali sve uključene ljude. Ministarstvo i rektor bili su glavni donositelji odluka. Dekan i

profesori su mogli utjecati na te odluke.

Studentski parlament, skupine za prava osoba s invaliditetom i studenti koji su se borili s pristupačnošću bili su snažni saveznici koji su mogli podržati cilj.

Nakon što su to shvatili, sve je postalo lakše. Počeli su razgovarati s ljudima pravilnim redoslijedom, dijelili su svoje ideje s pristašama i pobrinuli se da oni s utjecajem također zagovaraju postavljanje rampe.

Na kraju, nakon nekoliko sastanaka, ministarstvo je odobrilo proračun, rektor je potpisao i rampa je konačno izgrađena. Cijeli proces im je pokazao jednu jednostavnu istinu:

Ako ne znate tko donosi odluke, čak i dobra ideja može zapeti.

Ali kada mapirate svoje dionike, konačno znate kamo ići - i tko vam može pomoći da tamo stignete.

Dakle, bez poznavanja pravih ljudi, naše inicijative su osuđene na propast?

Pa, ne baš. Nije stvar samo u poznavanju pravih ljudi, već u poznavanju tko su pravi ljudi. I u tome da im se pristupi.



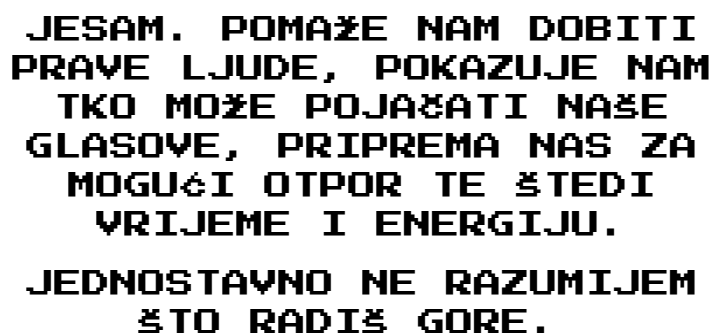
Vrste dionika

Prilikom mapiranja dionika, razmislite o:

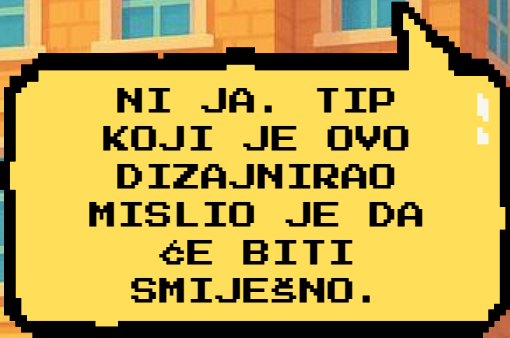
- Donositelji odluka – oni koji imaju ovlasti odobriti ili blokirati promjene (ravnatelji, gradonačelnici, ministri, zastupnici).
- Saveznici – ljudi ili skupine koje mogu podržati vaš cilj (studenti, roditelji, udruge građana savjeti mladih, mediji).
- Protivnici – oni koji bi se mogli oduprijeti vašoj ideji (ponekad zbog novca, prioriteta ili osobnih interesa).
- Utjecajni ljudi – ljudi koji možda nemaju izravnu moć, ali mogu utjecati na donositelje odluka (novinari, stručnjaci, popularne osobe).



JESTE LI SADA
RAZUMJELI ZAŠTO
JE MAPIRANJE
DIONIKA VAŽNO?



JESAM. POMAŽE NAM DOBITI
PRAVE LJUDE, POKAZUJE NAM
TKO MOŽE POJAČATI NAŠE
GLASOVE, PRIPREMA NAS ZA
MOGUĆI OTPOR TE ŠTEDI
VRIJEME I ENERGIJU.
JEDNOSTAVNO NE RAZUMIJEM
ŠTO RADIŠ GORE.



NI JA. TIP
KOJI JE OVO
DIZAJNIRAO
MISLIO JE DA
ĆE BITI
SMIJEŠNO.



Joj.

Alat koji možete koristiti: Mreža moći i interesa

Vrlo je jednostavan alat koji nam može pomoći analizirati gdje se nalaze dionici (prilagođeno iz mnogih alata za zagovaranje), tako da možete odlučiti gdje prvo usmjeriti svoju energiju.

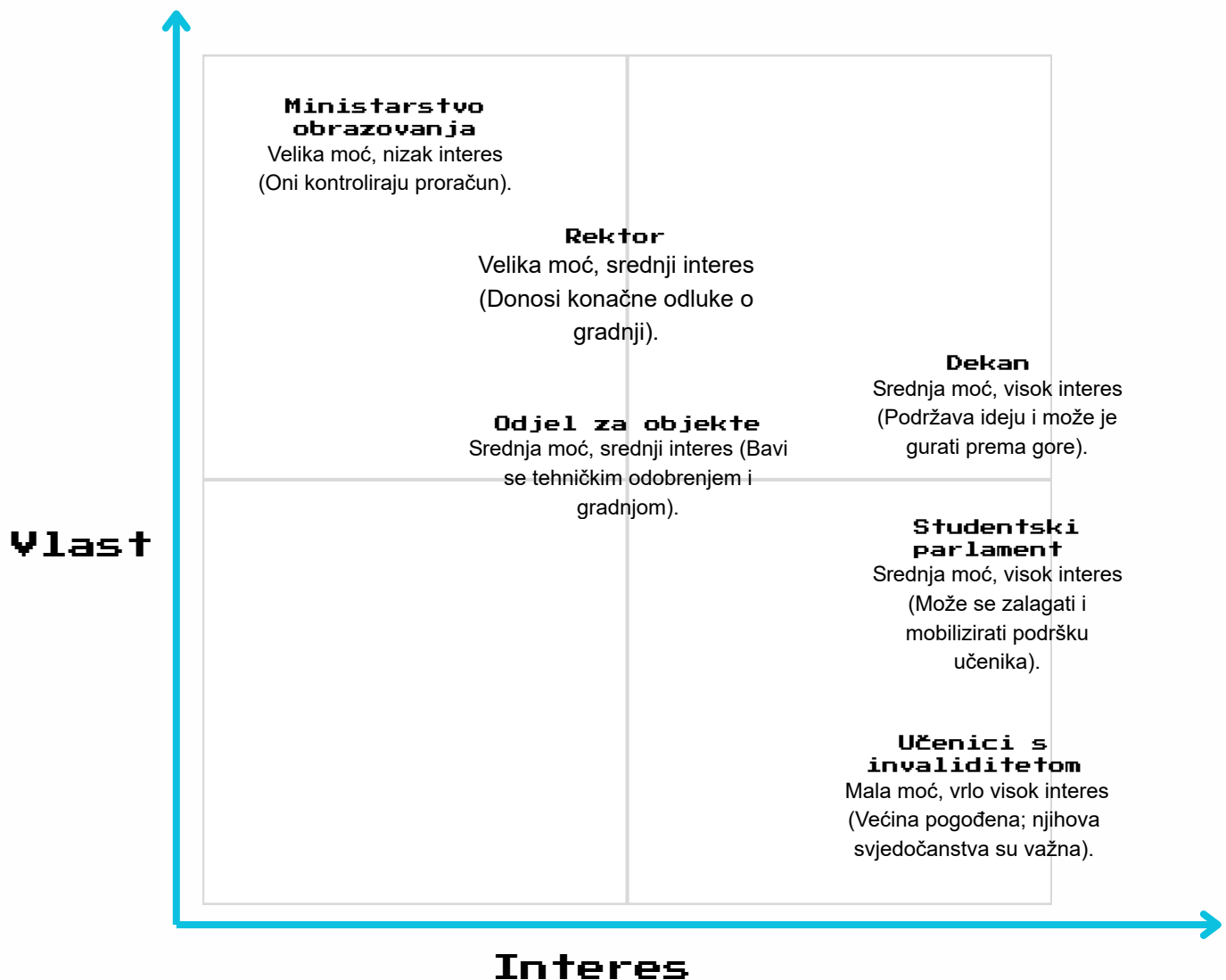
Moramo razmišljati o dvije razine i stvoriti jednostavnu pohlepu (vidi dolje):


- **Moć (niska → visoka):** Koliki utjecaj imaju na odluku.
- **Interes (nizak → visok):** Koliko im je stalo do vašeg problema.

Zatim moramo smjestiti dionike na mrežu:

- **Velika moć, visok interes** → Usko surađujte, oni su vaši glavni saveznici.
- **Velika moć, nizak interes** → Raditi na tome da se osvoji njihova podrška.
- **Mala moć, visok interes** → Uključite ih kao podupiratelje i mobilizatore.
- **Mala moć, mali interes** → Prati, ali ne troši previše energije.

Dakle, pogledajmo na našem primjeru:



 **Vaš red:** Uzmite svoj cilj iz prethodnih poglavlja, komad papira i olovku. Podijelite papir na četiri dijela. Navedite sve koji bi mogli pomoći, blokirati ili odlučiti o tome. Stavite ih u mrežu kako biste vidjeli s kim biste prvo trebali razgovarati.

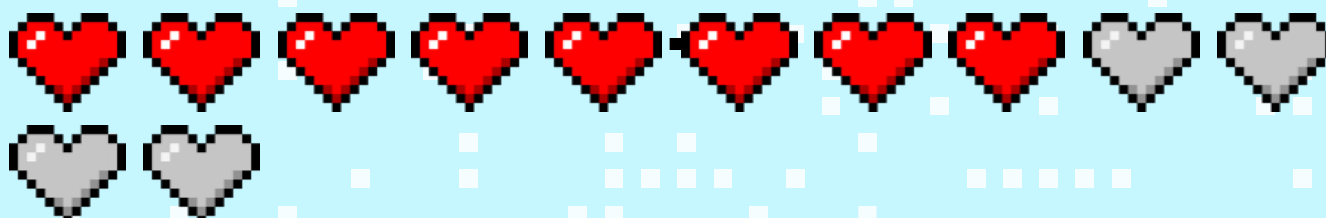




Vaš
rezultat

 1005

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 9 – IZAZOV 5: IZGRADNJA KOALICIJA I MOBILIZACIJA PODRSKE

Zagovaranje je puno jače kada to ne radite sami. Jedan glas se može ignorirati - ali kada se mnogi glasovi udruže, donositelji odluka počinju obraćati pažnju. Zato je izgradnja koalicija (partnerstva s drugima) i mobilizacija podrške (uključivanje više ljudi) ključni korak u zagovaranju.



Što radiš
tamo?

U malom gradu, grupa srednjoškolaca imala je svakodnevni problem. Njihova škola bila je daleko od najbliže autobusne stanice, pa su svi učenici morali hodati oko 20 minuta uskom, opasnom cestom. Automobili su prolazili prebrzo, nije bilo pločnika, a zimi se osjećalo posebno nesigurno.

Odlučili su pokušati to popraviti. Prvo su napisali pristojno pismo lokalnoj autobusnoj tvrtki tražeći novu stanicu bliže školi. Nije bilo odgovora. Zatim su posjetili općinu kako bi objasnili problem. I dalje se ništa nije dogodilo.

Na trenutak se činilo beznadno. Ali umjesto odustajanja, promijenili su strategiju. Počeli su graditi koaliciju.

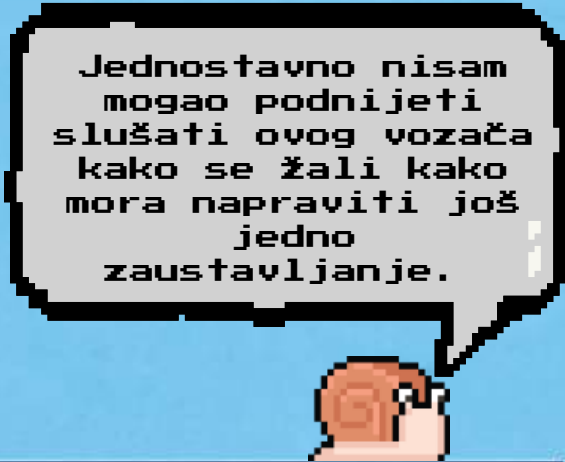
Razgovarali su s roditeljima koji su bili zabrinuti zbog svoje djece koja hodaju cestom. Razgovarali su s učiteljima koji su ostajali do kasno i također su imali problema s prijevozom. Sastali su se s ljudima koji su živjeli u blizini škole i također su željeli sigurno

mjesto za zaustavljanje autobusa. Čak su se obratili i ekološkoj udruzi koja je podržavala bolji javni prijevoz.

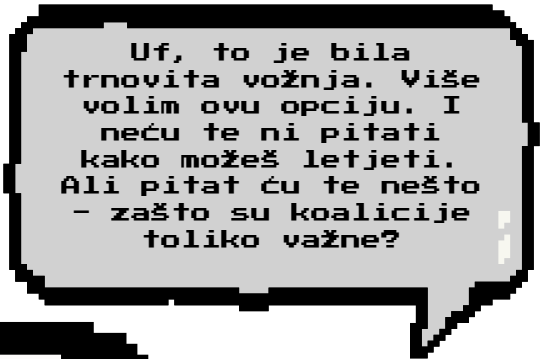
Odjednom, nije bila samo šačica studenata koja je nešto tražila. Bila je to cijela zajednica.

Zajedno su prikupili preko 500 potpisa za peticiju. Kad su se vratili u općinu - ovaj put kao ujedinjena grupa - reakcija je bila potpuno drugačija. U roku od nekoliko tjedana, općina i autobusna tvrtka složili su se dodati novu stanicu.

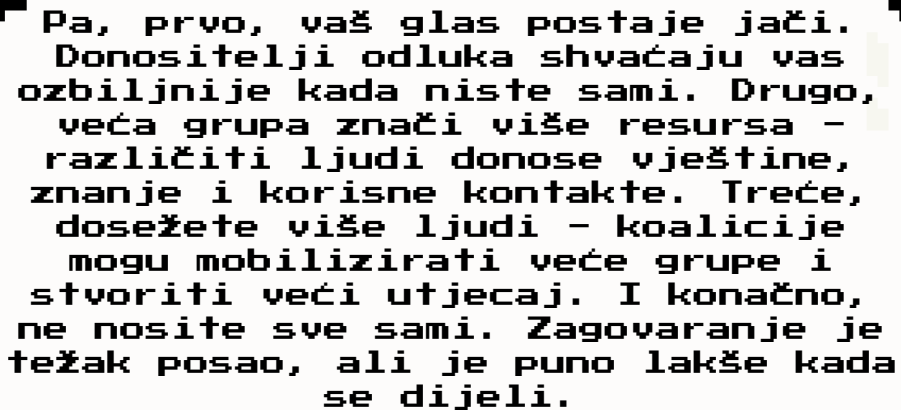
**Studenti nisu bili važniji nego prije.
Jednostavno više nisu bili sami.**



Jednostavno nisam
mogao podnijeti
slušati ovog vozača
kako se žali kako
mora napraviti još
jedno
zaustavljanje.



Uf, to je bila trnovita vožnja. Više volim ovu opciju. I neću te ni pitati kako možeš letjeti. Ali pitat ću te nešto - zašto su koalicije toliko važne?



Pa, prvo, vaš glas postaje jači. Donositelji odluka shvaćaju vas ozbiljnije kada niste sami. Drugo, veća grupa znači više resursa - različiti ljudi donose vještine, znanje i korisne kontakte. Treće, dosežete više ljudi - koalicije mogu mobilizirati veće grupe i stvoriti veći utjecaj. I konačno, ne nosite sve sami. Zagovaranje je težak posao, ali je puno lakše kada se dijeli.

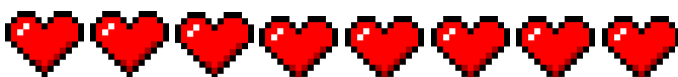


Načini mobilizacije podrške

Mobilizacija podrške znači pridobivanje više ljudi na vašu stranu kako bi vaša poruka postala jača, glasnija i teže ju je ignorirati. U priči o autobusnoj stanici, studenti su uspjeli jer nisu ostali sami. Pretvorili su malu pritužbu u akciju cijele zajednice. Evo kako metode poput njihovih mogu funkcionirati u bilo kojoj kampanji:

- Peticije - Peticije su jedan od najjednostavnijih načina da se pokaže da mnogi ljudi žele istu promjenu. U kampanji za autobusne stanice, učenici su prikupili više od 500 potpisa - roditelja, učitelja, susjeda, čak i ljudi koji nisu koristili autobus, ali im je stalo do sigurnosti. Kad su taj popis donijeli u općinu, nije se radilo o „nekoliko učenika koji pitaju“. To su bile stotine glasova na papiru.
- Događaji - Događaji okupljaju ljude i privlače pozornost. Možete organizirati debate u školi, info štandove u hodniku ili mala okupljanja u zajednici. Da su učenici na autobusnoj stanici organizirali sigurnu šetnju ili pozvali lokalne dužnosnike da vide opasnu cestu, to bi stvorilo još veći pritisak.
- Društvene mreže - Jednostavna objava, hashtag ili kratki video mogu dosegnuti daleko izvan zidova vaše škole.
Zamislite grupu koja objavljuje video koji prikazuje put kojim učenici moraju hodati svako jutro - automobili jure, nema pločnika, zimska jutra u mraku. S hashtagom poput #SafeBusStop, priča bi se mogla brzo proširiti i privući podršku ljudi koje nisu ni poznavali.
- Partnerstva - Udružite se s udrugama, vijećima roditelja, društvenim grupama ili čak lokalnim klubovima. Partneri donose kredibilitet i iskustvo. U priči o autobusnoj stanici, učenici su doveli ekološku udrugu koja je podržavala bolji javni prijevoz. To je pomoglo općini pokazati da ideja nije samo „žaljenje učenika“, već dio većeg problema.
- Priče - Činjenice potiču ljude na razmišljanje, ali priče potiču ljude na brigu. Kada su učenici podijelili stvarna iskustva - koliko je bilo strašno hodati pored automobila koji jure, kako su se mlađa djeca bojala, koliko su zimska jutra bila opasna, donositelji odluka konačno su mogli zamisliti problem iznutra.

Ponekad trebamo koristiti jednu metodu, ponekad više njih. Obično, kako bismo dosegli najširu publiku i angažirali ih, definitivno bismo ih koristili više.



Alat koji možete koristiti: „Krug podrške“

Ovaj alat (prilagođen iz Restless Development's Youth Advocacy Toolkit) pomaže vam da brzo vidite tko je već s vama, tko bi vam se mogao pridružiti i koga još trebate dosegnuti kako biste izgradili snažan tim za zagovaranje.

Nacrtajte tri kruga:



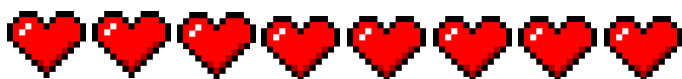
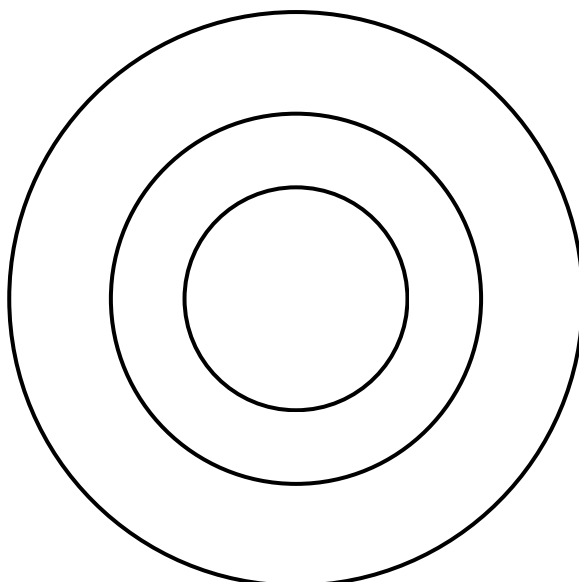
Ovo vam pomaže da vidite kako korak po korak razvijati svoje kretanje.

Dakle, pogledajmo na našem primjeru:

- Osnovni tim - Mala skupina srednjoškolaca koji su prvi pokrenuli problem i vodili cijelu kampanju.
- Bliski saveznici - roditelji, učitelji, obližnji stanovnici i ekološka udruga koja je aktivno podržala ideju i pomogla u prikupljanju potpisa.
- Šira zajednica - Ostali studenti, obitelji u gradu, putnici i svi koji su potpisali peticiju ili podijelili poruku, čak i ako nisu bili izravno uključeni.



Vaš red: Uzmite svoj problem i cilj iz prethodnih poglavlja. Tko bi mogao biti u vašem glavnom timu? Tko su vaši bliski saveznici? I kako možete mobilizirati širu zajednicu?

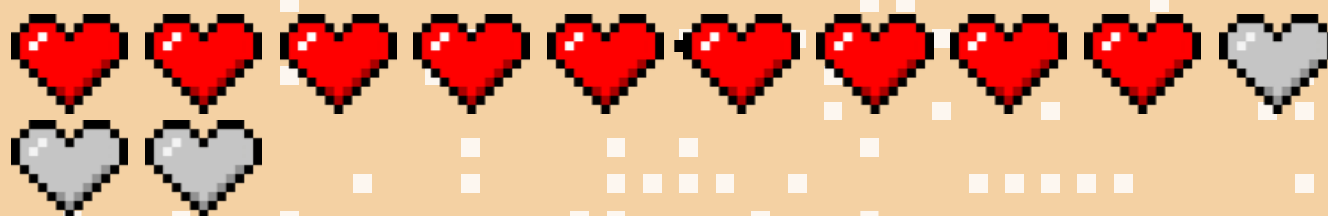




Vaš
rezultat

 1178

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA JO – IZAZOV 6: STRATESKO DJELOVANJE

Do sada ste identificirali svoj problem, prikupili dokaze, postavili ciljeve, mapirali dionike i izgradili svoju koaliciju. Sljedeći korak je uzbudljivi dio: poduzimanje akcije!

Ali evo u čemu je kvaka - zagovaranje nije o tome da se sve radi odjednom. Radi se o odabiru prave metode, u pravo vrijeme, za pravu publiku. To je ono što vaše zagovaranje čini strateškim.

Skupina sveučilišnih studenata bila je frustrirana rasporedom ispita svog fakulteta. Neki su se ispiti preklapali, drugi su bili razmaknuti samo dva dana, a mnogi su studenti bili iscrpljeni. Željeli su pravedniji i zdraviji raspored za sve.

Njihov prvi potez bio je poslati uljudne e-mailove dekanu. Nije bilo odgovora.

Dakle, napisali su peticiju i prikupili potpise. I dalje se ništa nije dogodilo.

Tada ih je obuzela frustracija. Okupili su se ispred dekanovog ureda i satima glasno prosvjedovali. Ljudi su primijetili - ali ne onako kako su se nadali. Dekan je konačno izašao i rekao:

„Da ste mi došli s jasnim

prijedlogom umjesto da samo vičete, mogli smo ovo riješiti ranije.”

Tek tada su studenti shvatili da problem nije bila dekanova nespremnost - već njihova strategija. Koristili su različite alate, ali ne pravim redoslijedom, za pravu publiku.

Zastali su, preispitali svoj pristup i stvorili konkretan prijedlog rasporeda ispita s predloženim datumima, objašnjenjima i jasnim obrazloženjem. Kad su ga predstavili dekanu na mirnijem sastanku, složio se da je razuman - i proveo je većinu njihovih prijedloga.

Prosvjedi nisu bili uzaludni - pokazali su da je problem važan. Ali prijedlog je zapravo otključao rješenje.



Metode zagovaranja koje možete koristiti

Evo nekih od najčešćih i najučinkovitijih metoda zagovaranja, s primjerima s kojima se možda možete povezati:



Peticije – Prikupljanje potpisa kako biste pokazali da mnogi ljudi podržavaju vašu ideju.

Primjer: Učenici prikupljaju 300 potpisa kako bi zahtijevali zdraviju hranu u školskoj kantini.

Sastanci s donositeljima odluka (lobiranje) – Izravno predstavljanje vašeg slučaja nadležnoj osobi.

Primjer: Grupa učenika priprema kratku prezentaciju za gradonačelnika o tome zašto gradu treba novo igralište.



Pisma i izjave o stavu – Pisanje formalnih pisama ili dokumenata s vašim dokazima i zahtjevima.

Primjer: Udruga mladih podnosi parlamentu dokument o stajalištu o uslugama mentalnog zdravlja za mlade.

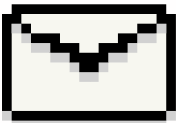


Kampanje i podizanje svijesti – Korištenje plakata, društvenih mreža ili događaja za informiranje drugih i stvaranje javnog pritiska.

Primjer: Studenti vode Instagram kampanju s pričama o tome kako skup prijevoz utječe na njih, označavajući prijevozničku tvrtku.

Prosvjedi i demonstracije – Mirna okupljanja kako bi se pokazala vidljiva podrška nekom problemu.

Primjer: Srednjoškolci organiziraju tihi prosvjed ispred svoje škole s transparentima na kojima piše „Zaslužujemo sigurne pješačke prijelaze“.



Angažman medija – Angažiranje lokalnih novina, radija ili televizije da izvještavaju o vašoj priči.

Primjer: Grupa mladih poziva novinare da prate njihovu akciju čišćenja i povežu je sa svojim zahtjevom za boljim gospodarenjem otpadom.



Kreativne akcije – Korištenje umjetnosti, kazališta ili humora za izražavanje svoje misli.

Primjer: Učenici izvode kratku uličnu predstavu pokazujući kako nedostatak rampi sprječava pristup invalidima.

Kako mogu znati koja je metoda ispravna?

Zapitajte se:

- .Tko je moja glavna publika?
- .Što će privući njihovu pažnju?
- .Želim li ih uvjeriti, pritisnuti ili inspirirati?
- .Koje resurse i vještine imamo?

Ponekad je dovoljna jedna jaka metoda. Drugi put, njihovo kombiniranje stvara najveći učinak.

Da, jesmo. Zašto?

Također, mislio sam da ste izumrli?

U redu, ne moram sve razumjeti.



A pixelated character with a large white eye and a black pupil. The character is holding a speech bubble that contains the text "O, da, izumr-li smo." in a pixelated font. The character's body is composed of various shades of brown and black pixels.

O, da,
izumr-li
smo.

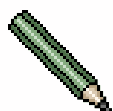
Alat koji možete koristiti: Planer aktivnosti zagovaranja

Prije nego što počnete djelovati, korisno je sve isplanirati na jednom mjestu kako biste mogli ostati organizirani i strateški osmišljeni. Dobar alat koji vam može pomoći je Planer aktivnosti zagovaranja (prilagođeno iz UNICEF-ovog Vodiča za zagovaranje mladih).

Napravite tablicu poput ove:

Cilj	Ciljana publika	Metoda	Potrebni izvori	Rok
Osigurati sapun u školskim toaletima	Ravnatelj	Sastanak + peticija	Podrška učeničkog vijeća, 200 potpisa	Dosljedećeg mjeseca
Sigurniji pješački prijelaz	Grad	Medijska kampanja + prosvjed	Letci, društven mreže, lokalni novinar	Unutar 6 mjeseci

Korištenje ovakvog planera pomaže vam ostati usredotočeni i osigurava da svaka vaša akcija ima jasnu svrhu. Na taj način vaše akcije neće biti nasumične, već dio jasne strategije.



Vaš red: Osvrnite se na svoj SMART cilj iz 3. koraka i mapu dionika iz 4. koraka. Odaberite barem tri metode zagovaranja koje najbolje odgovaraju vašoj ciljanoj publici. Planirajte kada i kako ih koristiti.

Cilj	Ciljana publika	Metoda	Potrebni izvori	Rok





Vaš
rezultat

 1328

eksp



NAZAD

DALJE

RAZIŃA 11 – IZAZOV 7: PRAĆENJE I EVALUACIJA NAPRETKA

Dakle, počeli ste djelovati - možda ste pokrenuli peticiju, sastali se s donositeljima odluka ili organizirali kampanju. Ali kako znate djeluje li vaše zagovaranje? Tu dolaze do izražaja praćenje i evaluacija.

Praćenje znači praćenje onoga što radite usput, dok evaluacija znači osvrtnje unatrag i pitanje: Jesmo li postigli ono što smo željeli? Što možemo bolje učiniti sljedeći put?

Zeleni klub u srednjoj školi naporno je radio kako bi se kante za recikliranje postavile po školi. Prikupili su potpise, razgovarali s nastavnicima, objasnili zašto je recikliranje važno i konačno uvjerali ravnatelja da odobri ideju. Nekoliko tjedana kasnije, u školskom dvorištu pojavile su se nove, sjajne kante. Grupa je slavila - mislili su da je njihova kampanja završena.

Ali kad su se mjesec dana kasnije vratili, bili su šokirani. Kante su bile pune... ali sve je bilo pomiješano. Plastika u kanti za papir, hrana u kanti za plastiku i smeće posvuda. Učenici očitó nisu znali - ili ih nije bilo briga - kako pravilno sortirati otpad.

Tada je klub shvatio nešto važno: postigli su cilj (postavljanje kanti), ali nisu postigli promjenu koju su željeli (pravo recikliranje). Njihovo zagovaranje je samo do pola uspjelo.

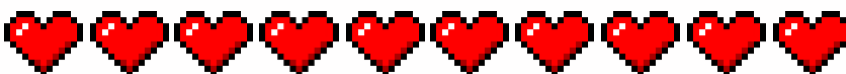
Umjesto da se osjećaju poraženo, odlučili su pratiti situaciju i prilagoditi svoju strategiju. Izradili su jednostavne plakate koji su pokazivali što gdje ide. Posjetili su učionice kako bi na zabavan i razumljiv način objasnili recikliranje. Čak su organizirali i prijateljsko natjecanje među razredima: koja god grupa ispravno reciklira cijeli mjesec, osvojit će nagradu.

Polako su se navike mijenjale. Učenici su počeli razvrstavati otpad, učitelji su podsjećali

razrede, a škola je konačno počela pravilno reciklirati. Početni uspjeh Zelenog kluba pretvorio se u stvarni, trajni utjecaj - jer su odvojili vrijeme za procjenu što je funkcioniralo, što nije i što se treba dogoditi sljedeće.

Možda se pitate koja je ovdje pouka?

Pa, praćenje i evaluacija pomažu vam da vidite razliku između dobivanja onoga što ste tražili i stvaranja promjene koju ste željeli. Bez provjere, studenti nikada ne bi znali da je njihovoj kampanji potreban drugi krug.



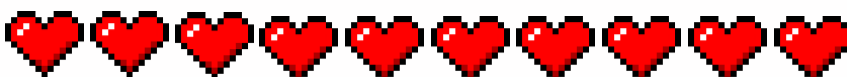
Zašto je praćenje i evaluacija važno

- Pokazuje ti jesi li na pravom putu.
- Pomaže vam prilagoditi strategiju ako nešto ne funkcionira.
- Pruža vam dokaze uspjeha koje možete podijeliti s podupirateljima i financijerima.
- Održava vašu grupu motiviranom slavljenjem napretka - čak i malih pobjeda.

Što pratiti

Ne morate napisati veliko izvješće - samo neka bude jednostavno. Pitajte:

- Ostvarujemo li svoje ciljeve na vrijeme?
- Jesu li se naše aktivnosti odvijale kako je planirano (sastanak, kampanja, peticija)?
- Koliko nas je ljudi podržalo ili nam se pridružilo?
- Jesu li donositelji odluka reagirali? Kako?
- Je li promjena doista poboljšala situaciju?




Alat koji možete koristiti: Provjera na semaforu

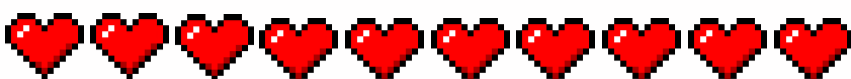
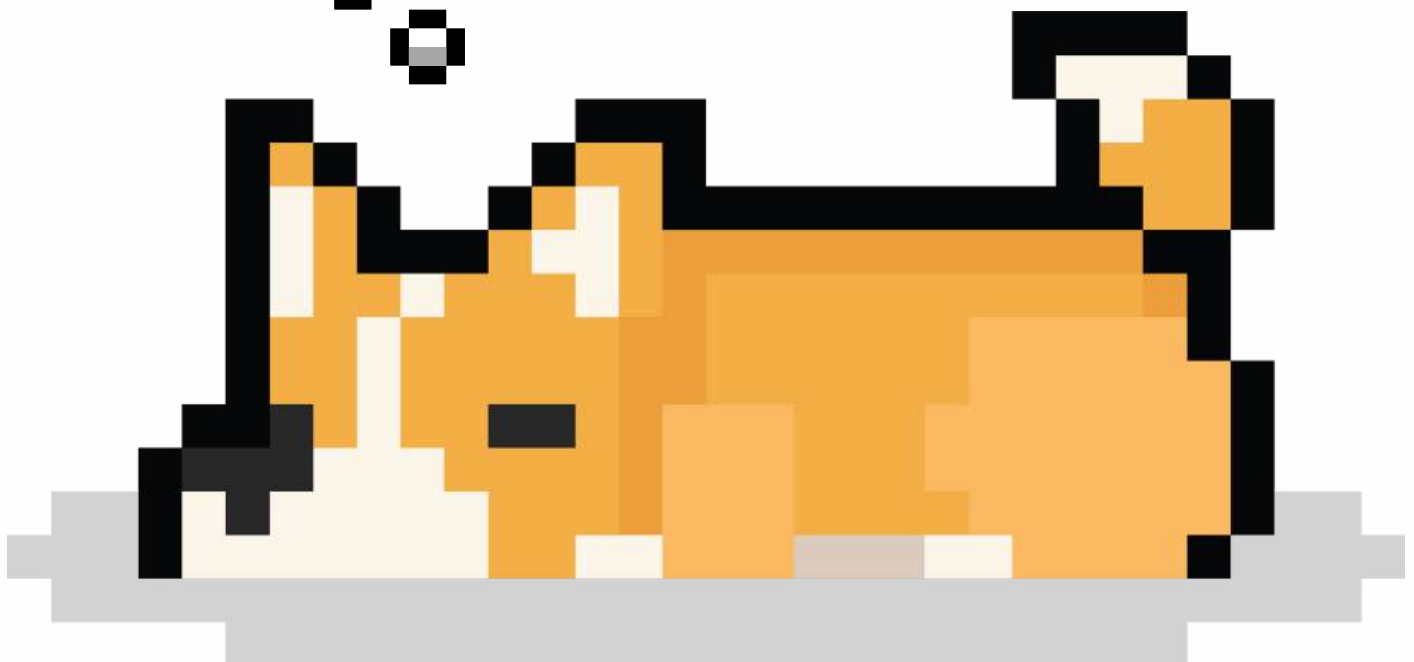
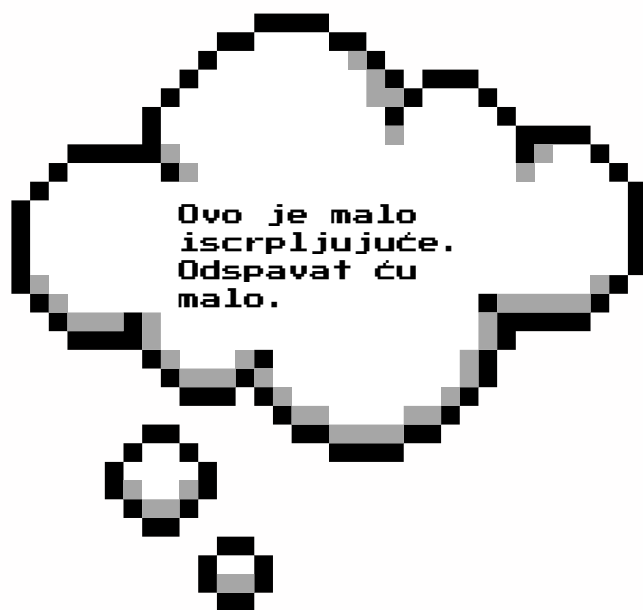
Provjera na semaforu (prilagođeno iz alata za facilitaciju mladih Restless Development) jednostavna je metoda refleksije koja pomaže grupama brzo procijeniti kako je aktivnost prošla sortirajući povratne informacije u tri jasne kategorije.

Nakon svake aktivnosti, sjednite kao grupa i postavite pitanja:

- Zeleno – Što je prošlo dobro? Što je funkcioniralo?
- Žuto – Što je bilo u redu, ali se moglo poboljšati?
- Crvena – Što uopće nije funkcioniralo ili koji su se problemi pojavili?

Zapišite ovo na ljepljive papiriće i zalijepite ih na flipchart. Ova brza refleksija pomaže vam uočiti obrasce, napravite prilagodbe i naučite za sljedeći put.

 **Vaš red: Uzmite jednu aktivnost koju ste već isprobali (stvarnu ili zamišljenu). Napravite brzu provjeru na semaforu. Što je bilo zeleno, žuto i crveno? Što biste drugačije napravili u sljedećoj aktivnosti?**

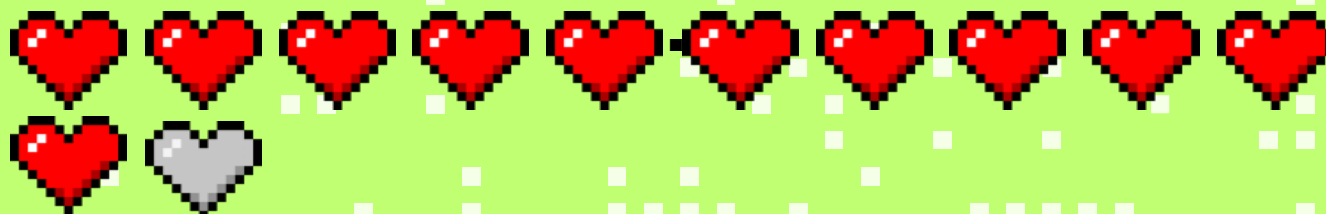




Vaš
rezultat

 1447

eksp



NAZAD

DALJE

RAZINA 12: SLAVLJENJE USPIJHA I ODRŽAVANJE ZAMAHA

Zagovaranje može biti dugo, a ponekad i iscrpljujuće. Zato je važno zastati, proslaviti svoje pobjede i isplanirati kako nastaviti dalje. Čak su i male pobjede važne - one pokazuju da vaši postupci mogu napraviti stvarnu razliku.



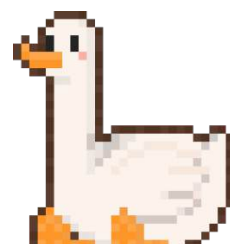
U redu ekipo, kampanja je završila. Možemo li napokon slaviti ili nam treba još jedan sastanak o slavlju?

Zapravo... slavlje je važno. Kao, znanstveno. Ili duhovno. Ili emocionalno. Ne znam, samo mi treba kolač.



Zašto? Zar sama pobjeda nije dovoljna?

NE. Slavlje održava moral visokim. Inače ćemo svi početi izgledati kao kornjače tijekom ispita.



Također, slavlje pokazuje zahvalnost. Znafe... „hvala vam što niste odustali kad se printer zaglavio četrnaest puta.“

Istina. I kad ljudi vide da se zabavljaš, odjednom se žele pridružiti tvom cilju. To je kao aktivizam, ali s konfetima.



I donositelji odluka počnu vas shvaćati ozbiljnije. Ništa ih ne plaši više od grupe koja naporno radi i ima dobru atmosferu.

Najvažnije: zagovaranje se ne odnosi samo na probleme. Također se radi o nadi, radosti i svejoj umjetnosti lošeg plesanja nakon pobjede.



Kad smo već kod toga... možemo li molim vas početi? Moj moral čeka.

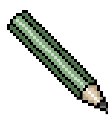
Načini slavlja

- Podijelite svoju priču o uspjehu na društvenim mrežama ili u školskom biltenu.
- Organizirajte mali događaj, piknik ili radionicu s glazbom i umjetnošću.
- Napravite video ili foto kolaž koji prikazuje vaše putovanje.
- Zahvalite se svojim podupirateljima - učiteljima, vršnjacima, roditeljima, partnerima ili službenicima.
- Dodijelite simbolične nagrade (poput „Najbolja ideja“, „Nikad nisam odustao“, „Najglasniji glas“).

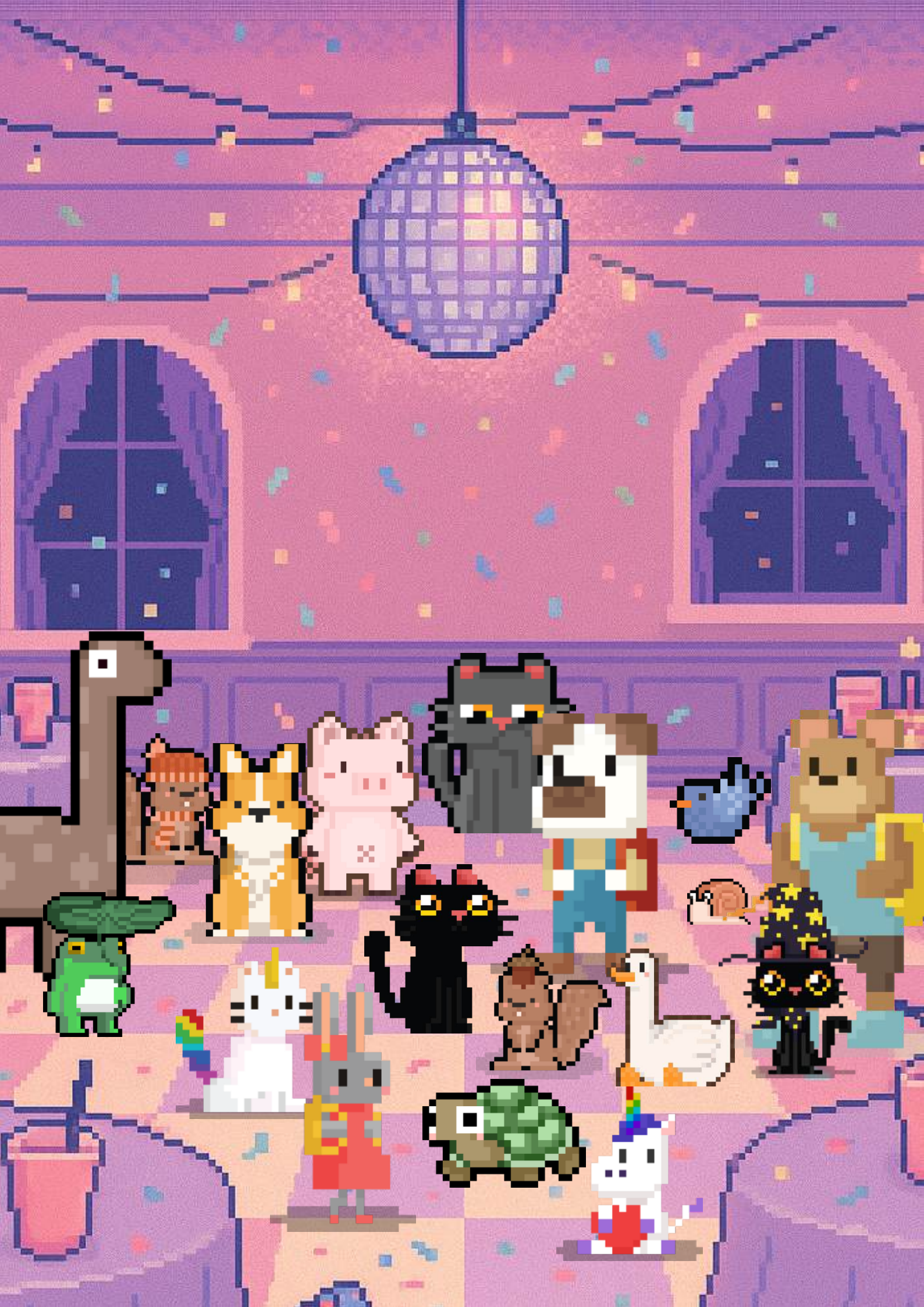
Održavanje zamaha

Slavlje je ujedno i početak sljedeće faze. Zapitajte se:

- Na koje novo pitanje bismo se trebali usredotočiti?
- Kako uključiti nove mlade ljude kako bi grupa nastavila rasti?
- Koje smo vještine stekli i kako ih možemo podijeliti s drugima?
- Možemo li dokumentirati naše putovanje u priručniku, blogu ili kratkom vodiču za druge grupe mladih?

 Vaš red: Razmislite o jednom načinu na koji bi vaša grupa mogla proslaviti čak i malo postignuće. Biste li radije nešto kreativno (umjetnost, video, glazba), društveno (piknik, događaj) ili osobno (zahvalnice, nagrade)?



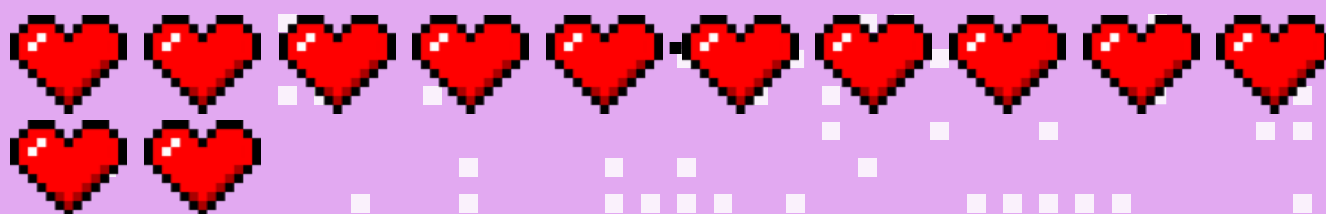




Vaš
rezultat

 1600

eksp



NAZAD

DALJE

ZAKLJUČAK: TVOJ GLAS JE TVOJA MOĆ!

Sada ste prošli kroz ciklus zagovaranja - od identificiranja problema, preko izrade strategija, do proslave uspjeha. Svaki korak vam daje alate, ali prava promjena počinje kada odlučite poduzeti akciju.

Zagovaranje se ne odnosi samo na velike međunarodne kampanje ili poznate pokrete. Radi se i o svakodnevnim pobjedama: sigurnijim ulicama, boljim školskim politikama ili uključivijim zajednicama. Svaki put kada mladi ljudi dignu svoj glas, podsjećaju donositelje odluka da budućnost nije sutra - ona se događa upravo sada.

Zapamtite:

- Ne morate biti stručnjak da biste započeli. Trebate samo znatiželju, hrabrost i upornost.
- Promjena zahtijeva vrijeme, a ponekad se napredak čini sporim. To je normalno - zagovaranje je maraton, a ne sprint.
- Svaki uspjeh, ma koliko malen, dokaz je da je vaš glas važan.

Razmislite o problemima koji vas zanimaju. Razmislite o ljudima koji bi stali uz vas. A onda napravite prvi korak. Ciklus je uvijek spreman za novi početak - s novim problemima, novim rješenjima i novim pobjedama.

Kao zagovornici mladih, vi niste „vođe sutrašnjice“. Vi ste vođe današnjice.

Zato, uzmite ovaj priručnik, uzmite svoje ideje, uzmite svoju strast - i počnite oblikovati svijet oko sebe.



O NAMA

Projekt YOUPO (Inicijativa za mlade) čiji je nositelj Prijatelji dece Srbije, a PRONI Centar za socijalno podučavanje iz Hrvatske, partner, ima za cilj jačanje uključenosti mladih u oblikovanje javnih politika izgradnjom njihovih kapaciteta za rad s mladima. Usredotočen je na razvoj vještina zagovaranja i vođenja članova i volontera partnerskih organizacija, povezivanje mladih s dionicima iz različitih sektora i osiguravanje dugoročne održivosti rezultata kroz široku diseminaciju. Kroz projekt će se izraditi smjernice za organizacije civilnog društva koje rade na osnaživanju mladih da postanu lideri u zajednici, najmanje 20 komunikacijskih materijala i zajedničke resurse o financiranju, zagovaranju i praksama angažmana mladih. Također podržava umrežavanje i izgradnju partnerstava, s najmanje 50 mladih u Srbiji i Hrvatskoj koji će steći iskustvo u međusektorskoj suradnji i 27 predstavnika suradničkih organizacija koji će unaprijediti svoja znanja i vještine.



Prijatelji dece Srbije jedna je od najdugovječnijih organizacija u zemlji posvećenih pravima, dobrobiti i sudjelovanju djece i mladih. Kroz programe u kulturi i medijima, obrazovanju, sudjelovanju i socijalnoj zaštiti, sigurnosti i zdravlju te zaštiti okoliša, organizacija promiče okruženje u kojem svako dijete i mlada osoba mogu

rasti, učiti i izražavati svoj glas. Prijatelji dece Srbije blisko surađuju s obrazovnim ustanovama, lokalnim vlastima, obiteljima i međunarodnim partnerima kako bi podržali djecu i mlade iz različitih sredina, s posebnim naglaskom na uključivost, kreativnost i jednake mogućnosti za sve.

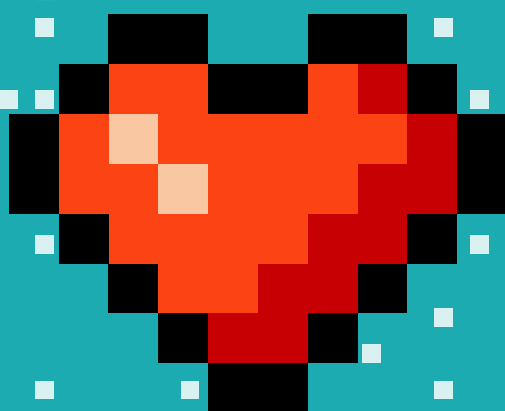


PRONI Centar za socijalno podučavanje je organizacija civilnog društva posvećena razvoju mladih, koheziji zajednice i jačanju aktivnog građanstva kroz neformalno obrazovanje. Od svog osnutka, PRONI se usredotočio na izgradnju lokalnih kapaciteta, posebno među mladima - stvaranjem prilika

za učenje, volontiranje i angažman zajednice u postkonfliktnim i tranzicijskim okruženjima. Organizacija je prepoznata po svom dugoročnom radu na izgradnji mira, međukulturnom dijalogu i osnaživanju mladih da preuzmu aktivnu ulogu u oblikovanju uključivih i otpornih zajednica.



Božidar Dimić (Boža) je entuzijast za nevladine organizacije s preko 15 godina iskustva rada u domaćim i međunarodnim nevladinim organizacijama diljem regije. Specijalizirao se za prikupljanje sredstava, strateško planiranje, obrazovanje, rad s mladima i jačanje malih organizacija kroz praktične alate, treninge i previše šarene proračunske tablice. Osim ozbiljne stručnosti, Boža je i ljubitelj piksel-arta, kronični perfekcionista i netko tko može redizajnirati cijelu radionicu jer jedna točka nije "osjećati se ispravno." Duboko vjeruje u mlade ljude, u uključive zajednice i u pomaganje organizacijama da dobre ideje pretvore u stvarni utjecaj.



KRAJ!

NAZAD