



PRIRUČNIK
PREMA
govara **za**
čke **KOMPANI**
JAMA
KAMPANJE

Prof.dr. Samir Lemeš
Dajana Cvjetković

*Najveći problemi na svijetu nisu glad, bolesti, sukobi ili korupcija.
Najveći problem je apatija – činjenica da sve te probleme vidimo oko nas, ali ne radimo ništa.
Nešto se ipak može postići organiziranom akcijom.
Sad je do nas.*

Michael Norton: 365 Ways to Change the World

prof.dr. Samir Lemeš i Dajana Cvjetković

PRIRUČNIK ZA
ZAGOVARAČKE KAMPANJE
PREMA KOMPANIJAMA

Sarajevo, septembar 2020.

PRIRUČNIK ZA ZAGOVARAČKE KAMPANJE PREMA KOMPANIJAMA

Sarajevo, 2020.

AUTOR/ICA: prof.dr. Samir Lemeš i Dajana Cvjetković

RECENZENT/ICA: prof.dr. Samir Đug i dr.sci. Elma Kovačević - Bajtal

IZDAVAČ: Centar za promociju civilnog društva

Adresa: Marka Marulića br. 2/III 71000 Sarajevo

Telefoni: +387 33 644 810 +387 33 611 834

e-mail: info@cpcd.ba info@mislioprirodi.ba

ZA IZDAVAČA: Aida Daguda, direktorica CPCD

LEKTURA: Udruženje za jezik i kulturu Lingvisti

GRAFIČKA PRIPREMA: DotArt

Priručnik je autorizovan i nije dozvoljena distribucija, štampanje, prodaja i upotreba bez odobrenja autora/ica i Centra za promociju civilnog društva.

Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama je izrađen u okviru projekta „Misli o prirodi!“ kojeg implementira Centar za promociju civilnog društva, a finansijski podržava Vlada Švedske. Sadržaj Priručnika je isključiva odgovornost Centra za promociju civilnog društva i ne odražava nužno stavove Vlade Švedske.

SADRŽAJ

Predgovor.....	6
O Centru za promociju civilnog društva	7
O projektu Misli o prirodi!.....	6
Recenzija, prof.dr. Samir Đug	10
Recenzija, dr.sci. Elma Kovačević – Bajtal.....	12
Uvod	15
1. Zagovaranje	17
1.1. Šta je zagovaranje?	17
1.2. Razlike između zagovaračkih strategija i svih drugih strateških djelovanja.....	18
1.3. Sveobuhvatni zagovarački model.....	20
1.3.1. Planiranje zagovaračke strategije.....	22
1.3.2. Definiranje i analiza problema	23
1.3.3. Definiranje očekivanih rezultata.....	24
1.3.4. Politička analiza	25
1.3.5. Analiza ciljnih grupa.....	26
1.3.6. Analiza potencijalnih saveznika/ca.....	28
1.3.7. Samoprocjena	29
1.3.8. Prikupljanje informacija	30
1.3.9. Razvoj plana zagovaranja	31
1.3.10. Zagovaračke poruke	35
1.3.11. Sažetak poglavlja uz savjete i smjernice.....	36
2. Primjeri zagovaračkih kampanja u BiH i regionu	43
2.1. Identifikacija problema i učesnika/ca u procesu	43
2.2. Prikupljanje informacija.....	45
2.3. Korištenje prava na učešće javnosti u odlučivanju.....	49
2.4. Obrada i objavljivanje prikupljenih informacija	53
2.5. Osnivanje i registracija udruženja.....	56
2.6. Onečišćenje okoliša kao krivično djelo	57
2.7. Protestni skupovi.....	58
2.8. Medijske i internetske kampanje	62
2.9. Nije sve u novcu.....	65
2.10. Imperija uzvraća udarac.....	67
2.11. Oprezno s politikom	68
2.12. Sastanci sa zagađivačima i donositeljima/cama odluka	69
2.13. Umrežavanje s drugim organizacijama	71
2.14. Finansiranje aktivnosti – projekti.....	73
3. Kontakti lokalnih i međunarodnih organizacija i institucija	75
4. Literatura	80
4.1. Korišteni izvori.....	80
4.2. Preporučena dodatna literatura	81

PREDGOVOR

Centar za promociju civilnog društva je veoma ponosan što s vama može podijeliti Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama koji je nastao kao rezultat desetogodišnjeg iskustva CPCD-a, saradnje s prof. dr. Samirom Lemešom i finansijske podrške Vlade Švedske u BiH.

Ovaj priručnik je dio aktivnosti koje Centar za promociju civilnog društva provodi u BiH u oblasti jačanja kapaciteta organizacija civilnog društva, medija i građana/ki koji/e su aktivni/e i žele da doprinesu kvalitetnijoj, proaktivnijoj, organiziranoj i strateški usmjerenoj zaštiti okoliša i prirode.

Želimo da priručnik bude od koristi organizacijama, partnerima/kama projekta Misli o prirodi!, ali i svim drugim organizacijama, institucijama i pojedincima/kama pri izradi i implementaciji efektivnih zagovaračkih kampanja.

Zagovaranje je glavna aktivnost Centra za promociju civilnog društva od nastanka do danas i želimo svoj entuzijazam, znanje, ali i ideje prenijeti na što više organizacija i osoba u BiH i šire. Svjesni/e smo da bez političke i finansijske posvećenosti vlada na svim nivoima nije moguće potpuno zaštititi prirodu i okoliš jer vlasti omogućavaju zagađivačima da gotovo pa nesmetano djeluju u BiH bez poštivanja standarda. To je i bio motiv za nastanak ovog priručnika u kojem predstavljamo zagovaračke kampanje usmjerene na zagađivače, kompanije, ali i na donositelje/ice odluka, vlasti.

Autori/ce su konsultirali/e više različitih metodologija, analizirali/e su različite pozitivne i manje pozitivne prakse, prikupili/e niz primjera različitih zagovaračkih kampanja iz BiH, zemalja regiona i svijeta, da bi kreirali/e metodologiju priručnika primjenjivu u BiH.

CPCD se nada da će ovaj priručnik doprinijeti radu organizacija u polju zaštite okoliša i zagovaranja usmjerenog ka kompanijama. Ovim želimo ojačati zagovaračke akcije i ponuditi alat za sistematski uticaj na zagađivače, kompanije i donositelje/ice odluka na lokalnom, državnom i regionalnom nivou. Očekujemo da će organizacije redovno koristiti priručnik da pozivaju kompanije i donositelje/ice odluka na veću javnu odgovornost, osjetljivost spram okolišnih pitanja i korekciju dosadašnjih štetnih praksi, a građane/ke da se priključe valu promjena koji priželjkujemo.

Aida Daguda

Direktorica Centra za promociju civilnog društva



O CENTRU ZA PROMOCIJU CIVILNOG DRUŠTVA

Centar za promociju civilnog društva (CPCD) je domaća, nezavisna, neprofitna, nevladina organizacija osnovana 1996. godine. Sjedište organizacije je u Sarajevu, ali svojim aktivnostima ona pokriva cijelu teritoriju BiH i zemalja Zapadnog Balkana.

Od svog nastanka do danas CPCD se etablirao kao organizacija koja uz saradnju s internacionalnim donatorima/kama, u pet zemalja regiona radi distribuciju i monitoring grantova i programa jačanja kapaciteta. Dvodecenijsko iskustvo u radu s organizacijama i zagovaranju, CPCD izdvaja kao organizaciju koja njeguje partnerski, sistematičan, inovativan i transparentan pristup radu.

Misija: Doprinos jačanju civilnog društva u BiH kroz pružanje podrške razvoju organizacija civilnog društva i njihovoj međusobnoj saradnji i umrežavanju, uspostavljanje okvira za efikasne odnose s vladinim i profitnim sektorom i razvoj građanskog aktivizma, kao i kroz promociju neprofitnog sektora kao kvalitetnog i nezaobilaznog aktera u društveno-ekonomskom razvoju zemlje.

Vizija: CPCD je nezavisna, stabilna i visoko profesionalna organizacija koja pruža kvalitetne programe i usluge za podršku razvoju civilnog društva, saraduje s brojnim partnerima/kama u BiH i regionu i predstavlja bitan faktor u borbi za bolji život građana/ki BiH. CPCD svoje djelovanje zasniva na motivaciji, znanju i idejama svojih zaposlenika/ca i volontera/ki, koji/e su u potpunosti posvećeni/e ostvarivanju misije organizacije.

Tokom protekle 24 godine djelovanja, CPCD se istaknuo kao organizacija koja zagovara i pruža podršku drugim organizacijama civilnog društva. CPCD je inicirao kreiranje i usvajanje Sporazuma o saradnji između Vijeća ministara BiH i nevladinih organizacija u BiH, osigurao usvajanje tog sporazuma u 80 općina te podijelio više od 400 grantova organizacijama i medijima.

CPCD je do sada podržao hiljade lokalnih organizacija civilnog društva kroz SMART Resursni centar, osnovan 2006. godine. SMART RC pruža informacije, savjete, edukacije i savjetovanja stotinama OCD-a i vladinih službenika/ca. Osim savjetodavne podrške, SMART RC je edukacijama obuhvatio više od 200.000 osoba. Tokom 2019. godine Ministarstvo obrazovanja, nauke i mladih Kantona Sarajevo akreditiralo je SMART Resursni centar kao centar za obrazovanje odraslih.

O PROJEKTU MISLI O PRIRODI!

Misli o prirodi! je trogodišnji projekat koji implementira Centar za promociju civilnog društva, a finansijski podržava Vlada Švedske u iznosu od tri miliona konvertibilnih maraka.

Osnovni cilj projekta jeste povećati uticaj civilnog društva u zaštiti okoliša kroz umrežavanje organizacija civilnog društva, institucija, stručnih osoba, medija i mladih za zajedničko, sinhronizirano i snažno djelovanje na lokalnom nivou. Centar za promociju civilnog društva istinski vjeruje u programe jačanja kapaciteta koji su krojeni prema mjeri korisnika/ca, koji zadovoljavaju specifične potrebe u određenoj oblasti i nisu puko predstavljanje evropskih ili svjetskih modela na lokalnom jeziku. Programi jačanja kapaciteta u okviru ovog projekta su osmišljeni kao idealna kombinacija treninga, specifično kreiranih edukativnih materijala i priručnika, sastanaka, zajedničkih akcija i mentorskog rada koji je snažan vezivni faktor svih elemenata razvoja kapaciteta organizacija i pojedinaca/ki unutar njih.

Dodatni značaj projekta predstavlja doprinos provođenju zahtjeva Evropske unije i međunarodnih sporazuma iz oblasti okoliša, klime i energije koje je BiH ratificirala.



Projekat je zasnovan na pet komponenti:

1. Zagovaranje

Unapređenje zaštite okoliša je jedino moguće kroz diverzificiran pristup problemskim oblastima, ali i zajedničko djelovanje, sistematičan i naučno utemeljen pritisak civilnog društva na donositelje/ice odluka i zagađivače, te podizanje svijesti o važnosti okoliša u poboljšanju standarda života.

2. Eko HUBovi

Kompleksnost pitanja okoliša zahtijeva kontinuiranu prisutnost na lokanom nivou, ekspertizu u oblasti zaštite okoliša, umreženost s lokalnim akterima/kama, mogućnost komunikacije s mladima, školama i medijima, te kapacitete za pružanje edukativne i stručne podrške drugim organizacijama i školama. Kroz ovu projektnu komponentu formirat će se mreža od deset Eko HUBova koji će biti lideri u svojim regionima, a uz direktnu komunikaciju s CPCD-om, ostalim Eko HUBovima i lokalnim akterima/kama predstavljat će svojevrsan HUB za prikupljanje i distribuciju najrelevantnijih informacija u oblasti okoliša i iniciranje lokalnih akcija.

3. Eko škole

Rad sa školama i ministarstvima obrazovanja na entitetskim i kantonalnim nivoima osigurat će održivost ideje projekta Misli o prirodi! Škole koje pokazuju zainteresiranost za unapređenje plana i programa rada škole, vannastavnih aktivnosti i edukaciju u oblasti zaštite okoliša imat će priliku da dobiju certifikat Eko škola. Uz podršku CPCD-a i Eko HUBova, 36 odabranih škola će kreirati akcioni plan na osnovu koga će im biti pružena materijalna i tehnička podrška.

4. Mladi

Uključenost i proaktivan pristup mladih okolišnim pitanjima jedna je od najznačajnijih projektnih komponenti koja se prožima kroz sve planirane aktivnosti u vidu kampanje podizanja svijesti i promocije okolišnih pitanja.

5. Eko mediji

Medijska pokrivenost okolišnih pitanja bit će unaprijeđena tokom projekta kroz sistematičan pristup medijima, novinarima/kama, ali i rješavanju izazova s kojima se suočavaju prilikom rada na medijskim sadržajima iz oblasti zaštite okoliša. Novinari/ke će uz saradnju sa studijima novinarstva održati niz predavanja za studente/ice. Planirana je i medijska edukacija građana/ki kako bi se aktivno uključili/e u kreiranje medijskih sadržaja o pitanjima okoliša. Novinarska nagrada za najbolje medijske sadržaje u oblasti zaštite okoliša bit će ustanovljena tokom projekta i bit će dodijeljena dva puta za vrijeme njegovog trajanja.

Projekat će uključiti različite interesne grupe – organizacije civilnog društva, medije, građane/ke (posebno mlade), preduzeća, osnovne i srednje škole te institucije vlasti. Posebna pažnja bit će usmjerena na pitanja kojima je potreban multidisciplinarni i inkluzivan pristup – poput siromaštva, sprečavanja konflikta, ljudskih prava te odnosa rodne ravnopravnosti i okoliša.

RECENZIJ prof.dr. Samir Đug

Nakon cjelovitog uvida i detaljne analize rukopisa „Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama“ konstatujem da se radi o sistematizovanom i funkcionalno oblikovanom rukopisu. Rukopis je pisan kompetentno, jednostavnim i razumljivim jezikom i prilagođen je širem čitalačkom auditoriju te predstavlja originalno stručno djelo. Stručni sadržaji prezentovani u rukopisu su zasnovani na velikom broju relevantnih verifikovanih naučnih podataka, interpretiranih u skladu sa savremenim metodama zagovaranja zaštite prirode i okoliša. Primjenjeni analitičko-sintezni, komparativni i drugi pristupi, kao i dobro struktuirana kompozicija ovog teksta, ukazuju na bogato iskustvo autora u ovoj oblasti, što samom rukopisu daje odlike vrlo značajnog djela. Svi čitaoci koji prođu kroz stranice ovog naizgled vrlo jednostavnog priručnika više nikada neće o zaštiti prirode i okolišu razmišljati na isti način.

Rukopis sadrži četiri tematska poglavlja koja su međusobno funkcionalno povezana i čine jednu integrisanu stručnu cjelinu, fokusiranu prvenstveno na kompleksnu i komponentnu analizu savremenih pristupa u oblasti zagovaranja zaštite prirode uz mogućnosti njihove prilagodbe i implementacije u vrlo složenom okruženju u Bosni i Hercegovini. Istraživački koncept koji je primjenjen u interpretaciji obrađenih tematskih oblasti i podoblasti, posebno sa aspekta planiranja zagovaračkih strategija i jačanja kapaciteta organizacija civilnog društva, medija i građana/ki koji su aktivni i žele doprinijeti zaštiti okoliša u Bosni i Hercegovini je značajan za čitaoce.

Značajan sadržajni kvalitet i doprinos određenih tematskih sadržaja rukopisa se odnosi i na prezentaciju primjera zagovaračkih kampanja provedenih u Bosni i Hercegovini i u susjednim zemljama sa ciljem da se kroz ove primjere aktivisti mobilizuju na proaktivno djelovanje u cilju rješavanja problema u svom okruženju.

U skladu sa navedenim, u prvom poglavlju rukopisa pod naslovom „Zagovaranje“ dato je tumačenje samog termina zagovaranja kroz primjere u kojima se pojašnjava značaj ovog procesa kojim se pokušava uticati na sve one koji imaju moć donošenja odluka, kako bi se ostvarila općedruštvena prava i ciljevi koji poboljšavaju kvalitet života kompletnog društva ili specifične društvene grupe čija prava i potrebe su predmet zagovaranja. Poseban naglasak je stavljen na pojašnjenje razlika između zagovaračkih strategija i svih drugih strateških djelovanja. U ovom poglavlju je dat i vrlo detaljan prikaz sveobuhvatnog zagovaračkog modela po fazama, kao i sam način funkcionisanja planiranja zagovaračke strategije, od definisanja i analiza problema, definisanja očekivanih rezultata, političke analize, analize ciljnih grupa, analize potencijalnih savezika/ca, značaja samoprocjene, prikupljanja informacija, te razvoja plana zagovaranja, značaja zagovaračke poruke. Posebnu vrijednost ovom dijelu rukopisa daje sažetak poglavlja koji nudi brojne savjete i smjernice kako uspješno realizirati cjelokupni proces zagovaranja.

Slijedeće poglavlje „Primjeri zagovaračkih kampanja u BiH i regionu“ kroz niz primjera nudi aktivistima alat koji im može pomoći da kroz analizu brojnih primjera iz Bosne i Hercegovine i okruženja

uspješno pokrenu i realiziraju vlastite inicijative u oblasti zaštite prirode i okoliša. Za svaki od istaknutih primjera data su detaljna pojašnjenja sa adekvatnim pratećim slikama. Značajna pažnja u ovom poglavlju je posvećena samoj identifikaciji problema i učesnika u procesu što je neophodan preduvjet za uspješnu realizaciju procesa zagovaranja. Svaki proces zagovaranja mora biti utemeljen na objektivnim i recentnim informacijama. Stoga prikupljanje informacija predstavlja vrlo bitan segment ovog poglavlja. Značaj korištenja prava na učešće javnosti u procesu donošenja odluka je razrađen uz nekoliko ilustrativnih primjera iz naše zemlje, kao što je inicijativa „Park je naš“ u Banjoj Luci iz 2012. godine.

U dijelu koji tretira značaj obrade i objavljivanja prikupljenih informacija dat je kritički osvrt na manipulaciju informacijama od strane medija uz nekoliko ilustrativnih primjera, kao i primjeri korištenja informacija iz zvaničnih izvora kada oni nisu pouzdani, što je vrlo dobro prikazano na primjeru senzora za mjerenje kvaliteta zraka, kao i na primjeru upitne obrade podataka od strane nevladinih organizacija.

Onečišćenje okoliša, odnosno pritisci kojima čovjek narušava kvalitet sredine u kojoj živi su regulisani i kroz pojedine članove Krivičnog zakona. Nažalost, prijave često ostaju nerealizirane, kao što je krivična prijava udruženja Eko forum iz Zenice protiv kompanije ArcelorMittal Zenica. Prva i jedina presuda u BiH za krivično djelo onečišćenje okoliša je donesena protiv kompanije GIKIL. Analizirana je i uloga i značaj organizacije protestnih skupova na nekoliko primjera iz BiH i Hrvatske, kao i značaja medija u ovakvim procesima. Posebno je vrijedan segment koji pojašnjava mehanizme i načine na koji investitori nastoje da minimiziraju pritisak javnosti koristeći postojeću lošu ekonomsku i socijalnu situaciju za ostvarivanje svojih ciljeva, kao što je to npr., u slučaju gradnje mini hidroelektrana. Istaknuto je i da jedino međunarodne finansijske institucije kao što su Svjetska banka, MMF, EIB, EBRD imaju u svojoj agendi održivi razvoj, brigu za klimatske promjene i društvenu odgovornost, odnosno jasno definisane mehanizme spriječavanja narušavanja kvaliteta okoliša u okviru projekata koje finansiraju. Stoga je i istaknut značaj organizacije sastanaka sa zagađivačima i donosiocima odluka koji bez obzira na sve poteškoće i sukobe u stavovima predstavljaju vrlo bitan segment uspješno organizovanog procesa zagovaranja očuvanja okoliša, što je potkrijepljeno primjerom djelovanja Eko foruma Zenica u procesu izdavanja nove okolinske dozvole za zeničku željezaru. Za uspjeh zagovaračke kampanje od velikog značaja može biti saradnja s drugim organizacijama sa kojima se mogu podijeliti iskustva i stvoriti koalicije kao i mogućnosti iznalaženje finansijskih sredstava koja su neophodna u ovom procesu.

U trećem poglavlju pod naslovom „Kontakti lokalnih i međunarodnih organizacija i institucija“ navedene su web adrese lokalnih i međunarodnih organizacija i institucija koje se bave zaštitom okoliša ili drugim djelatnostima koje mogu imati veze sa zaštitom okoliša.

Na bazi izvršene analize može se konstatovati da sadržaj rukopisa „Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama“ predstavlja originalni doprinos u proučavanju savremenih kompleksnih i komponentnih procesa u oblasti zagovaranja zaštite okoliša, sažetih u formu dostupnu široj javnosti, odnosno izloženih u skladu sa savremenim didaktičko-metodičkim standardima. Tekstualni i prateći grafički sadržaji u priručniku u potpunosti koreliraju sa konceptom savremenih metodičko-didaktičkih zahtjeva za sadržajno jasnu i funkcionalnu prezentaciju sadržaja. Jezički stil pisanja je prilagođen nivou savremenog procesa učenja i razumijevanja prezentiranih sadržaja. Sadržaj rukopisa predstavlja značajan doprinos u dopunjavanju i nadogradnji postojećih teorijskih i praktičnih spoznaja i pristupa različitim oblastima koje cjelovito ili parcijalno tretiraju ovu problematiku. Na ovaj način predloženi rukopis će u značajnoj mjeri popuniti literaturnu prazninu koja postoji iz ove oblasti u Bosni i Hercegovini, ali i u široj regiji, i predstavlja vrlo vrijedan materijal koji će sasvim sigurno naći široku primjenu među nevladinim organizacijama, aktivistima, ljubiteljima prirode, ali i donosiocima odluka, odnosno svima koji se bave očuvanjem našeg vrlo vrijednog prirodnog naslijeđa.

Shodno istaknutim pokazateljima i činjenicama, konstatujem da je sadržaj rukopisa „Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama“ autora: prof. dr. Samira Lemeša i Dajane Cvjetković, originalan i samostalan autorski rad koji na bazi postignutih vlastitih istraživačkih rezultata cjelovito rasvjetljava problematiku zagovaranja zaštite okoliša, kako na komponentnom tako i na sintetskom nivou. Sadržaji predmetnog rukopisa su nastali kao rezultat fundamentalnih autorskih literaturnih istraživanja, što mu daje posebno mjesto u općoj nezaobilaznoj literaturi iz ove oblasti.

Rukopis pod naslovom „Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama“ u izdanju Centar za promociju civilnog društva, autora: prof. dr. Samira Lemeša i Dajane Cvjetković ocjenjujem izuzetno kvalitetnim i originalnim djelom koje će značajno sadržajno doprinijeti unaprijeđenju spoznaja u oblasti zagovaranja zaštite prirodnih vrijednosti u BiH. Takođe smatram da će ovaj priručnik biti široko primjenjivan u sticanju stručnih saznanja i kod brojnih drugih korisnika koji se bave ovom problematikom.

Shodno navedenom, sa zadovoljstvom preporučujem publikaciju rukopisa „Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama“ autora: prof. dr. Samira Lemeša i Dajane Cvjetković kao priručnika u izdanju Centar za promociju civilnog društva.

Prof.dr. Samir Đug,
Redovan profesor
Prirodno-matematički fakultet
Univerzitet u Sarajevu

RECENZIJA, dr.sci. Elma Kovačević – Bajtal

Pojam „zagovaranje“ (lat. *advocare* – pozivati na podršku) u političkoj i jezičkoj ravni koristi se za opisivanje određenog demokratskog procesa, u kojem pojedinci ili grupe ljudi poduzimaju različite radnje s ciljem uticaja na donosiocima odluka koje se tiču kvaliteta našeg života. Zagovaranje je stalni proces uticaja na ljude, organizacije i institucije koje imaju moć donošenja odluka, a s ciljem poboljšanja životnih uslova u situaciji kad konkretno pitanje ili problem ima određenu važnost.

U nedovoljno razvijenim demokratskim sistemima, gdje građanski aktivizam nije dio svakodnevnice, potrebno je uložiti dodatne napore na promociji zagovaranja i edukaciji građana, učesnika zagovaranja, o mogućim načinima na koji se taj proces može uspješno provoditi kao i važnosti postojanja takve aktivnosti u cilju postizanja društvenih promjena.

Jedan od načina promocije i edukacije građana za uspješno provođenje zagovaranja su organizacije seminara, ali i objavljivanje stručnih materijala kao što su priručnici, knjige, stručni članci, videomaterijali i dr.

Centar za promociju civilnog društva u sklopu projekta *Misli o prirodi!*, a na osnovu dugogodišnje saradnje s prof. dr. Samirom Lemešom i uz finansijsku podršku Vlade Švedske u BiH, pripremio je *Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama*.

Autori priručnika na više od 70 strana objašnjavaju pojam zagovaranja, daju nam uvid u zagovaračke modele, proces planiranja zagovaračke strategije, način definiranja i analizu problema, političku analizu, analizu ciljnih grupa i potencijalnih saveznika, ali navode i stvarne primjere zagovaračkih kampanja u BiH i regionu.

U priručniku se objašnjava razlika između zagovaranja i lobiranja. Naime, lobiranje je jedna od tehnika zagovaranja. „Najznačajnija razlika između zagovaranja i lobiranja je u načinu funkcioniranja. Lobiranje zahtijeva direktan dijalog ili interakciju s donositeljima/cama odluka, dok zagovaranje podrazumijeva široki spektar direktnih, ali najčešće indirektnih i javnih aktivnosti.“ Dakle, na sve procese ne možemo izravno djelovati, ali njihovu podršku možemo tražiti i indirektno, utičući na osobe koje donose odluke. Priručnikom se želi ukazati na važnost organizirane akcije kao načina da se dogode promjene i vode efektivne zagovaračke kampanje. A to je ono što u BiH itekako nedostaje.

Generalno govoreći, strah i opreznost građana, ali i loša organizacija, najčešće su kočnice za uspješno zagovaračko djelovanje u BiH. Također, ne treba zaboraviti činjenicu da građanski aktivizam zavisi od političke kulture neke države i nivoa razvijenosti kako njenih institucija tako i ekonomije. S obzirom na to da su zagađivači okoliša najčešće kompanije koje zapošljavaju veliki broj ljudi, angažman njihovih uposlenika na zaštiti okoliša mogao bi se interpretirati kao nešto usmjereno „protiv“ kompanije, a ne kao aktivnost koja je „za“ dobrobit svih. I to je jedan od bitnih razloga nedovoljnog uključivanja većeg broja osoba u ovakve zagovaračke procese. „Međutim, organizacijska posvećenost zagovaračkim aktivnostima treba biti snažnija od straha i opreznosti, treba biti usko povezana s organizacijskom predanošću da bi se postigle trajne društvene promjene.“

Bez obzira ko vrši zagovaranje – zvaničnici zbog provedbe nove politike, lideri nevladinih interesnih grupa koji djeluju sami ili koalicija *insajdera* i *outsajdera* – ono podrazumijeva iznošenje onih argumenata koji se ne mogu ignorirati. I zagovaranje i iznošenje argumenata imaju svoje faze i strategije koje traže „mnogo vremena, stručnosti, objektivne analize i volje“.

U priručniku je naveden konkretan primjer donošenja Zakona o zaštiti okoliša u FBiH koji se nalazi u proceduri od 2014. godine. Cjelokupna procedura usvajanja zakona još nije završena, što nam govori da je taj proces dug, da predložene primjedbe na zakone mogu postati „sastavni dio spisa“, ali da se same primjedbe, prilikom sastavljanja teksta pripadajuće dozvole, najčešće ne uzimaju u obzir.

Prilikom donošenja odluka uglavnom se ne usvajaju dostavljene primjedbe i prijedlozi zagovarača, stoga kao jedina šansa za promjenu ostaje pokretanje sudskog spora. Naime, vlasti ili donosioci odluka najčešće računaju da to da će druga strana radije odustati nego trošiti novac, vrijeme i energiju na nikad siguran ishod sudskog spora.

Kroz navedene primjere u priručniku očito je da podizanje tužbi, iako sudski procesi traju dugo, ostaje najčešće jedini način za postizanje promjena. „Važno je istaći da krivična prijava ne zatvara fabrike, ona zatvara počinitelje/ice krivičnih djela, ako se ta djela dokažu.“ Praksa pokazuje da tek pokretanje sudskog spora, o kojem kroz medije saznaje i šira javnost, navodi institucije ili kompanije na promjenu njihovog ponašanja.

Upotrebna vrijednost ovog priručnika je i u tome što korisnicima daje konkretan slijed koraka u planiranju zagovaračke strategije (definiranje problema, definiranje očekivanih rezultata, politička analiza, analiza ciljnih grupa, analiza potencijalnih saveznika, samoprocjena, prikupljanje informacija i razvoj plana zagovaranja).

Svaki opisani korak prati set pitanja, odnosno odgovori na njih pomažu što boljem definiranju, ali i samoprocjeni njegove realizacije. Pored postavljenih pitanja, date su i preporuke za daljnje djelovanje u pravcu dostizanja cilja. To pomaže zagovaračima da što preciznije i realnije definiraju svaki korak planirane zagovaračke strategije i time izbjegnju nepotrebno gubljenje vremena i resursa.

Autori priručnika predlažu nekoliko strategija zagovaračkog djelovanja. Naravno, prilikom izbora bilo koje od njih, potrebno je voditi računa o vrsti ciljne grupe i stavu te grupe prema predmetnoj problematici. Jedna od predloženih strategija je *angažiranje*, koje se „koristi u slučaju kada je ciljna grupa zainteresirana za rješenje pitanja i ima pozitivan stav, ali još uvijek nije uključena u proces zagovaranja“. Na takve grupe treba posebno obratiti pažnju, jer je mnogo onih koji bi željeli dati doprinos rješavanju nekog životnog problema, ali ne znaju ko stoji iza takvog prijedloga, tj. ko je pokretač promjena, niti na koji način se dolazi do njega. Da bi zagovaranje bilo uspješno, potrebno je formirati zagovarački tim i napraviti spisak saveznika koji će biti dio zagovaračkih aktivnosti.

Nerijetko, strane ambasade u BiH same iniciraju određene promjene ili daju podršku organizacijama koje zagovaraju usvajanje nekih zakonskih regulativa, posebno ukoliko se radi o proisteklim obavezama iz potpisanih sporazuma s EU ili zahtjeva koje postavlja EU prema svima onima koji žele da postanu dio evropske porodice.

U priručniku se skreće pažnja na „principe dobrog upravljanja koji govore o odnosu između građana/ki, lidera/ki i javnih institucija“.

Smatram da CPCD kroz projekt *Misli o prirodi!*, nimalo slučajno, za prikaz modela zagovaranja uzima temu zaštite životne sredine, jer upravo rješavanje te problematike utiče na zdravlje svih građana i može da pokrene interesiranje stručne i šire javnosti za aktivnije djelovanje i uključivanje u zagovaračke aktivnosti. Također, CPCD nas informira o aktivnostima na stvaranju novih brendova kao što su *Eko škole*, uz istovremenu promociju rada s mladima kao budućim donosiocima odluka i uposlenicima kompanija. Na taj način, edukacijom mladih o važnosti zaštite okoliša, ali i podizanjem svijesti o nužnosti građanskog aktivizma i načinima korištenja građanskih prava, stvaraju se preduslovi za bolji i zdraviji život budućih generacija.

Bilo bi dobro ovim projektom uključiti i studente fakulteta koji imaju doticaja s problematikom zaštite životne sredine (mašinski, prirodno-matematički, šumarski, veterinarski, medicinski fakulteti i dr.) te poticati formiranje asocijacija pojedinaca koji sticanjem znanja i kompetencija kroz svoj studij mogu dati značajan doprinos zaštiti životne sredine. Istovremeno, medijskom promocijom rezultata zagovaranja, moguće je povećati i zainteresiranost samih građana za učešće u ovakvim aktivnostima. Organi vlasti bi također trebali da iskoriste sve raspoloživa mehanizme za učešće javnosti u odlučivanju, kako bi novi zakoni bili u skladu sa životnim potrebama građana, vodeći pri tome računa o svjetskim standardima.

Dakle, zagovaranje je stalna, kontinuirana borba za bolje sutra i nije slučajno da je kao moto za jedno poglavlje priručnika uzet citat iz knjige *Umijeće ratovanja* autora Sun Tzua.

S obzirom na to da u BiH nema dovoljno radova na temu zagovaranja, smatram da će *Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama*, približavanjem ove problematike široj javnosti, biti od značaja za promociju građanskog aktivizma, „podizanje svijesti o važnosti okoliša u poboljšanju standarda života“ i ukazivanje na važnost organiziranog djelovanja. Također, upoznavanje s načinima podrške „implementaciji efektivnih zagovaračkih kampanja“ i naglašavanje neophodnosti kontinuiranog zagovaranja donošenja adekvatnih zakona bit će od koristi ne samo onima koji se bave pitanjima zaštite životne sredine nego i svima koji žele dati doprinos stvaranju uslova za kvalitetniji život građana u BiH.

Ukratko, ovaj priručnik jeste fokusiran na zagovaranje u oblasti zaštite okoliša, dajući smjernice za izradu plana zagovaranja u ovoj oblasti i koristeći iskustva iz zemlje i regiona, Međutim, on može imati i širu upotrebnu vrijednost, bez obzira na predmet zagovaranja, te biti zanimljiv svim onima koji žele da pokrenu, aktivno učestvuju ili da budu na bilo koji način dio nekog zagovaračkog procesa.

Sažimajući sve do sada rečeno, o važnosti edukacije na temu zagovaranja, kao i o značaju efikasnog zagovaranja za postizanje pozitivnih promjena za bolji život građana, preporučujem objavljivanje ovog priručnika.

Dr. sci. Elma Kovačević-Bajtal
ekspertica u oblasti lobiranja



UVOD

Saradnja između civilnog društva, vlasti i kompanija na rješavanju pitanja od zajedničkog interesa je praksa koja jača demokratske vrijednosti korisne za sve učesnike/ce saradnje, a na opšte zadovoljstvo građana/ki.

Svjedoci/kinje smo svakodnevnog izostanka dijaloga, isključivanja civilnog društva iz procesa donošenja odluka i zanemarivanja potreba građanstva. Ovaj priručnik je upravo odgovor na dosadašnje prakse i predstavlja model kako bi trebalo saradivati s vlastima i kompanijama.

Kao u svim društvenim konstruktima, zakoni, norme, etički kodeks, javne politike i vladini programi (uključujući i budžete) mijenjaju se, dopunjuju i ažuriraju kako bi što više odgovarali trenutnom društvenom kontekstu. U BiH svi procesi teku znatno sporije nego u drugim demokratskim društvenim kontekstima, a donošenje odluka se često odvija bez učešća javnosti, što predstavlja dodatni izazov za sve zagovarače/ice. Važno je napomenuti da građanstvo ima mogućnost, ali i obavezu da učestvuje u procesima donošenja odluka o svim važnim pitanjima, a to je i posebna dužnost organizacija civilnog društva koje u svojoj misiji imaju zaštitu okoliša i prirode u BiH. Uloga građanstva i organizacija je da posmatraju, učestvuju, kritiziraju i predlažu promjene, ali i da doprinesu svojim znanjem, iskustvom, ekspertizom i tačkom gledišta na problem jer se često iz drugog ugla posmatranja jasnije vide potrebe društva.

Razvoj plana zagovaračkih aktivnosti je kompleksan i zahtjevan zadatak koji iziskuje vrijeme, posvećenost i znanja kako bi se analizirali politički procesi, demistificirale nadležnosti u procesu donošenja odluka, napravila mreža povezanih koristi i aktera/ki, analizirala trenutna legislativa (domaća i međunarodna), socijalni, ekonomski i geopolitički kontekst.

Organizacije se moraju uključiti u zagovaračke procese jer neko u državi mora zaštititi prirodu i okoliš koji su izloženi najstrašnijim rizicima za potpuno uništenje. Samo organizacije mogu, uz podršku građana/ki i medija, informirati, podići svijest, kreirati zahtjeve i voditi sistemsku borbu protiv kompanija i vlasti.

Ovaj priručnik predstavlja, korak po korak, metodologiju izrade zagovaračke kampanje sa svim pojedinačnim pripremnim aktivnostima i aktivnostima koje se mogu integrirati u planove zagovaranja. Osim metodologije izrade, priručnik nudi i primjere zagovaračkih kampanja u BiH i regionu koji mogu biti od koristi za identifikaciju i komparaciju funkcionalnih i manje funkcionalnih strategija, aktivnosti i rezultata.

Priručnik je podijeljen u dva poglavlja:

1. Zagovaranje
2. Primjeri zagovaračkih kampanja u BiH i regionu

Cilj autora/ica je da u prvom dijelu priručnika predstavite jedan od mogućih modela zagovaranja dajući jasne smjernice kako se izvršava svaki korak zagovaračkog procesa, a u drugom dijelu da prikažu primjere iz prakse, vezane za pojedine faze procesa, koji su se desili u BiH i zemljama regiona.

ZAGOVARANJE

1.1. Šta je zagovaranje?

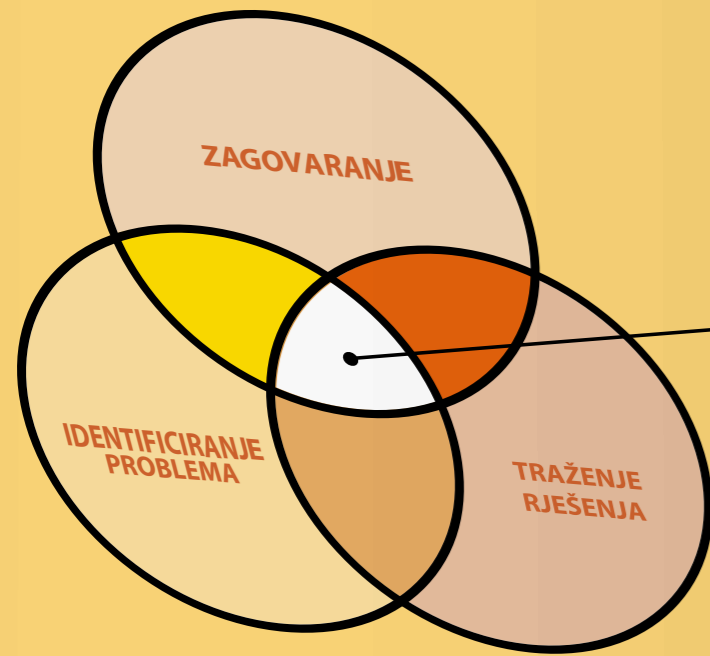
U zadnjim decenijama rada mnoge su organizacije u svoje planove i programe integrirale zagovaračke aktivnosti. Nažalost, i dalje postoji razumijevanje pojma zagovaranje (ili zalaganje). Naime, mnoge zbunjuje upotreba drugih strategija koje uključuju informiranje, edukaciju i komunikaciju u kojima su reducirane politike akcije, a sama efektivnost i mogućnost za postizanje trajne promjene su smanjene. Mnoge organizacije u svijetu, a posebno u BiH, izbjegavaju dublju uključenost u političke procese kako bi ostale politički nezavisne i neetiketirane za neke političke opcije. Strah je opravdan, ali zagovaračke aktivnosti uvijek sa sobom nose rizike, rad u nestabilnom, promjenjivom i nelojalnom okruženju s mnogo potencijalnih opasnosti. Međutim, organizacijska posvećenost zagovaračkim aktivnostima treba biti snažnija od straha i opreznosti, treba biti usko povezana s organizacijskom predanošću da bi se postigle trajne društvene promjene. Takve promjene mogu biti ostvarene samo ako su organizacije duboku uključene u političke procese i ako kontinuirano zahtijevaju transparentno i odgovorno političko djelovanje u svakoj fazi procesa donošenja i implementiranja odluka.

Pojam zagovaranje (eng. advocacy) ima različita značenja za različite ljude u različitim kontekstima. Prema Oxfordskom rječniku engleskog jezika riječ zagovaranje je prvi put zabilježena 1300. godine i označavala je proces u kojem neka osoba traži unapređenje položaja za drugu osobu ili grupu koja nije u prilici da sebe samostalno zastupa.

Neke definicija zagovaranja su:

- Zagovaranje je govorenje, skretanje pažnje zajednice na važna pitanja i vođenje donositelja/ica odluka do rješenja. Zagovaranje je rad s drugim ljudima i organizacijama kako bi se napravila promjena.
CEDPA, Cairo, Beijing and Beyond: A Handbook on Advocacy for Women Leaders
- Zagovaranje je proces koji uključuje seriju političkih akcija koje provode organizirane grupe građana/ki kako bi transformirale odnose moći u društvu. Svrha zagovaranja je dosezanje specifičnih promjena koje koriste građanima/kama uključenim u proces. Promjene se mogu odvijati u javnom ili privatnom sektoru. Efektivno zagovaranje se provodi u skladu sa strateškim planom i u okviru razumnog vremenskog okvira.
Fondacija Arias
- Zagovaranje se odnosi na planirani proces koji vode organizirani/e građani/ke kako bi uticali/e na javne politike i programe.
Korporacija Participa
- Vršenje uticaja na odluke, politike i prakse onih koji/e imaju moć odlučivanja, kako bi se bavili/e osnovnim uzrocima siromaštva, provodili/e pravdu i podržali/e razvoj.
Watson: Advocacy Toolkit: Understanding Advocacy
- Čin podržavanja nekog cilja i uvjeravanja onih koji imaju moć da trebaju djelovati u prilog tog cilja. Javno zagovaranje je demokratsko sredstvo koje se koristi za usmjeravanje pažnje na konkretna pitanja kojima se unapređuje dobrobit zajednice i ostvaruju društvene promjene. Opći cilj zagovaranja je da se zajednici da glas i omogući bolji pristup političkoj moći.
Begloian i Hodžić: Komparativna studija i izvještaj o zagovaračkim kapacitetima i aktivnostima ombudsmana Bosne i Hercegovine
- Organiziran politički proces, kroz koji svi/e zainteresirani/e građani/ke, posebno obespravljeni/e i marginalizirani/e, shvataju svoja prava i moć, i koriste ih kako bi uspješno i jednako učestvovali/e u procesu donošenja odluka na svim nivoima s namjerom da uvedu sistemsku jednakost i pravdu i pozitivno utiču na kvalitet života ljudi.
Tadros: Advocacy: People's Power and Participation Guide
- Društveni proces čija je svrha postizanje društvenih promjena, koji se sastoji od niza aktivnosti koje se preduzimaju s ciljem mijenjanja politike, prakse i stavova. Zagovarati znači govoriti u nečije ime kako bi se prevazišli zajednički i opći društveni problemi.
Bradvić i Alić: Javno zagovaranje

Zajednička karakteristika svih navedenih definicija je da se procesom (javnog) zagovaranja pokušava uticati na sve one koji/e imaju moć donošenja odluka, kako bi se ostvarila opštedruštvena prava i ciljevi koji poboljšavaju kvalitet života kompletnog društva ili specifične društvene grupe čija prava i potrebe su predmet zagovaranja.



**PROMJENE
U POLITIKAMA
I PROGRAMIMA**

Tri aktivnosti koje dovode do promjena u politikama i programima¹



1.2. Razlike između zagovaračkih strategija i svih drugih strateških djelovanja

Zagovaranje često biva izjednačeno s drugim strateškim djelovanjima organizacija, a izjednačavanjem pojmova zagovaranje s pojmovima lobiranje, odnosi s javnošću ili opšte informiranje može odvesti strateško planiranje zagovaračkih procesa u potpuno pogrešnom pravcu koji neće polučiti očekivani rezultat.

Za bolje razumijevanje termina potrebno je komparirati zagovaranje s drugim strategijama definirajući ciljne specifičnosti procesa: ciljne grupe, sličnosti i razlike u ciljevima i aktivnostima.

¹ Prilagođeno iz priručnika An Introduction to Advocacy: training guide, Support for Analysis and Research in Africa.

Komparacija pojma zagovaranje i...	Ciljna grupa Sličnosti i razlike	Ciljevi Sličnosti i razlike	Aktivnosti Sličnosti i razlike
Informiranje, edukacija, komunikacija (IEK)	Strategija IEK može imati bilo koju populaciju za svoju ciljnu grupu (mladi ljudi, žene, muškarci, populacija određenog grada, itd.), dok je primarna ciljna grupa strategije zagovaranja uvijek orijentirana na donositelje/ice odluka.	Strategija IEK za cilj može imati promjenu ponašanja ili povećanje znanja ili unapređenje kapaciteta ciljne grupe. Strategija zagovaranja očekuje od svoje ciljne grupe da donese odluku koja će pogodovati zagovaračkom procesu, što je u konačnici promjena.	Obje strategije imaju širok dijapazon različitih aktivnosti koje se ponekad mogu podudariti, ali su usmjerene na postizanje različitih ciljeva.
Mobilizacija zajednice	Kao i strategija IEK, mobilizacija zajednice može za ciljnu grupu imati bilo koju populaciju, koja ponekad može uključivati i donositelje/ice odluka zainteresirane za problem i predmet mobilizacije. Zagovaračka strategija će uvijek za ciljnu grupu imati donositelje/ice odluka.	Najčešće, mobilizacija zajednice za cilj ima podizanje svijesti, povećanje znanja, promjenu percepcije ili generiranje promjene u politici, dok zagovaračka strategija uvijek za cilj ima promjenu.	Kada mobilizacija zajednice kao strategija za cilj ima promjenu, to onda može biti dio strategije zagovaranja.
Odnosi s javnošću	Ciljna grupa odnosa s javnošću su najčešće korisnici/e, donatori/ke ili donositelji/ce odluka. Strategija zagovaranja uvijek za ciljnu grupu ima donositelje/ice odluka.	Najčešće, cilj odnosa s javnošću je unapređenje imidža organizacije u javnosti ili pozicioniranje organizacije kao brenda u javnosti. Zagovaračka strategija uvijek teži političkoj promjeni.	Strategija odnosa s javnošću može biti veoma korisna za zagovaračku strategiju ukoliko je usmjerena na uticaj na donositelje/ice odluka koji/e svojim djelovanjem mogu doprinijeti političkom životu zajednice, odnosno korisnika/ca organizacije.
Prikupljanje sredstava	Strategija prikupljanja sredstava za ciljnu grupu ima individue, grupe, organizacije ili kompanije koje potencijalno mogu ponuditi svoja sredstva za rad organizacije ili ciljne grupe koju organizacija zastupa. Ponekad je ciljna grupa strategije za prikupljanje sredstava vlada, odnosno donositelji/ce odluka te u tom slučaju ova strategija može biti dio strategije zagovaranja.	Strategija zagovaranja uvijek traga za političkom promjenom, koja je ponekad usmjerena na donošenje odluka u cilju osiguravanja kontinuiranog finansiranja za specifične grupe ili organizacije. Ako je riječ o političkoj dugoročnoj odluci o finansiranju specifične, najčešće marginalizirane populacije, to istovremeno može biti i cilj strategije zagovaranja.	Aktivnosti ove dvije strategije su najčešće potpuno različite.
Lobiranje	Baš kao i strategija zagovaranja, strategija lobiranja za ciljnu grupu uvijek ima donositelje/ice odluka.	Strategija lobiranja, kao i strategija zagovaranja, traga za političkom promjenom kroz direktni uticaj na donositelje/ice odluka.	Najznačajnija razlika između zagovaranja i lobiranja je u načinu funkcioniranja. Lobiranje zahtijeva direktan dijalog ili interakciju s donositeljima/cama odluka, dok zagovaranje podrazumijeva široki spektar direktnih, ali najčešće indirektnih i javnih aktivnosti. Lobiranje je uslovljeno mogućnošću direktnog pristupa donositelju/ici odluka, dok zagovaranje omogućava političke promjene ili promjene u politikama vođenja kompanije, događaje koji dovode do promjena, čak i kada nije moguć direktni dijalog s donositeljima/cama odluka.

Preuzeto i adaptirano iz priručnika Handbook for advocacy planning

Treba razlikovati proces zagovaranja od procesa lobiranja, koji u Bosni i Hercegovini ima i negativne konotacije i veže se za korupciju, dok je u zapadnim zemljama lobiranje sasvim legalan način ostvarivanja političkih ciljeva. I lobiranje je usmjereno na donositelje/ice odluka, ali obično nije javno i nema za cilj ostvarivanje dobrobiti za širu društvenu zajednicu nego za uže interesne grupe. Ne treba zaboraviti da lobiranje može biti i uspješan sastavni dio zagovaranja, ukoliko može dovesti do ostvarenja cilja.

Zagovaranje ponekad može biti kontroverzno za neke organizacije i društvene grupe, zbog toga je veoma bitno da sa svim učesnicima/cama zagovaračke strategije, ali i sami/e sa sobom demistificirate potencijalna ustezanja koja bi mogla biti prepreka za kvalitetnu zagovaračku strategiju.

Kako biste preispitali/e sebe i druge učesnike/ce u zagovaranju, odgovorite na ova pitanja:

- Koji je najgori i najopasniji komentar koji može biti izrečen u kontekstu ovog zagovaračkog problema?
- Šta je razlog strahova ili ustezanja za proaktivno djelovanje u zagovaračkom procesu?
- Zašto je važno za organizaciju da se angažira u ovom zagovaračkom procesu?
- Zašto se toliko trudimo da uvjerimo zagađivače da promijene način rada, kada ih naša država u tome „ne sprečava“!?
- Proces izdavanja dozvola, inspeksijski nadzor i evaluacija studija su puni mita i korupcije. Zašto bismo mi ulazili/e u sferu koja je na tako lošem glasu?
- U zagovaračka pitanja su često upletene i snažne kontroverzne grupe koje mogu ugroziti djelovanje naše organizacije u budućnosti. Da li je neodgovorno izložiti organizaciju riziku zbog zagovaranja?

Odgovori na sva pitanja su veoma teški, ali neophodni. Naime, zagovarači/ce trebaju biti spremni/e da se u procesu zagovaranja prisjete unaprijed datih odgovora, kada situacija bude nepovoljna po njihovu strategiju.

1.3. Sveobuhvatni zagovarački model

Zagovaranje je veoma složen proces u kojem određena grupa ili organizacija žele uz pomoć strateškog pritiska da dovedu do vidljive i dugoročne promjene. Za razvoj, pripremu, implementaciju i evaluaciju cijelog procesa je potrebno mnogo vremena, stručnosti, objektivne analize i volje jer proces zagovaranja nikada nije u potpunosti završen i uvijek iziskuje analizu praćenu novim planom i unapređenjem već postignute promjene ili cilja.

Ciklični model zagovaranja je predstavljen kroz četiri osnovna elementa cijelog procesa:



Preuzeto i adaptirano iz priručnika *Handbook for advocacy planning*

Mnogi/e smatraju da je prvi korak u sveobuhvatnom zagovaračkom modelu jačanje kapaciteta, ali postoje i mišljenja da je to zadnji korak, odnosno da su prvi analiza i planiranje. Ne moramo se složiti niti s jednom tvrdnjom, sve dok ispunjavamo sva četiri procesa koja dugoročno jačaju organizaciju, njene kapacitete i doprinose uspješnijem završetku zagovaračkog/ih procesa. Sveobuhvatni zagovarački model uključuje indirektno uticaja na rezultat zagovaračke strategije što je njegova značajna karakteristika.

Faze zagovaračkog modela:

1. Analiza i planiranje

Za početak je potrebno detaljno analizirati trenutnu situaciju, političku, društvenu i ekonomsku, u oblasti u kojoj djeluje organizacija, zatim identificirati tri do pet ključnih problema koji imaju uticaj na ciljnu grupu ili korisnike/ce organizacije. Od svih problema je potrebno identificirati samo jedan oko kojeg se gradi cijela strategija zagovaranja. Osim identifikacije problema, u prvoj fazi rada je potrebno analizirati političku situaciju, kreirati potencijalnu političku mapu kretanja odluka vladajuće strukture i opozicije, analizirati evropske političke smjernice i na osnovu toga kreirati detaljnu strategiju. Važno je imati na umu da se političko mapiranje i analiza situacije rade kontinuirano, sistematično i svakodnevno.

2. Implementacija zagovaračke strategije

Implementacija zagovaračke strategije je zasnovana na kreiranom planu u prvom koraku sveobuhvatnog zagovaračkog modela. Ovaj korak uključuje niz različitih aktivnosti i taktika koje su potpuno usmjerene na postizanje unaprijed zadatog cilja. Važno je da se zagovarački proces odvija u skladu s planom, jer svako iznenadno, ishitreno i neplansko djelovanje može dovesti do potpunog skretanja s puta zagovaranja koji vodi do cilja. Ponekad vođeni emocijama donesemo ishitrene odluke koje se u tom trenutku učine kao ispravne, brže ili jednostavnije. Uvijek treba promisliti i konsultirati se sa ostatkom tima pri donošenju odluka o nagloj promjeni plana zagovaranja.

U našoj zemlji se u procesima zagovaranja koriste brojne aktivnosti i taktike kao što su: protestni skupovi, saopštenja za javnost, press konferencije, javne tribine, okrugli stolovi, konferencije, radionice, izložbe, radijski i TV priloz, pozorišne predstave, kampanje plakatiranja, peticije, štampanje letaka/pamfleta/biltena, anketiranja, web-stranice, slanje pisama, prikupljanje i analiza podataka, istraživanja politika, lobiranje, umrežavanje i koalicije, sudski procesi, itd.

3. Javna odgovornost

Zagovaranje je uvijek povezano s javnom odgovornošću koja mora biti inkorporirana u sve faze zagovaračkog procesa i podjednako se odnosi na zagovarače/ice kao i na one prema kojima je zagovaranje usmjereno. Važno je da se principi javne odgovornosti poštuju u pripremi zagovaranja, implementaciji zagovaračke strategije i u fazi nakon završetka zagovaračkog procesa bez obzira da li je on bio uspješan ili neuspješan. Neophodno je da se kampanja vodi transparentno, da se javno govori o kriterijima trošenja sredstava za kampanju, ali da se i na isti način traži odgovornost od donositelja/ica odluka. Javna odgovornost podrazumijeva i kontinuirano pozivanje donositelja/ica odluka, vlasti i zagađivača da u svoje procese uključe civilno društvo. Naime, svi/e trebaju biti spremni/e da pozovu više organizacija i građana/ki da se uključe, da oslobode dio mjesta za pregovaračkim stolom i za druge koji/e su se naknadno uključili/e ili to imaju namjeru. Jako je važno podsticati građansku participaciju u svim procesima zagovaranja jer se samo tako može postići dugoročna promjena, uključivanje građana/ki i bez kampanje i dodatne motivacije te povećati pritisak na zagađivače. Sve ovo nije moguće raditi bez unaprijed definiranih monitoring alata koji služe za jasnije komuniciranje transparentnosti procesa i podstiču građane/ke i organizacije na učešće.

4. Institucionalno jačanje

Zagovarački procesi zahtijevaju znanje, vještine i ekspertizu. Nakon završetka jedne faze zagovaračkog procesa svaki put je potrebno uraditi procjenu kapaciteta kako bi se utvrdile snage i slabosti zagovaračkog ljudskog mehanizma i strukture organizacije/grupe. Na osnovu analize se pravi plan jačanja kapaciteta da bi se prevenirale iste greške u narednom zagovaračkom procesu. Osim jačanja kapaciteta institucionalno unutar organizacije, neophodno je strateški sklapati savezništva kako bi se nadomjestili identificirani propusti i slabosti te kako bi se uticaj zagovaranja povećao, a pritisak multiplicirao.

Potrebno je imati na umu principe dobrog upravljanja koji govore o odnosu između građana/ki, lidera/ki i javnih institucija. Ovo obuhvata širok dijapazon odnosa između različitih ljudi, organizacija, institucija, parlamenta, pravosudnog sistema, političkih partija, kompanija, religijskih skupina, medija i drugih. Upravljanje podrazumijeva formalna i neformalna pravila igre koja treba uključiti u analizu i pripremu zagovaračke strategije.

1.3.1. Planiranje zagovaračke strategije

Imati uticaj u političkoj sferi je ambiciozan i kompleksan zadatak na koji utiče mnogo različitih faktora. Da bi se smanjio uticaj faktora iz okoline, potrebno je što detaljnije i objektivnije kreirati plan uvezan logičkim slijedom implementacije aktivnosti.

U priručniku je predstavljen model za planiranje zagovaračke strategije koji je baziran na međunarodnim praksama, iskustvu i naučenim lekcijama.

Koraci u planiranju zagovaračke strategije

KORAK	OPIS
1. DEFINIRANJE PROBLEMA	Odabir teme, oblasti ili pitanja koje može biti riješeno ili unaprijeđeno kroz političku promjenu, odnosno djelovanje donositelja/ice odluka u vladama i kompanijama.
2. DEFINIRANJE OČEKIVANIH REZULTATA	Jasno definirati očekivanu promjenu koja je neophodna da bi se problem riješio ili neka oblast unaprijedila. Definirati ko je nadležan/na za donošenje te odluke, u kojim okolnostima i kojem vremenskom okviru. Definirati beneficije koje će ciljna grupa imati nakon donošenja odluke.
3. POLITIČKA ANALIZA	Analizirati detaljno političko okruženje u kojem će se implementirati plan zagovaranja. Ovaj korak se provodi kontinuirano.
4. ANALIZA CILJNIH GRUPA	Definirati primarnu i sekundarnu ciljnu grupu uz analizu njihovog nivoa moći, pozicije u odnosu na zagovarački problem/pitanje, interes u doseganju cilja, veličinu ciljne grupe i specifične karakteristike koje mogu biti od značaja.
5. ANALIZA POTENCIJALNIH SAVEZNIKA/CA	Identificirati organizacije, ljude i institucije koje bi mogle pružiti podršku u doseganju rezultata. Uraditi detaljnu analizu saveznika/ca.
6. SAMOPROCJENA	Identificirati snage, slabosti, prilike i prijetnje u odnosu na doseganje očekivanih rezultata zagovaranja.
7. PRIKUPLJANJE INFORMACIJA	Prikupiti sve potrebne informacije za planiranje zagovaranja koje uključuju informacije o problemu, naučne dokaze, analizu medijskih objava, uključene strane, itd. Ovaj korak se provodi kontinuirano.
8. RAZVOJ PLANA ZAGOVARANJA	Na osnovu svih prethodnih koraka definirati ciljeve zagovaračkog procesa, glavne akcije, indikatore, plan implementacije, budžet, plan monitoringa i evaluacije.



Prikaz funkcioniranja planiranja zagovaračke strategije

1.3.2. Definiranje i analiza problema

Prilikom odabira problema koji je predmet zagovaračke strategije treba voditi računa da problem pogađa veliki broj ljudi, odnosno da je veliki broj ljudi zabrinut ili uznemiren zbog situacije ili problema. Problem treba biti prisutan u sadašnjosti, nikako u prošlosti i budućnosti. Zagovarački problem ne bi smio biti fokusiran na buduću moguću uzročno-posljedičnu vezu, kao što je: Ako kandidat X pobijedi na lokalnim izborima u X gradu, doći će do prodaje gradskog parka kao građevinskog zemljišta. Problem mora biti specifičan i s jasnim uzrokom. Ako kažemo da je problem zagađen zrak u Zenici, dobro bi bilo da odmah definiramo i uzrok tog zagađenja, naprimjer: Uslijed nepoštivanja mjera smanjenja uticaja na okoliš, kompanija X uz podršku inspektorata ZDK zadnjih šest godina doprinosi zagađenju zraka u Zenici.

Identifikaciju problema, koji će biti tretiran zagovaračkom strategijom, treba uvijek raditi u grupi kako bi se jasno vidjeli njegovi uzroci i posljedice. Svi/e učesnici/e procesa identifikacije problema trebaju individualno definirati problem grupe za čija prava se bore ili oblasti u kojoj djeluju, a zatim sve srodne probleme grupirati i razmatrati da li su ti problemi uzroci ili posljedice. Ako postojanje jednog problema uzrokuje pojavu drugog, onaj problem koji je uzrok treba postaviti na tablu iznad onog koji je posljedica. Kada se uspostave međusobne korelacije između problema grupa, treba definirati koji problem je najrelevantniji za zagovaračku strategiju.

Kada je grupa odabrala problem, potrebno ga je analizirati veoma sličnom tehnikom koja se naziva *stablo problema*. Cilj upotrebe ove tehnike je da se jasno utvrde uzroci i posljedice problema. Problem se upisuje u trup drveta, uzroci se upisuju u korijenje, a posljedice u krošnjnu, odnosno grane drveta. Jako je važno imati na umu da se uzroci i posljedice ne trebaju međusobno vezivati, nego su i uzroci i posljedice direktno vezani za sam problem. Moguće je imati više posljedica od uzroka, i obrnuto.

Savjeti: Uzroci trebaju biti vezani za (ne)djelovanje kompanija i/ili vlasti ili za socio-kulturni kontekst, npr. patrijarhat. Preporuka je da se izbjegavaju uzroci vezani za socio-kulturni kontekst jer je veoma teško zagovaračkom kampanjom doseći konkretnu promjenu. Odabrani problem treba biti relevantan i moguć za riješiti u ograničenom vremenskom periodu i s ograničenim resursima.

Na osnovu prethodno navedenih savjeta, potrebno je prioritetizirati uzroke problema koji će biti tretirani zagovaračkom kampanjom.

1.3.3. Definiranje očekivanih rezultata

Ključni aspekt zagovaračkog rada je jasno definirana promjena koju želimo postići ili podstaći, a odnosi se na upravljanje kompanijom ili je u direktnoj vezi s radom kompanije. Definirana promjena je zagovaračkom timu nit vodilja kroz cijeli proces. Definiranje očekivanih rezultata je jedan od najznačajnijih procesa planiranja i treba mu posvetiti dovoljno vremena.

Zagovaranje se najčešće odnosi na osjetljiva i kontraverzna pitanja i probleme, posebno ako ta pitanja uključuju donositelje/ice odluka na svim nivoima i kompanije čiji rad finansijski doprinosi lokalnim vlastima ili stanovnicima/cama koji/e tu rade. Zbog toga je za dizajniranje uspješne zagovaračke strategije prijeko potrebna diskusija i postizanje dogovora u vezi s kontroverznim aspektima procesa. Neophodno je osigurati jednako ili približno jednako razumijevanje problema i posljedica, ali i principa rada zagovaračkog tima.

Nakon definiranja željene promjene, potrebno je identificirati donositelje/ice odluka koji/e mogu dovesti do promjene. Identificirajte više mogućih donositelja/ica odluka koji/e s različitim nivoom moći mogu doprinijeti ostvarenju cilja, odnosno mogu dovesti do trajne promjene u politici upravljanja kompanijom.

Pri kreiranju očekivanih rezultata treba paziti na sljedeće specifičnosti:

- Vremenski okvir potreban za ostvarenje rezultata
- Osnovne principe koji trebaju biti uključeni (rodna perspektiva, prava, različitost, inkluzija...)
- Geografski opseg
- Ciljnu grupu ili grupe
- Potreban okvirni budžet za implementaciju plana za dostizanje ciljeva
- Potrebne ljudske resurse za implementaciju

Primjer očekivanog rezultata zagovaranja:

Do kraja 2021. godine, upravni odbor kompanije X, u saradnji s ministarstvom za zaštitu okoliša i okolišnim organizacijama civilnog društva, razvio je plan upravljanja otpadom koji proizvede kompanija X, s uključenim petogodišnjim akcionim planom, alociranim budžetom kompanije za implementaciju plana, potpisanim sporazumom s lokalnim komunalnim preduzećem da vrši mjesečnu kontrolu kvaliteta upravljanja pogonom za preradu otpada.

Do kraja 2020. godine, kompanija X će početi da upotrebljava filtere koji su u skladu s analizom uticaja na okoliš i s odredbama koje je izdala kantonalna inspekcija.

Pitanja koja mogu pomoći pri definiranju očekivanih rezultata:

Pitanje	Da	Ne	Zabilješka
Da li je moguće ostvariti cilj iako postoji snažna opozicija?			
Postoje li kvantitativni i kvalitativni podaci koji potvrđuju da će očekivani rezultat unaprijediti živote ljudi koji su pogođeni ovim problemom?			
Da li imate znanje i vještine potrebne da implementirate zagovaračku strategiju na ovu temu?			
Da li ovo pitanje može privući pažnju i motivirati brojne ljude da se uključe?			
Da li ste ostvarili/e saradnju sa saveznicima/cama koji/e mogu biti od velike pomoći?			
Da li je moguće prikupiti sredstva (ljudska i finansijska) neophodna za implementaciju zagovaračke strategije?			

Ako imate dva i više negativnih odgovora na prethodna pitanja, vaša strategija zagovaranja je veoma rizična i teže ostvariva. Potrebno je da nastavite raditi na jačanju komponenti koje su u pitanjima identificirane kao izazovi i prepreke.

1.3.4. Politička analiza

Politička analiza je korak koji se prožima kroz sve druge korake i nikada nije potpuno završena, ali ju je neophodno uraditi na samom početku procesa, nakon što odredimo oblast ili zagovaračko pitanje/problem i nakon što definiramo očekivane rezultate. Važno je imati na umu da je potrebno očekivane rezultate revidirati nakon završetka prve faze političke analize, kako bismo bili/e sigurni/e da rezultati odgovaraju nalazima političke analize.

Politička analiza je alat koji pomaže pri boljem razumijevanju odnosa moći, političkog uticaja i mreže nadležnosti koje su u BiH veoma kompleksne i isprepletene, a posebno je to evidentno u oblasti zaštite prirode i upravljanje prirodnim resursima. Ova analiza uključuje i analizu uloga institucija i kompanija na različitim razinama akcija koje planiramo provoditi. Politička analiza omogućava razumijevanje strukture, ideologije i konteksta koji imaju uticaj na proces donošenja odluka. Ona nudi informacije o okolnostima u kojima donositelji/ce odluka u kompanijama i institucijama djeluju, što zagovaračima/cama omogućava da usmjere svoje zagovaranja u odnosu na okolnosti donošenja odluka.

Potrebno je spomenuti da bolje razumijevanje načina funkcioniranja države, vlasti i kompanija jača građansko političko djelovanje usmjereno na rješenje problema većeg broja ljudi. Razumijevanje mehanizma donošenja odluka je u direktnoj vezi s razumijevanjem i pozicioniranjem uloge civilnog društva i organizacija civilnog društva u ostvarivanju javnih interesa.

Politička analiza se bazira na sljedećim koracima, a oni su:

- Određivanje ulaznih tačaka u političku strukturu donošenja odluka
- Definiranje svih donositelja/ica odluka koji/e mogu imati veze s ovim problemom
- Svim donositeljima/cama odluka pridružiti odluke koje bi mogli/e donijeti
- Napraviti korelacije između donositelja/ica odluka
- Identificirati pet ključnih donositelja/ica odluka

Politička mapa

Struktura političkog konteksta	<p>Društvena struktura – uključuje predstavljanje statističkih podataka o ljudima koji sudjeluju u rješavanju problema, ili na koje se problem odnosi; uključuje i statistike vezane za problem, npr. procenat smrtnosti uslijed zagađenog zraka ili iznos novca koji se ulaže u prevenciju, i dr.</p> <p>Zakonska struktura – predstaviti kako se pitanje/problem zagovaranja tretira u Ustavu, zatim u zakonima, strategijama i politikama. Važno je identificirati gdje je to pitanje utemeljeno, gdje je djelimično riješeno, gdje je problem u zakonskim aktima ili gdje je utemeljenje za donošenje odluke.</p> <p>Izvršna vlast – utvrditi koje planove i programe ima, da li ih implementira, u kojoj mjeri, ili zašto ne; opisati sve vladine aktivnosti koje se provode u toj oblasti.</p> <p>Zakonodavna vlast – definirati broj parlamentaraca/ki u parlamentu, ili vijećnika/ca, ili članova/ica upravnog odbora kompanije, ili menadžerskog odbora koji/e donose odluku. Za svaku osobu analizirati da li će i zbog čega glasati za odluku, ili će biti protiv. Objasniti kako se strategija zagovaranja odnosi na donositelje/ice odluka, te za svaku grupu donositelja/ica odluka definirati njihov stav, odnos i mogućnost djelovanja.</p> <p>Teritorijalna struktura – odgovoriti na pitanja: Koje teritorije su obuhvaćene? Koliko je polje djelovanja? Na koji način se mogu obuhvatiti sva polja djelovanja? Koja je povezanost između donositelja/ica odluka i teritorije? Da li se problem odnosi na sve teritorije koje su od interesa donositeljima/cama odluka, npr. Hercegovina, Posavina, itd?</p> <p>Uticaj izbornih procesa na donositelje/ice odluka i menadžere/ice kompanija: Da li menadžer/ica kompanije ima ekskluzivne dobre partnerske odnose s trenutnom vladajućom strukturom? Da li bi promjena vlasti značila i promjenu odnosa kompanije prema okruženju? Koje su interesne grupe donositelja/ica odluka u izbornom procesu? Koji je uticaj izbornog procesa na strategiju zagovaranja?</p> <p>Koje su najznačajnije ideologije s mogućim uticajem na zagovaranje? Koje ideologije političkih stranki imaju uticaj? Koje ideologije menadžera/ice kompanije imaju uticaj?</p>
Ključni/e akteri/ke	<p>Nakon identifikacije (u prethodnoj vježbi) nekoliko ključnih aktera/ki, treba definirati njihove profile navodeći sve poznate karakteristike.</p> <p>Potrebno je opisati što je moguće više pozadinskih informacija o ključnim akterima/kama i njihovim međusobnim vezama. Ako su oni/e direktni/e donositelji/ce odluka, treba identificirati nivo moći koji posjeduju.</p> <p>Ovaj korak je preliminarni i analiza ključnih aktera/ki se radi kontinuirano, više puta u toku samog procesa zagovaranja.</p>
Društveni/e akteri/ke	<p>Za kreiranje mape moći i uticaja potrebno je identificirati i društvene aktere/ke. Oni/e mogu biti javne ličnosti, kompanije, mediji, stručne institucije, itd.</p>

1.3.5. Analiza ciljnih grupa

Zagovaranje podrazumijeva i slanje izvjesnih poruka određenim ljudima ili grupama ljudi, zbog čega se i identificiraju primarne i sekundarne ciljne grupe.

Primarna ciljna grupa su osobe ili jedna osoba koja je na poziciji moći i prema kojoj je usmjereno zagovaranje. Sve osobe ili grupe ljudi koje su indirektno vezane za predmet zagovaranja, odnosno problem, sekundarne su ciljne grupe. Svaka strategija zagovaranja ima jednu primarnu i više sekundarnih ciljnih grupa.

Jako je važno da postoji jasna linija razgraničenja između primarne i sekundarnih ciljnih grupa, jer neke mogu biti veoma uticajne, ali se ipak zagovaranje ne odnosi na njih. Naprimjer, vjerska zajednica ili prva dama, obje su uticajne, ali nemaju formalnu direktnu moć u procesu donošenja odluka.

Matrica analize ciljnih grupa

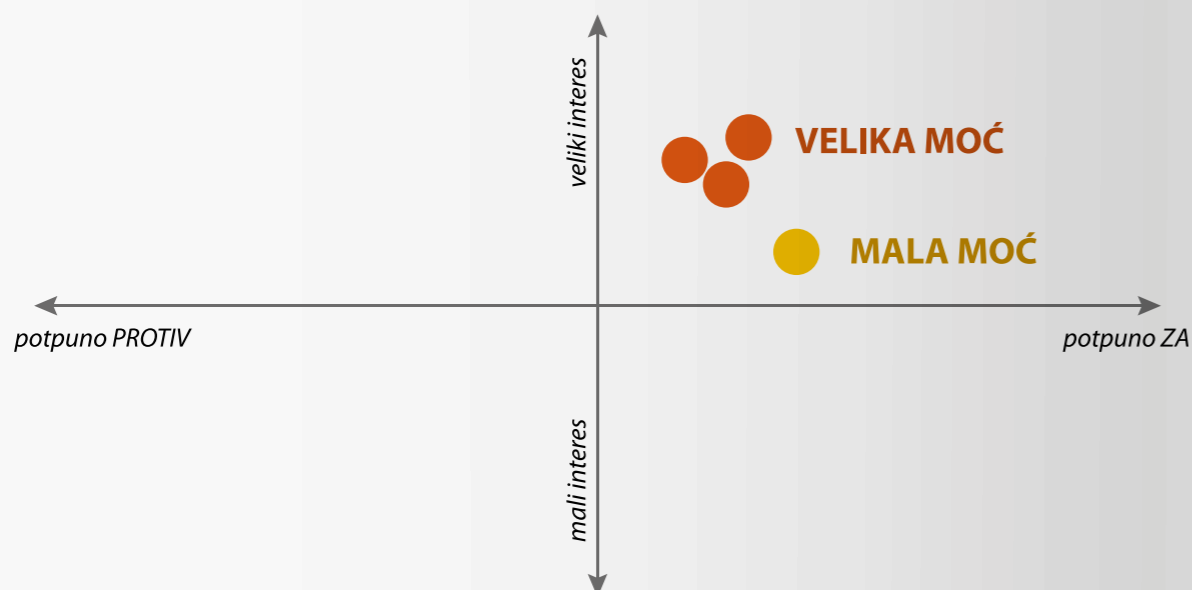
Ime	Kompanija/isntitucija/ organizacija		Moć (od 1 do 3)	Pozicija (od -3 do 3)	Interes (od 0 do 6)

Moć se odnosi na autoritet aktera/ke da donese odluku u skladu s očekivanim rezultatom zagovaranja, na obim uključenosti u postizanje cilja ili motiviranost da se cilj postigne. Treba koristiti skalu od 1 do 3.

Pozicija se odnosi na specifičan položaj koji akter/ka zauzima u odnosu na očekivani rezultat. Naprimjer, akter/ka može biti potpuno zainteresiran/a i posvećen/a očekivanom rezultatu, naklonjen/a očekivanom rezultatu, pomalo naklonjen/a, neodlučan/na, pomalo protiv, potpuno protiv ispunjenja očekivanog rezultata. Treba koristiti skalu od -3 do 3 (potpuno posvećen/a je 3) uz napomenu da se pozicija procjenjuje u odnosu na očekivani rezultat, a ne u odnosu na širu oblast ili temu zagovaranja. Naprimjer, akter/ka može biti zainteresiran/a za zaštitu okoliša, ali nije zainteresiran/a za uvođenje mjere zabrane rada kompanije koju može izreći inspekcija jer određeni okolišni standardi nisu zadovoljeni.

Interes se odnosi na želju aktera/ke da bude posvećen/a postizanju ili preveniranju ostvarenja očekivanog rezultata. Interes može biti visok, srednje visok, polovičan ili neutralan, srednje nizak, nizak i nikakav. Treba koristiti skalu od 0 do 6, gdje 6 označava visok interes.

Naredni korak je pozicioniranje aktera/ke na dijagramu.

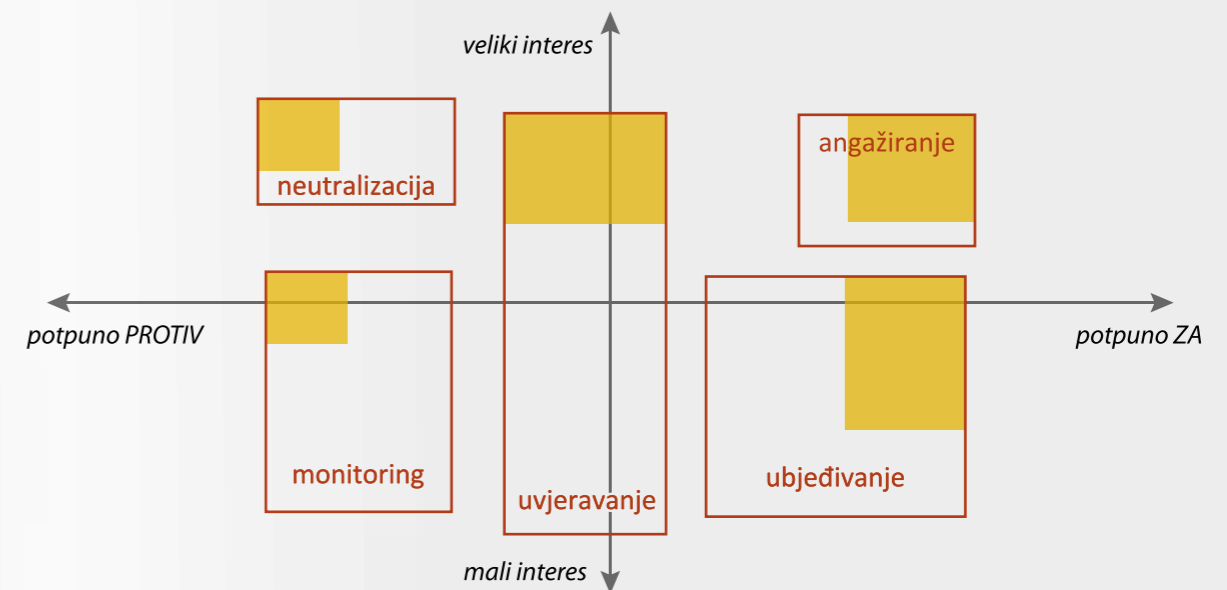


Potrebno je prethodnu tabelu s identificiranim akterima/kama, njihovom moći, interesom i pozicijom, preslikati na dijagram. Interes se prenosi na vertikalnu osu, pozicija na horizontalnu osu, a moć treba biti prikazana drugom bojom kao primjer na slici. Koliko ima nivoa moći, toliko boja treba biti na dijagramu.

Koristeći tabelu, na isti način se analizira i sekundarna ciljna grupa, a rezultati se preslikavaju na isti dijagram kako bi se vidjeli odnosi između primarne i sekundarne ciljne grupe. Sekundarnu ciljnu grupu mogu činiti: organizacije civilnog društva, vjerske zajednice, mediji, novinari/ke, kolumnisti/ce, istraživači/ce, profesori/ce, rođaci/rođice i prijatelji/ce donositelja/ica odluka i privatni sektor.

Kada su obje analize završene i rezultati preslikani na dijagram, treba odrediti strategiju djelovanja koja je uslovljena pozicijom najmoćnijih aktera/ki na dijagramu.

Ključ za određivanje strategije:



Opisi strategija:

- Uvjeravanje se koristi prema ciljnoj grupi koja je veoma zainteresirana za očekivane rezultate, ali je njen angažman na srednjem nivou intenziteta i posvećenosti. Treba unaprijediti znanje ciljne grupe o ovom pitanju zbog pružanja boljih odgovora, ali i nužno većeg učešća u postizanju rezultata. Potrebno je ojačati povjerenje ciljne grupe u organizaciju ili mrežu koja predvodi zagovaranje. Preporučene aktivnosti: seminari, radionice, okrugli stolovi, materijali s korisnim informacijama, zajednički i individualni sastanci.
- Ubjeđivanje se koristi u slučaju kada ciljna grupa ima odličnu poziciju, povoljnu za zagovaranje, te srednji ili mali interes. Grupi potom treba pokazati da je ideju, odnosno potrebu za ostvarivanjem očekivanog rezultata zagovaranja podržala populacija/sektor čije mišljenje grupu interesira, odnosno čije mišljenje joj je od velike važnosti. Ove grupe mogu biti sačinjene od drugih grupa koje su analizirane kao jedna od ciljanih javnosti. Preporučene aktivnosti: demonstracije, pisanje proklamacija, izjava, javnih pisama, organiziranje foruma s ekspertima/cama ili osobama koje mogu kreirati mišljenje neodlučne ciljne grupe, članci u novinama i na društvenim mrežama, plaćena promocija, reklame i kompletna kampanja.
- Neutralizacija se koristi u slučaju ciljnih grupa koje su potpuno protiv da se očekivani rezultat zagovaranja dosegne, a veoma su zainteresirane za problemsko pitanje. Potrebno je umanjiti ili neutralizirati njihov uticaj. Ovo je veoma osjetljiv zadatak koji zahtijeva mnogo pažnje, opreza i smjelosti, te se nikada ne smiju koristiti neetičke metode ili viktimizacija oponenta. Neutralizacije je veoma bitna, ali ne smije biti u fokusu strategije zagovaranja. Preporučene aktivnosti: kreiranje baze podataka argumenata i kontraargumenata, monitoring pristupa ciljne grupe ovom problemu, traženje podrške od drugih, pružanje podrške u cilju ostvarenja boljeg odnosa, analiza izvora finansiranja oponenta, itd.
- Monitoring se koristi u slučaju kada je ciljna grupa protiv da se očekivani rezultat zagovaranja ostvari, ali ima mali ili srednji interes da učestvuje u tom pitanju. Neophodan je redovan i sistematičan monitoring njihove aktivnosti, ponašanja i strategije kako ne bi došlo do povećanja njihovog interesa da zaustave proces. Preporučene aktivnosti: praćenje medijskih izvještaja, njihovih web-stranica i društvenih mreža.
- Angažiranje se koristi u slučaju kada je ciljna grupa zainteresirana za rješenje pitanja i ima pozitivan stav, ali još uvijek nije uključena u proces zagovaranja. Najčešće do grešaka u analizi ciljnih grupa dolazi zbog nedefiniranja strategije za uključivanje u proces onih najviše zainteresiranih, odnosno jer se polazi od pogrešne pretpostavke da će se, ukoliko imaju interes i pozitivan stav, oni/e samostalno uključiti. Neophodno je definirati načine uključivanja, modalitete djelovanja i specificirati konkretne akcije koje očekujemo da će grupa preduzeti. Uključivanje ne mora biti formalno niti javno, ali mora biti planirano. Neophodno je osigurati da ciljna grupa očekivani rezultat prihvati kao svoj rezultat. Preporučene aktivnosti: individualni sastanci, specijalizirani forumi, radionice, treninzi, produkcija materijala i konsultacije.



1.3.6. Analiza potencijalnih saveznika/ca

Unatoč činjenici da je jedna organizacija dovoljna da osmisli i implementira zagovaračku strategiju, treba imati na umu da praksa pokazuje da je zagovaranje efektivnije i održivije ako ga planiraju i provode organizacije u partnerstvu, okupljene u mreži ili koaliciji.

Pri analiziranju potencijalnih saveznika/ca treba krenuti od analize zajedničkog radnog prostora, prije svega se misli na oblast djelovanja i geografsku odrednicu. Kvalitetna analiza dovodi do optimizacije rada, oslanjanja na postojeće rezultate i izbjegavanja dupliranja aktivnosti. Ako se zagovaranje provodi u prostoru u kojem djeluje još organizacija ili grupa, mnogo je lakše pronaći saveznike/ce i podržavatelje/ke, nego što je to slučaj s novim prostorom, pozicioniranjem i sticanjem povjerenja među širim masama.

Saveznici/e su bitni/e jer je njihov glas drugačiji od našeg, jer su oni/e dodatni glas u borbi za ostvarenje rezultata. Legitimitet poruka i strategija zagovaranja zavisi od organizacija koje šire poruke i podržavaju strategiju, jer njihov historijat, ugled i priznatost u društvu daju novu dimenziju zagovaranju. Očekivani rezultati zagovaranja su možda dio agende drugih organizacija koje treba pronaći i uključiti u proces.

Saveznici/e mogu biti organizacije s kojima od ranije saradujemo, ali je potrebno uključiti i neke potpuno nove saradnike/ce i tako širiti svoju mrežu podržavatelja/ki.

Pri kreiranju liste potencijalnih saveznika/ca se koristi već kreirano stablo problema. Potrebno je pronaći organizacije ili ljude koji bi mogli biti zainteresirani da preveniraju ili ublaže uticaj posljedica na ljude i okruženje, a posljedice su definirane stablom problema. Drugi korak u analizi potencijalnih saveznika/ca je izdvajanje organizacija koje ne samo da su zainteresirane za prevenciju ili ublažavanje posljedica nego i za doseganje rezultata zagovaranja.

Za svaku organizaciju treba predvidjeti nivo i mjesto uključenosti u zagovarački proces. Neke organizacije po prirodi djeluju u partnerstvu s mnogima, druge imaju svoje stalne saradnike/ce, dok su treće više orijentirane na samostalni rad, ali i njih treba uključiti, odnosno informirati o progresu. Internacionalne organizacije i agencije ne bi trebale biti nositeljice promjena, odnosno ne bi trebale biti dio glavnog odbora zagovaračkog procesa.

Prije ostvarivanja zvaničnog partnerstva treba odgovoriti na ova pitanja:

- Koliko je bliska misija organizacije s onim što je predmet zagovaranja?
- Da li već postoji izgrađeno povjerenje s tom organizacijom? Da li naši partneri/ke imaju izgrađen odnos povjerenja s tom organizacijom?
- Kojim resursima ova organizacija može doprinijeti zagovaračkom procesu?

Savjeti za kreiranje i održavanje zajedničkog prostora za zagovaračke akcije:

1. Izgradnja prostora:

- a) Uspostavljanje jasne svrhe i misije zagovaračkog procesa s definiranim očekivanim rezultatima zagovaranja
- b) Uključiti individue i organizacije koje dijele istu misiju
- c) Biti jasno opredjeljen za učešće i saradnju

2. Održavanje prostora/rast i razvoj:

- a) Organizacija zagovaračkog procesa sa isplaniranim najsitnijim detaljima akcije
- b) Uspostavljanje fleksibilne ali jasne organizacione strukture koja svim učesnicima/cama omogućava prostor za učešće
- c) Defniranje jasnih uslova svih članova/ica
- d) Mapiranje resursa prisutnih u timu uključujući: znanje članova/ica, kontakte, iskustvo, finansijske i materijalne resurse
- e) Plan rada s jasnim odgovornostima

3. Liderstvo:

- a) Podijeljene liderske funkcije u procesu donošenja odluka i razvoju zajedničke vizije
- b) Podjela u radne podgrupe s jasnim zaduženjima za svaku podgrupu
- c) Podjela obaveza i odgovornosti među svim članovima/icama
- d) Podsticanje učešća u planiranju i donošenju odluka svih članova/ica
- e) Uspostavljanje jasnog, transparentnog i odgovornog mehanizma, interno i prema javnosti
- f) Promoviranje povjerenja i saradnje među članovima/icama
- g) Održavanje motivacije uz kontinuirano prepoznavanje i priznavanje doprinosa svakog/e člana/ice pojedinačno

4. Komunikacija:

- a) Kreiranje baze podataka o članovima/icama (ime i prezime, adresa, kontakti telefon, e-mail, misija organizacije, tip organizacije, fokus, itd.)
- b) Uspostavljanje funkcionalnog sistema komuniciranja interno i eksterno
- c) Održavanje povremenih, ali ne prečestih sastanaka koji imaju unaprijed određenu i jasnu agendu, definiran period trajanja, rotirajuću funkciju facilitatora/ki i zapisničara/ki, evidenciju prisutnih, dostaviti prisutnima zapisnik sa sastanka u što kraćem roku
- d) Razgovor o teškim temama treba biti otvoren i održavan po potrebi

5. Dokumentacija:

- a) Definirani jasni indikatori i kreiran monitoring plan
- b) Uspostavljen sistem arhiviranja dokumentacije, materijala, fotografija, dopisa, zapisnika, i dr.
- c) Redovno izvještavanje o progresu i arhiviranje izvještaja
- d) Vođenje evidencije o svim zagovaračkim aktivnostima, odlukama i nedoumicama

1.3.7. Samoprocjena

Svaki ozbiljan rad uključuje i samoprocjenu, kako pojedinaca/ki tako i organizacija ili grupa. Samoprocjena će dovesti do samodijagnoze koja ukazuje na opskrbljenost materijalnim i nematerijalnim resursima koji pomažu da se iskoriste mogućnosti iz okruženje i da se adresiraju potencijalni izazovi i problemi.

SWOT analiza je najpoznatiji alat u mnogim drugim procesima procjene, a u procesu zagovaranja pokazuje koji „kapital“ zagovarači/ce posjeduju, kao i okruženje i okolnosti grupe, odnosno zagovarača/ica. SWOT analizom se identificiraju snage i slabosti (eng. strengths, weaknesses) kao interni faktori te prilike i prijetnje (eng. opportunities, threats) kao eksterni faktori koji mogu uticati na očekivani rezultat. Ova analiza omogućava planiranje zagovaračkih akcija na način da se maksimiziraju prilike, a reduciraju i kontroliraju rizici.

SWOT analiza sadrži četiri sekcije koje omogućavaju razdvajanje relevantnog od nerelevantnog, internog od eksternog, pozitivnog od negativnog u jednoj zagovaračkoj strategiji. Analiza podataka iz SWOT matrice daje odgovor na pitanja gdje smo sada, gdje želimo biti i koje korake trebamo preduzeti da bismo stigli tamo gdje želimo biti. Što više detalja imamo u matrici, jednostavnije ćemo izraditi zagovaračku strategiju.

	POZITIVNO	NEGATIVNO
INTERNI FAKTORI	Snage STRENGTHS Opisati i taksativno navesti odgovore na sljedeća pitanja: Šta sada dobro funkcioniра? Koji alati i iskustvo su na raspolaganju? Koji ljudski i materijalni resursi su na raspolaganju? Ko su partneri/ke? Koliko ih je? Koji alati za širenje informacija su dostupni i uspješno su korišteni dosad?	Slabosti WEAKNESSES Opisati i taksativno navesti odgovore na sljedeća pitanja: Šta dosad nije funkcioniralo dobro? Šta je sprečavalo dosadašnje zagovaračke akcije? Koji materijalni, nematerijalni i ljudski resursi nedostaju? Koji su problemi u komunikaciji? Koji su problemi u saradnji s medijima, institucijama i organizacijama?
EKSTERNI FAKTORI	Prilike OPPORTUNITIES Opisati koje prilike su moguće kratkoročno, srednjoročno i dugoročno, koje aktivnosti, inicijative, okolnosti, novi resursi, mehanizmi, pristupi i dr. Sve navedeno treba prioritetizirati.	Prijetnje THREATS Opisati koje su prepreke trenutne ili moguće na kratkoročnom, srednjoročnom i dugoročnom planu i kako to može uticati na zagovarački plan. Prijetnje ili prepreke mogu biti neke aktivnosti, smanjenje budžeta za neke aktivnosti, ljudi, mehanizmi, politike, zakoni i sve druge okolnosti. Prijetnje treba riješiti kako ne bi uticale na plan za ostvarenje očekivanog rezultata.

Ispunjavanje SWOT matrice je jedino korisno ako se podaci upotrebljavaju za kreiranje zagovaračke strategije, odnosno za kreiranje osnovnih linija strategije. Cilj je transformirati slabosti u snage i prijetnje u prilike, ali i unaprijediti snage i prilike.

Treba odgovoriti na sljedeća pitanja:

- Snage: Koja nit vodilja akcije može zagovaračkoj strategiji dati ono najbolje od identificiranih snaga?
- Slabosti: Šta treba uraditi da se slabosti transformiraju u snage?
- Prilike: Šta treba uraditi za najoptimalnije iskorištavanje identificiranih prilika?
- Prijetnje: Šta treba uraditi da se prijetnje transformiraju u prilike, ili da se smanji sama prijetnja?

1.3.8. Prikupljanje informacija

Prikupljanje podataka je veoma važan korak u fazi planiranja, implementacije, monitoringa i evaluacije procesa zagovaranja.

Ako podaci nisu valjani, pravovremeni i sveobuhvatni, cijeli proces zagovaranja može krenuti krivo i završiti s mnogo truda, iscrpljenosti i potrošenih resursa, ali bez rezultata. U fazi planiranja podaci pomažu u identifikaciji problema, ukazuju na veličinu i opseg problema i daju kvalitativni uvid u cjelokupnu situaciju. Neophodno je u timu identificirati osobe koje će biti zadužene za prikupljanje i interpretaciju podataka, a to mogu biti iste osobe koje vode računa o arhiviranju cijele dokumentacije.

Na samom početku procesa, kada je oblast zagovaranja definirana, npr. zagađenost zraka u Tuzli, definiraju se i oblasti prikupljanja informacija i dinamika kreiranja izvještaja koji se predstavlja cijeloj grupi. Oblasti mogu biti: biohemijski parametri okoliša s naglaskom na parametre za mjerenje kvaliteta zraka, podaci o pacijentima koji su hospitalizirani ili tretirani u domovima zdravlja na području Tuzlanskog kantona, a da imaju respiratorne tegobe (podatke razvrstati po općini, spolu i dobnim skupinama), frekvencija bolesti djece u vrtićima poređena s frekvencijom dana u kojima je zagađenost zraka bila visoka, analiza strategija i politika koje se tiču ove oblasti i evidencija načina na koji ih primjenjuju, odnosno koriste donositelji/ce odluka na području TK, uticaj najvećih zagađivača na stanje kvaliteta zraka, analiza dnevnih redova svih sjednica gradskog vijeća i prikaz kada, ko i šta je govorio o ovom i srodnim pitanjima, medijsko izvještavanje o zagađenosti zraka...

Kada se prikupljaju podaci koji su baza zagovaračkog procesa, uvijek je riječ o prošlosti, s dokazima dostupnim u sadašnjosti. Ipak, potrebno je definirati vremenski period koji je relevantan za zagovaranje, npr. posljednje dvije godine, a zatim odrediti frekvenciju praćenja promjena u određenim oblastima.

U drugoj fazi, fazi implementacije, prikupljaju se podaci po oblastima definiranim na početku procesa, odnosno dopunjavaju se novim informacijama, a dodatno se prikupljaju podaci koji su proistekli iz aktivnosti zagovaranja. Ovi podaci su od koristi za prilagođavanje zagovaračke strategije i plana, ali i za monitoring i evaluaciju.

Podaci potrebni za monitoring i evaluaciju, odnosno oni koji se prikupljaju u toku procesa zagovaranja i nakon bit će detaljnije objašnjeni u narednom poglavlju.

1.3.9. Razvoj plana zagovaranja

Kauzalni put je prvi prelazni korak između analize, odnosno pripreme i kreiranja strategije zagovaranja. Na kauzalnom putu se analiza transformira u produkte koji su sastavni dijelovi strategije zagovaranja i u plan implementacije, monitoringa i evaluacije.

Kauzalni put pomaže da se jasnije prikaže i dublje razumije logika na kojoj je bazirana strategija zagovaranja. Na ovom putu se aktivnosti usmjeravaju prema ispunjavanju ciljeva, a onda kasnije ostvareni ciljevi dovode do rezultata koji doprinose realizaciji generalnog cilja zagovaranja.

Generalni cilj zagovaranja je promjena koju želite postići s obzirom na situaciju ili okolnosti na koje želite uticati. To je dugoročni cilj.

Primjer: Bit će unaprijeđen kvalitet života i produžen životni vijek ljudi koji žive u radijusu od 10 km od postrojenja XX.

Primjer: Doprinijet će se zaštiti prirodnih resursa u BiH te ograničiti i kontrolirati vlasti, kompanije i građani/ke pri njihovoj upotrebi.

Očekivani rezultat zagovaranja je konkretna promjena (politička ili upravljačka) koja treba biti ostvarena po završetku zagovaračkih aktivnosti, odnosno implementaciji zagovaračke strategije i plana zagovaranja.

Primjer: Na sljedećoj sjednici vlada će izglasati akt o zaštiti rijeka kao prirodnog resursa, kojim se potpuno zabranjuje izgradnja malih hidrocentrala.

Specifični ciljevi zagovaranja su promjene koje trebaju biti postignute kroz implementaciju plana i strategije zagovaranja, a doprinijet će dosezanju, odnosno ostvarivanju očekivanih rezultata zagovaranja.

Najčešće se definiraju tri tipa specifičnih ciljeva zagovaranja:

- Ciljevi koji se odnose na jačanje alijanse, mreže, savezništva, organizacija i ljudi radi promocije i implementacije plana zagovaranja
- Ciljevi koji se odnose na institucionalno jačanje nositelja/ica zagovaračkog procesa
- Ciljevi koji se odnose na povećanje političke volje da se donese odluka koja vodi do promjene ili na motiviranje donositelja/ica odluka da provedu akcije koje dovode do željenog rezultata zagovaranja

Ključne aktivnosti su akcije koje se provode u skladu s određenim ciljevima i neophodne su za njihovo postizanje.

Primjer: Održavat će se informativnih sastanci svih učesnika/ca zagovaranja s ciljem ažuriranja plana zagovaranja ili press konferencije kako bi javnost bila obaviještena o netačnim informacijama iznesenim u studiji uticaja na okoliš.

Zagovaranje može da obuhvata veći broj elemenata, od kojih su neki manje, a neki više bitni za proces, u zavisnosti od brojnih vanjskih faktora. Osnovni elementi su: ciljevi, podaci, ciljna grupa, poruke, saveznici/e, prezentacije, obezbjeđenje sredstava i procjena.



Prvi korak je identifikacija generalnog cilja, koji treba biti ambiciozan, pomalo vizionarski, s dugoročnom promjenom. Ne očekuje se ostvarenje cilja tokom trajanja zagovaračkog procesa, jer je to gotovo nemoguće postići kratkoročno. Proces zagovaranja nikada ne treba biti zaustavljen jer uvijek se može raditi na poboljšanju stanja zaštite okoliša ili bilo koje druge oblasti.

Neki ljudi će se zapitati zašto postavljamo generalni cilj ako ga ne namjeravamo ostvariti. On je veoma važan jer daje zajednički smisao različitim zagovaračkim procesima, ali i drži zagovarače/ice na okupu, iako imaju različite poglede na sam problem koji žele riješiti. Generalni cilj je zajednička nit vodilja različitim zagovaračima/cama u procesu i stalno ih podsjeća na pravac koji trebaju slijediti u svom radu, odnosno on je nešto poput vodećeg principa koji ne dozvoljava skretanje s puta. Bitno je napomenuti da se ovaj cilj najčešće ne uključuje u plan monitoringa i evaluacije. Generalni cilj se odnosi na unapređenje upravljanja države i menadžmenta kompanije, na povećanje pristupa nekim uslugama ili na generalno smanjenje zagađenosti zraka, unapređenje standarda života ili unapređenje zdravlja, i dr. Vrlo je važno osigurati da se generalni cilj referira na neki društveni problem (naveden na stablu problema), da se nazire efekat promjene koju će izazvati ostvarenje cilja, da je populacija na koju se problem odnosi specifična kao i geografski obuhvat.

Primjer: Bit će smanjen broj smrti uzrokovanih konzumacijom zagađene vode kroz uvođenje prečišćivača na XX postrojenje.

Proces kreiranja očekivanih rezultata je već ranije opisan u priručniku.

Treći korak je kreiranje specifičnih ciljeva za čiju formulaciju je potrebno konsultirati SWOT analizu i rezultate koje je ona dala. Specifični ciljevi su direktno povezani sa osnovnim linijama strategije koje su definirane uz SWOT analizu. Ponekad se može dogoditi da je identificirano mnogo snaga i slabosti, prilika i prijetnji i da to znači i više kreiranih osnovnih linija strategije. U ovom koraku je potrebno objediniti linije strategije ukoliko je to moguće, povezati srodne ideje i napraviti kategorije strategije.

Najčešće kategorije koje se javljaju su: institucionalno jačanje, jačanje koalicije ili mreže, povećanje političke volje, odnosno volje donositelja/ica odluka ili menadžmenta kompanije da donese potrebnu odluku. Na osnovu kategorija se formiraju specifični ciljevi koji trebaju biti SMART:

- **Specific** (specifičan, usmjeren) – izbjegavati dvosmisleni i nejasnu interpretaciju
- **Measurable** (mjerljiv) – potrebno je unaprijed razmotriti kako izmjeriti specifične ciljeve, razmisliti o procesnim, kvalitativnim i kvantitativnim indikatorima
- **Achievable** (dostižan) – odgovara problemu, u skladu je s generalnim ciljem i nije dio mašte
- **Realistic** (realan) – moguće ga je ostvariti u dostupnom vremenu i s dostupnim resursima
- **Time-bound** (blagovremen) – treba biti ispunjen u okviru specifičnog vremenskog okvira

Primjer: Tokom prvog kvartala zagovaračke kampanje mreža će biti ojačana i proširena kako bi se uspostavio kontakt sa 75% parlamentaraca/ki koji/e su članovi/ice vijeća za zaštitu voda.

Tokom prvog tromjesečja zagovaračke kampanje bit će stvoren i učvršćen savez u korist zagovaranog očekivanog rezultata sa 75% parlamentaraca/ki koji/e su članovi/ice odbora za rodna pitanja.



Plan zagovaranja

Plan zagovaranja je tabelarni prikaz pogodan za praćenje implementacije i sagledavanje svih koraka zagovaranja na jednostavan i logičan način. Rezultati svih dosadašnjih koraka provedenih s ciljem pripreme zagovaračke strategije i plana se preslikavaju u alat koji nazivamo plan zagovaranja. Plan zagovaranja je grafički prikaz cijelog plana uključujući i logiku kauzalnog puta koja pokazuje put od ključnih aktivnosti do specifičnih ciljeva i očekivanih rezultata koji na kraju dovode do djelimičnog ostvarenja generalnog cilja.

Indikatori u planu zagovaranja mogu biti procesni i orijentirani na rezultat. Procesni indikatori mjere da li je aktivnosti i u kojoj mjeri urađena, dok indikatori orijentirani na rezultat pokazuju da li je ili ne, i u kojoj mjeri, ispunjen specifični cilj. Naprimjer, ako je specifični cilj jačanje institucionalnih organizacijskih kapaciteta u oblasti zagovaranja, procesni indikator je broj održanih radionica o zagovaranju, dok je indikator orijentiran na rezultat broj osoba koje je ojačalo svoje vještine zagovaranja za 50%. Procesni indikatori pokazuju da li se implementacija plana zagovaranja kreće u pravom smjeru koji vodi do ostvarenja ciljeva. Oni najčešće pokazuju da li su planirane aktivnosti implementirane, ali ne ukazuju na efekat tih aktivnosti. Zbog toga se procesni indikatori prikupljaju i mjere tokom trajanja zagovaračkog procesa. Indikatori orijentirani na rezultat mjere efekat provedenih aktivnosti. Najčešće se mjeri zajednički efekat više aktivnosti koje u korelaciji dovode do mjerljive promjene. Ovi indikatori trebaju biti direktna refleksija ciljeva. Potrebno je definirati indikatore orijentirane na rezultat te voditi računa da su precizni i jasni.

Pri kreiranju indikatora treba paziti na:

- Relevantnost indikatora u odnosu na aktivnosti i ciljeve
- Dostupnost informacija koje mjerimo
- Jednostavnost procesa mjerenja
- Resurse potrebne za mjerenje (materijalni, ljudski i vremenski)
- Rodnu perspektivu
- Dobnu perspektivu
- Geografsku perspektivu

Plan zagovaranja

Naziv zagovaračkog plana	USPOSTAVLJANJE MEHANIZMA ZAŠTITE RIJEKA
Generalni cilj	Unaprijediti kvalitet života i produžiti životni vijek ljudi koji žive u radijusu od 10 km od postrojenja XX
Očekivani rezultati zagovaranja^{1*}	Do kraja 2021. godine, upravni odbor kompanije X, u saradnji s ministarstvom za zaštitu okoliša i okolišnim organizacijama civilnog društva, razvio je plan upravljanja otpadom koji proizvede kompanija X, s uključenim petogodišnjim akcionim planom, alociranim budžetom kompanije za implementaciju plana, potpisanim sporazumom s lokalnim komunalnim preduzećem da vrši mjesečnu kontrolu kvaliteta upravljanja pogonom za preradu otpada.

^{1*} Moguće je imati više očekivanih rezultata zagovaranja, ali je preporuka da se jedan zagovarački proces fokusira na postizanje jednog rezultata, odnosno konkretne promjene.

SPECIFIČNI CILJ 1	Povećati znanje i volju upravnog odbora kompanije X i resornog ministarstva o važnosti razvoja plana upravljanja otpadom i otpadnim vodama, koje proizvede kompanija XX, za zdravlje i životni standard stanovnika/ca XX područja			
KLJUČNE AKTIVNOSTI	INDIKATORI	NAČINI PROVJERE	FREKVENCIJA MJERENJA	ODGOVORNA OSOBA
Razvoj, štampanje i distribucija analize uticaja neplanskog odlaganja otpada i otpadnih voda na život stanovnika/ca XX područja	Broj i raznolikost osoba i institucija kojima je distribuirana analiza uticaja	Lista distribuiranih materijala s nazivom institucije, ili broj osoba kojima je distribuirano	Mjesečno	Koordinator/ica aktivnosti
Održavanje naučnog simpozija o uticaju neadekvatno tretirane industrijske otpadne vode na okoliš, privredu i zdravlje stanovnika/ca	Broj i vrsta odluka koje je donio upravni odbor XX postrojenja	Političko mapiranje promjena	Kvartalno	Koordinator/ica za saradnju s XX postrojenjem
Sastanci s menadžmentom XX postrojenja	Broj i vrsta odluka o upravljanju otpadom XX postrojenja koje je donijelo ministarstvo			
Sastanci sa sindikatom radnika/ca XX postrojenja				
Sastanci s ministarstvom zaštite okoliša i prostornog uređenja				
Priprema plana upravljanja otpadom s konkretnim akcionim planom i budžetom u čiju izradu su uključeni stručnjaci/kinje za zaštitu okoliša, ekonomski/e analitičari/ke i javnost	Broj kreiranih planova za upravljanje otpadom i industrijskim otpadnim vodama XX postrojenja Broj i struktura osoba kojima je predstavljen sadržaj plana	Dokument plana Zapisnik sa sastanka predstavljanja događaja i lista učesnika/ca	Godišnje	Menadžer/ica procesa zagovaranja
Medijska kampanja koja za cilj ima podizanje svijesti javnosti, s fokusom na građane/ke XX područja o važnosti razvoja i implementacije plana upravljanja otpadom i otpadnim vodama iz postrojenja XX	Broj medijskih objava koje tretiraju pitanje otpada i otpadnih voda XX postrojenja Broj ljudi koji su obuhvaćeni kampanjom na društvenim mrežama			

SPECIFIČNI CILJ 2				
KLJUČNE AKTIVNOSTI	INDIKATORI	NAČINI PROVJERE	FREKVENCIJA MJERENJA	ODGOVORNA OSOBA

1.3.10. Zagovaračke poruke

Različite ciljne grupe reaguju na različite poruke. Naprimjer, političar/ka može postati motiviran/a kad zna koliko ima ljudi u izbornoj bazi kojima je taj problem bitan. Ministar/ica za određeni resor može djelovati kad se suoči s detaljnim podacima o rasprostranjenosti problema. *Kojom će se porukom izabrana ciljna grupa nagovoriti da radi na rješavanju problema?* Predsjednik/ca upravnog odbora može reagirati ako uvidi opasnost po proces proizvodnje ili prodaje proizvoda.

Prilike da se utiče na ključnu ciljnu grupu često su ograničene. Direktor/ica kompanije vam može pružiti samo jednu priliku za sastanak da razgovarate o vašem problemu ili ministar/ica može imati samo pet minuta na konferenciji za razgovor s vama. Oprezna i temeljita priprema uvjerljivih argumenata i stil prezentacije mogu preokrenuti tako ograničene prilike u mogućnost za uspjeh zagovaranja. Ako imate samo jednu šansu da dođete do donositelja/ice odluka, morate znati *šta želite i kako ćete to reći?*

Za kreiranje ključnih poruka je potrebno odgovoriti na nekoliko pitanja: Koja je najvažnija informacija koju svi/e trebaju znati? Ovu informaciju treba ponavljati iznova i iznova sve dok je svi/e ne zapamte. Poruka treba biti formulirana tako da je zagovarači/ce mogu „prirodno“ izgovoriti u razgovoru, prilikom držanja govora, prezentaciji ili intervjuu za medije. Treba biti jednostavna za izgovoriti i zapamtiti, ne više 15 – 20 riječi. Naprimjer: a) Ne možeš biti dobar čovjek ako si u prilici da doneseš odluku koja štiti zdravlje drugih, a to ne učiniš; b) Dobra kompanija vodi računa o svim koracima proizvodnje, uključujući i otpad koji najviše šteti ljudima; c) Ministarstvo vodi računa o postrojenjima, ali i stanju filtera što je definirano uredbom XX.

Ključna poruka se treba konstantno koristiti u saopštenjima za medije, postovima na FB-u, pismima upućenima donositeljima/cama odluka i svim drugim vidovima komuniciranja. Ova poruka bi trebala biti pretvorena u slogan zagovaračke kampanje, ali to nije nužno.

Pri razvoju poruke je važno misliti na ciljanu publiku, odnosno ciljne grupe i postaviti sebi sljedeća pitanja: Šta želimo da oni/e misle o tom problemu? Kako želimo da se osjećaju zbog toga? Šta želimo da urade povodom toga?

Osjećanja su ono što motivira ljude da djeluju, ona mogu biti različita, od ljutnje, razočaranosti, zabrinutosti, ugroženosti do osjećaja uživanja.

Jedna zagovaračka strategija može imati više segmenata medijske kampanje, pa tako i poruka. Svaka poruka je usmjerena na određenu ciljnu grupu i na određenu reakciju. Shodno specifičnostima ciljne grupe, ali i onoga što želimo postići, treba definirati strategije i alate koji će služiti za disperziju poruka. Oni mogu biti klasični: brošure, lifleti, plakati, novinski članci i pisma; ali i elektronski: videospotovi, reklame, TV emisije, reportaže na web-stranicama, itd.

Za odabir strategije i alata komuniciranja treba uzeti u obzir sljedeće:

Ko je ciljna grupa?

Šta je najbolji način za širenje informacija? Koji medij je najprihvaćeniji među tom populacijom?

Kada je rok za slanje poruka? Koje je najbolje vrijeme za slanje poruka?

Koliko će to koštati? Da li je to najefikasniji i efektivniji dostupni način? Da li imamo sredstva za to?

Zašto je to najbolji način?

1.3.11. Sažetak poglavlja uz savjete i smjernice

Postoje tri glavna pristupa zagovaranju: **za** ljude koji su ugroženi problemom, **sa** tim ljudima i **od** tih ljudi. Mnoge inicijative zagovaranja koriste sva tri pristupa u različitim vremenima.

Zagovaranje za ljude

Zagovaranje u ime zajednica koje su pogođene nekim problemom mogu vršiti ljudi i organizacije koje i nisu direktno pogođene. Ovaj pristup se zasniva na konzultacijama i drugim angažmanima s pogođenim zajednicama. Daje rezultate u situacijama kada pogođene zajednice nisu u mogućnosti da se javno izlažu, možda zbog straha ili potencijalne opasnosti po njih. Ovaj pristup se koristi i kad zagovarači/ce djeluju ka donositeljima/cama odluka koji/e su udaljeni/e od pogođenih zajednica, bilo vremenski ili geografski, npr. kada se međunarodna nevladina organizacija (poput UN-a) angažira u vezi s klimatskim promjenama.

Zagovaranje sa ljudima

Zagovaranje se može vršiti kroz saradnju zajednica koje su pogođene situacijom i onih koje nisu direktno pogođene. Ovaj pristup djeluje kad se obje strane zalažu za iste ili slične teme i kad postoji efikasan angažman s pogođenim zajednicama. U suprotnom, postoji rizik da oni/e koji/e su izvan pogođenih zajednica dominiraju u procesu zagovaranja, posebno ako imaju više moći, novca ili znanja.

Zagovaranje od ljudi

Zagovaranje mogu vršiti i zajednice koje su direktno pogođene problemom. Oni/e koji/e nisu direktno pogođeni/e mogu pomoći izgradnji kapaciteta i pružanju podrške pogođenim zajednicama da i oni/e sami/e postanu zagovarači/ce. Ovaj pristup funkcionira kad su baš pogođene zajednice u najboljem položaju da govore o nekoj situaciji. To je uopšteno najsnažniji i najodrživiji pristup. Ako postoji ikakva uključenost onih koji/e nisu iz pogođenih zajednica, potreban je oprez da oni/e ne počnu kontrolirati postupak ili oblikovati ishod zagovaranja.

Pristup	Kada koristiti taj pristup?	Prednosti	Nedostaci
Zagovaranje za ljude pogođene problemom	<ul style="list-style-type: none"> Kad se zakoni i propisi ne primjenjuju Kad su donositelji/ce odluka vremenski ili geografski udaljeni/e od zajednice izložene problemu i kad te zajednice prenesu ovlaštenja na zagovarače/ice 	<ul style="list-style-type: none"> Zagovarači/ce imaju lakši pristup i veći potencijal za uticaj na donositelje/ice odluka Zagovarači/ce su izloženi/ne manjem riziku Zagovarači/ce imaju bolji pristup informacijama u širem kontekstu 	<ul style="list-style-type: none"> Probleme obično identificiraju <i>outsajderi/ke</i> Pogođene zajednice mogu ostati isključene Rizik da se ne prepoznaju razlike u pogledima Zagovaranje usmjereno samo na zvanične donositelje/ice odluka Kapaciteti lokalne zajednice se ne jačaju
Zagovaranje sa ljudima pogođenim problemom	<ul style="list-style-type: none"> Kad unutrašnji/e i vanjski/e zagovarači/ce dijele iste ili slične probleme Kad obje strane imaju korist od saradnje Kad postoji potrebe za jačanjem kapaciteta zagovaranja i/ili jačanjem pristupa donositeljima/cama odluka 	<ul style="list-style-type: none"> Pogođene zajednice same identificiraju probleme Dijeljeni resursi i akcije Vanjski/e zagovarači/ce mogu pokrenuti i dodatne aktere/ke Jačaju se kapaciteti lokalne zajednice Olakšava se pristup donositeljima/cama odluka Ohrabruje se saradnja i kreira zajednički, jači glas 	<ul style="list-style-type: none"> Vanjski/e zagovarači/ce mogu dominirati u procesu zagovaranja, posebno ako imaju više moći, novca ili znanja Može biti sporije jer je potrebno usaglašavanje obje strane
Zagovaranje od ljudi pogođenih problemom	<ul style="list-style-type: none"> Kad postoji potrebe za jačanjem kapaciteta zagovaranja i/ili jačanjem pristupa donositeljima/cama odluka 	<ul style="list-style-type: none"> Probleme identificiraju zajednice direktno pogođene problemom Osnaživanje lokalnih zajednica Najbolji položaj za traženje kompromisnih rješenja Prilika za ispravljanje debalansa moći Jačanje kapaciteta zajednica direktno pogođenih problemom Jačanje svijesti o tome šta se može postići zagovaranje 	<ul style="list-style-type: none"> Ograničen pristup resursima i informacijama Zagovaračima/cama mogu nedostajati vještine i znanje o problemu Zahtijeva više uloženi resursa da se postigne isti rezultat Autsajderi/ke mogu preuzeti kontrolu nad procesom Promjene zakona i propisa mogu dugo trajati Potencijalno veći rizik za zagovarače/ice (posebno u teškom političkom kontekstu)

Uloge zagovarača/ica

Uloge zagovarača/ica mijenjaju se u zavisnosti od ciljeva koje žele postići.

Uloga	Karakteristika	
Predstavljanje	Govori u ime ljudi.	
Praćenje	Govori s ljudima.	
Ohrabrivanje	Ohrabruje ljude da sami govore.	
Posredovanje	Posreduje u komunikaciji između ljudi i donositelja/ica odluka.	
Uzor	Demonstrira praksu ili politiku ljudima i donositeljima/cama odluka	
Pregovaranje	Ubjeđuje donositelje/ice odluka da se postigne dogovor.	
Umrežavanje	Dovodi ljude za isti stol da razgovaraju.	
Lobiranje	Ubjeđuje donositelje/ice odluka da nešto urade.	
Mobiliziranje	Ohrabruje ljude da utiču na donositelje/ice odluka.	
Cjenkanje	Pregovara radi postizanja kompromisa.	



Zagovarač/ica



Donositelj/ica odluka



Ljudi pogođeni problemom

Definiranje cilja zagovaračke kampanje

Cilj kampanje mora biti SMART (igra riječi u engleskom jeziku: *smart* – pametan; SMART je skraćenica od: *specific* – specifičan, usmjeren; *measurable* – mjerljiv; *achievable* – dostižan; *realistic* – realan; *time bound* – blagovremen). Naime, kod definiranja cilja za kampanju treba voditi računa da se taj cilj uopšte može postići, u razumnom vremenu, da se može izmjeriti ili iskazati barem procentima, i da je usmjeren na rješavanje specifičnog problema. Često pojedinci/ke i organizacije postavljaju ciljeve koji su nejasni, ne mogu se mjeriti, a za njihovo ostvarenje su potrebni toliki resursi i vrijeme da ih je praktično nemoguće postići. Najbolje je početi skromnim ciljem, pa ako ga postignete, niko vas ne može spriječiti da kasnije postavite i ambiciozniji cilj.

Prikupljanje što je moguće više relevantnih i upotrebljivih podataka

Živimo u informacionom dobu, u kojem osoba koja ima informaciju zapravo u rukama ima najsnažnije oružje. Međutim, do relevantnih informacija nije lako doći, jer informacija ima previše, one najvrednije su sakrivene u moru beskorisnih pa često i lažnih informacija. Prije nego što neku informaciju upotrijebite u kampanji, prvo provjerite njen kredibilitet, a ako to nije moguće, unaprijed se ogradite barem navođenjem izvora informacije. Kad neki dokument otkrijete na internetu, obavezno uz njega sačuvajte i izvor odakle je preuzet.

Kampanja mora biti usmjerena na jasnu ciljnu grupu

Nema svrhe provoditi kampanje ako se ne zna ko ima moć donošenja odluke. Prvo saznajte ko ima snagu da donese neku odluku, pa tek onda trošite vrijeme, resurse i energiju da postignete postavljeni cilj. Pored toga, saznajte što više o tom/toj donositelju/ici odluke, ko i šta može uticati na njega/nju, ko su vam potencijalni/e saveznici/e, a ko protivnici/e, ko vam može pomoći i kome smijete vjerovati. Ako je kampanja usmjerena na kompaniju ili korporaciju, saznajte vlasničku strukturu, političke veze vlasnika/ce, prethodne poslovne reference i iskustva iz drugih zemalja. Moguće je da korporacija ima razrađenu taktiku i plan suzbijanja aktivizma i sličnih prepreka koje im mogu ugroziti njihov osnovni cilj – sticanje profita. Profit je u redu, sasvim legitiman cilj u poslovanju, samo je pitanje na račun čega se on ostvaruje, čemu nanosi štetu i kolika je ta šteta.

Saveznici/e i partneri/ke

Identificirajte ko su vam saveznici/e, možete li postati dio neke mreže, ima li pojedinaca/ki i grupa s iskustvom, resursima i znanjem koje vam mogu pomoći u kampanji. Ne ustručavajte se obratiti se i političkim subjektima, vjerskim zajednicama, sindikatima, umjetnicima/cama, medijima, stranim ambasadama, ali kod izbora saveznika/ca uvijek procijenite i rizike koje takva partnerstva mogu donijeti. Naše društvo je mnogo polarizirano i zato se može desiti da savezništvo s nekim bude protumačeno kao da ste njihovim protivnicima/cama i vi prijetnja. Priklonite li se samo jednoj političkoj stranci, bez obzira koliko ona bila pozitivna i usklađena s vašim ciljevima, neminovno ćete izgubiti podršku drugih političkih stranaka i dijela javnosti koji ih podržava.

Resursi i finansiranje

Svaka aktivnost košta. Možda vremena imate napretek, ali to nije dovoljno da se provede kampanja i postigne cilj. Morate planirati troškove, naći izvore finansiranja, a aktivnosti i troškove planirajte u skladu s prihodima. Oprezno koristite grantove, donacije i druge izvore finansiranja projekata i mudro trošite sredstva. Pazite da se realizacijom projekata koje prihvatite samo zbog održivosti organizacije previše ne udaljite od osnovnog cilja.

Planovi, procjene i revizije

Nije moguće sve isplanirati i nikad se nijedan plan ne realizira 100%. Pripremite plan B, rezervnu strategiju za slučaj da nešto krene po zlu. Razmislite unaprijed o mogućim rizicima, koliko god oni izgledali nevjerovatni i nemogući. U januaru 2020. godine niko nije mogao ni pomisliti da će se samo u roku od mjesec dana pola čovječanstva na planeti naći u karanteni zbog pandemije virusa. Kampanju ne mora ugroziti takva globalna pošast, ali je zaista puno faktora koji mogu poremetiti planove. Zato je važno u plan ugraditi i moguće rizike i rezervne aktivnosti koje će ih kompenzirati.

Prostor mogućnosti

Kad ste prepoznali problem, opredijelili se za neko rješenje i identificirali ko će i prema kome djelovati, trebate iskoristiti tako ostvareni „prostor mogućnosti“. Taj prostor je obično ograničen, prostorno, vremenski, pa i mentalno i zato ga treba iskoristiti u najvećoj mogućoj mjeri. Ukoliko se nešto dešava u predizbornoj godini, to je prilika da se iskoristi želja donositelja/ica odluka da se iskažu. Ako je na tržištu došlo do promjene cijena proizvoda koji prodaje zagađivač ili do kursnih razlika na ciljnom izvoznom tržištu, ili se pojavila konkurentska kompanija s istim proizvodom, sve su to prilike koje treba dobro analizirati i iskoristiti kako bi se postigao cilj kampanje.

Nauka i struka

U kampanji se oslanjajte samo na provjerene, naučno dokazane informacije. Ako ne poznajete tehnologiju proizvodnje u kompaniji koja zagađuje okoliš, potražite penzionera/ku ili bivšeg/u radnika/cu koji/a vam može približiti detalje o proizvodnom procesu. Ukoliko sumnjate da su „naučnici/e“ ili „eksperti/ce“ korumpirani/e ili da im je integritet sumnjiv, ne oslanjajte se na njihove savjete i sugestije. Raspitajte se malo o referencama ljudi koje konsultirate po stručnim pitanjima. Malo pretraživanja po javno dostupnim naučnim bazama podataka ili barem na scholar.google.com može vam pomoći da ocijenite kredibilitet i ekspertizu pravih i navodnih stručnjaka/inja.

Propisi i standardi

Vaš najveći saveznik u zagovaračkim kampanjama, pored relevantnih informacija, jesu propisi i standardi. Stavove i mišljenje stručnjaka/inja, političara/ki ili državnih službenika/ca možete osporiti i ne morate im vjerovati, ali „slovo zakona“ je neprikosnovo. Kampanju koja za cilj ima provođenje zakona i propisa niko ne može osporiti. Čak i kad niste pravnik/ca, ne libite se proučiti sve relevantne propise, a ako vam nisu jasni, tražite da vam ih neko protumači. Zakon o pravu na pristup informacijama od javnog značaja najjači vam je argument u potrazi za informacijama iz institucija.

Mediji

Mediji mogu biti i saveznici i neprijatelji. U svakom slučaju od suštinske je važnosti ostvariti dobre relacije s medijima. Iskoristite priliku u tome što su zvanične institucije rijetko spremne blagovremeno dati informaciju. Ako ste medijima uvijek dostupni da im date izjavu, da protumačite neki potez vlasti ili zagađivača, steći ćete saveznika u njima. Međutim, ako se kompromitirate iznošenjem netačnih podataka, kleveta i lažnih vijesti, izgubit ćete i savezništvo s medijima i vlastiti kredibilitet. Ima medija koji su pod kontrolom političkih subjekata ili jednostavno zavise od reklama koje im plaćaju zagađivači. Identificirajte takve medije i oprezno dajte izjave za njih. Kad god je to moguće, tražite autorizaciju članaka prije objavljivanja, da se slučajno poruka ne prenese pogrešno i time nanese šteta i vama i vašoj kampanji.

Timski rad

Kampanje zagovaranja vode aktivisti/kinje, entuzijasti/kinje i pojedinci/ke. Svaki/a pojedinac/ka ima različite mane i vrline, različite afinitete i sposobnosti. Upoznajte zainteresirane aktiviste/kinje, prepoznajte njihove osobine i iskoristite ih u kampanji tako što ćete im dati uloge i zadatke koje odgovaraju njihovoj osobnosti. Kreativci/ke su rijetko dobri/e za pisanje finansijskih izvještaja, to treba dati pedantnim osobama s osjećajem za detalje. Kreativcima/kama dopustite da se izraze kroz dizajn pamfleta, plakata, brošura ili smišljanje slogana. Online kampanju na društvenim mrežama će najbolje provesti komunikativna, ekstrovertna osoba, s razgranatom mrežom kontakata. Ako je kampanja usmjerena ka starijim osobama, ljekari/ke su profesija kojoj najviše vjeruju – uključite ljekara/ku u tim i neka on/a u javnost istupa kad god treba steći povjerenje osoba u poodmaklim godinama.

Politika

Budite svjesni načina na koji funkcioniše politika i kako se donose političke odluke. Trebate znati i formalnu strukturu vlasti (koji parlament odlučuje o čemu), ali i neformalni način funkcioniranja u stvarnom životu (trgovinu političkim uticajem). Vodite računa ko je pozicija, a ko opozicija i imajte na umu da skoro nijedan prijedlog opozicije neće dobiti dovoljan broj glasova vladajuće većine, bez obzira koliko bio dobar, logičan, ekonomičan ili plemenit. Ne libite se obratiti i vladajućim strankama, naravno uz adekvatnu dozu opreza. Politika neće propustiti priliku da vas iskoristi za postizanje svojih ciljeva, ne ustručavajte se ni vi koristiti njih.

Krivično djelo

U svakodnevnoj praksi, onečišćenje okoliša uglavnom se okarakterizira kao prekršaj, za koji počinitelj/ica plati simboličnu kaznu i nastavi raditi kako je navikao/la. Iako je krivično djelo, kao zločin, obratite se tužilaštvu, razgovarajte s njima da vidite ima li prostora da se pokrene krivični postupak protiv počinitelja/ica. U tom slučaju, troškove pribavljanja dokaza snosi tužilaštvo. Umjesto da se pokreće građanska parnica za nadoknadu štete, podnesite krivičnu prijavu. Kad tužilaštvo provede istragu, utvrdi osnovanost prijave, još i ako sud potvrdi krivicu, dokazi prikupljeni u toku tog postupka mogu se onda koristiti za građanske parnice. Pri tome dobro pazite da je krivična prijava osnovana i utemeljena na činjenicama, a još važnije, na dokumentaciji koja će to potvrditi na sudu, jer je i lažno prijavljivanje također krivično djelo. Trebate znati da se onaj protiv koga podnesete krivičnu prijavu neće ustručavati da vas prijavi i tuži za lažno prijavljivanje.

Svi/e na ulice

Protestni skupovi zaista privlače najviše pažnje javnosti, veoma su učinkovit način vođenja kampanje i uključivanja šire javnosti u kampanju, ali se mora voditi računa o rizicima koji su s tim povezani. Prvi rizik je da se pozivu na protestni skup ne odazove dovoljno značajan broj građana/ki. To znači da ste promašili ili mjesto, ili vrijeme, ili temu,

ili cilj. Protestni skup bez jasno formuliranih zahtjeva (ko, šta, od koga i kada traži) bolje je ne organizirati. Drugi rizik je da na organizaciju protesta onaj protiv koga se protestira reagira slanjem provokatora/ica, osoba koje će za male pare napraviti incident. Bez obzira što na takav incident niste imali nikakvog uticaja, pred zakonom i pred organima reda ste kao organizator/ica odgovorni/a i možete pravno odgovarati za eventualnu štetu (oštećenje imovine, lične ozljede, narušavanje javnog reda i mira).

EKOonomija i EKOlologija

Osim što imaju zajednička početna tri slova, ekonomija i ekologija su u stalnoj međusobnoj relaciji. Sve se svodi na traženje balansa između ova dva naizgled međusobno suprotstavljena koncepta. Za svaki ekološki problem postoji rješenje, samo je pitanje koliko ono košta. Da li je šteta koja se nanosi okolišu i ljudima koji u njemu žive veća od koristi koja nastaje tim djelovanjem? Da li se kod procjene tih troškova vodilo računa o svim aspektima: koliko traje vremenski, je li proces ireverzibilan ili se može popraviti, postoje li alternativna rješenja, itd. Rijetko investitori/ce imaju svoj vlastiti novac za ulaganje u projekte koji zagađuju, to su obično krediti koje im odobravaju banke ili druge finansijske institucije. Zato saznajte od koga investitor/ica posuđuje novac, iskoristite deklarativne izjave banaka da se zalažu za održivi razvoj i lobirajte kod njih da i one vrše pritisak na kompanije koje zagađuju. Upoznajte dioničare/ke i investitore/ice da kompanija čije dionice imaju zagađuje okoliš i da su i oni/e također odgovorni/e jer investiraju u prljave tehnologije. Niko ne voli negativan publicitet, a kapital je vrlo plašljiva roba. I najmanji rizik ili loš publicitet će ga otjerati.

Saradnja i dijalog

Ne mora kampanja uvijek biti zasnovana na konfliktu. Moguće je ostvariti i dijalog, ali samo pod uslovom da u njemu učestvuju sve zainteresirane strane. Prije ulaska u dijalog, prvo ojačajte vlastite pozicije, naoružajte se znanjem i informacijama, koje ćete moći koristiti kao početni ulog. Ako nešto tražite, morate nešto imati i da ponudite, a vaš najjači adut su ljudi i znanje. Ukoliko ne poznajete tehnologiju proizvodnje i rada kompanije protiv čijeg djelovanja na okoliš vodite kampanju, prvo naučite što je moguće više detalja o tome, pa se tek onda upuštajte u dijalog. U suprotnom ćete biti u neravnomernom položaju i to je unaprijed izgubljena bitka.

Integritet i istrajnost

Borba za čist okoliš je borba za ljudsko zdravlje. Takav plemenit cilj nema cijenu. Ne dajte da vas pokolebaju teškoće na koje naiđete, nema nerješivih problema. Nastojite održati vlastiti integritet i ne odustajte od svojih ciljeva jer borba za čist okoliš nema alternativu. Živimo na ograničenom prostoru, planeti koja može bez nas, ali mi bez nje ne možemo. I zato ne odustajte od borbe za čist okoliš.



PRIMJERI ZAGOVARAČKIH KAMPANJA U BIH I REGIONU

U ovom poglavlju prikazani su primjeri zagovaračkih kampanja provedenih u Bosni i Hercegovini i u susjednim zemljama. Cilj prikazivanja tih primjera je da se aktivisti/kinje potaknu na djelovanje, da ne budu obeshrabreni/e početnim neuspjesima i da možda dobiju neke ideje kako riješiti njihov konkretan problem. Nisu grupirani po konkretnim zagovaračkim akcijama, nego po metodama i fazama zagovaranja. Svako ko se odluči da pokrene zagovaračke aktivnosti treba iz prikazanih primjera prepoznati ono što je primjenjivo za konkretan problem koji želi riješiti, jer nema univerzalnih niti instant rješenja.

2.1. Identifikacija problema i učesnika/ca u procesu

Ako poznajemo i svoga neprijatelja i sami sebe, pobjeda je osigurana. Ako ne poznajemo neprijatelja, a znamo sami sebe, izgledi za pobjedu i poraz su nam jednaki. Ako ne poznajemo ni neprijatelja niti sebe, svaka bitka može biti kobna za nas.

Sun Tzu: Umijeće ratovanja

Prva faza svake zagovaračke kampanje je identifikacija problema. Problem nekad jeste očigledan, kao što je gusti dim iznad dimnjaka ili industrijskih postrojenja koji ukazuje na nekontrolirano zagađivanje zraka, promijenjena boja rijeke ili pomor ribe koji ukazuju na incidente ispuštanja neprečišćenih otpadnih voda, nepodnošljiv smrad, gomile otpada... Međutim, nekad problem nije tako lako uočljiv, jer ispuštanje i prisustvo opasnih hemikalija može se otkriti tek kad je već kasno, kad je šteta već učinjena. Navedeni primjeri kao što su gust dim ili pomor ribe su posljedice problema, ali ne i uzrok, odnosno njegova srž. Za zagovaranje je najvažnije da se identificira pravi problem, a ne njegova posljedica. Nadalje, postoje primjeri koji ukazuju da problem i njegove posljedice ne mogu biti identificirani odmah, kao što je to slučaj s povećanjem broja oboljelih zbog efekta nakupljanja štetnih materija u organizmu. To nije lako i brzo uočljivo, najčešće se otkrije kad je šteta počinjena i kad je već kasno za djelovanje.

Nakon što je problem uočen, treba identificirati sve učesnike/ce u procesu. Na prvom mjestu zagađivače, zatim one koji/e imaju moć donošenja odluke o aktivnostima koje su uzrok uočenih problema. U Bosni i Hercegovini tu najveći problem predstavlja složena struktura vlasti i podijeljene nadležnosti između više nivoa vlasti. Postoje propisi koji jasno opisuju koja postrojenja su u nadležnosti Federacije BiH, koja u nadležnosti kantona, a koja u nadležnosti općina i gradova, ali ti propisi nisu uvijek razumljivi širokoj javnosti. U Republici Srpskoj je situacija malo jednostavnija, jer nema kantona. Međutim, postoje pogoni i postrojenja koja su u republičkoj i ona koja su u lokalnoj nadležnosti. Brčko distrikt uglavnom nema tu vrstu problema, jer ima samo jedan nivo nadležnosti.

Raspodjela nadležnosti na federalni i kantonalni nivo po usvojenim kriterijima može se naći u Pravilniku o pogonima i postrojenjima za koje je obavezna procjena utjecaja na okoliš i pogonima i postrojenjima koji mogu biti izgrađeni i pušteni u rad samo ako imaju okolinsku dozvolu (Sl. novine FBiH, br. 19/04)². U Republici Srpskoj Pravilnikom o projektima za koje se sprovodi procjena uticaja na životnu sredinu i kriterijumima za odlučivanje o potrebi sprovođenja i obimu procjene uticaja na životnu sredinu (Sl. glasnik RS-a, br. 124/12)³ i Pravilnikom o postrojenjima koja mogu biti izgrađena i puštena u rad samo ako imaju ekološku dozvolu (Sl. glasnik RS-a, br. 124/12)⁴ definirane su vrste pogona i postrojenja koja trebaju ekološku dozvolu.

Međutim, postoje i veliki sistemi, poput elektroprivreda, javnih preduzeća za upravljanje autocestama, distributera gasa i naftnih derivata, trgovačkih kompanija, kojima je glavno sjedište u nekom gradu, ali im se djelatnosti protežu preko više općina, gradova, kantona pa i entiteta. Ako je postrojenje u vlasništvu međunarodne korporacije, ili je firma dio većeg koncerna, teško je saznati ko je pravi/a vlasnik/ca, ko je donositelj/ica odluka i prema kome treba usmjeriti zagovaračke aktivnosti. Međunarodne korporacije često su u vlasništvu nekoliko investicionih fondova, pojedinačnih

² <http://www.fuzip.gov.ba/bundles/websitenews/admin-assets/plugins/tinyMCE/source/Giljotina/ins%20trzi.%20insp/podzakonski%20akti/PRAVI-80.PDF>

³ https://rzsm.org/images/stories/RZSM/Propisi/MPUGE/Zastita%20zivotne%20sredine/MPUGE_Zzs_Vazeci/3-124-12%20Pr%20o%20postr%20koja%20mogu%20piti%20izgradj%20i%20pustena.pdf

⁴ https://rzsm.org/images/stories/RZSM/Propisi/MPUGE/Zastita%20zivotne%20sredine/MPUGE_Zzs_Vazeci/3-124-12%20Pr%20o%20postr%20koja%20mogu%20piti%20izgradj%20i%20pustena.pdf

dioničara/ki, pa čak i država; investicionim fondovima upravljaju društva za upravljanje fondovima, tako da je pravi/a vlasnik/ca dobro sakriven/a u mreži posrednika/ca ili jednostavno ne želi da mu/joj se zna identitet. Nisu rijetki slučajevi da su vlasništvo nad nekadašnjim državnim kompanijama u BiH ili njihovim dijelovima stekle *off-shore* firme sa sjedištem u nekom od poreskih utočišta (Kajmanski otoci, Ostrvo Man, Kipar ili Panama). Rukovodstvo takve firme ima ograničene mogućnosti odlučivanja, što može umanjiti efekte zagovaranja – kampanjom zagovaranja postignete dogovor s direktorom/icom firme, a odlaskom te osobe s funkcije sve dogovoreno može pasti u vodu i kampanju morate provesti ispočetka.

Primjer korištenja posrednika/ca kako bi se zaobišli propisi su brojne firme za promet nekretninama otvorene u BiH. Kako stranim državljanima/kama – fizičkim osobama nije dozvoljeno da kupuju nekretnine, a ima dosta zainteresiranih za takvu vrstu investicija, koristi se „rupa u zakonu“ po kojoj pravo kupovine nekretnina imaju lica registrirana u BiH, za šta nema ograničenja. Tako stranac/kinja koji/a želi steći vlasništvo nad nekretninom osnuje firmu s minimalnim kapitalom (2000 KM), firma kupi nekretninu i dalje s njom raspolaže bez ograničenja. Kako smo tranzicijska zemlja kojoj hronično nedostaje investicija, strani/e investitori/ce nerijetko dobiju povlastice i pogodnosti o kojima domaće stanovništvo može samo da sanja. Te pogodnosti su često na štetu okoliša, i za posljedicu mogu imati degradaciju zraka, vode, šume, poljoprivrednog zemljišta, prirode, infrastrukture, a korist od investicije ima samo uski broj pojedinaca/ki i vjerovatno oni/e koji/e su im to omogućili/e zloupotrebljavajući političku moć i položaj. Kako se firme u BiH najčešće registriraju u formi društva s ograničenom odgovornošću (d.o.o.), za načinjenu štetu firma odgovara samo do visine kapitala, bez obzira što vlasnik/ca posjeduje daleko više bogatstva. Zato je veoma važno djelovati blagovremeno, dok visina načinjene štete nije prerasla vrijednost imovine iz koje bi se šteta mogla namiriti.



Nevješta ilustracija najavljene investicije od 4,5 milijardi KM firme „Ozone 03“ d.o.o. u Trnovu čiji je osnivački kapital 5000 KM

Učesnici/e u procesu često su lokalni/e eksperti/ce i „eksperti/ce“, koji/e imaju zadatak da opravdaju investiciju i degradaciju okoliša. Formalno se ispune propisani zahtjevi tako što se uradi „studija o procjeni uticaja na okoliš“, elaborat ili neki drugi dokument, kojim se opravda intervencija u postojeće stanje. Studije i elaborati po pravilu se prepisuju metodom *copy/paste*, pa se znaju potkrasti i greške poput one kad je u studiji za termoelektranu Banovići otkriveno da je prepisana jer su autori/ce zaboravili/e promijeniti ime deponije na koju će se odlagati pepeo iz termoelektrane. U studiji o procjeni uticaja na okoliš za izgradnju glavne gradske magistrale u Zenici pisalo je da „izgradnjom cestovne saobraćajnice neće doći do značajnije deforestacije“ pa je opet posječeno nekoliko stotina odraslih stabala divljeg kestena.



Drvodred sa stotinama stabala divljeg kestena u Zenici uništen je zahvaljujući jednoj rečenici u studiji o procjeni uticaja na okoliš.

2.2. Prikupljanje informacija

Informacije su najmoćnije oružje u borbi protiv zagađivača i institucija koje pomažu zagađivačima umjesto da služe građanima/kama. One moraju biti što je moguće više tačne, pouzdane, provjerljive i naučno utemeljene, ali do takvih informacija nije lako doći. Iako je Bosna i Hercegovina ratificirala i implementirala Arhusku konvenciju u svoje zakonodavstvo, takvih informacija obično nedostaje.

Arhuska konvencija (Konvencija o pristupu informacijama, učešću javnosti i pristupu pravdi u pitanjima okoliša)⁵ međunarodni je ugovor koji povezuje oblast zaštite okoliša i ljudskih prava. Usvojena je na inicijativu Ekonomske komisije Ujedinjenih nacija za Evropu (www.unecp.org) na Četvrtoj ministarskoj konferenciji „Okoliš za Evropu“ održanoj 25. 8. 1998. godine u gradu Arhusu u Danskoj. Bosna i Hercegovina je 15. 9. 2008. godine ratificirala Arhusku konvenciju i time postala 42. zemlja članica potpisnica Konvencije, čime se obavezala na njenu primjenu i izvještavanje o implementaciji.

Suština Arhuske konvencije može se opisati rečenicom: „Svaka osoba ima pravo da bude informisana, da bude uključena u donošenje odluka i da ima pristup pravosuđu u pitanjima okoliša.“ Ova konvencija zasniva se na tri stuba, odnosno pruža tri fundamentalna prava građanima/kama i nevladinim organizacijama:

1. Pristup informacijama
2. Učešće javnosti u procesu donošenja odluka
3. Pristup pravosuđu

Naknadno je ovaj međunarodni dokument proširen i na pitanja GMO (genetski modificiranih organizama) i na informacije o emisijama i prenošenju polutanata (PRTR).

⁵ http://mvteo.gov.ba/data/Home/Документи/Водни_ресурси/Конвенције_околиш/BOS_Aarhuska_konvencija.pdf

Pravo na pristup informacijama je prvi stub Arhuske konvencije. Svaka osoba ima pravo da dobije zvanične informacije o okolišu koje posjeduju sve javne institucije i nije potrebno posebno objašnjenje o razlogu zahtjeva za informacijama. Pod „informacijom o okolišu“ podrazumijevaju se informacije o:

- Stanju okoliša i njegovih elemenata: zrak, voda, tlo, prirodne vrijednosti, itd.
- Biodiverzitetu uključujući GMO
- Faktorima kao što su zagađenost, energija, buka, zračenje, itd., koji će vjerovatno imati uticaj na okoliš
- Planovima, programima, provođenju politika, zakonodavstvu, itd.
- Stanju ljudskog zdravlja, javnoj sigurnosti i uslovima života
- Stanju kulturnih vrijednosti i izgrađenih struktura koje bi mogle imati ili imaju uticaj na okoliš

Pored Arhuske konvencije i odredbi Zakona o zaštiti okoliša u FBiH i Zakona o zaštiti životne sredine RS-a i Brčko distrikta koji su implementirali Konvenciju u domaće propise, vrlo važni su zakoni o slobodi pristupa informacijama, na koje se treba pozvati u svakom zahtjevu za pristupom informacijama kojima raspolažu institucije vlasti:

- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Bosni i Hercegovini (Službeni glasnik BiH, br. 28/00, 45/06, 102/09 i 62/11)⁶
- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Federaciji BiH (Službene novine FBiH, br. 32/01 i 48/11)⁷
- Zakon o slobodi pristupa informacijama u Republici Srpskoj (Službeni glasnik RS-a, br. 20/01)⁸

Zahtjev za pristup informacijama je dokument na osnovu kojeg fizičko ili pravno lice ima pravo pristupa informacijama zagarantiranih zakonom. Zahtjev mora biti u pisanoj formi na jednom od službenih jezika koji su u upotrebi u Bosni i Hercegovini, a neke institucije na svojoj web-stranici imaju već pripremljene obrasce zahtjeva. U zahtjevu se ne mora obrazlagati zbog čega se traže informacije, ali on mora sadržati:

- Preambulu u kojoj se navodi da se informacije traže „u skladu s odredbama Zakona o slobodi pristupa informacijama BiH/FBiH/RS-a“
- Puni naziv institucije od koje se traže informacije
- Informacije o fizičkom ili pravnom licu koje traži podatke (ime, adresa i kontakti)
- Dovoljno detaljno opisane konkretne podatke koje podnositelj/ica zahtjeva želi saznati

Zahtjev predajete organu za koji smatrate da posjeduje te informacije, lično na protokol ili poštom. Ukoliko institucija kojoj je zahtjev podnesen ne posjeduje tražene informacije, zakon je obavezuje da prosljedi takav zahtjev nadležnom organu koji raspolaže tim informacijama i da o tome obavijesti podnositelja/icu zahtjeva.

Zakoni o slobodi pristupa informacijama BiH, FBiH i RS-a propisuju da rok za dobijanje odgovora po podnesenom zahtjevu iznosi 15 dana. Izuzetno, ovaj rok se može produžiti za još 15 dana ukoliko nadležni organ mora utvrditi da li u traženim informacijama postoje povjerljivi komercijalni interesi treće strane i/ili treba utvrditi postojanje javnog interesa. Ako institucije iz tog razloga odbiju da informaciju učine javno dostupnom, razlog odbijanja mora biti precizno objašnjen i povezan s koristima javnog interesa, kako bi bilo omogućeno podnositelju/ici zahtjeva da se žali protiv takve odluke.

Kada institucija ne pruži zatraženu informaciju u zakonom propisanim rokovima (takozvana „šutnja administracije“), žalba se prvo podnosi rukovoditelju/ici institucije u roku od 15 dana od dana isteka roka zbog šutnje. Javni organ ima obavezu odgovoriti na žalbu u rokovima utvrđenim zakonom (30 dana u FBiH, 60 dana u RS-u) od dana prijema žalbe. Ukoliko ni tada ne bude odgovora, podnositelj/ica zahtjeva ima pravo podnijeti urgenciju drugostepenom organu. Ukoliko nema odgovora u roku od sedam dana od dana predaje urgencije, podnosi se zahtjev upravnom inspektoratu/ici za vršenje nadzora nad radom upravnog organa, koji/a je dužan/na odgovoriti u roku od 30 dana od dana prijema zahtjeva, a ako ni on/a ne odgovori, ili ako je stranka nezadovoljna drugostepenim rješenjem, tužbom se može pokrenuti upravni spor.

Ako je pristup informacijama djelimično ili u cjelini odbijen, nadležni javni organ donosi rješenje i navodi zakonski osnov za izuzeće i pravo žalbe uz navođenje organa, roka za podnošenje žalbe, visine troškova za žalbu, kao i pravo obraćanja ombudsmenu s pripadajućim podacima. Ukoliko je stranka nezadovoljna izdatim rješenjem, postupak za ostvarenje prava u ovom slučaju je identičan kao i postupak koji se pokreće u slučaju „šutnje administracije“.

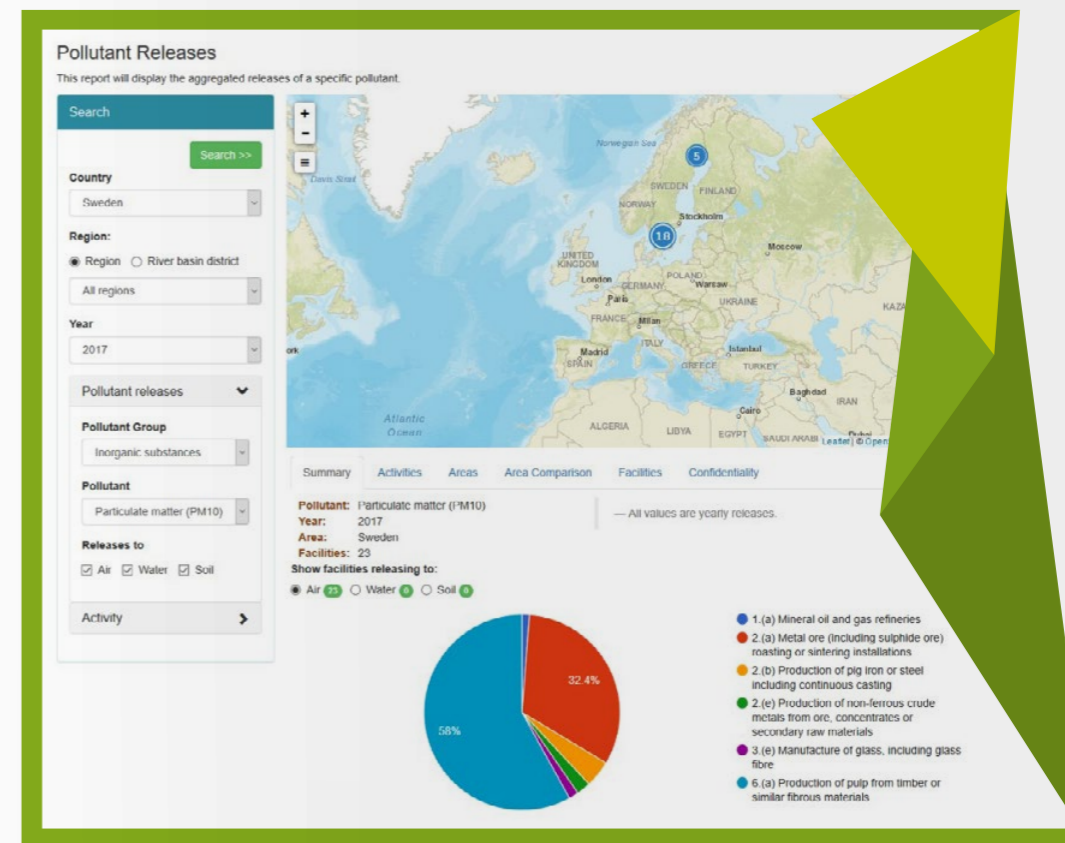
Poseban slučaj predstavljaju podaci za koje je zakonom propisano da moraju biti javno dostupni, kao što su podaci o emisijama štetnih materija u zrak. Član 28 Zakona o zaštiti okoliša FBiH i član 102 Zakona o zaštiti okoliša RS-a propisuju

⁶ http://www.mpr.gov.ba/pristup_info/default.aspx?id=2574&langTag=bs-BA

⁷ <http://www.pufbih.ba/v1/public/upload/zakoni/1e78c-zakon-o-slobodi-pristupa-informacijama-ispravan-tekst.pdf>

⁸ https://www.vladars.net/sr-SP-Cyrl/Vlada/Ministarstva/muls/Documents/Закон о слободи приступа информацијама%20_031812581.pdf

da su veliki zagađivači u BiH dužni dostavljati nadležnim institucijama podatke o svojim emisijama, a ti podaci moraju biti javno dostupni. Registri podataka o ispuštanju i prenosu zagađujućih materija (eng. PRTR – Pollutant Release and Transfer Register) koriste se širom Evrope i osiguravaju dostupnost ključnih okolišnih podataka iz industrijskih postrojenja.



Evropski PRTR (<http://prtr.eea.europa.eu/>)

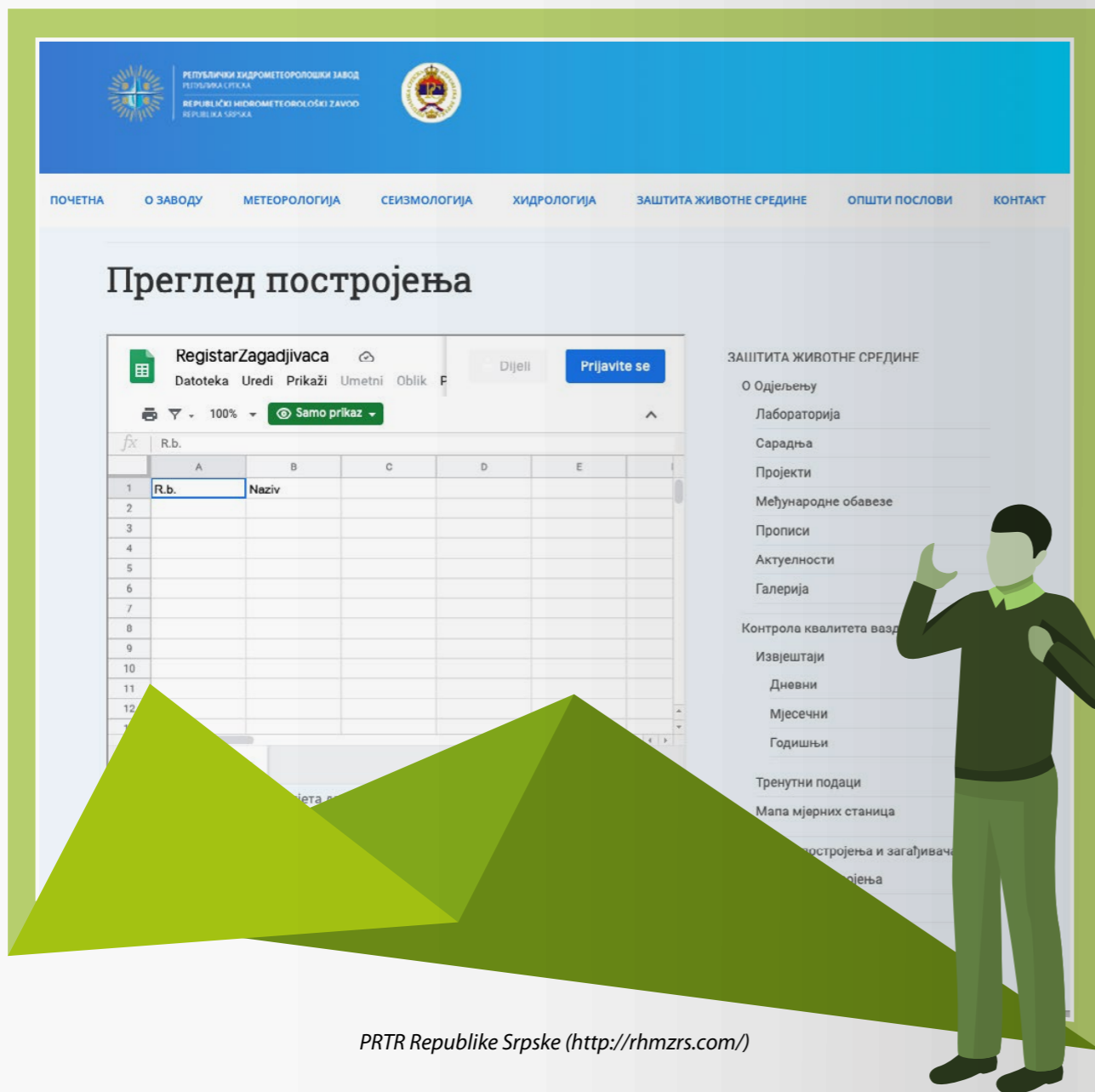
Registar za područje FBiH je uspostavljen, ali su podaci iz registra dugo godina bili dostupni samo na zahtjev. Nakon dugotrajnog pritiska i brojnih zahtjeva civilnog društva, dio podataka iz registra za period 2011–2018. godine konačno je krajem 2019. godine objavljen na web-stranici Federalnog ministarstva okoliša i turizma⁹. Kako podatke unose sami zagađivači pomoću online aplikacije, a neki dostavljaju podatke na papiru, dio objavljenih podataka je nepotpun ili netačan. Naprimjer, nema podataka za Termoelektranu Kakanj, koja je među najvećim zagađivačima, dok najveće količine emisija organskih polutanata godinama prijavljuju lakirnica i mesnica, vjerovatno zbog pogrešno korištenih mjernih jedinica (kilogrami umjesto grama).

Registar za područje RS-a vodi Republički hidrometeorološki zavod RS-a, ali on uopšte ne sadrži podatke o emisijama; tamo gdje bi trebali biti izvještaji o emisijama, dati su podaci o mjerenjima kvaliteta zraka¹⁰. Podataka o emisijama iz postrojenja u tom registru nema, na web-stranici su samo prazne tabele bez podataka.



⁹ <http://www.fmoit.gov.ba/bs/okolisne-dozvole/registri-i-izvjesivanje>

¹⁰ <http://rhmzrs.com/zivotna-sredina/inventari-emisija-u-vazduhu/inventar-zagadjujucih-materija/izvjestaji-inventar-zagadjujucih-materija/>



PRTR Republike Srpske (<http://rhmzrs.com/>)

Kad god se pokrene kampanja protiv nekog zagađivača, glavni izgovor po pravilu glasi ovako: „Ne zagađujemo samo mi, to su kućna ložišta, saobraćaj, deponije otpada i drugi zagađivači.“ Zato je veoma važno imati pripremljene argumente zasnovane na relevantnim podacima. Ako takvih podataka nema, onda cilj kampanje zagovaranja treba biti upravo kreiranje i javno objavljivanje takvog registra.

PRTR-ovi sadrže podatke samo o velikim zagađivačima. Da bi se utvrdilo koliko koji izvor doprinosi ukupnom kvalitetu zraka, vode ili tla, koriste se registri o postrojenjima i zagađivanjima, koji bi trebali sadržati podatke (izmjerene, proračunate ili procijenjene) o svim izvorima zagađujućih materija.

Registri emisija u zrak za tri kantona u FBiH mogu se naći na internetu i trenutno sadrže samo podatke za po jednu godinu: u Kantonu Sarajevo¹¹ objavljeni su podaci za 2016, u Tuzlanskom¹² za 2018. i u Zeničko-dobojskom kantonu¹³ za 2016. godinu.

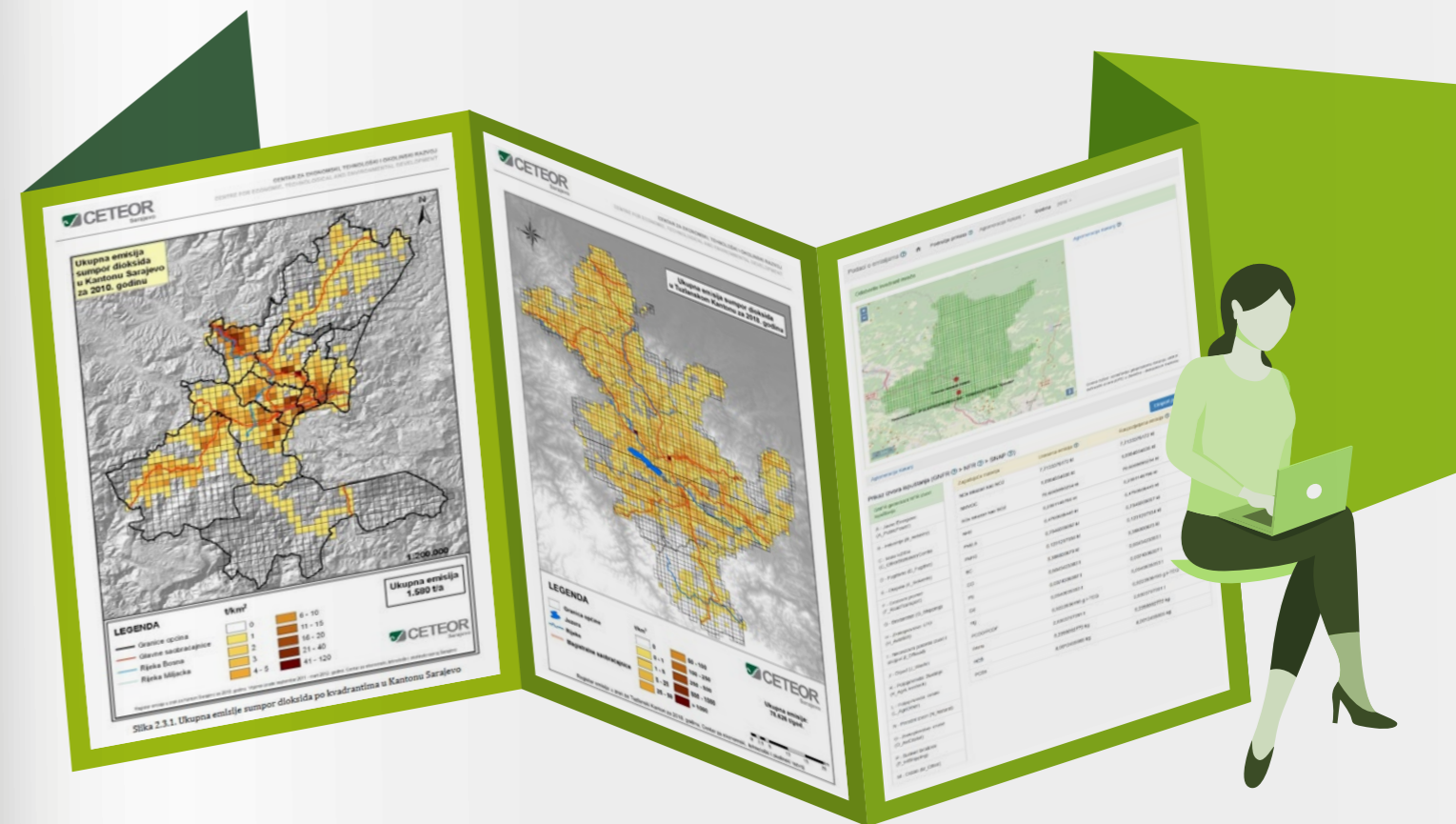
Pored ovih registara, korisni su i proračuni emisije zagađujućih materija iz mobilnih izvora – cestovnog saobraćaja za 2014, 2015. i 2016. godinu, koje se mogu naći na web-stranici Federalnog hidrometeorološkog zavoda¹⁴.

¹¹ http://mpz.ks.gov.ba/sites/mpz.ks.gov.ba/files/Skraceni_REGISTAR_KS.pdf

¹² http://www.vladat.kim.ba/Ministarstva/MPUZO/2018/REGISTAR_EMISIJA_U_ZRAK_I_KATEGORIZACIJA_KVALITETA_ZRAKA_TK_draft.pdf

¹³ <http://www.ekonerg.hr/zdk/>

¹⁴ <http://www.fhmzbih.gov.ba/latinica/ZRAK/izvjestaji.php>



Postojeći registri emisija u zraku u Kantonu Sarajevo, Tuzlanskom i Zeničko-dobojskom kantonu

2.3. Korištenje prava na učešće javnosti u odlučivanju

Drugi stub Arhuske konvencije zasnovan je na konceptu učešća javnosti i izveden je iz 10. principa Rio deklaracije: „Pitanja okoliša se najbolje rješavaju uz učešće svih zainteresiranih građana na određenim nivoima.“ Konvencija obavezuje javne institucije vlasti da informiraju javnost o procesu učešća javnosti, te da uzmu komentare u obzir i o tome obavijeste podnositelja/icu komentara.

Vrlo je važno da se javnosti obezbijede i učine dostupnim precizne, tačne i pravovremene informacije. Rokovi za učešće javnosti moraju biti predviđeni u najranijoj mogućoj fazi procesa. Javne vlasti moraju uzeti u obzir rezultate učešća javnosti u procesu donošenja konačne odluke, obavijestiti javnost u kojoj mjeri su rezultati učešća javnosti uzeti u obzir, a ako javno mišljenje nije uzeto u obzir prilikom donošenja odluka, dužne su dati obrazloženje za to.

Postoje četiri tipa odluka koji se tiču prava na učešće javnosti:

- Izdavanje dozvola za određene aktivnosti ili instalacije
- Razvoj planova i programa u oblasti okoliša
- Razvoj politika okoliša
- Priprema i izrada zakonskih propisa

Organi vlasti na svim nivoima u BiH uglavnom poštuju ovo pravilo i obavještavaju javnost da je prijedlog nekog akta, okolinske dozvole, strateškog plana i zakonskog propisa upućen u javnu raspravu. Međutim, mehanizam učešća javnosti u odlučivanju nije uvijek iskorišten, iz raznih razloga: nekad javnosti promakne poziv na javnu raspravu objavljen u dnevnom listu ili na web-stranici ministarstva (korisna je praksa provjeravati web-stranice nadležnih institucija barem dva puta mjesečno), nekad je javnost nedovoljno informirana pa bude nezainteresirana, a nekad dokument koji je u javnoj raspravi zahtijeva visoku stručnost za koju javnost nema kapaciteta. U takvim slučajevima se učešće javnosti svodi na puku formalnost i bude propuštena prilika za blagovremeno djelovanje.

Zakon o zaštiti okoliša Federacije BiH¹⁵ usvojen je 2003. godine i predstavljao je u to vrijeme značajan iskorak za zaštitu okoliša, jer je u praksu uveo moderne instrumente iz EU, kao što su okolinske dozvole, registre zagađenja,

¹⁵ https://fzofbih.org.ba/wp-content/uploads/2019/10/Zakon_o_zastiti_okolisa.pdf

učešće javnosti, pristup informacijama i eko-oznake. Nakon određenog vremena, uočeno je da ima nedostataka, jer nisu sve njegove odredbe implementirane u praksi, a pokazalo se i da neka rješenja nisu dala zadovoljavajuće rezultate. Prvenstveno se to odnosilo na obnovu okolinskih dozvola, koje su se po zakonu iz 2003. godine izdavale na period od pet godina. Nova postrojenja ne mogu biti puštena u rad ako ne posjeduju okolinsku dozvolu, a postojećim postrojenjima, koja su napravljena prije usvajanja zakona, dat je rok od pet godina da pripreme plan aktivnosti za prilagođavanje svog rada novim propisima. U praksi se pokazalo da nema sankcija niti posljedica za ona postrojenja koja ne ispune sve obaveze tokom tih pet godina, tako da se okolinska dozvola automatski produžavala, bez javne rasprave i svodila samo na formalno podnošenje zahtjeva od operatera postrojenja. I kaznene odredbe bile su neprimjerene, odnosno stimulativne, pogotovo za velike zagađivače.



Potpisivanje peticije za usvajanje novog Zakona o zaštiti okoliša u FBiH u septembru 2019. godine

Iz ovog primjera vidi se da se javnost može uključiti na više načina (učešće u javnoj raspravi, lobiranje kod poslanika/ca u parlamentu ili peticija za brže usvajanje zakona), ali i da je zakonodavni proces u FBiH zaista trom, nepotrebno složen (umjesto da Dom naroda odlučuje samo o zakonima koji se tiču etničkih interesa, svaki zakon mora proći oba doma) i nepredvidiv. Primjer također pokazuje i da se ovakve aktivnosti ne mogu planirati jer se planovi rada vlada i parlamenata uglavnom ne poštuju, tako da aktivisti/kinje moraju redovno pratiti pozive i dnevni red svake sjednice vlade i parlamenta ukoliko žele da im neki zakon ili drugi propis ne promakne.

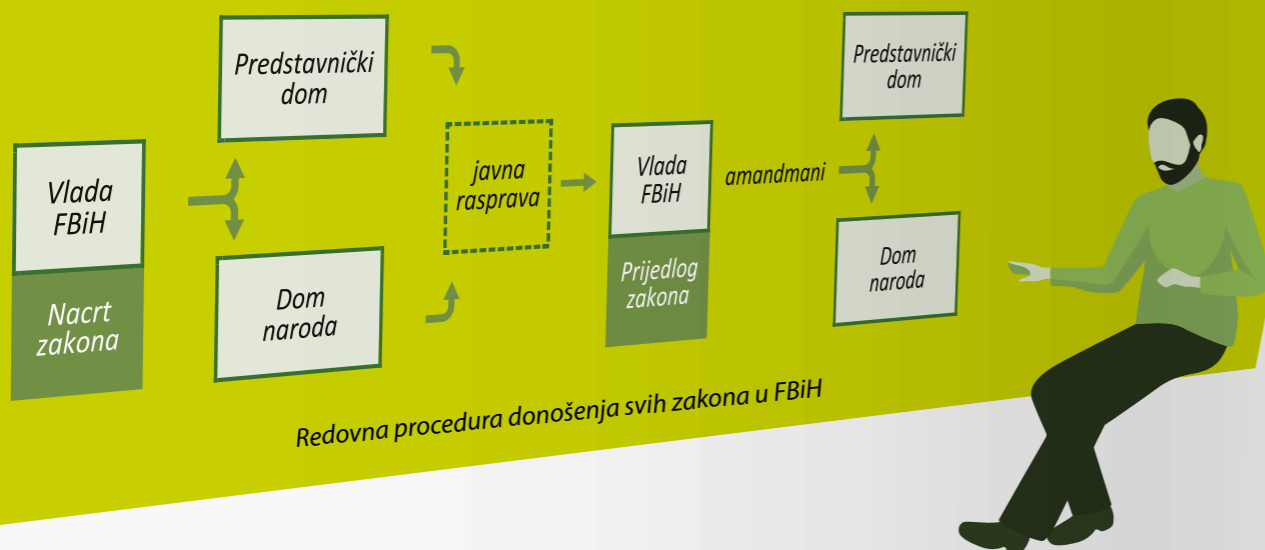
Drugi primjer inovativnog učešća javnosti je inicijativa „Park je naš“ u Banjoj Luci. Gradske vlasti Banje Luke su 2010. godine odlučile prodati javni park u centru grada za 2,2 miliona eura privatnom investitoru. Iako su građani/ke prethodno slali/e primjedbe na tek urađeni nacrt novog prostornog plana i tražili/e da se park sačuva, potpuno odrasla stabla su posječena, a popularno šetalište i odmaralište su pretvoreni u gradilište.

Pripreme za gradnju zgrade Telekom RS-a počele su u maju 2012. godine. Kao odgovor na to, lokalno stanovništvo je pokrenulo inicijativu „Park je naš“ suprotstavljajući se odlukama vlasti. Prema zakonu, potrebno je provesti proceduru traženja dopuštenja da se organizira okupljanje na javnom mjestu. Budući da su građani/ke htjeli/e izbjeći birokratiju, a nisu htjeli/e prekršiti zakon, osmislili/e su originalan način protesta. Svaki dan, mirni/e „šetači/ce“ okupljali/e su se u centru grada, ne smatrajući se demonstrantima/cama po zakonu, ali su bili/e dovoljno upečatljivi/e izražavajući tako javno svoj stav. „Šetači/ce“ su se nastavljali/e okupljati narednih stotinu dana, u rasponu od nekoliko stotina do tri hiljade ljudi. Peticiju koja je zahtijevala javno objavljivanje projektne dokumentacije i ugovora između Banje Luke i investitora potpisalo je 6000 ljudi. Osim protestnih šetnji, inicijativa građana/ki je naglašavala nepravilnosti ugovora između grada i privatne kompanije i nezakonitosti u dozvoli za gradnju 30.000 m² poslovnih i stambenih prostora.

Iako protesti nisu zaustavili gradnju, mobilizirali su hiljade građana/ki. Inicijativa „Park je naš“ postepeno se transformirala u kolektivni pokret usmjeren na šire strukturne promjene, kao što su veća odgovornost vlasti, socijalne i ekonomske reforme. Dvije godine kasnije, pravda je konačno stigla u Banju Luku. Vlasnik kompanije procesuiran je u junu 2014. godine i osuđen na tri godine zatvorske kazne. Proglašen je krivim za manipulaciju cijenama, davanje lažnih podataka i zloupotrebu položaja. Od suda je tražio odlaganje kazne dok ne završi gradnju, ali je sud odbacio njegov zahtjev. Na kraju je pobjegao iz zemlje, nekoliko dana prije nego što je trebao početi služiti kaznu.



Park u Banjoj Luci je uprkos protivljenju javnosti pretvoren u poslovnu zgradu



Redovna procedura donošenja svih zakona u FBiH

Parlament FBiH usvojio je 2014. godine novi Zakon o prekršajima u FBiH¹⁶, kojim su povećane maksimalne kazne za prekršaje iz oblasti zaštite okoliša s 1500 na 10.000 KM za fizička lica, s 3000 na 20.000 KM za odgovornu osobu u pravnom licu, te s 15.000 na 200.000 KM za pravna lica. Postojeći Zakon o zaštiti okoliša FBiH ne predviđa kazne veće od 15.000 KM, tako da inspekcije po pravilu i ne izriču kazne veće od 15.000 KM.

U oktobru 2014. godine okončana je javna rasprava o nacrtu novog Zakona o zaštiti okoliša FBiH i dostavljeno je preko 400 sugestija i primjedbi na tekst novog zakona. Po okončanju javne rasprave, neko se sjetio da svaki zakon u FBiH mora usvojiti i Predstavnički dom i Dom naroda Parlamenta FBiH. Kako je novi Zakon o zaštiti okoliša FBiH usvojen samo na Predstavničkom domu, a tek 2016. godine i u Domu naroda, javna rasprava je ponovljena i zakon je konačno došao u fazu prijedloga, ali je na dnevni red Predstavničkog doma došao tek 2019. godine. Prijedlog zakona nije uključio sve primjedbe iz provedenih javnih rasprava, pa su aktivisti/kinje iz nekoliko udruženja u FBiH pripremili/e niz amandmana kojim bi se ti nedostaci otklonili. Amandmani su dostavljeni poslanicima/cama u Predstavničkom domu. Vlada je odlučila da ih prihvati, čime su oni postali sastavni dio prijedloga zakona. Arhus centri u BiH su u septembru 2019. godine organizirali peticiju za usvajanje novog zakona (skupa s amandmanima) i zakon je konačno usvojen u Predstavničkom domu u oktobru 2019. godine. Do aprila 2020. godine zakon još uvijek nije došao na dnevni red Doma naroda.

¹⁶ [http://www.fuzip.gov.ba/bundles/websitenews/gallery/files/47/1490694779Zakon_o_prekršajima_\(SI_novine_FBiH_,_broj_63_14\).pdf](http://www.fuzip.gov.ba/bundles/websitenews/gallery/files/47/1490694779Zakon_o_prekršajima_(SI_novine_FBiH_,_broj_63_14).pdf)



Od 2008. godine, svakih sat vremena kroz krov pogona BOF čeličane ispuštaju se dimni plinovi

Primjer učešća javnosti je **obnova okolinske dozvole za pogon BOF čeličane** u željezari ArcelorMittal Zenica. Iako nisu realizirani projekti za zaštitu okoliša i smanjenje emisija iz tog pogona iz okolinske dozvole izdate u decembru 2009. godine, Federalno ministarstvo okoliša i turizma je na svojoj web-stranici objavilo zahtjev za obnovu okolinske dozvole i omogućilo javni uvid u zahtjev, ali samo u prostorijama Ministarstva. Udruženje „Eko forum“ Zenica je u martu 2015. godine dostavilo niz primjedbi i sugestija na zahtjev za obnovu, a primjedbe su postale „sastavni dio spisa“ nove dozvole. Kako je istovremeno s javnim uvidom udruženje vršilo i snažan medijski pritisak, u maju 2015. godine u gradskoj upravi održan je sastanak na kojem se raspravljalo o nacrtu obnovljene okolinske dozvole – i primjedbe s ovog sastanka postale su „sastavni dio spisa“. U novembru 2015. godine Ministarstvo je izdalo rješenje o obnovljenoj okolinskoj dozvoli za BOF čeličanu, u kojem piše da su sve dostavljene primjedbe „sastavni dio spisa“, ali nijedna primjedba nije uzeta u obzir prilikom sastavljanja teksta dozvole. Na rješenje o izdavanju okolinske dozvole nije dozvoljena žalba, ali se može pokrenuti upravni spor.

U decembru 2015. godine i Grad Zenica i Eko forum su pokrenuli upravni spor protiv izdatog rješenja o okolinskoj dozvoli jer primjedbe iz javne rasprave nisu uzete u obzir prilikom izdavanja dozvole. U aprilu 2017. godine, Ministarstvo je izdalo „integralnu“ okolinsku dozvolu za sve pogone ArcelorMittal Zenica osim deponije Rača, čime je sporna okolinska dozvola stavljena van snage. Ovaj put su primjedbe iz javne rasprave velikim dijelom uvrštene u tekst dozvole, uvedeni su rokovi za pojedine projekte i obaveza redovnog izvještavanja o realizaciji mjera. Nakon toga je Eko forum Kantonalnom sudu u Sarajevu dostavio podnesak kojim traži da nova okolinska dozvola postane dio već pokrenutog upravnog spora. Sud je taj podnesak ignorirao.

Tek u februaru 2019. godine, nakon nekoliko neuspješnih urgencija i intervencije putem institucije ombudsmena, Kantonalni sud donosi presudu kojom se prihvata tužba po upravnom sporu koji je pokrenuo Grad Zenica, okolinska dozvola poništava i vraća Ministarstvu na ponovni postupak, jer se ono što je trebalo biti „sastavni dio spisa“ u stvari ne nalazi u spisu. Drugu tužbu, koju je podnio Eko forum, sud je odbacio, jer je po istom predmetu već donesena presuda i okolinska dozvola poništena. Presude su dostavljene tek u aprilu 2019. godine, bez mogućnosti žalbe, iako je upravni postupak prekršen zato što sud uopšte nije razmatrao podnesak Eko foruma iz maja 2017. godine. Rok od 30 dana za pokretanje upravnog spora protiv rješenja o „integralnoj“ okolinskoj dozvoli je istekao, a za nemar i učinjene greške u postupcima niko nije odgovarao.

Ovaj primjer pokazuje da su sudski procesi spori, da se odluke suda čekaju i po nekoliko godina, ali da se institucije ozbiljnije ponašaju ako su izložene ovakvim postupcima, jer su neke primjedbe i sugestije iz javne rasprave ipak uvrštene u tekst okolinske dozvole.

2.4. Obrada i objavljivanje prikupljenih informacija

Kad registar zagađivača bude javno objavljen tokom ili nakon zagovaračke kampanje, uloga javnosti je da prati da li se podaci u registru ažuriraju, da li su pouzdani, ima li nekih nelogičnosti (kad naprimjer malo postrojenje ima značajno veće emisije od daleko većeg zagađivača), da li neki podaci nedostaju (da neke kotlovnice uopšte nema u registru), jesu li procijenjeni podaci realni (broj vozila, broj domaćinstava na nekom području, i drugo). Pri tome je dobro nastupati prema institucijama u duhu saradnje, a ne konflikta, jer se na taj način povećavaju šanse za uspjeh kampanje. Institucije vlasti trebaju civilno društvo prihvatiti kao korektivni faktor, koji ukazuje na propuste i probleme s ciljem da se oni isprave, a ne da bi se samo pokazalo da je „vlast nesposobna, korumpirana i da ne radi ništa“.

Čak i zagađivačima javnost može biti od pomoći, da ukaže na propuste u tehnološkom procesu koji uzrokuju nekontrolirano ispuštanje zagađujućih materija u okoliš. Kad je prvi put objavljen alternativni registar velikih zagađivača u BiH (www.eko.ba), na vrh top liste najvećih zagađivača dospjela je Tvornica cementa Kakanj. Kasnije se ispostavilo da zvanični izvještaji, na osnovu kojih je alternativni registar napravljen, nisu potpuni i da sadrže pogrešne podatke o emisijama. Nažalost, izostala je reakcija nadležnih, pa je cementara, koja je za razliku od drugih zagađivača pošteno dostavljala potpune izvještaje, samo dobila negativan publicitet. Izostala je reakcija nadležnog ministarstva i inspekcije prema zagađivačima koji nisu dostavili podatke.

Od podataka koji se mogu koristiti kao indikator problema u okolišu, najdostupniji su podaci o kvalitetu zraka. Međutim, različite interpretacije tih podataka unijele su više pometnje i zbunjenosti javnosti nego što se zaista koriste za provođenje aktivnosti na smanjenju zagađenosti. O zaštiti okoliša mediji uglavnom izvještavaju kad to predstavlja udarnu vijest, kao što su zimske epizode smoga u gradovima, incidenti iz industrije ili kad neki/a aktivist/kinja slučajno otkrije skandalozno zagađenje poput onog oko deponije u Mostaru. Mediji se obično prilagođavaju modernom auditoriju, kojem nikad nije dovoljno bombastičnih naslova.

Najviše loših primjera može se naći u dnevnim listovima ili na brojnim internetskim portalima, koji ovom problemu pristupaju površno, bez nastojanja da se novinar/ka bolje upozna s tematikom, nego samo pokupi podatke iz nepouzdanih izvora ili čak dobre podatke pogrešno interpretira. Tako se mogao pročitati naslov da „Sarajlije obolijevaju zbog smrada s deponije“, da je „Sarajevo/Tuzla/Lukavac/Zenica najzagađeniji grad na Balkanu/Evropi/svijetu“, da je zrak zagađen „česticama ugljen-dioksida“, da je „smanjena gustoća čestica koje izazivaju respiratorne probleme i rak“, itd. Važno je da u naslovu ima barem jedno „naj“ i čitanost naslova je zagarantirana, a moderni/a čitatelj/ka uglavnom čita samo naslov i komentare te nema vremena ili ne želi čitati kompletan tekst.

Brojni su primjeri dezinformacija, lažnih vijesti i senzacionalizma u bh. medijima kada je riječ o izvještavanju o zaštiti okoliša, jer nema vijesti o okolišu ili zagađenju koja ne sadrži barem jedno „naj“. Kad se prije nekoliko godina Sarajevo gušilo u smogu, agencija Srna¹⁷ je plasirala vijest da je zrak u Banjoj Luci odličnog kvaliteta, ali samo zato što mjerni uređaji uopšte nisu radili. Naime, trebalo je prikriti da nova toplana, koju je propagirala vladajuća stranka, ima emisije u zrak koje su iznad dozvoljenih vrijednosti. Kad su nevladine organizacije otkrile kancerogeni piralen oko deponije u Mostaru, Poskok¹⁸ je objavio stav vladajuće stranke da se radi o lažnoj uzbuni.

Sumnjive medijske izvještaje o zaštiti okoliša lako je prepoznati jer takvi tekstovi po pravilu sadrže izjave samo jedne strane, bilo da se radi o vlasti, opoziciji, nezadovoljnim građanima/kama ili strancima/kinjama. Pravi/a novinar/ka će uvijek kontaktirati i drugu stranu, koja obično tvrdi suprotno. To nije uvijek lako, pogotovo što nadležne institucije često bježe od odgovornosti i od izjava za medije.

Rijetki su mediji koji prenose izjave institucija nadležnih za pitanja zagađenosti, ili koji se pozivaju na zvanične podatke hidrometeoroloških zavoda FBiH i RS-a. Prilikom izvještavanja o zagađenosti zraka brojni mediji u BiH pozivaju se na podatke s portala švicarskog proizvođača mjernih uređaja Airvisual (www.airvisual.com), koji preuzima zvanične podatke državnih agencija i institucija, dopunjuje ih podacima s uređaja koje možete kupiti od njih, a zatim ih preračunava u indeks kvaliteta zraka. Podaci na tom portalu jesu kvalitetno obrađeni, mogu se lako pretraživati na interaktivnoj mapi, a dostupni su i podaci za prethodne sate ili dane, pa se može pratiti trend koncentracija i njihova prognoza. Podatke iz Banje Luke objavljuje portal PurpleAir (www.purpleair.com), koji koristi samo vlastite senzore uvezane u globalnu mrežu.

Ni senzori Airvisual ni senzori PurpleAir nisu kalibrirani i ne mogu se koristiti za zvanična mjerenja. Oprema koju koriste hidrometeorološki zavodi i agencije za zaštitu okoliša skuplja je i nekoliko stotina puta i zahtijeva skupo održavanje i kalibraciju. Mreže jeftinih senzora mogu poslužiti za grube procjene, ali nikako ne mogu predstavljati ozbiljnu i zvaničnu informaciju. Senzor prašine Airvisual u Zenici je u junu 2019. godine pokazao koncentraciju prašine od skoro 1800 mg/m³. Na upit o uzroku nevjerojatno visokih koncentracija, proizvođač je preporučio da se uređaj „propuše“ komprimiranim zrakom, jer se u jako zagađenim područjima dešava da se otvor kroz koji senzor detektira koncentracije jednostavno začepi, stoga treba s vremena na vrijeme ukloniti naslage prašine.

¹⁷ <http://www.klix.ba/vijesti/bih/u-banjoj-luci-nema-zagadjenja-kvalitet-zraka-u-prvoj-kategoriji/181204093>

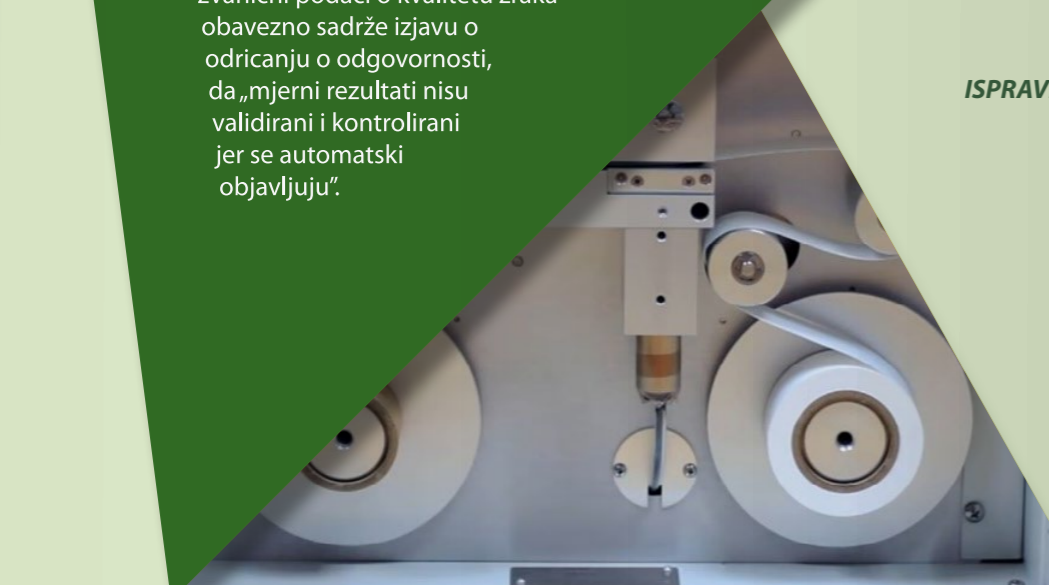
¹⁸ <http://poskok.info/beslic-piralen-je-prica-bez-ikakvog-uporista-to-guraju-oni-koji-imaju-krupne-politicke-ciljeve>



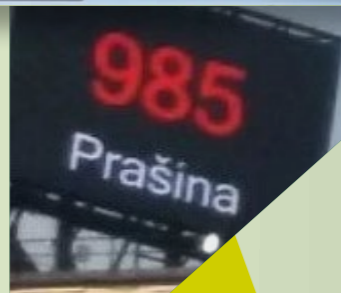
Senzori prašine Airvisual mogu se začepiti u jako zagađenim gradovima i dati lažnu indikaciju.

Čak se i profesionalni uređaji, kakvi se koriste u zvaničnim mjernim stanicama hidrometeoroloških zavoda i drugih institucija koje se bave ocjenom kvaliteta zraka, znaju pokvariti i dati pogrešne podatke. Upravo iz tog razloga, zvanični podaci o kvalitetu zraka obavezno sadrže izjavu o odricanju o odgovornosti, da „mjerni rezultati nisu validirani i kontrolirani jer se automatski objavljuju“.

ISPRAVNOST I KVALITETA MJERNIH UREĐAJA

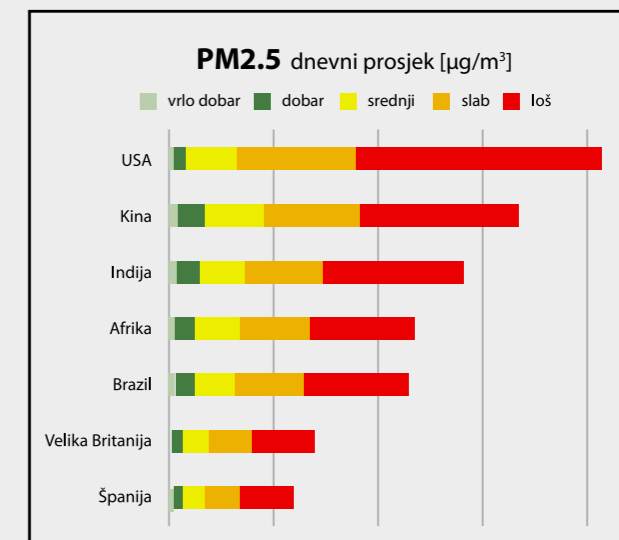
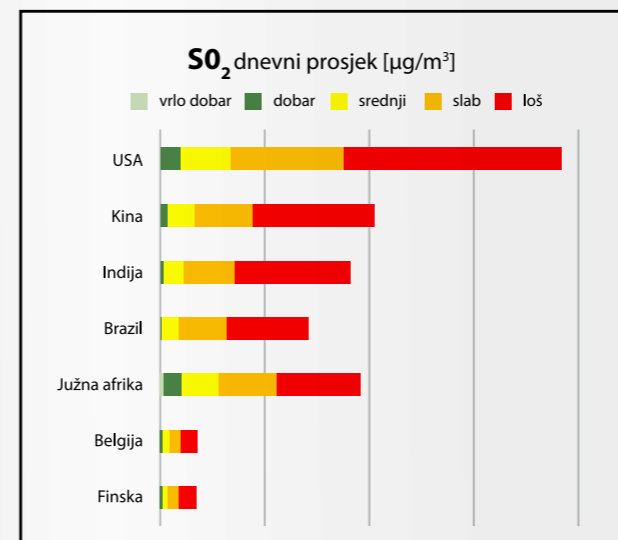


Profesionalni uređaj za mjerenje koncentracija prašine koristi filter-traku koja se svaki sat pomiče i mjeri se nakupljena prašina. Traka može puknuti i uređaj tada pokazuje pogrešne vrijednosti.



Mediji u Bosni i Hercegovini najčešće prenose podatke preuzete s web-stranice nevladine organizacije Eko akcija iz Sarajeva (<http://zrak.ekoakcija.org/>). Ova organizacija prikuplja zvanične podatke i obrađuje ih u vidu „indeksa kvaliteta zraka“, koji pojednostavljeno prikazuje kvalitet zraka uzimajući u obzir koncentracije više zagađujućih materija, preuzete sa svih javno dostupnih mjernih uređaja u BiH.

Metodologija za proračun indeksa kvaliteta zraka nije globalno jedinstvena, nego se prilagođava lokalnim uslovima. Najčešće su u upotrebi kineski i američki indeks, koji koriste različite formule i granične vrijednosti za proračun indeksa iz izmjerenih koncentracija sumpor dioksida, azotnih oksida, ozona, prašine, itd. Indeks koji koriste evropske zemlje ima znatno niže granice za povećanu zagađenost, jer je, zahvaljujući primjeni EU direktiva, zrak u EU drastično manje zagađen nego u Kini, Indiji pa čak i u SAD-u.



Granice kategorija indeksa kvaliteta zraka značajno variraju u različitim zemljama.

U Federaciji BiH je u julu 2019. godine konačno usvojen pravilnik za određivanje zvaničnog indeksa po kojem se kvalitet zraka dijeli u šest kategorija, prema opasnosti po ljudsko zdravlje, ali još uvijek nije ušao u širu upotrebu.

KATEGORIJA	O ₃ µg/m ³	PM2.5 µg/m ³	PM10 µg/m ³	CO mg/m ³	SO ₂ µg/m ³	NO ₂ µg/m ³	IKZ	Klasa
dobar	0-120	0-15	0-50	0-5	0-125	0-100	0-50	1
umjeren	121-140	16-35	51-150	5,1-10,0	126-200	101-200	51-100	2
nezdrav za osjetljive grupe	141-176	35-55	151-250	10,1-14,4	201-500	201-700	101-150	3
nezdrav	176-210	56-150	251-350	14,5-18	501-800	701-1250	151-200	4
veoma nezdrav	210-400	151-250	351-424	18,1-35	801-1600	1251-2385	201-300	5
opasan	401-	251-800	425-900	35-60	1601-3000	2386-4000	301-400	6

Metodologija za proračun je dosta složena i može se naći na web-stranici Federalnog hidrometeorološkog zavoda¹⁹.

Podaci o zagađenosti vode i tla daleko su manje prisutni u javnosti od onih o kvalitetu zraka i mogu se naći tek u objavljenim studijama Federalnog zavoda za agropedologiju (www.agropedologija.gov.ba), agencija za vodno područje rijeke Save (www.voda.ba) i Jadranskog mora (avpjm.jadran.ba) te Javne ustanove „Vode Srpske“ (www.voders.org).

¹⁹ <http://www.fhmzbih.gov.ba/latinica/ZRAK/AQI-metodologija.php>

2.5. Osnivanje i registracija udruženja

Aktivnost zagovaranja može provoditi pojedinac/ka ili neformalna grupa građana/ki, ali puno je djelotvornije ako aktivnost provodi udruženje, odnosno nevladina organizacija. Građani/ke koji/e identificiraju neki problem i namjeravaju pokretati akcije zagovaranja to mogu uraditi tako što će se priključiti nekoj od postojećih organizacija civilnog društva ili se mogu odlučiti da osnuju novo udruženje.

Zbirni e-registar udruženja i fondacija u BiH²⁰ u martu 2020. godine sadržao je podatke o 22.781 aktivno udruženje. Od toga je njih 1145 registrirano za područje djelovanja zaštite okoliša i prirode.

Bez obzira da li će se zagovaranje provoditi kroz neformalne grupe, postojeća ili nova udruženja, važno je odabrati pravi tim za implementaciju aktivnosti. Svaki/a pojedinac/ka je različit/a, ima razne sposobnosti, talente, vještine i znanja. Neko je introvertan, neko ekstrovertan. Neko je timski/a igrač/ica, a neko bolje funkcionira kao individua. Neko je uporan, a neko lako odustaje čim naiđe na prvu prepreku. Neko je organiziran i pedantan, a neko je možda kreativan, ali neuredan i neodgovoran. Neko je rođeni/a lider/ka, a neko ima potrebu da ima lidera/ku.

I motivi za priključivanje zagovaračkom timu mogu biti razni – od iskrene želje da se nešto promijeni do želje za samopotvrđivanjem, medijskom pažnjom ili možda izgradnjom političke karijere. Kako god, svaki tim zahtijeva različite članove/ice, a dobar tim maksimalno koristi sposobnosti svakog/e pojedinca/ke, dodjeljujući razne zadatke osobama koje su najpogodnije za konkretnu ulogu.



Uloge u timu prema M. Belbinu i šaljivi prikaz ustaljene prakse „timskog rada“ na Balkanu

Prije pola vijeka britanski istraživač u oblasti menadžmenta dr. Meredith Belbin otkrio je kako za uspjeh tima nije važan intelekt nego ponašanje članova/ica. Na osnovu toga, razvijen je sistem po kojem se članovi/ice tima dijele u devet tipičnih uloga. Te uloge su međusobno komplementarne, a u zavisnosti od broja članova/ica tima, jedna osoba može vršiti i više uloga u timu:

- Koordinator/ica (eng. Coordinator) se brine za procese unutar tima, ima osjećaj za ljudske potencijale i zna kako pravilno delegirati zadatke. To je osoba koja pažljivo sluša, ali nije posebno kreativna.
- Saradnik/ca, timski/a igrač/ica (eng. Teamworker) je uslužna osoba, fokusirana na stvaranje ugodne atmosfere i osjećaja zajedništva. Preferira ravnotežu i sklad unutar tima.

- Kreativac/ka (eng. Plant) daje nove ideje i upućuje ostatak tima na rješenja koja mogu poboljšati rad te smišlja prečice do rješenja problema.
- Nadzornik/ca (eng. Monitor Evaluator) analizira probleme i procjenjuje ideje i sugestije.
- Praktičar/ka (eng. Implementer) praktično ustrojava tim; to je disciplinirana osoba orijentirana na zadatke. Planove i ideje postavlja u lako izvršive zadatke.
- Finišer/ka (eng. Completer Finisher) uvijek obraća pažnju na detalje, provjeru i ponovnu provjeru kako bi zadatak bio kvalitetno obavljen.
- Modeler/ka (eng. Shaper) je osoba koja upravlja timom i traži izazove, njen posao je da osigura resurse, postavi prave rokove i osigura ispunjenost ciljeva.
- Istraživač/ica, inovator/ka (eng. Resource Investigator) je ekstrovertna osoba s puno kontakata koja uvijek traži nove ideje i upoznaje ljude; druželjubiva je, komunikativna i radoznala.
- Specijalista/kinja (eng. Specialist) je samostalna osoba, predana poslu, ima vještine koje je teško naći i ne zahtijeva vanjske podsticaje. Gubi veću sliku jer je previše fokusirana na svoju oblast.

2.6. Onečišćenje okoliša kao krivično djelo

Onečišćenje vode, zraka i tla, nepropisno odlaganje otpada, prekomjerna buka, smatraju se prekršajima za koje su predviđene novčane kazne čiji bi iznosi trebali zavistiti od štete nanesene okolišu, a u stvarnosti zavise od slobodne procjene nadležnog/e inspektora/ice. Nadležnosti općinskih, kantonalnih i entitetskih inspektora/ica propisane su u zavisnosti od veličine i značaja postrojenja koje zagađuje okoliš. Tako je za velika postrojenja nadležna entitetska inspekcija, kotlovnice i pogoni manje snage su u nadležnosti kantona, a općinske inspekcije su nadležne za najmanje zagađivače.

Dosadašnja praksa inspekcija pokazuje da su izrečene kazne velikim zagađivačima simbolične, da nikako ne odgovaraju stepenu štete nanesene okolišu, a da se daleko veće kazne izriču za druge vrste prekršaja, kao što je angažiranje neprijavljenih radnika/ca, neposjedovanje obavezne opreme ili dokumentacije. Veliki zagađivači su privilegirani jer uplaćuju poreze, doprinose, carine i bitni su za ekonomiju. To što usput zagađuju okoliš gurnuto je u drugi plan.

Članovi 303 – 322 Krivičnog zakona FBiH²¹ opisuju krivična djela protiv okoliša, poljoprivrede i prirodnih dobara. Članom 303 predviđene su kazne zatvora od tri mjeseca do pet godina za one koji „kršenjem propisa onečiste zrak, tlo, tekuću, stajaću ili podzemnu vodu, vodotok, more, morsko dno ili morsko podzemlje ili na drugi način ugroze čistoću, kakvoću zraka, tla, vode, vodotoka ili mora, morskog dna ili morskog podzemlja, ili prirodnog genetskog sklada biološke raznolikosti na širem području i u mjeri koja može pogoršati uvjete života ljudi ili životinja ili ugroziti opstanak šuma, bilja ili drugog raslinja“. Ukoliko to krivično djelo prouzrokuje imovinsku štetu većih razmjera, predviđena je kazna zatvora do deset godina, a ako dovede do smrti jedne ili više osoba, kazna zatvora može biti do 12 godina.

U septembru 2015. godine, udruženje Eko forum iz Zenice podnijelo je krivične prijave protiv kompanije ArcelorMittal Zenica i odgovornih osoba koje su vršile dužnosti direktora/ice kompanije, za krivično djelo „onečišćenje okoliša“ iz člana 303, stav 1. i 2. Krivičnog zakona FBiH u vezi s članom 128. Krivičnog zakona FBiH i članovima 13, 14, 15. i 109. Zakona o zaštiti okoliša FBiH i krivično djelo „onečišćenje okoliša“ iz člana 303, stav 1. i 2. Krivičnog zakona FBiH u vezi s članom 128. Krivičnog zakona FBiH i članom 68. Zakona o zaštiti okoliša FBiH.

Dana 13. 2. 2018. godine Kantonalno tužilaštvo Zeničko-dobojskog kantona donijelo je naredbu o neprovođenju istrage protiv privrednog društva ArcelorMittal Zenica i odgovornih osoba, jer navodno ne postoje osnovi odgovornosti pravnog lica u smislu člana 128 Krivičnog zakona FBiH i „ne postoji umišljaj za činjenje krivičnog djela“. Nakon uložene pritužbe, 9. 4. 2018. godine glavni tužitelj Kantonalnog tužilaštva ZDK utvrdio je da je prethodna odluka o neprovođenju istrage protiv privrednog društva ArcelorMittal d.o.o. Zenica pravilna i zakonita. Nakon toga je upućena pritužba Federalnom tužilaštvu na odluku glavnog kantonalnog tužitelja. Federalno tužilaštvo donijelo je 6. 3. 2019. godine odluku da se prihvati pritužba Eko foruma na naredbu Kantonalnog tužilaštva ZDK o neprovođenju istrage od 9. 4. 2018. godine. Odlukom se traži od Kantonalnog tužilaštva ZDK da ponovo provede istragu o prijavljenim krivičnim djelima iz članova 303 i 304 Krivičnog zakona FBiH protiv odgovornih osoba iz kompanije ArcelorMittal Zenica. U aprilu 2020. godine ta istraga još uvijek nije bila okončana.

U septembru 2015. godine podnesene su i prijave protiv ministrice Federalnog ministarstva okoliša i turizma i direktora Federalne uprave za inspekcijske poslove za krivično djelo „nesavjestan rad u službi“ iz člana 387, stav 2. u vezi sa stavom 1. Krivičnog zakona FBiH u vezi s članovima 40, 66. i 67. Zakona o zaštiti okoliša FBiH, odnosno u vezi s članovima 20. i 21. Zakona o inspekcijama FBiH i članovima 90. i 92. Zakona o zaštiti okoliša FBiH.

²¹ https://www.pravosudje.ba/vstv/faces/vijesti.jsp?id=13184&vijesti_jezik=B



Nekontrolirane emisije prašine iz pogona aglomeracije prije ugradnje hibridnih filtera

Kantonalno tužilaštvo Kantona Sarajevo donijelo je 4. 1. 2019. godine odluku o neprovođenju istrage, koju je nakon uložene pritužbe potvrdila i glavna tužiteljica Kantonalnog tužilaštva Kantona Sarajevo 29. 3. 2019. godine, uz obrazloženje da su prijavljeni „ulagali napore na poboljšanju situacije i iznalaženju najboljeg rješenja, imajući u vidu da je riječ o kompleksnom problemu, pa se ne može izvući zaključak da se radi o umišljajnom postupanju“.

Ovo su jedine krivične prijave koje je u BiH neka nevladina organizacija podnijela zbog onečišćenja okoliša. Sporost provođenja istrage (preko tri godine), traženje opravdanja i izgovora umjesto opipljivih dokaza obeshrabruju bilo koga ko bi se odlučio na ovakav korak. Međutim, samo podnošenje krivičnih prijava dovelo je do toga da se zahtjevi iz javnih rasprava ipak uzmu u obzir, tako da se donekle promijenilo i ponašanje Ministarstva, ali je i kompanija započela s većim investicionim projektima u filterska postrojenja. Tako je krajem 2019. godine pušten u rad drugi hibridni filter na pogonu aglomeracije, koji je značajno smanjio emisije prašine iz tog postrojenja. Nažalost, druga investicija u pogon BOF čeličane nije bila tako uspješna, još uvijek ne daje željene rezultate, ali se radi na rješavanju tog problema i za očekivati je da se emisije iz metalurških postrojenja značajno smanje tokom 2020. godine.

Malo pozitivniji primjer rada pravosudnih organa je slučaj Global Ispat koksne industrije Lukavac (GIKIL). Kantonalno tužilaštvo Tuzlanskog kantona prihvatilo je krivičnu prijavu koju je federalni inspektor za okoliš podnio protiv generalnog direktora GIKIL-a i tog pravnog lica zbog postojanja osnovane sumnje da su počinili krivično djelo onečišćenje okoliša, nakon niza teških ekoloških incidenata koji su se dogodili od februara do juna 2018. godine. Općinski sud u Lukavcu potvrdio je optužnicu u januaru 2019. godine. Nakon provedene istrage, GIKIL je u maju 2019. godine osuđen na novčanu kaznu, priznali su krivično djelo onečišćenje okoliša, a tadašnji generalni direktor je netom prije podizanja optužnice pobjegao u inozemstvo i još je u bijegu. To je bila prva i jedina presuda u BiH za krivično djelo onečišćenje okoliša. GIKIL je priznao krivično djelo, zbog čega je osuđen samo na novčanu kaznu u iznosu od 100.000 KM, uz obavezu plaćanja troškova krivičnog postupka u iznosu od 98.000 KM. U julu 2019. godine uhapšen je i novi direktor te koksare, ovaj put zbog drugog krivičnog djela – organizirani kriminal. Nakon što je uplaćena kaucija od tri miliona KM, i direktor i drugi osumnjičeni pušteni su da se brane sa slobode. Bez obzira i na takva krivična djela, GIKIL je bez ikakvih posljedica po radnike/ce nastavio s radom, čekajući da dobije novu okolinsku dozvolu. Važno je istaći da krivična prijava ne zatvara fabrike, ona zatvara počinitelje/ice krivičnih djela, ako se ta djela dokažu.

2.7. Protestni skupovi

Jedan od često korištenih načina iskazivanja nezadovoljstva nekom društvenom pojavom je organizacija protestnih skupova. Na njih se aktivisti/kinje obično odluče kad njihove zahtjeve za pristupom informacijama i/ili iskazane zahtjeve institucije ignoriraju ili ih ne prihvataju. Protestni skupovi mogu biti dobar instrument za privlačenje pažnje medija, ali u sebi nose i određenu dozu rizika. Neki od rizika u organiziranju protestnih skupova obuhvataju:

- Slab odziv građana/ki
- Loše formuliране zahtjeve
- Izostanak medijske pažnje
- Opstrukcije i zabrane organa vlasti
- Nasilje ili incidente ubačenih ili neodgovornih provokatora/ica



Protestni skupovi u urbanim zonama i na lokacijama ekoloških incidenata

Iako se na društvenim mrežama sve užari od komentara i „internetskih ratnika/ca“, obično na događaj zakazan na društvenim mrežama dođe daleko manje ljudi nego što je očekivano. Razlozi za to se mogu tražiti u lijenosti, apatiji, nezainteresiranosti, slaboj informiranosti, ali i u samoj organizaciji. Za dobar odziv potrebno je upotrijebiti sve moguće kanale komunikacije: ne samo društvene mreže nego i lične kontakte, plakate, plaćene najave na lokalnim medijima, press konferencije, ali i prilike kad se očekuje veći broj ljudi na mjestu organizacije protesta iz drugih razloga (slučajni/e prolaznici/e).

Ukoliko je skup zakazan u radno vrijeme, ne treba računati da će mu se odazvati zaposlene osobe. Ako je zakazan u vrijeme vikenda, mnogi/e će naći izgovor da „jedva čekaju vikend da se posvete kućnim poslovima, odu u prirodu ili u kupovinu“. Za urbane sredine, dobra lokacija za proteste su gradski trgovi, pješačke zone i lokacije ispred institucija, a dobro vrijeme je dan isplate penzija, pazarni dan i slične prilike kad je grad svakako pun prolaznika/ca koji/e se mogu priključiti protestima. U zavisnosti od raspoloživih resursa ili konkretne situacije, nekad je bolje organizirati skup s govornicom i razglasom, a nekad protestnu šetnju, kako bi se animirali/e i drugi/e građani/ke. Za protestnu šetnju treba obezbijediti megafon ili neku drugu vrstu pokretnog razglasa kako bi se organizator/ica protesta mogao/la obratiti prisutnima i pročitati zahtjeve.

Sasvim druga priča su protestni skupovi na lokacijama na kojima se dešavaju ekološki incidenti, kao što je izgradnja malih hidroelektrana, problematične deponije i odlagališta otpada, gradilišta, na kojima se obično organiziraju protesti lokalnog stanovništva. Tu protesti mogu biti dugotrajni i podrazumijevati cjelodnevna dežurstva koja zahtijevaju angažman značajnih logističkih sredstava. Ko se odluči na takvu vrstu protesta, mora se za to dobro pripremiti. Pozitivan primjer je protest Ekološko-humanitarne udruge „Gotuša“ iz Fojnice. Ova udruga je spriječila izgradnju male hidroelektrane na rijeci tako što je godinu dana organizirala straže i dežurstva dok se nije pravim putem izborila za poništenje nezakonito izdatih dozvola za gradnju.

Za organizaciju dobrog protestnog skupa veoma je bitno da se sa skupa pošalje jasna i nedvosmislena poruka o cilju okupljanja. Zahtjev kojim se traži samo „da neko nešto uradi“ sigurno neće postići nikakav rezultat. Mora se jasno reći šta se traži, od koga se očekuje da to uradi, u kojem vremenskom roku i šta će se desiti ako se to ne uradi. Zatvaranje fabrike koja zagađuje je najradikalnija mjera koja skoro nikad ne bi smjela biti zahtjev protestnog skupa. Umjesto toga, može se tražiti da ta fabrika počne poštovati propise, da obezbijedi investicije u postrojenja za smanjenje zagađenosti, a ako to ne uradi, da se odgovorni/e kazne. Kod formuliranja zahtjeva, treba unaprijed predvidjeti reakcije i izgovore onih od kojih se traži ispunjenje zahtjeva. Od velikog značaja je da zahtjevi budu realni i ostvarivi – zahtjev da se smanje emisije sumpor dioksida na nulu u roku od mjesec dana nije samo nerealan nego je neozbiljan i samo će diskreditirati organizatore/ice protesta. Treba se naoružati činjenicama, naći primjere sličnih rješenja i ponuditi ih kao model za djelovanje.

Za privlačenje medija dobro je upotrijebiti maštu (zadatak za kreativne članove/ice tima). Tako je u decembru 2013. godine u Zenici organiziran „Protest u zatvorenom“, jer je zbog katastrofalno lošeg kvaliteta zraka bila proglašena epizoda uzbune i građanima/kama je preporučeno da „izbjegavaju boravak na otvorenom“. Zato je protest organiziran u sali gradskog vijeća.

Zelena akcija (Hrvatska) 2018. godine u svojim prostorijama organizirala je performans i konferenciju za medije oko Plana gospodarenja otpadom Zagreba. Performans je imao scenografiju poput pozorišne predstave, s kostimima, transparentima i maštovitim sloganima.

*Performans Zelene akcije u Zagrebu
(<https://www.24sata.hr>)*



U povodu desete godišnjice djelovanja, Eko forum Zenica je 2018. godine dodijelio zahvalnice pojedincima/kama i organizacijama koje su ih podržavale i pomagale, ali su veliki odjek i interes javnosti pokupile i „nezahvalnice“ institucijama koje su propustile da djeluju i tako su pomogle zagađivačima da nekažnjeno ugrožavaju okoliš i ljudsko zdravlje.



Nezahvalnice institucijama za „nesebičnu podršku zagađivačima“

Performansom Koalicije za zaštitu rijeka BiH u Sarajevu 2019. godine nekoliko ekoloških udruženja okupljenih oko projekta EKO BiH obilježilo je Svjetski dan rijeka.



Performans za rijeke u septembru 2019. godine svojim dolaskom osvježili/e su osnovci/ke.

Nakon što su malobrojni/e aktivisti/kinje bili/e pomalo razočarani/e nikakvim interesom građana/ki za poruke koje su otišle s ovog skupa (zahtjev za sistemsko rješenje da se osigura ekološki prihvatljiv protok na rijekama), dan su popravila djeca iz jedne osnovne škole, koja su svojim malo kasnijim dolaskom na trg donijela toliko pozitivne energije i toliko života da je to svima dalo snagu da ne posustaju u borbi protiv pohlepe i neznanja koje uništava planetu.

U okviru akcije „Balkan zajedno za čist zrak“ koja je simultano organizirana 28. 2. 2020. godine u devet gradova Balkana, aktivisti/kinje Centra za životnu sredinu u Banjoj Luci dodijelili/e su nagradu najzaslužnijima što je zrak tih dana u gradu bio neuobičajeno čist. Pred kamerama su dodijelili/e nagrade „vjetru“ i „promaji“, šaljući tako poruku da nadležni/e ništa ne čine da se stanje popravi nego se moramo osloniti na prirodne pojave da rastjeraju zagađenost zraka. Ako se mediji i ne pojave na protestnom skupu, treba napraviti što više fotografija i videosnimaka koji se kasnije mogu distribuirati i tako povećati efekat protestnog skupa.



Aktivisti/kinje Centra za životnu sredinu Banja Luka dodjeljuju nagradu za čist zrak – vjetru (<https://czzs.org>)

Može se desiti da organi vlasti pokušaju osujetiti javno okupljanje građana/ki i iskazivanje nezadovoljstva postavljanjem nemogućih zahtjeva (da se dostavi spisak svih koji/e će prisustvovati skupu, da se obezbijedi plaćanje zaštitarske agencije za očuvanje reda i mira) ili čak primjenom sile, kao što se desilo u Kruščici, gdje je u ranim jutarnjim satima specijalna jedinica MUP-a primijenila silu nad mještankama koje su se protivile izgradnji male hidrocentrala na rijeci. Važno je napomenuti da su javno okupljanje organizirale žene koje su 24 sata čuvale prilaz i na taj način, svojim tijelima, ali i direktnim zagovaranjem, odbranile Kruščicu. Borba hrabrih žena Kruščice još nije završena, ali su sada okupljene u udruženju koje ima više prilika za sistemsku borbu za odbranu rijeke. Zato je važno proučiti relevantne propise (zakone o javnom okupljanju, odluke o komunalnom redu, i sl.) i u startu eliminirati nemoguće zahtjeve organa vlasti ili pokretanje prekršajnih postupaka protiv organizatora/ica ili učesnika/ca mirnog okupljanja.



Najveću opasnost za organiziranje protesta predstavljaju provokatori/ce i ubačeni pojedinci/ke i grupe koje nekad plaćaju oni/e protiv kojih je protest usmjeren, a nekad su jednostavno to neodgovorni/e pojedinci/ke i huligani/ke. Oni/e lako mogu mirni protest i plemenite ideje pretvoriti u incident s nanošenjem materijalne štete ili napadom na ljude. Tu štetu će morati namiriti organizator/ica protesta, tako da je vrlo bitno na vrijeme obezbijediti prisustvo organa reda i mira. Čim se uoče ponašanja koja izgledaju sumnjivo, najbolje je odmah obavijestiti pripadnike/ce MUP-a koji/e svakako imaju obavezu da budu prisutni/e na skupu, a nipošto ne treba ulaziti u raspravu ili konflikt s provokatorima/cama i onima koji/e izazivaju nered.



Mještanke Kruščice pasivnim otporom spriječile su prolazak građevinskih mašina i, uprkos intervenciji policije, zadržale su dostojanstvo i odbranile rijeku od „investitora“.

2.8. Medijske i internetske kampanje

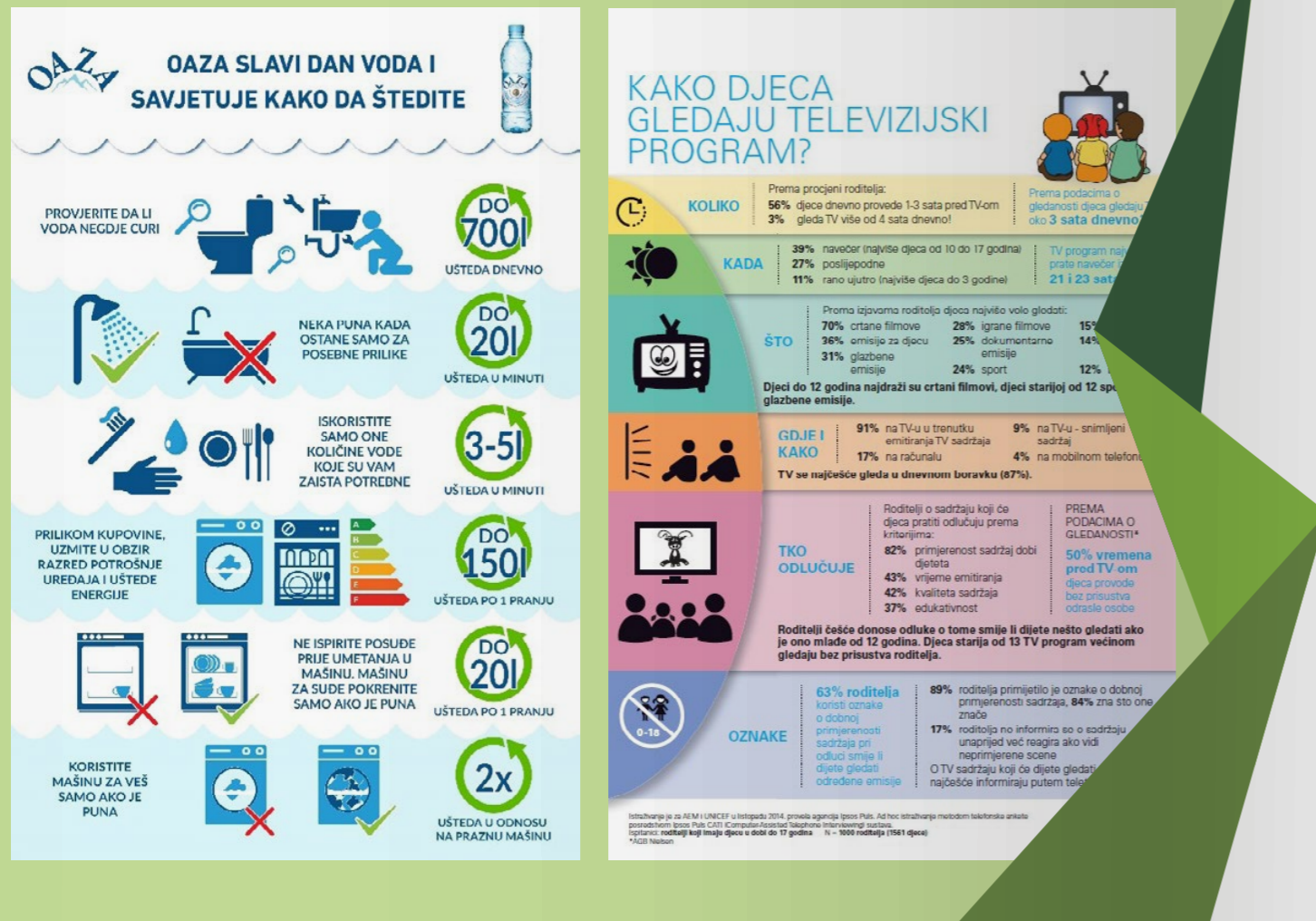
Više me plaše troje novine nego sto hiljada bajoneta.
Napoleon Bonaparte

Onaj ko kontrolira medije, kontrolira ljudski um.
Jim Morrison

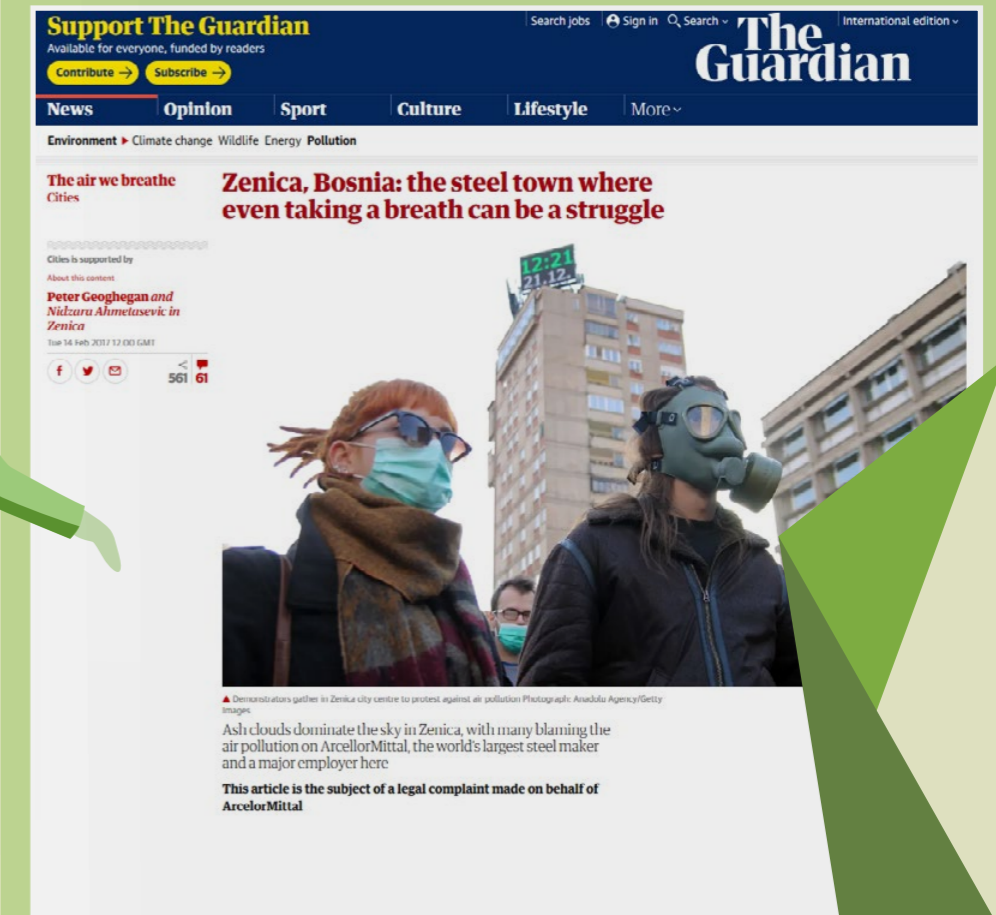
Uloga medija se u eri društvenih mreža značajno promijenila. Mladi ljudi ispod 30 godina skoro uopšte ne čitaju novine, rijetko gledaju vijesti, ne prate portale, iako veliki dio vremena provode na internetu. Čak se i sastav korisnika/ca društvenih mreža promijenio. Facebook i forumi su ostali rezervirani za starije od 30 godina, dok su oni/e mlađi/e „pobjegli/e“ od roditelja na Instagram, Snapchat i TikTok. Mladi ljudi nemaju strpljenja čitati duge tekstove, a rijetki su i stariji koji čitaju više od naslova, nego odmah prelaze na komentare, jer ih radoznalost tjera, odnosno više ih zanima šta je neki/a prijatelj/ica napisao/la u komentarima nego šta je autor/ica nekog teksta želio/la da kaže.

Nema svrhe pokušavati promijeniti taj trend, jer je on neizbježna evolucija ljudskog komuniciranja. Da li je prolazna ili ne, to će tek vrijeme pokazati, ali zagovarači/ce moraju biti svjesni/e toga ako žele svoje poruke i ideje da prenesu određenoj ciljnoj grupi.

Odlični savremeni mediji za prenos ideja i poruka su videozapisi i infografike. Mladi ljudi uglavnom nemaju strpljenja čitati duge tekstove, ali su spremni pogledati zanimljiv video. Kod kreiranja videa treba voditi računa o autorskim pravima, jer servisi poput YouTubea prepoznaju muzičke podloge iz videozapisa i blokiraju takve sadržaje dok se ne obezbijede autorska prava za korištenje te muzike.



Primjeri kvalitetnih infografika koje prenose dosta informacija, a nisu „dosadne“ za čitanje

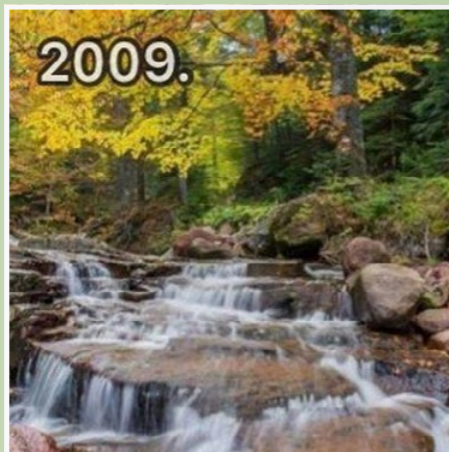


Članak objavljen u Guardianu postao je predmet sudskog spora odmah nakon objavljivanja.

Pored internetskih medija, važno je obezbijediti i pokrivenost zagovaračke kampanje u javnim servisima, novinskim agencijama i drugim medijima. Najveći efekat se postiže ukoliko se uspije pridobiti pažnja međunarodnih medija. Tako je dokumentarac o zagađenosti zraka i ekološkom aktivizmu u Zenici snimio BBC Channel 4 iz Velike Britanije. Nakon snimanja dokumentarca, autori su narednih mjesec dana tražili da se svaka izgovorena riječ i iznesena tvrdnja ponovno potkrijepi konkretnim izvorima i dokumentima. Razlog za taj oprez se krio u činjenici da većinski vlasnik zeničke željezare živi u Londonu, tako da mu nikako nije bio u interesu negativan publicitet. Zato je angažirao advokate koji su sve vrijeme montaže dokumentarnog filma proveli u redakciji BBC-a, prijeteci tužbom za bilo koju neopretnu izjavu. Na kraju je medijska kuća odustala od emitiranja tog filma jer joj se ne isplati ulaziti u neizvjesne sudske sporove s bogatom korporacijom.

Istu priču je godinu dana kasnije preuzeo i objavio Guardian. Iako je na objavljenom članku već naredni dan postavljena oznaka da je „članak predmet sudskog spora“²², odjek objavljenog teksta bio je ogroman. Desetine stranih novinara/ki, freelancera/ki, istraživača/ica, političara/ki i ambasadora/ica zainteresiralo se za problem te je dugogodišnji zastoj u investicijama za zaštitu okoliša konačno prekinut.

²² <https://www.theguardian.com/cities/2017/feb/14/arcelor-mittal-failing-emissions-air-pollution-zenica-bosnia>



Male hidroelektrane nisu „zelena energija“ jer su štete po okoliš daleko veće od koristi.

2.9. Nije sve u novcu

Aktivisti/kinje koji/e se odluče za borbu protiv velikih kompanija moraju biti svjesni/e da se suočavaju sa zaista moćnim protivnicima/cama, s daleko većim resursima, iskustvom i metodama za zaštitu od pritiska javnosti. Posjeduju sredstva da na svoju stranu privole osobe na položaju – donositelje/ice odluka, kao i da kroz krinku humanitarnog rada i altruizma manjim ili većim donacijama ili drugim aktivnostima sebe predstavljaju u javnosti kao društveno odgovorne kompanije.

Kompanije u svom budžetu imaju planirana sredstva za te namjene, tako da im ne predstavlja problem da budu sponzori lokalnog fudbalskog kluba, kulturno-umjetničkog društva, da zamijene stakla na zgradi pozorišta, da nabave i postave desetak klupa u gradskom parku, asfaltiraju nekoliko stotina metara ceste, promijene krov na lokalnoj školi ili obezbijede novogodišnje paketiće za štitenike/ce doma za nezbrinutu djecu. Sve te aktivnosti su obično dobro medijski praćene, što znači da ne predstavljaju humanitarno djelovanje nego najobičniji marketing. Nažalost, javnost to obično ne prepoznaje, tako da kod većine te geste budu prepoznate kao humane i društveno odgovorne. Na taj način kompanije stiču naklonost lokalnog stanovništva, koje ih onda brani i pravda kad god budu izložene optužbama za ugrožavanje okoliša.

U lošoj ekonomskoj i socijalnoj situaciji, tipičnoj za tranzicijske zemlje poput BiH, kompanije imaju još jedno veliko opravdanje za ugrožavanje okoliša – tobože moraju zagađivati zato što zapošljavaju lokalno stanovništvo, plaćaju poreze i doprinose, koriste proizvode i usluge lokalnih dobavljača/ica i tako multipliciraju efekat zaposlenosti. U javnim istupima obično preuveličavaju svoj značaj, pa se nekad mogu čuti i izjave da „iza jedne zaposlene osobe u prljavoj industriji stoji i deset do dvadeset onih koje imaju direktnu korist“. U to ubrajaju porodice svojih zaposlenih, svih svojih dobavljača/ica i kooperanata/ica, tako da nedovoljno informirana osoba pristane na ucjenu „ako želite radna mjesta, morate imati i zagađenost“.

Veoma je važno takvim izjavama suprotstaviti kvalitetne podatke i primjere iz drugih zemalja. Nije teško doći do podataka o obimu proizvodnje i količinama zagađujućih materija koje ispuštaju slična postrojenja u drugim zemljama (npr. koristeći PRTR) i uporediti ih s odgovarajućim podacima u Bosni i Hercegovini. Treba imati u vidu i da su propisi o limitima za ispuštanje zagađujućih materija znatno stroži u zemljama EU, gdje važi Direktiva 2010/75/EU Evropskog parlamenta i Vijeća o industrijskim emisijama (integrirano sprečavanje i kontrola onečišćenja)²³, tako da su zagađivači u BiH u povlaštenom položaju i imaju znatno veći prostor za djelovanje od istih postrojenja u Evropskoj uniji.

Graditelji/ce malih hidroelektrana u BiH lokalnom stanovništvu obično obećavaju zapošljavanje, korist od koncesija i druge beneficije, a studije o procjeni uticaja na okoliš po pravilu tvrde da izgradnjom tih postrojenja neće doći do ugrožavanja okoliša, nego da će čak pomoći planeti jer spadaju u obnovljive izvore energije. U okolinskim dozvolama propiše se „biološki minimum“ kojim se navodno garantira da biljni i životinjski svijet u tom vodotoku neće trpjeti nikakve posljedice.

Istina je sasvim drugačija. Male hidroelektrane nikad ne zapošljavaju više od jedne osobe, jer proces je automatiziran i ne zahtijeva angažman radne snage osim povremenih obilazaka i mašinskog održavanja (podmazivanje, čišćenje i zamjena rezervnih dijelova). Koncesijske naknade su simbolično male i lokalna zajednica od njih praktično nema nikakve koristi, jer se iste uplaćuju u kantonalne budžete pa se i od već male sume lokalnoj zajednici vraća samo dio. Biološki minimum se nikad ne poštuje, niko ga ne mjeri niti kontrolira i izgradnjom malih hidroelektrana se u stvari u potpunosti isušuju korita rijeka i nanosi se nenadoknativa šteta prirodnom okruženju.

Ako su donositelji/ce odluka na strani investitora/ica i ako traže opravdanja za ugrožavanje okoliša (a to je česta pojava), zagovaračke aktivnosti mogu se usmjeriti prema onome ko ima više novca i od donositelja/ica odluka i od investitora/ica. Banke i finansijske institucije imaju moć da utiču i na organe vlasti i na industriju, jer odobrenje svojih kredita mogu vezivati za ispunjavanjem uslova održivosti. To se posebno odnosi na međunarodne finansijske institucije, poput Svjetske banke, MMF-a, EIB-a i EBRD-a, koje sve imaju u svojoj agendi održivi razvoj, brigu za klimatske promjene i društvenu odgovornost. Razvile su čak i mehanizme za podnošenja žalbi zainteresiranih strana, ali u slučaju implementacije tih mehanizama, treba očekivati teškoće i prepreke. U nastavku su dati internetski linkovi na mehanizme za žalbe međunarodnih finansijskih institucija najprisutnijih u BiH, kao i OECD-a (Organizacije za ekonomsku saradnju i razvoj), koji prihvata žalbe i iz BiH ako je sjedište banke koja finansira aktivnosti štetne po okoliš ili kompanije-zagađivača u nekoj od zemalja članica OECD-a:

- World Bank: <http://projects.worldbank.org/en/projects-operations/environmental-and-social-framework/brief/environmental-and-social-framework-resources>
- International Monetary Fund: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/exrp/environ/>
- EBRD: <http://www.ebrd.com/work-with-us/project-finance/project-complaint-mechanism.html>
- European Investment Bank, European Investment Fund: <http://www.eib.org/en/about/accountability/complaints/index.htm>
- OECD: <http://www.oecdwatch.org/>

²³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32010L0075>

Neke banke čak koriste zaštitu okoliša kao sredstvo za plasman kreditnih sredstava. Često su ti krediti upakirani u grantove. Tako je nekoliko gradova i općina u BiH dobilo milionske grantove za rješavanje problema upravljanja otpadom i otpadnim vodama. Međutim, grant se obično najvećim dijelom potroši na plaćanje skupih stranih konsultanata i izradu elaborata, a elaborati po pravilu pokazuju da je za rješavanje problema potrebno pet do deset puta više sredstava nego što je bio iznos granta. Potom banke, naravno, velikodušno ponude „povoljna“ kreditna sredstva. Tako projekti budu plaćeni i iznad realne vrijednosti, jer su upakirani u grant koji služi samo kao mamac za lokalne političare/ke.

- **Primjer 1:** Regionalni vodovod „Plava voda“ – grant od dva miliona eura utrošen je za izradu projektne dokumentacije, a onda je podignut kredit od 22 miliona eura: http://www.mft.gov.ba/bos/index.php?option=com_content&view=article&id=1001:ministar-bevanda-potpisao-sporazum-o-grantu-i-sporazum-o-zajmu-s-ebrd-om&catid=34&Itemid=162
- **Primjer 2:** Regionalna deponija Živinice: <https://balkangreenenergynews.com/rs/tender-izgradnja-regionalne-sanitarne-deponije-u-zivinicama/>
- **Primjer 3:** Studija EU o otpadu kao podloga za zaduživanje (slika 18-1 na strani 215): https://ec.europa.eu/environment/enlarg/pdf/pilot%20waste/BH_NWA_RoadmapBCS.pdf
- **Primjer 4:** Projekat pokazuje da su potrebna dodatna kreditna sredstva: <https://www.fmoit.gov.ba/bs/okolis/upravljanje-vrstim-otpadom>
- **Primjer 5:** Dio o kreditima i grantovima na strani 2: <https://jpdeponija.ba/documents/59/REGIONALNA-DEPONIJE-%C4%8CVRSTOG-web.pdf>
- **Primjer 6:** Niko ne zna odnos grantova/kredita i budžetskih sredstava: <https://www.slobodnaevropa.org/a/izgradnja-kolektora-kasni-u-mostaru-svedjani-ne-zele-vise-ulagati/30609780.html>
- **Primjer 7:** Deponija Bihać: <https://www.fmoit.gov.ba/bs/okolis/upravljanje-vrstim-otpadom/odlagaliste-otpada-u-bihau>

Da je međunarodnim finansijskim institucijama bitan stav javnosti, pokazuje primjer projekta toplane u Zenici. Decenijama je toplotu za centralno grijanje grada proizvodila željezara, koja je prvenstveno za tehnološke potrebe metalurške proizvodnje u svojim kotlovima na uglj u zagrijavala vodu i vodenu paru, a jedan dio toplote se distribuirao i prodavao gradu za centralno grijanje. Nakon privatizacije, novi vlasnik nije ulagao dovoljno u održavanje postrojenja, tako da su kvarovi i periodi bez grijanja bili sve češći, temperatura vode sve manja, a cijena se udvostručila za manje od deset godina, iako nije bilo promjena u cijeni glavnog energenta (uglja). Potrebu grada za grijanjem vlasnik željezare je iskoristio da investira u izgradnju novog postrojenja, koje bi koristilo samo plinove koji nastaju kao nusproizvod rada koksare i visoke peći. Umjesto da sam investira u to postrojenje, uspio je nagovoriti grad da bude vlasnik 20% nove kompanije, a po 15% suvlasništva dobila je kompanija iz Finske koja će isporučiti opremu i investicioni fond iz Finske. Većinski suvlasnik (50%) je korporacija ArcelorMittal, kojoj je odobren kredit EBRD-a u iznosu od 41 milion eura²⁴.

Prije potpisivanja ugovora, predstavnici finških partnera tražili su da se sastanu s ekološkim aktivistima/kinjama, kako bi bili sigurni da njihova investicija neće biti ugrožena. Tražili su da se potpiše izjava kojom se Eko forum Zenica slaže s izgradnjom nove toplane. Na neobičan zahtjev odgovoreno je da bi bilo dobro da se obezbijede reference koje ova finska kompanija ima s glavnim investitorom. Naime, korporacija ArcelorMittal je već imala slične projekte u Kazahstanu i Južnoafričkoj Republici. Traženo je samo da se objelodane tehnički parametri koji bi pokazali da takva postrojenja nisu prijetnja za okoliš. Međutim, nakon mjesec dana čekanja, stigao je odgovor da su ti podaci nedostupni, jer ih je korporacija proglasila „poslovnim tajnom“. Nakon toga, s web-stranice finske kompanije²⁵ čak su uklonjeni podaci o tim projektima, jedina preostala referenca na projekte s korporacijom ArcelorMittal je toplana u Zenici.

Steam boiler plant in Kazakhstan	Steam boiler plant in South Africa
<p>CUSTOMER: JSC ArcelorMittal Temirtau, Kazakhstan</p> <p>The integrated steel plant in Temirtau is the largest steel producer in Kazakhstan and central Asia. The plant has a coke-and-chemical plant, blast furnaces and sinter plant, steel production and rolling mills.</p> <p>BASIC DATA</p> <p>Plant type: UNICON-SF150 Boiler type: fire tube Total capacity: 5x30 t/h Operation pressure: 14 bar Steam temperature: 230 °C Burners: 2 pcs/boiler Fuel: blast furnace gas, coke oven gas Building: new building with steel frame and sandwich type panel walls Plant operation system: Plantsys* (http://www.kpaunicon.com/en/plantsys) Use: the plant generates steam for process needs</p>	<p>CUSTOMER: JSC ArcelorMittal South Africa, Vanderbijlpark, Gauteng</p> <p>ArcelorMittal South Africa supplies over 60 % of the steel used in the country and is Africa's largest steel producer.</p> <p>BASIC DATA</p> <p>Plant type: UNICON-MST50 Boiler type: water tube Total capacity: 2 x 25 t/h Operation pressure: 66 bar Steam temperature: 495 °C Burners: 1 pcs/boiler Fuel: blast furnace gas, coke oven gas, natural gas Plant operation system: Plantsys* (http://www.kpaunicon.com/en/plantsys) Use: the plant produces steam for customer's existing turbine which generates electricity for internal consumption</p>

Podaci o prethodnim referencama koji su uklonjeni s web-stranice finskog partnera nakon „nezgodnih“ pitanja o uticaju tih postrojenja na okoliš

²⁴ <https://www.ebrd.com/news/2019/ebd-secures-greener-energy-for-bosnian-city-of-zenica.html>

²⁵ <http://www.kpaunicon.com/city-company-or-title/>

Izgradnju novih blokova termoelektrana na uglj u Tuzli i Kaknju od početka prati negativan stav EU, koja se protiv tim investicijama jer se ne uklapaju u politike i opredjeljenja da se postepeno napušta proizvodnja energije iz fosilnih goriva. Kako se iz tih razloga nisu mogla obezbijediti sredstva evropskih banaka, JP Elektroprivreda BiH prihvatila je ponudu kineske EXIM banke (Export-Import Bank of China). Vrijednost investicije za Blok 7 TE „Tuzla“ je 722 miliona eura, od čega se 614 miliona eura finansira kineskim kreditom. Čim je Parlament FBiH dao saglasnost na to kreditno zaduženje, uslijedila je reakcija EU. U martu 2019. godine Sekretarijat Energetske zajednice pokrenuo je postupak protiv BiH za rješavanje spora o planiranoj garanciji Federacije BiH za kredit, jer prema EU pravilima ta garancija predstavlja „nezakonitu državnu pomoć“. Spor se još uvijek vodi, a u javnosti još nema jedinstvenog stava o tome da li je investicija u Blok 7 dobra ili štetna za okoliš.

U vrijeme kad se cijeli svijet okreće obnovljivim izvorima energije, u BiH su investicije u energiju vjetra i sunca simbolično male, a postoje planovi za izgradnju velikog broja termoelektrana na uglj (Bugojno, Banovići, novi blokovi u Tuzli i Kaknju...). S druge strane, postojeći blokovi termoelektrana ne zadovoljavaju stroge propise EU direktiva te je usvojen Nacionalni plan za smanjenje emisija (eng. National Emission Reduction Plan – NERP)²⁶, koji predviđa investicije od 3,2 do 10,5 milijardi KM u periodu od 20 godina za odsumporavanje i smanjenje emisija prašine. Kako tih investicija još nema ni na vidiku, osim u termoelektranama Stanari i Ugljevik, skoro sigurno je da se električna energija proizvedena u tim blokovima neće moći prodavati na tržištu EU, ili će biti toliko opterećena taksama da će proizvodnja biti skuplja od tržišne cijene. Početkom 2019. godine iz termoelektrana Stanari i Ugljevik zatraženo je povećanje cijene električne energije, jer postupak odsumporavanja značajno povećava troškove proizvodnje električne energije²⁷.

2.10. Imperija uzvraća udarac

Borba za čist okoliš uvijek se konfrontira s borbom za radna mjesta. Tačnije, najčešći izgovori za nedjelovanje, kako zagađivača tako i institucija, jesu da „moramo čuvati radna mjesta“, „ne smijemo ostaviti radnike/ce bez posla“ i „ako želite plate i porez, morate trpjeti zagađenost“. Iako su to sve samo bijedni izgovori, svaka osoba koja se odluči na zagovaračku kampanju mora biti spremna suočiti se s takvim optužbama.

Uloga sindikata nekad je bila da štiti radnička prava, da se bori za poštovanje zakonitosti u poslovanju, da radnici/e zajednički nastupaju prema poslodavcu/ki kako bi ostvarili/e bolje uslove rada, veće plate i neke druge privilegije. Nažalost, u tranzicijskom društvu kakvo je ovo u BiH, uloga sindikata u velikom broju slučajeva udaljila se od svoje osnovne misije. Sindikat i posebno njihovo rukovodstvo u sprezi je ne samo s poslodavcem/kom nego često i s političkim subjektima. Nije rijetkost da sindikalni/e aktivisti/kinje budu istovremeno i na stranačkim listama, te da provode politiku vladajuće stranke umjesto da se bore za radnička prava.

U ljeto 2019. godine, lokalna televizija u Zenici pokrenula je svakodnevnu kampanju protiv kompanije ArcelorMittal Zenica, objavljivanjem priloga s izjavama građana/ki koji/e se žale na enormno ispuštanje zagađujućih materija iz ovih postrojenja²⁸. Prilozi nisu bili klevete, jer se dim i buka iz postrojenja ne mogu sakriti, ali bilo je indikativno da se duže od mjesec dana svaki dan objavljivao po jedan prilog na istu temu, dok su u prethodnim godinama takvi prilozi bili rijetkost.



Protestni skup radnika/ca ArcelorMittal Zenica u odbrani direktora od krivične prijave

²⁶ <http://www.mvteo.gov.ba/Content/Read/energetika-strateski-dokumenti>

²⁷ <http://efm.ba/2019/12/03/buducnost-rite-ugljevik-skupa-i-neizvjesna/>

²⁸ <https://media.ba/bs/odnosi-s-medijima/rtv-zenica-prilozi-o-aerogazadenju-koji-su-uzdrnali-bosanski-cernobil>

Češće su se emitirale plaćene reklamne emisije iz kompanije nego što je bilo priloga o zagađenosti. Reakcija kompanije na tu kampanju bila je takva da su rukovoditelji odjela i generalni direktor organizirali interne prezentacije za zaposlene, na kojima su ih plašili da će ostati bez posla, da će fabrika biti zatvorena zbog medijskih kampanja, ali i zbog krivičnih prijavi koje su im „visjele za vratom“. Uslijedila je konferencija za medije rukovodstva sindikata, a zatim i protesti zaposlenih na kojima su izrečene oštre i ozbiljne prijetnje „onima koji/e su podnijeli/e krivične prijave“. Generalni direktor kompanije je 4. 9. 2019. godine za lokalni list „Naša riječ“ izjavio: „Ne bacajte kamen u zrak, može vam pasti na glavu nakon nekog vremena.“

Na internim prezentacijama za radnike/ce, direktor je tražio od zaposlenih da svim silama brane kompaniju od kampanje, nakon čega su slijedile grozne uvrede i optužbe na društvenim mrežama, ali ne samo protiv novinara/ki i TV kuće, nego i protiv ekoloških aktivista/kinja koji/e su godinama vršili/e pritisak da se investira više u zaštitu okoliša. Istog dana kad je s tim prijetnjama upoznato Kantonalno tužilaštvo, direktor je javno pozvao radnike/ce da se suzdrže od neprimjerenih komentara i prijetnje su odmah prestale. Zanimljivo je napomenuti da je i ranije bilo protesta koje je organizirao sindikat – za cijenu satnice, za uslove penzioniranja, kolektivni ugovor, ali samo su ovi protesti sindikata protiv lokalne televizije i ekoloških aktivista/kinja bili organizirani tokom radnog vremena, pred administrativnom zgradom, a pridružila im se i kompletna administracija kompanije.

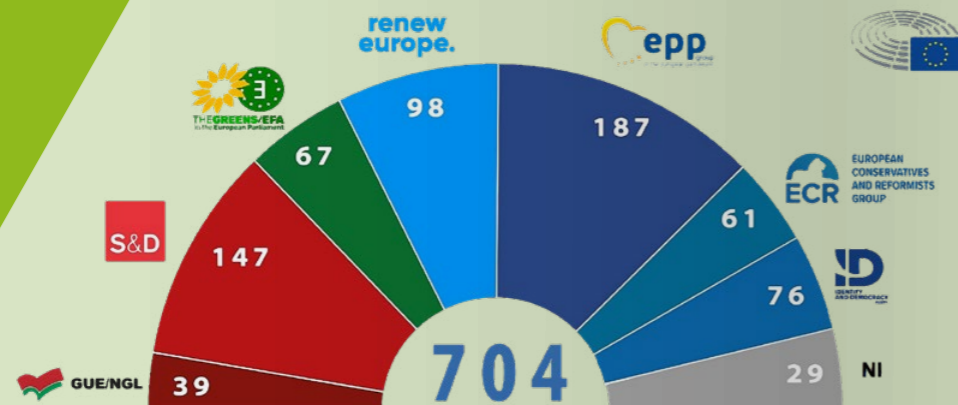
Ovaj primjer pokazuje kako u zagovaračkim kampanjama treba voditi računa o svim učesnicima/cama u procesu – ne samo rukovodstvu kompanije koja zagađuje, nego i o njenim zaposlenim, sindikatu i kooperantima/cama. I ne treba se ustručavati zatražiti pomoć pravosuđa i policije, jer samo jedan telefonski poziv tužitelja/ice može unaprijed eliminirati gomilu problema.

2.11. Oprezno s politikom

Zvanična definicija politike opisuje je kao „kolektivnu djelatnost usmjerenu ka donošenju odluke o rješenju problema i izvršenju te odluke koja je obavezna za sve članove zajednice“. U Bosni i Hercegovini, pojam politike ima posebne konotacije, i to u najvećem broju slučajeva negativne. Dosta je razloga za takav stav javnosti, jer smo se nagledali političara/ki i nositelja/ica javnih funkcija koji/e su neobrazovani/e ili s falsificiranim diplomama, korumpirani/e, bivši/e osuđenici/e, u rodbinskim vezama s partijskim moćnicima/cama.

I unutrašnje ustrojstvo države BiH skrojeno je na način da u parlamentima raznih nivoa sjede uglavnom ljudi koje političke stranke postavljaju na te položaje i koji zauzvrat moraju slijepo provoditi politiku koju zacrtala partijsko rukovodstvo. Bilo kakav pokušaj individualnog razmišljanja ili ideje u startu je osuđen na propast ukoliko se kosi s interesima rukovodstva stranke. Čak i kad se pripadnik/ca neke političke partije izbori da stranka podrži njegovu/njenu ideju, suočava se s narednom preprekom – kako ubijediti parlamentarnu većinu da glasa za takvu odluku. Tada na scenu stupa politička „trgovina“ gdje se stranke međusobno ucjenjuju i trguju glasovima, na način „ako vi budete glasali/e za ono naše, mi ćemo podržati vaš prijedlog“. Rijetki su slučajevi da se glasa za ideju ili inicijativu, bez obzira koliko je ona dobra i od šireg društvenog interesa.

Politička scena u BiH do te mjere je fragmentirana da su rijetki parlamenti u kojima jedna politička stranka ili koalicija ima više od 30% glasova, tako da su nužni savezi, nekad čak i nepomirljivih, politika i ideologija. Kao nigdje na svijetu, nagledali smo se saveza i alijansi ultranacionalističkih desnih stranaka, liberala/ki, lijevih socijalista/kinja, radikala/ki... svega osim stranaka koje bi provodile politiku zaštite okoliša. U Njemačkoj, naprimjer, stranka Zelenih imala je od 1,5% (1980. godine) do 10,7% glasova (2009. godine), a na lokalnom nivou imali su i do 24%. U Evropskom parlamentu Zeleni su peta politička snaga po broju mjesta.



Odnos političkih snaga u Evropskom parlamentu (<http://www.europarl.europa.eu>)

Čak i kad ih realiziraju organizacije, zagovaračke kampanje obično vode pojedinci/ke, oni/e koji/e najviše znaju o toj tematici i koji/e su obično najviše medijski eksponirani/e. Tada mogu pasti u zamku da ih vrbuju političke stranke, kojima treba „svježih imena“, nekompromitiranih osoba, koje su svojim aktivizmom izgradile ugled u javnosti i koje bi mogle donijeti dosta glasova na narednim izborima. Politički angažman ne mora nužno da se kosi s ekološkim aktivizmom, ima slučajeve gdje ekološki/e aktivisti/kinje čak pišu politike zaštite okoliša za izborne programe, pišu amandmane na zakone, predlažu inicijative, ali samim političkim angažmanom gube podršku većine građana/ki koji/e ne glasaju za tu političku partiju ili su apolitični/e (sa stavom „nemam za koga glasati, svi/e su isti/e“). Time se može puno izgubiti na masovnosti podrške ideji zagovaranja. Teško je tada dokazati javnosti da je motiv za bavljenje politikom bila želja da se nešto promijeni, da se neka ideja realizira, većina će smatrati da je motiv izgradnja političke karijere.

Ukoliko je potrebno da se za provođenje neke inicijative ili ideje donese politička odluka, na kojoj se glasa u vladama i/ili parlamentima, ne može se izbjeći veza s politikom. Tada je veoma važno obezbijediti široku podršku više političkih stranaka, po mogućnosti onih koje bi mogle glasanjem postići većinu potrebnu za donošenje odluke. Ako za to dobijete samo dva, tri opoziciona glasa, šanse za uspjeh su nikakve. Pravilo političkog djelovanja je da se ne dozvoli da dobre ideje dođu iz opozicije. Time se šalje poruka da je vladajuća većina nesposobna, da se nije sjetila kako riješiti problem, a to niko ne želi priznati.

Primjer dobrog djelovanja nevladinog sektora prema politici je usvajanje amandmana na Zakon o zaštiti okoliša Federacije BiH 2019. godine, što je opisano u poglavlju 2.5 ovog priručnika.

2.12. Sastanci sa zagađivačima i donositeljima/cama odluka

Bez obzira koliko se na prvi pogled činilo nezamislivim sastajati se s „ljutim protivnicima/cama“, od velike je važnosti uspostaviti neki vid komunikacije. Bilo da se radi o razmjeni pisama i e-mailova, bilateralnim sastancima ili sastancima s više učesnika/ca, kroz tu komunikaciju može se doći do vrijednih informacija, a nekad čak i do ideja koje bi mogle ponuditi i rješenje problema. U tom dijalogu neophodna je dobra priprema, jasno definiran cilj te uzajamno poštovanje. Prije pokretanja takvog dijaloga, mora se izgraditi određeni ugled i kredibilitet, koji se postižu detaljnim proučavanjem svih raspoloživih informacija, prikupljanjem argumenata i primjera kako su slične probleme riješili/e drugi/e, da bi se izbjegla zamka nepoznavanja problematike. Treba očekivati da će se institucije vlasti braniti kompliciranim propisima, a zagađivači detaljima vezanim za tehnološke procese, koje zagovarači/ce obično ne poznaju. Priprema za dijalog predstavlja upravo izučavanje propisa i tehnologija, čime se jača pozicija u dijalogu.

I zagađivači i donositelji/ce odluka rado će pristati na zatvorene sastanke, bez učešća javnosti, s malo učesnika/ca, jer im je tako lakše manipulirati i voditi diskusiju u pravcu koji njima odgovara. Ukoliko nije bilo spremnosti na dijalog, u krajnjem slučaju može se pristati i na takav način rada, ali samo pod uslovom da se takva praksa koristi kao izuzetak, a ne kao pravilo. Zatvoreni sastanci, daleko od očiju javnosti, ispočetka možda mogu pomoći u jačanju povjerenja među učesnicima/cama dijaloga, ali ako predugo traju, dovest će do gubitka povjerenja javnosti, čak i kredibiliteta zagovarača/ica.

Kad se organiziraju multilateralni sastanci s više uključenih strana, veoma je važno da budu i pozvani/e i prisutni/e baš svi/e akteri/ke. Skoro sigurno je da će oni/e koji/e se odazovu pozivu na sastanak iskoristiti priliku da za sve probleme optuže upravo onu stranu koja ne prisustvuje sastanku. Ako na sastanku prisustvuju predstavnici/e federalnog ministarstva i inspekcije, gradske službe, instituti i agencije za zdravlje i praćenje kvaliteta zraka, predstavnici/e industrije, lokalnih zajednica i eksperti/ce, a ne pojavi se predstavnik/ca kantonalnog ministarstva, predstavnici/e institucija sigurno neće propustiti priliku da za sve probleme optuže kanton. Ista situacija bi se desila i ako kanton pošalje svoje predstavnike/ce, a ne pojavi se, naprimjer, federalna inspekcija – tada će inspekcija biti identificirana kao ključni faktor zbog kojeg se problem „ne može riješiti“. Ne treba očekivati da će iko od pozvanih biti samokritičan, da će iskreno priznati svoj propust da uradi nešto što je moglo smanjiti ili riješiti problem. Svi/e će se sigurno hvaliti onim što jesu pokušavali/e i što jesu radili/e. Zato je jako važno pozvati sve učesnike/ce i obezbijediti da se i odazovu pozivu.

Može biti vrlo korisno da takvim sastancima prisustvuje i neko ko nije direktno uključen u problem, ali ima kredibilitet. To su, naprimjer, predstavnici/e stranih organizacija (ako imate međunarodni projekat, ovo je dobra prilika da se iskoristi prisustvo stranaka/kinja), ambasada stranih država ili EU delegacije, međunarodnih organizacija (OSCE, Transparency International, WWF...), organizacija koje se ne bave direktno zaštitom okoliša, ali imaju kredibilitet kao što su ombudsmeni, advokatska ili ljekarska komora, udruženje medijatora/ica, univerzitetski/e profesori/ce i eksperti/ce za probleme zagađenosti zraka, vode, tla, nezavisni/e eksperti/ce za energetiku, biodiverzitet, buku, saobraćaj, prostorno planiranje, poljoprivredu, industriju, u zavisnosti od vrste problema o kojem se raspravlja. To će povećati ozbiljnost pristupa kod svih učesnika/ca, a njihovo prisustvo može dati i neke nove ideje za rješavanje problema.

Kad je Eko forum Zenica u septembru 2015. godine podnio krivične prijave protiv zagađivača i institucija, uz značajnu medijsku podršku, svi/e učesnici/e u procesu su to ozbiljno shvatili/e i pristali/e su na razgovor. U prostorijama udruženja organiziran je sastanak svih zainteresiranih strana, od ministarstava, službi, instituta, pa čak i kantonalnog tužilaštva. Na sastanku su svi/e iznijeli/e svoje argumente i stavove te je dogovoreno da se proces obnove okolinskih dozvola u potpunosti promijeni.

Prije toga, pristup Federalnog ministarstva okoliša i turizma bio je da se izdaju posebne okolinske dozvole za svako pojedinačno postrojenje u željezari, što je kao rezultat imalo čak deset posebnih dokumenata. Nakon sastanka, odlučeno je da se za sva postrojenja i pogone izda jedna, jedinstvena dozvola. Drugi rezultat tog sastanka bila je prilika da se javnost uključi u postupak izdavanja dozvole, iako je zakon po tom pitanju bio nejasan. Prema važećem zakonu, uopšte nije bilo predviđeno učešće javnosti (javni uvid, javna rasprava) za postupak obnove okolinske dozvole, ali na sastanku je insistirano na dosljednoj primjeni Arhuske konvencije. Nakon sastanka, kompanija je podnijela zahtjev za izdavanje jedinstvene okolinske dozvole, a Ministarstvo je ponudilo da Eko forum bude dio komisije za ocjenu tog zahtjeva i za izdavanje dozvole. U ovoj ponudi krila se zamka da se nevladina organizacija diskreditira na način da bude učesnica u procesu, ali ne



Sastanak svih zainteresiranih strana za problematiku okolinske dozvole za zeničku željezaru

da bi pomogla da dozvola bude što bolja i stručnija, nego samo da se obezbijedi izgovor za eventualne probleme. Ministarstvo je tada moglo reći „pružili smo vam priliku da utičete na tekst nove dozvole, a vi samo kritizirate i ne nudite rješenja“. Takva situacija je izbjegnuta na način da je Eko forum umjesto svojih aktivista/kinja u stručni tim predložio nezavisne eksperte u koje je imao povjerenja, koji odlično poznaju tehnologiju i čije je stručne savjete i ranije koristio kad god se pokazao neki problem koji zahtijeva visoku stručnost.

Proces izdavanja nove okolinske dozvole trajao je punih 15 mjeseci, stručni tim je bio i u terenskom obilasku postrojenja, gdje je uočio da mjerni uređaj za kontinuirani monitoring emisija iz dimnjaka nije bio postavljen u skladu s propisima i standardima. Zahtjev za izdavanje dozvole tokom tog postupka tri puta je mijenjan i dopunjavan, jer je operater na sve moguće načine pokušavao da izbjegne ili odgodi skupe investicije u zaštitu okoliša. Konačni tekst okolinske dozvole nije bio savršen, nije postignuto sve što su eksperti predlagali, ali su prvi put u tekstu okolinske dozvole navedeni rokovi za realizaciju svakog pojedinačnog projekta i obaveza periodičnog izvještavanja (dva puta godišnje umjesto jedanput nakon pet godina koliko traje dozvola). Dakle, postignut je neki napredak, iako problem nije u potpunosti riješen.

Kroz ovaj proces pregovaranja o okolinskoj dozvoli uočen je još jedan problem o kojem niko ranije nije vodio računa. Naime, Pravilnik o monitoringu emisija zagađujućih materija u zrak FBiH (Sl. novine FBiH, br. 9/14)²⁹ imao je ozbiljan nedostatak, jer je ograničavao monitoring

²⁹ [https://www.fmoit.gov.ba/upload/file/okolis/Pravilnik o monitoringu emisija](https://www.fmoit.gov.ba/upload/file/okolis/Pravilnik%20o%20monitoringu%20emisija)

samo na laboratorije koje djeluju i akreditirane su u BiH. Kako u BiH nije bilo takvih laboratorija za sve vrste zagađujućih materija, to je bio odličan izgovor zagađivačima da uopšte ne vrše monitoring. Primjeri takvih materija su organski polutanti, posebno kancerogeni benzen i benzo(a)piren, koje ispuštaju koksare. Zahvaljujući interesu i autoritetu Ambasade SAD-a u BiH, koja je organizirala niz sastanaka predstavnika/ca najaktivnijih ekoloških organizacija civilnog društva s predstavnicima/cama Federalnog ministarstva okoliša i turizma, ubijeđeno je Ministarstvo da se taj pravilnik izmijeni, odnosno da se (između ostalog) dopuni rečenicom: „Ukoliko u BiH nema akreditiranih ispitnih laboratorija za određene vrste zagađujućih materija, provjeru emisija može vršiti i inostrana laboratorija sa odgovarajućom akreditacijom...“³⁰ Tako su nevladine organizacije iskoristile autoritet strane ambasade da se unaprijedi loše napisan domaći propis.

2.13. Umrežavanje s drugim organizacijama

Kad smo deset puta brojniji od neprijatelja, opkolimo ga. Kad smo pet puta brojniji, napadnimo ga. Kad smo dvostruko brojniji, podijelimo se na dva dijela. Ako su nam snage podjednake, možemo ući u borbu. Ako smo brojačano slabiji, moramo znati odstupiti. Ako je neprijatelj znatno brojniji, moramo se privremeno povući i ne prihvaćati borbu. ~ Sun Tzu: Umijeće ratovanja

Za uspjeh zagovaračke kampanje od velikog značaja može biti saradnja s drugim organizacijama. Neke organizacije imaju stručna znanja iz određene oblasti (pravo, biodiverzitet, zaštita voda, i sl.), neke imaju na raspolaganju resurse koje vi nemate (literatura, mjerna oprema, pristup informacijama, učešće u međunarodnim projektima ili kontakti s medijima), neke imaju veliki broj volontera/ki i aktivista/kinja, a neke imaju iskustva u vođenju kampanja ili pisanju projektnih aplikacija. Sve to može biti korisno u zagovaračkoj kampanji jer su organizacije često spremne dijeliti to s drugima. Bilo koja lokalna inicijativa ima veće izgleda za uspjeh ako se javnosti i medijima pokaže da tu inicijativu podržavaju i druge organizacije, koje nisu direktno pogođene tim problemom, ali ih se tiče i daju podršku. Podrška može biti i konkretna (naprimjer, ustupanje mjerne opreme na korištenje) ili samo verbalna (slanje pisma podrške, objavljivanje fotografija i dijeljenje informacija na svojim web-stranicama i društvenim mrežama).

Osim pružanja konkretne ili verbalne podrške lokalnim inicijativama, koristi od umrežavanja su višestruke. Kroz mreže organizacija može se doći do vrlo korisnih informacija, pružaju se prilike za jačanje vlastitih kapaciteta i razmjene iskustava, a glas mreže daleko je jači od glasa jedne organizacije.



Podrška organizacija iz Banje Luke, Bihaća, Lukavca, Sarajeva i Zenice kampanji za čist zrak u Tuzli

zagađujućih materija.docx

³⁰ <https://www.fmoit.gov.ba/upload/file/okolis/9-16.docx>



Podrška u borbi protiv MHE ženama Kruščice iz Danske, Mozambika, Španije, Urugvaja...

Jači glas postiže se ako organizacija postane članica neke međunarodne mreže. Međutim, članstvo u takvim mrežama iziskuje dodatne troškove, od plaćanja članarine do pokrivanja troškova učešća na aktivnostima mreže. Takve mreže obično imaju različite kategorije članstva, u zavisnosti od čega se određuje i visina članarine. Naprimjer, European Environmental Bureau (EEB) ima tri kategorije članstva³¹: punopravni/a član/ica (eng. Full member), pridruženi/a član/ica s pravom glasa (eng. Associate member) i pridruženi/a član/ica bez prava glasa (eng. Affiliate member). Asocijacija Friends of the Earth International ima stroge kriterije za prijem organizacija u članstvo, a članica može biti samo po jedna organizacija iz svake države³². Ima i mreža koje nisu otvorene za aplikacije, nego o članstvu odlučuju međunarodne organizacije. Naprimjer, OSCE koordinira radom mreže 60 Arhus centara u 14 zemalja Evrope i Azije³³.

³¹ <https://eeb.org/membership/membership-categories/>

³² <https://www.foei.org/member-groups>

³³ <https://www.unece.org/env/pp/acintro.html>

2.14. Finansiranje aktivnosti – projekti

Naravno da svaka aktivnost, pa i kampanje zagovaranja, zahtijeva određena sredstva. Aktivnosti zasnovane na čistom entuzijazmu mogu dati rezultate, ali su kratkog daha, jer entuzijazam s vremenom splasne, posebno ako rezultati nisu odmah vidljivi. S druge strane, kampanje iziskuju i troškove, posebno ako ih organiziraju formalno uspostavljene organizacije civilnog društva. Za registraciju udruženja potreban je prostor, za koji treba plaćati najamninu, električnu energiju, telefon, internet, vodu, odvoz smeća, komunalnu taksu, web hosting, usluge računovodstvenog servisa i provizije banke. Ako nema dovoljno volontera/ki s potrebnim znanjima i vještinama, potrebno je angažirati još i advokata/icu (da napravi statut i druge obavezne dokumente udruženja) i web-dizajnera. Svi ti troškovi postoje čak i ako udruženje nema zaposleno osoblje.

Iako je svake godine otvoreno nekoliko desetina raznih poziva za finansiranje projekata, takozvani „direktni troškovi” najčešće su ograničeni na mali procenat (7 – 30% ukupnog budžeta), tako da su organizacije prinuđene voditi i nekoliko projekata samo da bi pokrile osnovne troškove rada udruženja. Ti projekti mogu pomoći da organizacija preživi i opstane, ali zato odvlače fokus sa osnovne misije, jer su pozivi za projekte formulirani tako da zadovolje interese i prioritete donatora/ki, a samo u rijetkim slučajevima daju slobodu organizacijama da se usmjere baš na rješavanje problema s kojim su najviše suočene. Tu stupa na scenu inovativnost, kako uklopiti vlastite potrebe i probleme u prioritete i teme koje definiraju donatori/ke. S malo mašte, sa zaštitom okoliša mogu se spojiti naizgled nespojive teme, kao što su ženska prava, prava nacionalnih manjina, prava LGBT osoba, kulturna baština, javne finansije, sport, borilačke vještine...

Na javnom pozivu za projekte zaštite okoliša organizacija civilnog društva sredstva za finansiranje projekata u julu 2019. godine u ZDK³⁴ dobili su taekwando, judo i karate klubovi, Auto-moto klub, Dobrovoljno vatrogasno društvo, Udruga poduzetnika i poslodavaca, Rafting klub, Ragbi klub, Centar za socijalni rad, Privredna komora, Udruženje estradnih izvođača, Udruga obitelji poginulih branitelja, Lovачka organizacija i manji broj udruženja koja se zaista bave zaštitom okoliša. Kod odabira projekata koji se finansiraju iz budžeta općina i kantona, u najvećem broju slučajeva jedini kriterij je kompletna dokumentacija.

Mnogi/e donatori/ke, privatne fondacije i javni/e finansijeri/ke dodatno forsiraju primatelje/ice grantova da se fokusiraju na jasnije i mjerljive ciljeve, suzbijajući na taj način inovativne, rizičnije i sistemske pristupe.

³⁴ <https://www.zdk.ba/component/k2/item/7775-odluka-o-dodjeli-sredstava-za-realizaciju-programa-projekata-i-slicnih-aktivnosti-iz-podrucja-zastite-okolisa-za-2019-godinu>

KONTAKTI LOKALNIH I MEĐUNARODNIH ORGANIZACIJA I INSTITUCIJA

U ovom poglavlju date su web-adrese lokalnih i međunarodnih organizacija i institucija koje se bave zaštitom okoliša ili drugim djelatnostima koje mogu imati veze sa zaštitom okoliša.

INSTITUCIJE	
BIH (DRŽAVNI NIVO)	
Agencija za nadzor nad tržištem BiH	http://annt.gov.ba/
Agencija za sigurnost hrane BiH	http://fsa.gov.ba/
Agencija za statistiku BiH	http://bhas.ba/
Direkcija za evropske integracije BiH	http://dei.gov.ba/
Državna regulatorna agencija za radijacijsku i nuklearnu sigurnost BiH	http://darns.gov.ba/
Institucija ombudsmena za ljudska prava BiH	http://ombudsmen.gov.ba/
Institucija ombudsmana za zaštitu potrošača u BiH	http://ozp.gov.ba/
Institut za akreditiranje BiH	http://bata.gov.ba/
Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH	http://mvteo.gov.ba
Uprava BiH za zaštitu zdravlja bilja	http://uzzb.gov.ba/
Ured za veterinarstvo BiH	http://vet.gov.ba/
FBIH (ENTITETSKI NIVO)	
Agencija za vodno područje Jadranskog mora	http://jadran.ba/
Agencija za vodno područje rijeke Save	http://voda.ba/
Federalna uprava za inspekcijske poslove	http://fuzip.gov.ba/
Federalni hidrometeorološki zavod	http://fhmzbih.gov.ba/
Federalni zavod za agropedologiju	http://agropedologija.gov.ba/
Federalni zavod za statistiku	http://fzs.ba/
Federalno ministarstvo energije, rudarstva i industrije	http://fmeri.gov.ba/
Federalno ministarstvo okoliša i turizma	http://fmoit.gov.ba/
Federalno ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva	http://fmpvs.gov.ba/
Federalno ministarstvo prostornog uređenja	http://fmpu.gov.ba/
Federalno ministarstvo zdravstva	http://fmoh.gov.ba/
Fond za zaštitu okoliša FBIH	http://fzofbih.org.ba/
Zavod za javno zdravstvo FBIH	http://zzjzfbih.ba/

INSTITUCIJE	
RS (ENTITETSKI NIVO)	
Fond za zaštitu životne sredine RS-a	http://ekofondrs.org/
Institut za zaštitu zdravlja RS-a	http://phi.rs.ba/
Ministarstvo poljoprivrede, vodoprivrede i šumarstva RS-a	http://vladars.net/sr-SP-Cyrl/Vlada/Ministarstva/mps/
JU Vode Srpske	http://voders.org/
Ministarstvo za prostorno uređenje, građevinarstvo i ekologiju RS-a	http://vladars.net/sr-SP-Cyrl/Vlada/Ministarstva/mgr/
Ministarstvo zdravlja i socijalne zaštite RS-a	http://vladars.net/sr-SP-Cyrl/Vlada/Ministarstva/mzsz/
Republička uprava za inspekcije poslove	http://inspektorat.vladars.net/
Republički hidrometeorološki zavod	http://rhmrzrs.com/
Republički zavod za statistiku	http://rzs.rs.ba/
BRČKO DISTRIKT	
Odjeljenje za komunalne poslove	http://kp.bdcentral.net/
Odjeljenje za poljoprivredu, vodoprivredu i šumarstvo	http://psv.bdcentral.net/
Odjeljenje za prostorno planiranje i imovinsko-pravne poslove	http://ppipo.bdcentral.net/
KANTONALNA MINISTARSTVA	
Ministarstvo graditeljstva, obnove, prostornog uređenja i zaštite okoliša Kantona 10 (Livno)	http://vladahbz.com/ministarstvo-graditeljstva-obnove-prostornog-uredenja-i-zastite-okolisa/aktivnosti-ministarstva
Ministarstvo prometa, veza, turizma i zaštite okoliša Županije Posavske	http://zupanijaposavska.ba/ministarstvo-prometa-veza-turizma-i-zastite-okolisa/#1442820473694-15d8812a-020e
Ministarstvo prostornog uređenja i zaštite okolice Tuzlanskog kantona	http://vladatk.kim.ba/javni-pozivi-mpuzo
Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i zaštite okoliša Županije Zapadnohercegovačke	http://vladazh.com/detaljno.aspx?id=20
Ministarstvo prostornog uređenja, građenja i zaštite okoliša Kantona Sarajevo	http://mpz.ks.gov.ba/aktuelno/konkursi
Ministarstvo prostornog uređenja, građenja, zaštite okoliša, povratka i stambenih poslova Srednjobosanskog kantona	http://sbk-ksb.gov.ba/bs/ministarstvo-prostornog-uredenja-gradenja-zastite-okolisa-povratka-i-stambenih-poslova.html
Ministarstvo trgovine, turizma i zaštite okoliša Hercegovačko-neretvanskog kantona	http://mtto-hnz-k.ba/natjecaji-i-javne-nabavke
Ministarstvo za građenje, prostorno uređenje i zaštitu okoliša Unsko-sanskog kantona	http://gradjenje.vladausk.ba
Ministarstvo za prostorno uređenje, promet i komunikacije i zaštitu okoline Zeničko-dobojskog kantona	http://zdk.ba/ministarstva/itemlist/category/127-zastita-okoline
Ministarstvo za urbanizam, prostorno uređenje i zaštitu okoline Bosansko-podrinjskog kantona Goražde	http://mu.bpkg.gov.ba/kategorija/konkursi

LOKALNE ORGANIZACIJE	
Aarhus centar u BiH	http://www.aarhus.ba/sarajevo/
Centar za ekologiju i energiju Tuzla	http://ekologija.ba/
Centar za ekonomski i ruralni razvoj Laktaši	https://cerd.ba/
Centar za održivi razvoj COR Brčko	http://cor.ba/
Centar za okolišno održivi razvoj Sarajevo	http://coor.ba/
Centar za razvoj i podršku Tuzla	http://crp.org.ba/
Centar za životnu sredinu Banja Luka	http://czzs.org/
E grupa Zenica	http://egrupa.org/
Eko akcija Sarajevo	http://ekoakcija.org/
Eko forum Zenica	http://ekoforumzenica.ba/
Ekološko-humanitarna udruga Gotuša	https://www.facebook.com/nezelimo.minicentale
Ekopro Sarajevo	http://www.ekoprosarajevo.org/
Ekosol Tuzla	http://www.ekosol.ba/
Ekotim Sarajevo	http://ekotim.net/
Eko ZH	https://www.facebook.com/EkoZHUdruga/
Energis Sarajevo	http://energis.ba/
Fojničani Maglaj	https://www.facebook.com/Fojnicani.Maglaj/
Jer nas se tiče Mostar	https://www.facebook.com/jernasseticemostar/
LIR evolucija Banja Luka	http://www.lir.ba/
MDP inicijative Doboj	http://mdpinicijative.ba/
Nešto Više Sarajevo, Mostar	https://nestovise.org/
Omladinski klub Novi val Blagaj	https://www.novival.info/
Planinarsko društvo Vilinska vrela Kneževo	https://www.facebook.com/pdvilenskavrelaknezevo/
REIC Sarajevo	http://reic.org.ba/
Turistički klaster Unasana Bihać	https://www.unasana.ba/
Udruženje za zaštitu prirode i okoline Aer Aqua Terra Lukavac	https://www.facebook.com/AATudruzenje/
Za Doljanku Jablanica	http://www.doljanka.ba/wp/
Zbirni e-registar udruženja i fondacija u BiH	http://zbirniregistri.gov.ba/
Zelene staze Mrkonjić Grad	http://www.greenways.ba/

MEĐUNARODNE ORGANIZACIJE	
Aarhus Convention secretariat	http://unece.org/env/pp/acintro.html
Air Pollution and Climate Secretariat (AIR-CLIM)	http://airclim.org/
Arnika	http://english.arnika.org/
Bankwatch	http://bankwatch.org/
CEEweb for Biodiversity	http://ceeweb.org/
CHEM Trust	http://chemtrust.org/
Directorate-General for Environment (DG ENV)	http://ec.europa.eu/dgs/environment/
Envirolink	http://envirolink.org/
Europe Beyond Coal	http://beyond-coal.eu/
European Environment Agency (EEA)	http://eea.europa.eu/
European Environmental Bureau	http://eeb.org/
Friends of the Earth International	http://foei.org/
Health and Environment Alliance	http://env-health.org/
Human Rights Watch	http://hrw.org/
Intergovernmental Panel on Climate Change	http://ipcc.ch/
International Atomic Energy Agency	http://iaea.org/
Justice and Environment (J&E)	http://justiceandenvironment.org/
Organization for Security and Co-operation in Europe (OSCE)	http://osce.org/bs/mission-to-bosnia-and-herzegovina/
Transparency International	http://ti-bih.org/
United Nations Development Programme	http://undp.org/
United Nations Economic Commission for Europe (UNECE)	http://unece.org/
United Nations Environment Programme	http://unep.org/
World Health Organization	http://who.int/
World Wildlife Fund (WWF)	http://wwfadria.org/hr/
Youth and Environment Europe (YEE)	http://yeenet.eu/

LITERATURA

4.1. Korišteni izvori

1. Watson J. (2002) Advocacy Toolkit: Understanding Advocacy, Tearfund, http://learn.tearfund.org/~media/files/tilz/publications/roots/english/advocacy_toolkit/second_edition/tearfundadvocacytoolkit.pdf?la=en
2. Begloian A., Hodžić E. (2018) Komparativna studija i izvještaj o zagovaračkim kapacitetima i aktivnostima ombudsmana Bosne i Hercegovine, Vijeće Evrope, <http://rm.coe.int/comparative-study-on-advocacy-capacities-of-the-ombudsperson-bos-1pdf/16808f1e36>
3. Ross J. (2013) Advocacy: A Guide for Small and Diaspora NGOs, INTRAC, http://www.intrac.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/09/Advocacy_A-Guide-for-Small-and-Diaspora-Organisations-1.pdf
4. Tadros N. (2009) Advocacy: People's Power and Participation Guide, UNICEF, <http://www.advocate-for-children.org/advocacy/start>
5. Bradvić S., Alić D. (2001) Javno zagovaranje, BOSPO Tuzla, http://civilnodrustvo.ba/media/26156/javno_zagovaranje.pdf
6. Idžaković F., Šehić D., Ivančić Z. (2016) Priručnik za antidiskriminacijsko zagovaranje, Prava za sve, http://www.diskriminacija.ba/sites/default/files/node_file_upload/ad-zagovaranje-final-web.pdf
7. Stalker C., Sandberg D. (2011) Capacity Building for Advocacy, INTRAC, <http://www.intrac.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/09/Praxis-Paper-25-Capacity-building-for-advocacy-Chris-Stalker-with-Dale-Sandberg.pdf>

8. Sharma R. R. (1997) An Introduction to Advocacy: training guide, Support for Analysis and Research in Africa - SARA, http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNABZ919.pdf
9. Gemmill B., Abimbola B. (2002) The Role of NGOs and Civil Society in Global Environmental Governance, in Esty D and Ivanova M., "Global Environmental Governance: Options and Opportunities", Yale Center for Environmental Law and Policy
10. Zahumenská V., Lemeš S., Delalić M., Zatloukalová K., Sobotková J., Skalský M. (2015) Demokratija zaštite okoliša u Bosni i Hercegovini: Posustajućim hodom, ISBN 978-80-87651-14-8, Arnika, Prague, Czech Republic
11. Jungwirth T. (2017) Demokratija životne sredine: napredak neprijavljen – Izvještaj iz sjene sprovođenja Arhuske konvencije u Bosni i Hercegovini, Saradnici: V. Bjelić, M. Delalić, S. Jukan, V. Junuzović, S. Lemeš, R. Pilipović, M. Skalský, Z. Vachůnová, Arnika – Centar podrške građanima (Češka Republika), ISBN: 978-80-87651-32-2
12. Lemeš S. (2019) Mediji i zagađenost zraka: Važno je izvještavati tokom cijele godine, <http://media.ba/bs/mediametar/mediji-i-zagadenost-zraka-vazno-je-izvjestavati-tokom-cijele-godine>
13. Sokol A., Lemeš S. (2019) Zvanična politika se trudi da zagađenje sakrije od javnosti, <http://media.ba/bs/magazin-novinarstvo/samir-lemes-zvanicna-politika-se-trudi-da-zagadenje-sakrije-od-javnosti>
14. Ministarstvo vanjske trgovine i ekonomskih odnosa BiH (2018) Okvirna energetska strategija Bosne i Hercegovine do 2035. godine, http://www.mvteo.gov.ba/data/Home/Dokumenti/Energetika/Okvirna_energetska_strategija_Bosne_i_Hercegovine_do_2035_BIH_FINALNA.PDF
15. The Centre for Development and Population Activities (1995) CAIRO, BEIJING, AND BEYOND A HANDBOOK ON ADVOCACY FOR WOMEN LEADERS, http://makeeverywomancount.org/images/stories/documents/Cedpa_CairoBeijingAndBeyond_1995.pdf

4.2. Preporučena dodatna literatura

1. Lakey G. (2017) A Manual for the New Era of Activist, Yes! Magazine, USA, <http://www.yesmagazine.org/democracy/2017/08/04/a-manual-for-the-new-era-of-activist/>
1. Gonçalves H., Karageorgiou O. (2016) E-manual on E-activism: Tools and Techniques to make E-Activism More Successful, International Young Naturefriends, Czech Republic, http://www.salto-youth.net/downloads/toolbox_tool_download-file-1608/The_E-manual_on_E-activism_by_IYNF.pdf
1. Boyle A., McCloskey S. (2011) The Activist's Handbook: A Guide to Activism on Global Issues, ISSN: 1748-136X, Centre for Global Education, Northern Ireland, http://www.centreforglobaleducation.com/sites/default/files/Activist's_Handbook.pdf
1. Narberhaus M., Sheppard A. (2015) Re.imagining Activism: A practical guide for the Great Transition, Smart CSOs Lab, Spain, http://www.smart-csos.org/images/Documents/reimagining_activism_guide.pdf
1. Ricketts A. (2012) The Activists' Handbook: A step-by-step guide to participatory democracy, ISBN 978-1-84813-594-9, Zed Books Ltd, United Kingdom, http://ibave.weebly.com/uploads/1/0/7/4/10741354/the_activists_handbook.pdf
1. COE (2012) Manual on Human Rights and the Environment, ISBN 978-92-871-7318-8, Council of Europe Publishing, France, http://www.echr.coe.int/LibraryDocs/DH_DEV_Manual_Environment_Eng.pdf
1. Falkner R. (2013) The Handbook of Global Climate and Environment Policy, ISBN 978-0-470-67324-9, Wiley-Blackwell, United Kingdom, [http://93.174.95.29/main/998000/12e87b1a2793569e2d575af9e5dc8e3b/-The_Handbook_of_Global_Climate_and_Environment_Policy-Wiley-Blackwell_\(2013\).pdf](http://93.174.95.29/main/998000/12e87b1a2793569e2d575af9e5dc8e3b/-The_Handbook_of_Global_Climate_and_Environment_Policy-Wiley-Blackwell_(2013).pdf)
1. Tschentscher T. (2016) Promoting Sustainable Development Through More Effective Civil Society Participation in Environmental Governance, UNDP, USA, http://ec.europa.eu/environment/international_issues/pdf/EU_NGOs_publication_20161219.pdf

CIP - Katalogizacija u publikaciji
Nacionalna i univerzitetska biblioteka

Bosne i Hercegovine, Sarajevo

316.334.3:321.011.5]:502.17(497.6)(035)

LEMEŠ, Samir

Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama
[Elektronski izvor] / Samir Lemeš i Dajana Cvjetković. - El.
knjiga. - Sarajevo : Centar za promociju civilnog društva,
2020

Način pristupa (URL): <https://mislioprirodi.ba/>. - Način
pristupa (URL): <http://civilnodrustvo.ba/>. - Nasl. sa nasl.
ekrana. - Opis izvora dana 29. 9. 2020.

ISBN 978-9958-793-33-2

1. Cvjetković, Dajana

COBISS.BH-ID 40686342



Centar za promociju civilnog društva

Marka Marulića br.2/III

71 000 Sarajevo

www.civilnodrustvo.ba

www.mislioprirodi.ba