



# AKTIVIRAJ

priručnik o aktivizmu za mlade



Kingdom of the Netherlands



PERPETUUM MOBILE  
Институт за развој младих и заједнице

# SADRŽAJ

AKTIVIRAJ - PRIRUČNIK O AKTIVIZMU ZA MLADE

- 3 uvod
- 6 **poglavlje 1: PREPOZNAVANJE PROBLEMA**
- 10 radionice: PREPOZNAVANJE PROBLEMA
- 15 **poglavlje 2: ZAGOVANJE I LOBIRANJE**
- 20 radionice: ZAGOVANJE I LOBIRANJE
- 25 **poglavlje 3: AKTIVNO GLASAČKO PRAVO**
- 32 radionica: PREDIZBORNA KAMPANJA - JA PREDSJEDNIK
- 35 **poglavlje 4: OMLADINSKI AKTIVIZAM**
- 37 radionica: KORIST UKLJUČIVANJA MLADIH U DRUŠTVENI ŽIVOT
- 41 **poglavlje 5: KOMUNIKACIJSKE VJEŠTINE**
- 50 radionica: KOMUNIKACIJA
- 51 radionica: 30 SEKUNDI SLAVE
- 52 radionica: ISPADANJE
- 53 literatura

## ***Dragi edukatori i edukatorice,***

prilikom korišćenja ovog priručnika u radu sa mladima, bitno je da vodite računa da vaš način govora i izražavanja bude **rodno senzitivan tj. osjetljiv na rodne uloge**: ako koristite termin učenik, koristite i učenica, ako koristite pojam službenik, koristite i službenica a posebno kada se obraćate učesnicima, pripadnicama ženskog pola, obraćajte se sa učesnica...

Takođe, nikad **ne osuđujete i ne diskriminišete**: u vašoj grupi će uvijek biti neko ko je drugačiji od ostalih. Smatrajte to bogatstvom. Prema takvim ljudima ne ponašajte se drugačije. Tretirajte ih jednako kao i druge. Razlika ne smije da bude predmet diskriminacije.

Koristite **učtiv i prilagođen način govora**: neka poruke budu jasne i razumljive. **Ne opravdavajte i ne koristite bilo koji oblik nasilja prema drugima**. Potencijalne konflikte, ukoliko se pojave, rješavajte na nenasilan način, komunikacijom i dijalogom. Dajte priliku svima da govore i izraze svoje mišljenje. **Promovišite dobre odnose, zdrave životne stilove i demokratske vrijednosti.**

**Budite svjesni da od učešća svih samo može doći do koristi pojedinaca i društva u cjelini. Podstičite to!**

**Srećan rad vam želimo.**

Mladi ljudi u BiH pokazuju sve manje interesovanja za sticanje znanja o političkom sistemu u BiH, funkcionisanju institucija vlasti, učestvovanju u izbornom procesu, kao i aktivnom učestvovanju u procesima donošenja odluka. Nedostatak kapaciteta i vještina (informacija, znanja, stavova...) kod mladih u BiH, reflektuje se kroz njihovu nisku izlaznost na izborima na svim nivoima (kantonalnom, entitetskom, državnom i lokalnom). Prema podacima Centralne izborne komisije samo 16-21% mladih je glasalo u periodu između 2002. i 2012. godine, u zavisnosti od izborne godine.

Mladi muškarci i žene su svjesni činjenice da oni imaju moć i obavezu da ispituju, istražuju i nude rješenja za društvene, političke, kulturne i ekonomske probleme u saradnji sa predstavnicima vlasti, civilnog društva, nauke i ekonomije. Iako mladi ljudi predstavljaju oko 25% stanovništva u BiH, nedovoljno inicijativa, koje se tiču pitanja mladih, je pokrenuto i vođeno od strane mladih ljudi. Iako tokom

školovanja mladi imaju priliku da slušaju predmet koji se zove demokratija, oni se ne ohrabruju da preuzmu aktivnu ulogu u društvu u zagovaranju rješenja i nerijetko se zanemaruje praksa.

U posljednje vrijeme, parlamenti u BiH počeli su da otvaraju svoja vrata studentskim posjetama, ali njihove posjete imaju izletnički i informativni karakter bez značajnog uticaja i mogućnosti zagovaranja rješavanja problema kod donosilaca odluka.

Perpetuum mobile – Institut za razvoj mladih i zajednice iz Banje Luke želi da dâ svoj doprinos povezivanju mladih sa donosiocima odluka u Bosni i Hercegovini.

Projekat "Bolji parlamenti - jača demokratija" ima za cilj da poboljša kapacitete i mogućnosti za mlade i omladinskih nevladinih organizacija, da utiču na parlamentarne procese koji se bave specifičnim pitanjima mladih. Jedan od alata koje Perpetuum mobile daje mladima na raspolaganje je i ovaj

priručnik „Aktiviraj“.

Ovaj elektronski priručnik je namijenjen za edukaciju mladih (učenika/ica srednjih škola) a svrha mu je da upozna mlade o političkom sistemu i načinu učešća građana, posebno mladih u demokratskim procesima. Lako je razumljiv, prilagođen jeziku mladih, sa jasnim i konkretnim primjerima. Teme koje obrađuje priručnik su: 1. Prepoznavanje problema, 2. Zagovaranje i lobiranje, 3. Aktivno biračko pravo, 4. Koristi od aktivnog učešća u javnom životu i 5. Vještine komunikacije.

Svaka od tema je, osim teorijskog dijela, praćena i primjerom radionice, koja se može praktikovati u školama, omladinskim nevladinim organizacijama i drugim ustanovama i organizacijama za mlade.

Obuku mogu da rade mladi ljudi, vršnjački edukatori, omladinski radnici i nastavno osoblje u okviru časova demokratije, razredne nastave ili

u okviru bilo koje druge obuke za mlade. Preporučuje se da edukacija mladih bude popraćena studijskim posjetama parlamenatima u BiH ili bar lokalnom parlamentu i da mladi ljudi budu ohrabreni da sami pokrenu neku inicijativu, baziranu na potrebama u zajednici.

Na kreiranju ovog priručnika su radili stručnjaci iz navedenih oblasti koji iza sebe imaju dugogodišnje iskustvo u radu na ovim temama ali, ono što je nama bilo takođe važno je, da imaju iskustva u radu sa mladima ili da su i sami mladi. Želimo da se zahvalimo svima koji su bili dio tima: Ermin Hajder, Lučjano Kaluža, Miloš Dragović, Tatjana Jurić i Jasmina Keserović; zatim lektorici Jeleni Protić Popović i dizajneru priručnika Aleksandru Slijepčeviću koji su dali svoj pečat ovom priručniku. Posebnu zahvalnost dugujemo Ambasadi Kraljevine Holandije, koja je prepoznala važnost ovog projekta i podržala izradu ovog priručnika.

*Bojana Trninić*

*Tatjana Jurić*



poglavlje **1**

prepoznavanje problema

Prepoznavanje problema se smatra prvim korakom na putu ka njegovom uspješnom rješavanju. **Problem se pojavljuje kada postoji velika razlika između stanja “kakvo bi trebalo da bude” i stanja “kakvo jeste”**, kao i kada postoji potreba za promjenom sadašnje situacije u nekoj oblasti ili u društvu.

Postoji anegdota koja kaže da je Ajnštajn rekao da bi, kada bi imao sat vremena da spasi svijet od neke propasti, 55 minuta upotrijebio da prepozna u čemu je problem, a samo 5 minuta da pronade rješenje. To ilustruje univerzalni značaj ove teme.

Pošto je tema ovog priručnika prepoznavanje problema mladih i njihove pripreme da se demokratskim metodama obuče za ostvarenje svojih prava i ciljeva te rješavanje problema, na početku bi bilo dobro objasniti osnovne termine.

**Pod terminom “mladi” se, na osnovu definicije Ujedinjenih nacija iz 1992. godine, podrazumijevaju mladi ljudi**

**dobi od 15 do 30 godina<sup>1</sup>**. U toku posljednjih deset godina u svijetu je primjetno povećano prepoznavanje važnosti participacije mladih ljudi i njihovih predstavnika u procesu donošenja političkih odluka. **Javno isticanje važnosti prava mladih da utiču na donošenje odluka je naglašeno i u Konvenciji Ujedinjenih nacija o pravima djeteta iz 1989. godine.**

Iako se ranije smatralo da zahtjeve mladih treba selektivno i obazrivo uzimati u obzir jer su mladi nezreli i nemaju dovoljno iskustva ili obrazovanja, u praksi se pokazalo da su oni odlični sagovornici i partneri u procesu donošenja odluka jer su inteligentni, motivisani, kreativni i često imaju više entuzijazma i bolju motivaciju od donosioca odluka.

Termin “država” se može definisati na različite načine, ali ako krenemo od pretpostavke da je **država organizovana društvena zajednica ujedinjena političkim sistemom, koja je obavezna da svojim djelovanjem štiti**

<sup>1</sup> Zakon o omladinskom organizovanju RS i Zakon o mladima FBiH

**prava svih društvenih slojeva**, važnost učešća mladih u donošenju odluka postaje jasnija. Ako pretpostavimo da su sve parlamentarne ustavne demokratije (kakva je i Bosna i Hercegovina) bazirane na teoriji društvenog ugovora tj. ugovora između države (ili predstavnika njenih institucija) i svakog pojedinca/ke, kojim se država obavezuje da će zaštititi prava pojedinca/ku i brinuti se o njegovim/njenim interesima, onda je jasno da mladi najbolje znaju koje su njihove potrebe, želje, ciljevi i planovi, kao i problemi koji su prepreke ostvarenju istih.

S druge strane, voljom građana izabrani predstavnici vlasti, koji donose odluke u ime građana, imaju koristi od učešća mladih u procesu donošenja odluka. Njima je u interesu da stanovništvo države bude zadovoljno radom predstavnika vlasti i načinom života u državi. Svojim odlukama mogu da utiču na povećanje nataliteta, smanjenje procenta odlazaka mladih iz zemlje i slične pozitivne promjene

u društvu i, na kraju, sebi obezbijede glasove sadašnjih ili budućih glasača (zavisno od uzrasta) koji pripadaju kategoriji mladih.

***“Uobičajeno je da, kada treba da saznamo nešto o nekoj oblasti, pitamo eksperte za tu oblast. Ali čini se da često zaboravljamo da, kada treba da saznamo nešto o mladima, njih pitamo kako se osjećaju i šta žele” (Kofi Anan, bivši Generalni sekretar Ujedinjenih nacija).***

U procesu prepoznavanja problema, počinjemo igrom “Ja sam...”, koja će omogućiti mladim učesnicima radionice da razmisle o svojoj prošlosti i sadašnjosti, prije nego što počnu da razmišljaju o svojim željama i planovima za budućnost. Takođe, ova aktivnost im omogućava da razviju empatiju i da postanu svjesni želja, ciljeva i snova drugih.

U drugom dijelu radionice nazvanom “Želje, snovi...”, učesnici radionice se podstiču da postaju svjesni svojih želja,



ciljeva i planova koji bi im omogućili kvalitetniji i srećniji život. Sve prepreke u ostvarenju tih ciljeva mogu se smatrati problemima, čije rješavanje je neophodno.

Pri tome, veoma je važno prepoznati problem koji je prioritetan što većem broju učesnika. To im se omogućuje pomoću aktivnosti "Od snova do realnosti". Takođe, potrebno je utvrditi da li je taj problem realističan i da li je njegovo rješavanje u nadležnosti institucije kojoj se mladi obraćaju. I posljednji uslov, o kojem treba voditi računa, je taj da se u procesu prepoznavanja problema razlikuju simptom i uzrok problema.

Na primjer, ako je potrebno da se smanji cijena školarine, onda je visina školarine simptom koji ukazuje na problem. Važno je utvrditi uzroke za donošenje i prihvatanje aktuelnog cjenovnika, kao i istražiti ko je za to nadležan i kada, kako i zašto je donio takvu odluku.

Takođe, postoje pitanja koja mogu da pomognu da proces prepoznavanja problema bude što konstruktivniji:

- Šta je problem?
- Je li to samo moj problem?
- Da li je to zaista realan problem ili simptom drugog, možda većeg problema?
- Mogu li ga riješiti? Kako? S kim treba da razgovaram o tome?
- Ako je u pitanju stari problem, zašto prethodni pokušaji rješavanja nisu bili uspješni? Imam li dovoljno informacija da to procijenim?
- Da li ovaj problem zahtjeva hitno rješavanje ili može da čeka?

**radionice**

*Tatjana Jurić*

# Radionica

## 1

### PREPOZNAVANJE PROBLEMA uvodna sesija

*Pošto je proces prepoznavanja problema apstraktan i uopšten, u ovoj radionici se počinje od vježbe komunikacije sa sobom i drugima, čime se kreira opuštena atmosfera za rad. Cilj je da se učesnicima omogući da se upoznaju i da im se pruži prilika da bez ustezanja iznesu i izraze svoje stavove. Takođe, pruža im se prilika da postanu svjesni svojih snova, želja i planova za budućnost. To je važan korak jer omogućava učesnicima/ama da lakše i brže identifikuju prepreke i probleme koji sprečavaju ostvarivanje njihovih ciljeva.*

#### **Cilj:**

- omogućiti učesnicima/ama da se bolje upoznaju;
- unapređivanje vještina slušanja, pamćenja i govora;

#### **Potreban materijal:**

Papir za pravljenje bilješki, papir za pisanje, markeri.

#### **Preporučeno vrijeme:**

45 minuta

#### **Planiranje**

Ova sesija bi trebalo da bude kombinovana sa opštim pregledom tema o kojima će se raspravljati u budućim sesijama.

#### **Procedura:**

1. Zamolite učesnike/ice da se podijele u dvije grupe.
2. Zamolite članove/ice grupa da formiraju dva niza, stanu na suprotne strane prostorije i okrenu se jedni prema drugima. Započinje igra pod nazivom "Ja sam..."
3. Objasnite učesnicima da će raditi u parovima. Partner/ica svakog učesnika/ice će biti osoba koja stoji nasuprot njega/nje.
  - Svaki učesnik/ica sa osobom sa kojom radi treba razmijeniti sljedeće informacije:
    - lične informacije
    - omiljena igra iz djetinjstva
    - najzbudljivija stvar koja vam se desila u proteklih 30 dana. (uvodna aktivnost traje 5 minuta)
4. Objasnite učesnicima da će razgovarati jedno sa drugim 5 minuta i onda predstaviti svog

partnera ostatku grupe.

5. Učesnici/e predstavljaju svoje partnere govoreći u prvom licu jednine, (počinju riječima "Ja sam"), ne koristeći zabilješke.
6. Parovi će se smjenjivati sve dok se ne predstave sve osobe. (10 minuta)
7. Nakon toga, podijeliti učesnike/ce u nekoliko manjih grupa (u svakoj grupi najviše 6 učesnika). Počinje igra "Želje, snovi..."
8. Recite učesnicima/ama da, svako za sebe, 5 minuta razmisle kako bi voljeli da njihov život izgleda u budućnosti (porodica, posao, hobi, smještaj, profesionalno usavršavanje, ljudska prava i sl.) i da napišu na papiru svoje tri najvažnije želje.
9. Objasnite učesnicima/ama da u narednih 20 minuta treba da prezentuju svoje želje i objasne

razloge za takav izbor ostatku grupe. Takođe, potrebno je da grupa pripremi listu želja i ciljeva koji su prioriteti svim ili većini članova grupe (koja može biti napisana i/ili ilustrovana crtežima, na primjer kuće, željenog zanimanja i sl.)

10. Objasnite učesnicima/ama da će predstavnik/ca svake grupe u narednoj radionici prezentovati pripremljenu listu želja.

#### **Dodatna literatura:**

*<http://www.intergroupresources.com/all-different-all-equal>*

*<http://dramaresource.com/games/group-dynamics>*

# Radionica

## 2

### PREPOZNAVANJE PROBLEMA

*U ovoj radionici, omogućava se učesnicima da formulišu svoje želje i ciljeve, ali i da razmisle o realističnosti istih. Takođe, omogućava im se da prepoznaju prepreke i probleme u ostvarivanju želja i realizaciji ciljeva, kao i da razmisle o načinima njihovog rješavanja.*

#### **Cilj:**

- Omogućiti učesnicima/ama da prepoznaju prepreke i probleme za ostvarivanje želja i planova, te da shvate na koji način se oni mogu riješiti;

#### **Potreban materijal:**

Papir za pisanje, markeri.

#### **Preporučeno vrijeme:**

45 minuta

#### **Planiranje**

Ova sesija bi trebalo da bude kombinovana sa opštim pregledom tema o kojima će se raspravljati u budućim sesijama.

#### **Procedura:**

1. Predstavnik svake grupe će predstaviti listu želja i na zid zalijepiti papir na kojem je lista

napisana, kako bi ostali učesnici i edukatori mogli da prouče. (10 minuta)

2. Nakon toga, učesnici će proučiti i uporediti sve liste koje su na zidu i provjeriti šta imaju zajedničko. Edukator/ica će objasniti učesnicima/ama da naprave jedinstvenu listu sa tri želje koje se najčešće pojavljuju na listama. Počinje igra "Od snova do realnosti...".
3. Edukator/ica postavlja pitanje učesnicima da li su te želje realistične. Razgovor o realističnosti. (5 minuta)
4. Uzimajući u obzir samo realistične želje i radeći u ranije formiranim grupama, učesnici/e treba da identifikuju tri konkretna razloga koji mogu biti prepreke (problemi) za ostvarenje tih želja. Probleme je potrebno zapisati na papiru. Predstavnik svake grupe će predstaviti tri problema i zalijepiti taj

papir za zid. (15 minuta)

5. Svi učesnici zajedno biraju najvažnije probleme, čije rješavanje može omogućiti ostvarenje njihovih najznačajnijih realističnih želja i snova u budućnosti.
6. Edukator/ica postavlja učesnicima pitanje šta mogu da urade kako bi se dati problemi uspješnije riješili. (10 minuta)
7. Edukator/ica pita učesnike kako su se osjećali u toku ove radionice. Takođe, pita ih šta im se dopalo u radu i da li ih je nešto iznenadilo u procesu prepoznavanja problema. (5 minuta)
8. Edukator/ica zapisuje njihove riječi i najstimulativnija osjećanja, koji će pomoći efektivnosti radionice.

#### **Dodatna literatura:**

*<http://www.intergroupresources.com/all-different-all-equal>*

*Lučjan Kaluža*



# poglavlje **2**

zagovaranje i lobiranje

Kada želimo da nešto promijenimo u društvu u kome živimo, riješimo problem ili poboljšamo postojeće stanje u zajednici, onda moramo koristiti određene tehnike i metode koje će nam u tome pomoći. Te metode se nazivaju lobiranje i javno zagovaranje. U našem društvu se ovi pojmovi često koriste kako bi se opisali određeni postupci koji se vežu za negativna ponašanja, što je pogrešno. Lobiranje i javno zagovaranje su veoma korisna sredstva kojima se služimo u cilju ostvarivanja zajedničkih interesa.

### ***Pa dobro, šta to onda znači?***

U Bosni i Hercegovini je neophodno izvršiti niz društvenih promjena. Danas postoji mnogo nevladinih i sindikalnih organizacija, studentskih i učeničkih udruženja pa i neformalnih grupa građana koji se mogu aktivno uključiti u ove promjene na raznim nivoima. Te promjene mogu biti poboljšanje života određenih socijalnih grupa, smanjenje zagađivanja životne sredine, veća i bolja prava radnika, poboljšanje

uslova studiranja ili izgradnja školskog sportskog terena. Cilj lobiranja i zastupanja je da na određeni način utiču na one koji donose krajnje odluke. Donosioci odluka mogu biti osobe od uticaja na raznim društvenim nivoima, a najčešće su to političari/ke, direktori/ce, predsjednici/e određenih organizacija, vjerski lideri, ali i određene grupe kao što su poslanici/e, odbornici/e, vijećnici/e, nevladine organizacije itd. Dakle, svi oni koji mogu svojim postupcima uticati na promjenu koju želimo postići. U praksi se zagovaranje i lobiranje kao tehnike najčešće koriste istovremeno, nadopunjujući jedna drugu, i to u zavisnosti od planiranih aktivnosti.

### ***Šta je to javno zagovaranje?***

Javno zagovaranje je proces čija je svrha postizanje društvenih promjena koje mogu biti opšte, ali i specifične. Svako javno zagovaranje počinje onog trenutka kada se javi problem koji utiče na određenu grupu ljudi. Oni su tada spremni da utroše svoje vrijeme,



stručnost i raspoložive resurse kako bi kroz zajedničko djelovanje taj problem riješili i doveli do promjena. Zato se kaže da "zagovarati" znači govoriti u nečije ime kako bi se prevazišao aktuelni problem. Jedan od ciljeva je i pridobiti javnost na svoju stranu.

Neki od načina javnih zagovaranja su:

- demonstracije i štrajkovi
- potpisivanje peticija
- saopštenja za medije
- štampanje i distribucija biltena, promotivnih materijala itd.
- organizovanje različitih sportskih ili muzičkih festivala
- sudske tužbe itd.

### **A lobiranje?**

Sama riječ lobiranje potiče od engleske reči lobby i može se prevesti kao predsoblje ili hol. To su prostorije, najčešće u parlamentima, u kojima su se zainteresovana lica susretala, razmjenjivala informacije i dogovarala oko usvajanja određenih zakona, odluka

i sl. Lobiranje možemo posmatrati i kao specifičan oblik zagovaranja. To je jasno definisan i neformalan način uticanja na donosiocima odluka. Karakteristika lobiranja je otvorena (dvosmjerna) komunikacija koja utiče na povezivanje interesa različitih aktera, stvarajući situacije koje odgovaraju svim učesnicima i ulaganje u dugoročne odnose sa donosiocima odluka. U lobiranju je jedan od ciljeva pridobiti donosioca odluka na svoju stranu, što se može postići na različite načine, npr:

- slanjem pisma
- razgovorom licem u lice
- slanjem poruka preko trećih lica
- učešćem u zajedničkim aktivnostima sa donosiocima odluka

### **Kako da zainteresujem širu zajednicu?**

- **Postavite info-pultove u vašoj zajednici!**

Postavite info-pultove sa natpisima u kampusu ili vašoj zajednici (pored kafeterije, studentske unije, biblioteke,

lokalnog kafića, sportskog događaja) i na taj način ćete promovirati svoju ideju kako bi vam se priključile nove pristalice. Na vašem stolu/info pultu, neophodno je da stoje brošure ili pamfleti sa informacijama o vašoj organizaciji/grupi i predstojećim aktivnostima, kao i peticija za prikupljanje kontakt-podataka ili potpisa podrške. Prikupljanje kontakt-podataka je od suštinskog značaja jer na taj način možete biti sigurni da ćete imati podršku pristalica.

**Savjet:** donesite slatkiše, bedževe, olovke ili druge predmete koje možete dijeliti kako biste privukli ljude da posjete vaš sto/info pult.

- ***Održavajte redovne sastanke sa novim članovima!***

Redovno održavajte sastanke (jednom sedmično, mjesečno) sa novim članovima ili pristalicama. Pozivajte ljude da vam se pridruže tokom cijele kampanje. Na sastancima sa novim članovima predstavite svoju kampanju

i podgrupe, ukoliko postoje, ili oblasti kako bi mogli odmah angažovati pristalice. Ohrabrite sve učesnike da se javno prijave za podršku kampanji.

- ***Podstičite građane da vas podrže!***

Odšampajte letke o predstojećim aktivnostima i dijelite ih od vrata do vrata u vašoj zajednici, školi ili na fakultetu. Razgovarajte sa ljudima o vašoj ideji i predstojećim aktivnostima. Ako vam niko ne otvori vrata, ostavite letke na vidno mjesto.

- ***Informišite javnost!***

Dogovorite se sa vašim nastavnicima i profesorima da se redovno objavljuju aktivnosti koje sprovodite. Ukoliko škola ili fakultet imaju svoj radio, koordinišite da se redovno objavljuju informacije i predstojeća dešavanja.

- **Sklopite partnerstvo sa drugim organizacijama ili grupama!**

Pronađite još grupa ili organizacija koje zanima rješenje problema sa kojim ste suočeni. Ostvarite saradnju i partnerstvo i time će se vaša ideja proširiti na širu zajednicu.

- **Organizujte društvene događaje!**

Održavajte zabave, kućne sastanke, sportske događaje itd. kako biste pridobili nove pristalice. Redovno reklamirajte te događaje na društvenim i drugim medijima.

- **Razgovarajte!**

Razgovarajte sa drugim učenicima/ama, studentima/cama, kolegama/icama, poznanicima/ama u kafeteriji, restoranu, biblioteci, svuda!

- **Koristite društvene mreže!**

Korišćenjem društvenih mreža obezbjeđujete veću podršku za

vašu ideju. Redovno ažurirajte svoje Facebook i Twitter naloge, kreirajte posebne grupe i sl.

- **Identifikujte druge internet-grupe!**

Pronađite druge internet-grupe i pozovite ih da vas podrže.

- **Šaljite elektronsku poštu!**

Email/elektronska pošta je univerzalan, jednostavan i besplatan način komunikacije sa pristalicama. Na taj način ih možete redovno informisati, pozivati na sastanke i angažovati u svojim aktivnostima.

- **Pozivajte telefonom!**

Pojedinačan telefonski poziv je i dalje najefikasniji način da pozovete ljude da vas podrže. Ukoliko ih pozovete lično, veća je mogućnost da će se odazvati na vaše aktivnosti. Takođe, šaljite SMS ili druge poruke – veća je vjerovatnoća da će se one prije pročitati nego el. pošta.

**radionice**

*Lučjano Kaluža*

## LOBIRANJE I JAVNO ZAGOVARANJE

### Cilj:

- Razumijevanje tehnika zagovaranja i lobiranja kroz praktični primjer;

### Potreban materijal:

Olovke, papir A4;

### Preporučeno vrijeme:

25 minuta

### Procedura:

1. Podijeliti učesnike kako slijedi:
  - 1 učesnik/ca – Gradonačelnik/ca
  - 1 učesnik/ca – Vijećnik/ca ili odbornik/ca
  - 1 učesnik/ca – Predsjednik/ca mjesne zajednice
  - 1 učesnik/ca – Predsjednik/ca zajednice etažnih vlasnika/ca
  - Ostali – Omladina
2. Organizovati salu tako da svaki učesnik/ca koji/a ima dodijeljenu ulogu dobije adekvatan dio prostora (sto, stolica, itd). Trener treba

svakome ponaosob objasniti priču na sljedeći način: saopštiti da bez ustezanja mogu dodati i nešto svoje ili umetnuti u dio koji trebaju reći.

**Načelnik/ca:** "Ti si načelnik/ca opštine. Kada dobiješ papir sa potpisima, uz njega će stići i dopis na kojem će stajati da jedan kvart u gradu u svojoj blizini nema funkcionalno sportsko igralište. U stvari, postoji prostor koji bi se mogao iskoristiti za tu namjenu, ali je neuređen, neosvijetljen i noću se izbjegava, što znaju svi stanovnici tog kvarta, ali i grada. Grupa mladih se organizovala i željela je tu sagraditi sportsko igralište. Skupili su peticiju i potpise podrške. Od tebe traže podršku za ideju. Pozvaćeš odbornika/cu ili vijećnika/cu iz tog kvarta i reći ćeš da je ideja odlična i da ćeš je podržati, ali da nema dovoljno novca u budžetu i da bi bilo odlično ako se stanovnici mogu organizovati.

**Predsjednik/ca ZEV-a:** "Ti si predsjednik/ca ZEVA. Kada ti se obrati grupa mladih, potrebno je da kažeš da je to odlična ideja, ali da se ne

može ništa uraditi, kao i da ćeš pozvati predsjednika/cu mjesne zajednice pa ćeš se sa njim/njom konsultovati. Onda ćeš otići do predsjednika/ce MZ i razgovarati o toj ideji.

**Predsjednik/ca MZ:** "Ti si predsjednik/ca MZ. Kada ti se obrati predsjednik/ca ZEV-a, reći ćeš da i ti želiš da razgovaraš sa omladinom i zajedno ćete otići kod njih. Kada se susretnete sa njima, pitaćeš ih koje su njihove zamisli. Nakon toga, reći ćeš da u blizini živi jedan odbornik/ca ili vijećnik/ca kojeg/kuju ćeš pozvati na sastanak. Kada odbornik/ca ili vijećnik/ca dođe, zajedno sa prisutnima ćeš mu/joj predstaviti ideju.

**Vijećnik/ca ili odbornik/ca:** "Kada ti načelnik/ca saopšti da će podržati ideju, ali da se građani moraju organizovati i učestvovati, otići ćeš kod omladine i predsjednika/ce MZ i predsjednika/ce ZEV-a i to im saopštiti."

**Omladina:** "Kada vam odbornik/ca ili

vijećnik/ca saopšti informaciju, bićete tužni, ali jedan/na od vas će reći da će njegov/njen otac rado učestvovati u izgradnji volonterski. To će prihvatiti i ostali i reći da će i njihovi roditelji tako isto učiniti zajedno sa njima. Takođe, reći ćete da ćete odštampati plakate i postaviti ih po gradu da biste dobili podršku za vašu ideju.

3. Trener će nakon ovoga reći da se sve stvari vrata na početak i da učenici zauzmu svoja mjesta, a onda će im pročitati cijelu priču kako slijedi:

U jednom gradu u Bosni i Hercegovini postoji kvart koji u svojoj blizini nema funkcionalno sportsko igralište. U stvari, postoji prostor koji bi se mogao iskoristiti za tu namjenu ali je neuređen, neosvijetljen i noću se izbjegava, što znaju svi stanovnici tog kvarta, ali i grada. Kako se približavalo proljeće, omladina koja živi u tom kvartu se zapitala može li se tu napraviti sportsko igralište, jer nisu imali u svojoj blizini ništa slično. S druge strane, roditelji su željeli da njihova djeca budu u neposrednoj

blizini zgrade kada se igraju vani. Jednog dana mladi su se dogovorili da nešto preduzmu. Budući da nisu znali šta da rade, napravili su plan. Pitali su predsjednika/cu zajednice etažnih vlasnika za mišljenje. On/ona je rekao/la da je to odlična ideja, ali da ne može ništa uraditi po tom pitanju, ali i da će, s druge strane, pozvati predsjednika/cu mjesne zajednice pa će se sa njim/njom konsultovati. Nakon par dana pozvao/la je omladinu, a došao/la je i predsjednik/ca mjesne zajednice. Rečeno je da je najbolje da pozovu i jednog odbornika/cu tj. vijećnika/cu koji/a živi u neposrenoj blizini, a koji/a takođe ima djecu njihovog uzrasta. Tako su razgovarali sa odbornikom/com, a on/a im je rekao/la da će rado tu ideju predstaviti na održavanju gradske skupštine/vijeća. Međutim, rekao/la je i da bi bilo dobro da prikupe potpise što većeg broja građana kako bi ta inicijativa imala što veću podršku. Tako su podijelili zadatke. Omladina je skupljala potpise, predsjednik/ca mjesne zajednice i predsjednik/ca zajednice etažnih vlasnika/ca su

napisali pisma podrške, a odbornik/ca tj. vijećnik/ca je predstavio/la ideju na skupštini/vijeću.

Gradonačelniku/ci je omladina poslala pismo u kojem su zamolili za njegovu/njenu podršku. On/a je podržao/la ideju da se na toj lokaciji izgradi igralište, a skupština/vijeće je izglasalo odluku za tu namjenu. Ali, onda se pojavio problem. Nije bilo dovoljno novca u budžetu za izvođenje radova. Omladina je bila tužna, ali su i dalje tražili rješenje. Jedan od roditelja je rekao/la da će učestvovati u izgradnji dobrovoljno, pa se tako javilo još roditelja. U lokalnoj kopirnici su odštampali plakate i letke na kojima su naveli da žele sportski teren u svom kvartu i podijelili su ih stanovnicima. Vlasnik/ca jednog lokalnog preduzeća se javio/la i rekao/la da će im pomoći. I nije bio/la on/a sam/a, javilo se njih još nekoliko. To sve su predstavili Gradonačelniku/ci koji/a je dao/la saglasnost za izvođenje radova. Tako su se jednog proljetnog dana skupili roditelji i omladina i, uz podršku mehanizacije, zajedno napravili sportski teren.

## LOBIRANJE I JAVNO ZAGOVARANJE

### Cilj:

- Analiza pokazne vježbe i prepoznavanje korištenih tehnika ;

### Potreban materijal:

Flipčart papir, markeri;

### Preporučeno vrijeme:

15 minuta

### Procedura:

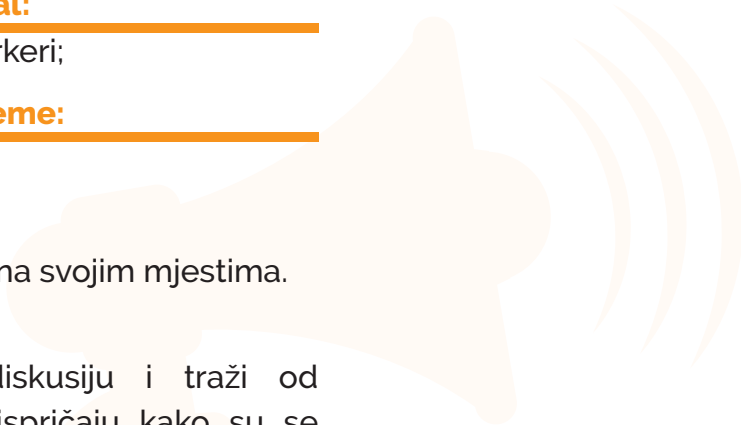
Učesnici/e sjede na svojim mjestima.

Trener otvara diskusiju i traži od učesnika/ca da ispričaju kako su se osjećali, a posebno da navedu šta su učesnici/e prepoznali/e od tehnika zagovaranja i lobiranja. Takođe, neophodno je da se definiše problem u zajednici, šta je cilj kampanje, ko je ciljna grupa i ko su donosioci odluka.

Njihova zapažanja trener zapisuje na flip-papir markerom određene boje. Markerom druge boje podvlači tehnike koje su korištene (pozivanje telefonom,

slanje pisama, lični razgovori, postavljanje plakata).

Nakon toga, trener postavlja sljedeće pitanje: a šta ako je načelnik/ca odbio/la prijedlog? Šta bi tada radili, tražeći od učesnika/ca kreativne ideje?





*Jasmina Keserović*



**poglavlje 3**  
aktivno glasačko pravo

1. Politička (ne)pismenost – demokratija,
2. Koliko smo aktivni i zainteresovani za politiku?
3. Šta nam kažu statistike
4. Budi promjena/pokreni se

**Političko opismenjavanje mladih,** prvenstveno u oblasti izbora i izbornog procesa, zasnovano je na demokratskom političkom uređenju, a jedna od najpoznatijih definicija demokratije glasi:

***“Pojam demokratija označava oblik vlasti u kojem sve odluke neke države direktno ili indirektno donosi većina njenih građana kroz poštene izbore.”***

Riječ „demokratija“ označava oblik vladavine u kojem odlučuju svi građani. To je suprotno od vlasti nekolicine ili samo jednog čovjeka. Demokratija ujedno predstavlja oblik vlasti u kojem sve odluke neke države donosi većina građana/ki kroz poštene izbore. Kad su svi navedeni uslovi ispunjeni, vlast se može opisati kao demokratska.

Sam pojam „demokratija“ je nastao u antičkoj Grčkoj u 5. vijeku p.n.e. Demokratija ili grčki demos što znači „narod“ i kratein što znači „vladati“, u izvornom smislu označava vladavinu naroda. Drevni Grci, u staroj Atini, koristili su riječ „demokratija“ za vlast mnogih u odnosu na vlast nekolicine. Ipak, mnogi ne smatraju staru Atinu demokratskim društvom, s obzirom na to da je samo mali dio građanstva imao pravo glasa, dok žene, robovi i stranci nisu imali to pravo. Samo oko 16% ukupnog stanovništva je imalo pravo glasa. Glasanjem su se u staroj Atini odluke donosile direktno, umjesto da se biraju predstavnici kao u savremenoj demokratiji.

**Modernu/savremenu demokratiju** možemo definisati kao sistem vlasti u kojem konačna politička moć, ili suverenitet, pripada narodu bilo direktno ili putem izabраниh predstavnika/ca. Savremene demokratije zasnivaju se na pravu učešća svih punoljetnih građana u izboru svojih predstavnika/ca (na svim

nivoima vlasti), koji onda vladaju na određeno vrijeme i u njihovo ime. To je takozvana posredna demokratija, i ona se razlikuje od neposredne demokratije, kakva je bila u antičkoj Grčkoj. Prva savremena demokratija je uspostavljena 1789. godine u Sjedinjenim Američkim Državama. Zadatak sa kojim se sve demokratije suočavaju jeste kako osnažiti suštinu, kako načela javne kontrole i političke jednakosti učiniti institucionalno efikasnijim, bilo da je riječ o demokratizaciji prethodno autoritarnog režima ili obnavljanju i produbljivanju demokratija tamo gdje one već dugo postoje.

***Demokratski sistem vlasti karakteriše politički pluralizam. Francuski filozof Monteskie (Montesquieu) je vjerovao da je najbolji način da se obezbjedi da vlast služi opštoj dobrobiti u državi ako se naprave sljedeći koraci: razdjeliti vlast na različite grane i dijelove tako da nijedna grana nema svu vlast, izbalansirati autoritet između tih grana tako da nijedan ogranak ne***

***može kontrolisati ostale, te omogućiti svakom ogranku da može provjeriti način na koji se drugi ogranaci koriste vlašću.***

Prema formi građanske participacije u procesu donošenja odluka, demokratija se dijeli na ***direktnu (neposrednu)***, gdje svi ljudi zajedno odlučuju o svim stvarima od javnog značaja, te ***posredničku (reprezentativnu)***, gdje narod ne donosi političke odluke neposredno, već neposredno odlučuje ko će u njegovo ime i u njegovom interesu te odluke donositi i izvršavati. Pored mogućnosti izbora, posrednička demokratija omogućava i kandidovanje na izborima. ***Danas, s obzirom na brojnost društvenih zajednica, prevladava posrednička demokratija, mada je demokratski sistem zadržao nekoliko mehanizama direktne demokratije: referendum, veto, narodna inicijativa i sl.***

Zainteresovanost mladih za politiku. Jedno od ključnih tumačenja važnosti učešća mladih nalazi se u Evropskoj

povelji o učešću mladih u životu na regionalnom i lokalnom nivou:

***“Aktivno učešće mladih u akcijama i donošenju odluka na lokalnom i regionalnom nivou od suštinske je važnosti ako želimo graditi demokratsko i napredno društvo. Njihovo aktivno građanstvo podrazumijeva posjedovanje prava, prostora i prilike, u pogledu čega je neophodno pružati im punu podršku, jačajući njihov uticaj na odluke, kao i njihovo angažovanje u aktivnostima koje doprinose izgradnji boljeg društva.”***

Zakon o omladinskom organizovanju RS i Zakon o mladima FBiH daju višestruk i višestran doprinos uključivanju mladih u društveni život, te odlučivanju o pitanjima od značaja za ovu populaciju. Konkretno, bilo da se radi o zapošljavanju, obrazovanju ili aktivnostima centra za mlade na nivou lokalne zajednice, mladi moraju biti dio procesa odlučivanja. Mlade je potrebno uključiti u procese odlučivanja na svim

nivoima vlasti, a koji se tiču mladih kroz Vijeća mladih/Omladinske savjete. Ustav BiH, kao i Izborni zakon, pružaju mogućnost da svaka osoba starija od 18 godina može birati i biti birana na izborima. ***Izbori*** su osnovno sredstvo putem kojeg su funkcioneri odgovorni i podvrgnuti volji naroda. Oni obuhvataju izborni sistem, zakonodavni okvir koji određuje sve pojedinosti izbora, te izborni proces. ***Politička stranka ili politička partija*** je društvena organizacija koja za cilj ima provođenje određene državne politike, zasnovane na određenoj ideologiji ili ekonomskim interesima. Političke stranke se bore za osvajanje vlasti putem izbora ili njeno održavanje ukoliko su je prethodno osvojile. Jedna od osnovnih dilema u teoriji stranačkih koalicija jeste da li su važnija mjesta u vladi ili ostvarivanje programa. Osnovna pretpostavka ovih teorija je da su političke partije i njihovi lideri/ke racionalni akteri/ke koji/e nastoje da maksimalizuju njihovu korist i osvoje vlast odnosno uđu u vladu. Prema različitim istraživanjima najviše je onih mladih koje zanima politika na

lokalnom nivou i nivou BiH. Postojeći društveni i politički procesi imaju veliki uticaj na mlade ljude u njihovom otuđivanju i negativnom stavu prema samoj politici i uključivanju u politička djelovanja. Mladi ljudi, iako zainteresovani za uključivanje u procese odlučivanja, danas se sve više povlače pokazujući apatiju, nepovjerenje prema politici i njenim akterima. Mladi u politici učestvuju nedovoljno ili simbolično, a samo tokom izbornih kampanja na njih se računa kao na važan segment biračkog tijela. Mladi u Bosni i Hercegovini su veliko biračko tijelo, čak više od 600 hiljada mladih u našoj zemlji ima pravo glasa. Šta nam ovo govori? Upravo mladi ljudi svojim glasanjem i izlaskom na izbore mogu da promjene čitavu političku scenu u BiH.

### ***Trenutno stanje/statistika***

Prema podacima Centralne izborne komisije, mladi su na izborima 2010. i 2012. glasali gotovo u jednakom procentu opšte izlaznosti na izbore.

Gotovo 280 hiljada je onih koji apstiniraju. Zanimljiv je podatak da mlade u FBiH manje zanima politika u Republici Srpskoj (18%), dok je politika na nivou EU zanimljiva za 30% mladih. Zainteresovanost mladih muškaraca i žena približno je jednaka, kao i zainteresovanost mladih koji žive u vangradskim i gradskim sredinama. U 2014. godini mladi su imali priliku da biraju između 65 političkih stranaka, 25 nezavisnih kandidata i 25 koalicija, što je više od 10 novoosnovanih stranaka koje su uglavnom nastale u 2013. i 2014. godini. Da li mladi glasaju? Iako vlada mišljenje da mladi ne glasaju, izborne statistike pokazuju upravo suprotno. Mladi ljudi čine 21,4% ukupnog biračkog tijela u Bosni i Hercegovini, a njihova izlaznost na opštim izborima 2014. govori da je, od ukupno 618.689 ili 18,85% registrovanih mladih u dobi između 18 i 30 godina, glasalo njih 319.464 ili 17,87%. Mladi ljudi glasaju jednako kao i ukupna populacija. Podaci o tome koliko su političke partije naklonjene mladima, odnosno koliko zastupaju interese mladih u svojim

programima uopšte nisu optimistični. Samim uvidom u dostupne programe političkih stranaka, može se vidjeti da većina stranaka nema nikakav poseban program namijenjen mladim ljudima. Mladi se uglavnom spominju u dijelovima programa koji tretiraju temu obrazovanja. Od ukupno 65 političkih stranaka prijavljenih na opštim izborima 2014. godine, samo je njih 14 u svojim zvaničnim programima imalo posebno poglavlje posvećeno mladima.

Svojim izlaskom na izbore i aktivnim glasanjem mladi ljudi u Bosni i Hercegovini mogu promijeniti cijelu političku scenu. Postavimo sebi ovo pitanje: da li smo spremni mijenjati trenutno stanje u kojem se nalaze mladi i, ako jesmo, šta čekamo!?

### ***Nevladin sektor ti daje šansu***

Nevladin sektor predstavlja aktivizam građana/ki u vaninstitucionalnoj politici. Drugim riječima, diskurs i praksa civilnog društva tiču se polja politike u širem smislu. Civilno društvo – kao polje

politike u širem smislu – predstavlja nadogradnju tj. kontrolni mehanizam u odnosu na polje politike u užem smislu – djelovanje državnih organa, nosilaca političke vlasti, političkih stranaka i to kako onih na vlasti tako i u opoziciji. Civilno društvo ima funkciju mobilizacije građana/ki za odbranu ličnih, političkih i socijalnih prava, rukovođeno vrijednostima slobode, jednakosti i pravde, a takođe i u sprezi sa razvojem demokratske političke kulture solidarnosti, kosmopolitizma, pluralizma, tolerancije, nenasilja i humanitarizma.

Neformalno obrazovanje označava organizovane procese vanškolskog učenja usmjerene na osposobljavanje i usavršavanje za rad, različite društvene djelatnosti te lični razvoj. „To je učenje koje se ne odvija u obrazovnim ustanovama i srednjim stručnim školama i za koje se obično ne dobija sertifikat. Istovremeno je sistematično (u pogledu ciljeva, trajanja i sredstava za učenje).“ (Evropska komisija 2001. str. 33)

Vršnjačka edukacija kao vid neformalnog obrazovanja ima za cilj prenošenje znanja sa jednog mladog čovjeka na drugog. Vršnjačka edukacija je planski vođen i kontinuiran proces kojim obučene, motivisane mlade osobe organizuju različite aktivnosti sa svojim vršnjacima. Vršnjaci imaju veliki uticaj jedni na druge. Grupa vršnjaka značajno utiče na to koje će vrijednosti, stavove i stilove ponašanja mlada osoba usvojiti, a to važi i za rizično i za sigurno ponašanje. Vršnjačka edukacija taj uticaj koristi na pozitivan način.

**radionice**

*Jasmina Keserović*



## **PREDIZBORNA KAMPANJA ja predsjednik!**

### **Cilj:**

- Približiti mladima politiku, izborni proces te zainteresovati ih za aktivno učešće;

### **Potreban materijal:**

Tabla, papir, glasački listići, glasačka kutija, markeri, olovke;

### **Preporučeno vrijeme:**

45 minuta

### **Učesnici:**

srednjoškolci/ke (20 do 35 osoba)

**Opis:** Vršnjački edukator(ka) otvara temu navodeći fokus, a to su izbori, izborni proces, gdje će današnja grupa biti mala zajednica (opština, kanton) i gdje ćemo demokratskim putem odabrati naše lidere/ke u vlasti.

**Otvaramo predizbornu kampanju.** Zatim voditelj/ka traži dvije osobe koje će biti predstavnici izborne komisije. Dobrovoljci/ke sjedaju za klupu, na

kojoj je papir na kojem piše IZBORNA KOMISIJA/POVJERENSTVO. A sada, da bismo imali kandidate za budućeg predsjednika/cu, šta nam je potrebno? Učesnici/ce pogađaju dok neko ne kaže – KANDIDATE. Šta treba neko da učini da bi bio kandidat? (Odgovor koji se traži je: da dobije određen broj potpisa za kandidaturu).

Nakon toga voditelj/ka zadaje zadatak da u narednih 5 minuta osobe koje žele da budu kandidati za predsjednika/cu moraju donijeti na papiru najmanje 5 potpisa izbornoj komisiji za svoju kandidaturu. Voditelj/ka treba da napravi ugodnu atmosferu tako da troje ili više osoba zaista želi da se kandiduje i da sakuplja od učesnika/ca potpise tj. podršku, te da ih brzo nose na ovjeru izbornoj komisiji. Nakon toga izborna komisija zasjeda i proglašava koliko imamo kandidata za predsjednika/cu (bilo bi dobro barem 3 osobe).

Nakon toga voditelj/ka pita sve ovjerene kandidate/kinje da izaberu šefa/icu predizborne kampanje. Kada oni/one to učine, proglašavaju ih

svojim predstavnicima/ama te odlaze na 10 minuta van učionice da dogovore pripreme kampanje (predizborni govor – program, slogan, vizuelni identitet kampanje itd.). Ostali učesnici/ce kao građani/ke imaju zadatak da pripreme set pitanja za kandidate/kinje.

Zatim slijedi predizborna kampanja – TV DUEL (prostor se podijeli, s jedne strane sjede kandidati/kinje za predsjednika/cu, a s druge strane gosti/šće emisije) - (15 minuta)

1. Biramo moderatora/icu
2. Kandidati/kinje imaju 2 minute za govor jedan/na po jedan/na, a zatim slijede pitanja publike

Nakon toga izborna komisija proglašava predizbornu ćutnju, te svi građani/ke dobijaju glasačke listiće na kojima je izborna komisija ispisala imena kandidata/kinja. Trebaju da zaokruže jednog kandidata/kinju i ubace listić u glasačku kutiju. Izborna komisija broji glasove te proglašava pobjednika/cu.

Pobjednik/ca mora da položi zakletvu (koju je u međuvremenu sastavila izborna komisija u prvom djelu vježbe) te održi kratak pobjednički govor.

Time završava simulacija. Sada svi zajedno sjedamo u krug i diskutujemo o tome šta smo naučili i zapazili tokom simulacije, pitamo kako su se osjećali građani/ke, da li im je bilo teško odlučiti za koga glasati, zašto su odabrali svog kandidata/kinju, je li političarima/kama bilo teško predstaviti svoj program i govor te kako su se oni osjećali?

Napomena: Ovo može biti simulacija tipa glasanje na općinskim/opštinskim izborima, pa se bira načelnik/ca, a ne predsjednik/ca.

*Miloš Dragović*



**poglavlje 4**  
omladinski aktivizam

Biti aktivan znači znati šta hoćeš i želiš i uraditi to. Na taj način direktno se utiče na lični razvoj kao i razvoj svoga grada i zajednice. Biti aktivan znači imati aktivnosti koje omogućavaju upoznavanje novih ljudi, putovanja, sticanje novih znanja (o održivom razvoju, ljudskim pravima, ravnopravnosti polova...), vještina (komuniciranja, marketinga, debatovanja, menadžmenta...). Aktivizam mladih predstavlja društveni angažman mladih koji su okupljeni oko neke zajedničke ideje i koji, kroz zajedničko umrežavanje i sprovođenje određenih projekata, za cilj ima unapređenje kvaliteta života mladih, sticanje kompetencija i rješavanje relevantnih pitanja, doprinoseći društvu kako u lokalnim zajednicama, tako i na državnom nivou. Aktivizam mladih predstavlja široku aktivnost koja obuhvata više različitih aktivnosti i projekata. Tako, on može podrazumijevati male lokalne akcije u lokalnim sredinama, ali i šire polje djelovanja na regionalnom, nacionalnom ili međunarodnom nivou.

Aktivizam je planirano ponašanje da bi se postigli socijalni ili politički ciljevi kroz aktivnosti kakve su podizanje svijesti, stvaranje koalicija, vođenje političkih kampanja, proizvodnja propagandnog materijala, stvaranje publiciteta, kao i preduzimanje drugih akcija kako bi se uticalo na socijalne promjene.

Aktivizam mladih obično podrazumijeva samoorganizovanje kroz formalne grupe – omladinske organizacije. Takođe, tu su i organizacije za mlade, one kojima ne upravljaju mladi, ali su posvećene radu sa mladima. Kroz ove oblike organizacija mladi sprovode različite akcije i učestvuju u raznim projektima. Stručna lica koja su angažovana u ovim organizacijama, a koja rade direktno sa mladima i na sprovođenju aktivnosti zovu se omladinski radnici i omladinske radnice. Još jedna mogućnost za omladinski aktivizam jeste i osnivanje, ili priključenje već postojećoj neformalnoj grupi mladih (školskoj sekciji, đачkom parlamentu, lokalnoj akciji i slično).

**radionice**

*Miloš Dragović*

# Radionica

## 1

### Korist od aktivnog uključivanja u društveni život

#### Cilj:

- Diskutovati o tome kakvu korist mladi mogu imati od aktivnog uključivanja u društveno koristan život i razgovarati o tome kakve vrste angažmana mladi poznaju;

#### Potreban materijal:

Kopije Tabele resursa A;

#### Preporučeno vrijeme:

45 minuta

#### Planiranje

Nije potrebno.

#### Procedura:

1. Podijelite učesnike u male grupe i podijelite studiju slučaja iz Tabele resursa A svakoj grupi.
2. Objasnite da svaka grupa treba da osmisli šta bi društveno korisno moglo da se uradi u slučaju studije koje su dobili.

3. Dajte grupama oko 15 minuta da diskutuju o studiji slučaja i osmisle rješenje na dobijenu temu.
4. Pozovite grupe da izlože svoja dobijena rješenja. Nakon svakog izlaganja im dajte vremena za komentare i diskusiju zasnovanu na sljedećim pitanjima:
  - Da li je to rješenje izvodljivo?
  - Kome se obratiti za pomoć?
  - Kako možete najlakše realizovati rješenje?
  - Šta bi mogle biti prepreke sa kojima ćete se suočiti pri uvođenju ovih promjena?
  - Zašto bi neke bile od koristi?
5. Pročitajte naglas **poglavlje 4: omladinski aktivizam** (str. 36), a onda iskoristite sljedeća pitanja da rezimirate sesiju.

## PITANJA ZA DISKUSIJU:

1. Koje vrste društvenih angažmana poznajete?
2. Koje od tih vrsta društvenih angažmana su najpotrebnije u vašoj zajednici?
3. Zašto je društveni rad ili angažman važan za mlade?
4. Da li bi, prema vama, mladi trebali da se više uključe u društveno koristan rad?
5. Da li je neko od vas nekada bio uključen u društveno koristan rad? Ako jeste, na koji način?
6. Šta ste naučili iz ove radionice?

## ZAVRŠETAK:

Mladi predstavljaju izuzetno značajnu kategoriju stanovništva i buduće nosioce promjena u društvu. Zato je neophodno posvetiti adekvatnu pažnju njihovim potrebama, stavovima i željama, kao i podršci i razvoju aktivizma mladih. Na kraju, ono što je najbitnije jeste da mladi treba da što više aktivno učestvuju u bilo kom obliku aktivizma i na taj način doprinesu donošenju odluka koje su od značaja za njihovu budućnost, kao i poboljšanju njihovog položaja u društvu. Iskustva mnogih zemalja su pokazala da bez aktivizma i učešća u društvenom životu mladi postaju „nevidljivi”, marginalizovani dio društva, a njihove potrebe bivaju zanemarene. Takva društva mladi napuštaju tako da, pored mladih, i društvo ima veliku odgovornost da zadrži mlade ljude nudeći im više mogućnosti da ostvare svoje potrebe.

## TABELE RESURSA A

### *Studije slučaja o društvenom angažmanu*

#### *Studija slučaja 1*

Grad je pogodilo veliko nevrijeme koje je napravilo mnogo štete na ulicama...

#### *Studija slučaja 2*

Obilne kiše su se sručile na grad. Katastrofalna klizišta su zadesila mjesto na kraju grada. Mnogi su ostali bez domova, a nadležni ne preduzimaju ništa...

#### *Studija slučaja 3*

Gradsko vijeće je donijelo odluku da sruši park u centru grada radi izgradnje zgrade...

#### *Studija slučaja 4*

Službenik za mlade pri opštini je raspisao konkurs za stipendiranje bez jasnih kriterija odabira...



*Ermin Hajder*



**poglavlje 5**  
komunikacijske vještine

**Komunikacija** je uvijek i svuda. Pojam komunikacija dolazi od latinske riječi **communicatio** što u prevodu znači obavijest ili obavještenje.

Postoji mnogo pisane građe o komunikaciji i komunikacijskim vještinama. Mnogo ljudi zna veoma mnogo o komunikacijama, ali ne znaju svi uspješno komunicirati.

U suštini, cilj razvijenih komunikacijskih vještina je – uspješna komunikacija. Komunikacija je uspješna ako zadovoljimo svoj cilj koji, naravno, mora biti legitiman i legalan.

Kao i sve druge vještine, poput sportskih, komunikacijske vještine se vježbaju tj. „treniraju“. Ali, isto tako i ova vještina ima svoju etiku – ne smije se zloupotrijebiti.

Uzimajući sve navedeno u obzir, zaključiću ovaj uvod sa tvrdnjom da: **Nije znanje – znanje znati, već je znanje – znati znanje dati.**

Tako i znanje o komunikacijskim vještinama ima svoju moć tek i samo onda kad se širi. A sada ga širimo...

### **KOMUNIKACIJE – PODJELA:**

Postoji mnogo podjela komunikacija, pa ću pokušati da predstavim one najvažnije. Prema adresi objekta komunikacije, dijelimo je na:

- intrapersonalnu – komunikacija sa samim sobom (razmišljanje),
- interpersonalnu – komunikacija sa drugom osobom,
- grupna – komunikacija sa ili između grupa i
- masovna – komunikacija sa javnošću tj. širom publikom.

Prema načinu, dijelimo je na:

- verbalnu – komunikacija govorom, razumljivim jezikom
- paraverbalnu – komunikacija kojom poruke isporučujemo bojom ili dinamikom govora, uzrečicama..
- neverbalnu – komunikacija govorom tijela i sl.

Prema stilu, dijelimo je na:

- pasivnu – komunikacija povlačenja
- asertivnu – komunikacija koja ističe vlastite interese ne ugrožavajući tuđe
- agresivnu – komunikacija dominacije i agresije govora.

Za uspješnu komunikaciju ipak nije dovoljno samo vladati komunikacijskim vještinama. Potreban je napor i vještina (htjeti i znati), a da bi garantovali uspjeh, neophodno je i **aktivno slušati**.

### **AKTIVNO SLUŠANJE**

Da bi uopšte htjeli komunicirati i komunicirati s nekim, moramo prvo slušati. Pored ušiju, aktivno se „sluša“ i očima – prikupljaju se neverbalne informacije koje sagovornik šalje.

Koliko i kako slušamo?

Slušamo sa 25 % svojih mogućnosti, pamtimo 50 % od onoga što čujemo, a od toga pola zaboravimo za 48 sati.

Sedamdeset odsto vremena kada smo budni – komuniciramo.

Treba znati slušati. Možemo tvrditi da slušamo, ali je veoma bitno na koji način slušamo.

Slušanje može biti:

- pasivno – pokazujemo da slušamo ali ...
- selektivno – samo ono što nas zanima
- defanzivno – osjećamo se ugroženima
- aktivno – potrebno posjedovati znanje i vještine.

## KAKO USPJEŠNO KOMUNICIRATI?

Prema do sada navedenom, potrebno je koristiti veliki broj znanjâ i vještina za uspješnu komunikaciju. Učenjem i treniranjem. Za uspješnu komunikaciju trebamo vješto koristiti verbalnu, paraverbalnu i neverbalnu komunikaciju i to u sljedećem omjeru:

- verbalna – 7%
- paraverbalna – 38 %
- neverbalna – 55 % - jer postoje naučne tvrdnje da ljudi upravo tako pamte.

Pošto znamo da ljudi većinom pamte očima i ušima, a ne razumom (misli se na verbalno izražavanje, nivo korištenja i fond riječi, razumljiv jezik govora), očito je da puno pažnje trebamo posvetiti upravo paraverbalnoj i neverbalnoj komunikaciji. Šta to znači?

Najbolje je koristiti se primjerom: U školi ili fakultetu najbolji utisak i vezu sa predmetom ostavlja onaj profesor koji:

- svojim izgledom gradi povjerenje i nenapadan autoritet,
- bojom glasa nije agresivan niti zamoran za slušanje,
- koristi dinamiku u govoru kad želi nešto posebno naglasiti,
- stoji ili kreće se tako da je svima vizuelno dostupan,
- dok govori, s uvažavanjem „hvata“ pogled učenika,
- nema napadne neverbalne gestikulacije (rukama, očima, glavom) niti ima uzrečice koje stvaraju komunikacijski šum („ovaaaaj“, „dakle“ i sl.).

Dakle, onaj profesor koji zna prenijeti znanje je sigurno u vašim očima veći kapacitet od onoga koji više zna ali ne zna prenijeti. O tome se i radi: o njegovim komunikacijskim vještinama.

Uticaj paraverbalne komunikacije je takođe jako velik. Pokušaj rečenicu „Britanci nikad na to neće pristati“ izgovoriti tako da svaki put jako naglasiš neku drugu riječ u toj rečenici. Svaki

put rečenica ima drugačije značenje.

Pri korištenju verbalne komunikacije bitno je da je koristimo na konvencionalan ili dogovoren način, što znači da se treba pridržavati gramatičkih pravila, prilagoditi jezik slušaocu i prilagoditi nivo svoje formalnosti.

Ako već koristimo verbalnu komunikaciju, onda komunicirajmo na asertivan način. Očito je da pasivni i agresivni način nisu korisni. Kakav je to asertivni način tj: šta je asertivnost?

Asertivnost je vještina koja omogućava da se izborimo za svoja prava, osiguravajući da se naše mišljenje i osjećaji uzmu u obzir, a pri tom ne narušavajući prava i mišljenja drugih.

Osnovni elementi asertivnog ponašanja su: jasno izražavanje ponašanja koje nam smeta, objašnjavanje razloga zbog kojih nam to ponašanje smeta (izražavanje vlastitog mišljenja, osjećaja i/ili posljedica tog ponašanja

izražavajući razumijevanje za drugu osobu) i jasno izražavanje našeg zahtjeva.

Primjer: „Razumijem da je tebi to neophodno i da mene vidiš kao izlaz iz teške situacije, ali ovaj put te moram odbiti jer nisam u situaciji da ti ponovo posudim novac, a i smatram da će ti to još dodatno otežati mogućnost da se izvučesh iz krize.“

Uspješna komunikacija mora biti: EFEKTNA (da ostvari ciljeve osoba koje komuniciraju jer su komunikatori sposobni razumjeti, objasniti i predvidjeti događaje u komunikacijskoj situaciji, te se ponašati u skladu sa svojim razumijevanjem i namjerama) i PRIKLADNA (da ne krši pravila, očekivanja ili norme jer se komunikatori usmjeravaju na druge osobe sa kojima komuniciraju, pokazuju zanimanje za vrijednosti i standarde drugih i uvažavaju interese drugih).

Prepreka uspješnoj komunikaciji su često predrasude i stereotipi.

## PORUKE

Komunikaciju koristimo i da bismo poslali određene poruke. Najčešće smo svjedoci reklamnih poruka kojima proizvođači komuniciraju sa nama na neverbalan način (spotovima, plakatima, dizajnom proizvoda, bojama, oblikom, imenom).

Kod slanja poruka veoma je važno to raditi na kreativan način. I u svakodnevnoj komunikaciji, kreativnost u sastavljanju poruke je veoma važna.

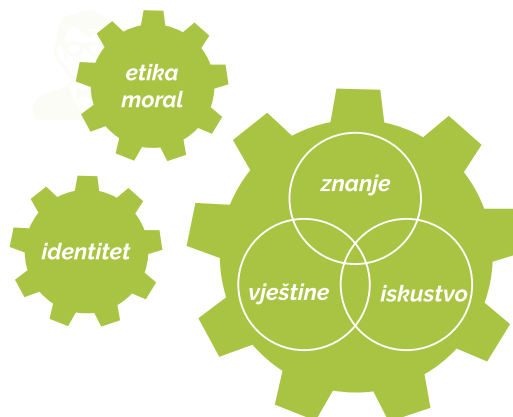
Izazivanje empatije (izliva osjećanja) je samo jedan, ali i najčešći način na koji nam se šalju neke poruke. Kad to znamo, onda je potrebno da ih tako i plasiramo.

Primjer: jedan siromašan i slijep čovjek je ispred sebe držao list papira na kojem je bilo napisano „**Ja sam slijep. Pomozite mi.**“ Drugi, također siromašan i slijep, na svojoj poruci je imao napisano: „**Danas je lijep i sunčan dan... ali ja to ne mogu vidjeti.**“ U tom slučaju,

kod osobe koja to vidi, bez obzira da li dan zaista bio lijep i sunčan ili tmuran, ovo izaziva empatiju i solidarnost. I to mnogo više nego u prvom slučaju. Važno je ispuniti cilj.

## IDENTITET I INTEGRITET

Identitet i integritet su sveobuhvatne teme – spadaju u individualne koncepte, ali imaju veliku povezanost sa vještinama koje su naprijed navedene. Ukratko: identitet je skup svih osobina pojedinca, razvrstanih u četiri osnovne kategorije: uloge (sin, kćerka, učenik), podloge (etnička, vjerska, nacionalna pripadnost, spol), ciljevi (fakultet, izdati knjigu, naučiti uspješno komunicirati) i afiniteti (provod, muzika, stil oblačenja).



Kada bismo dali zadatak grupi od 100 ljudi da napišu po 10 osobina u ove četiri kategorije, postoji skoro 100-postotna vjerovatnoća da nećemo imati dva ista identiteta – **toliko smo različiti.**

Integritet osobe, čiji je identitet sastavni dio, skup je svih osobina, vještina, činjenica i utisaka o nekoj osobi zbog kojih tu osobu u globalu smatramo cijenjenom. U integritet spadaju: sve osobine u identitetu, iskustvo-znanja-vještine, etika i moral.

## **KONFLIKT**

Najčešći povod, uzrok ili posljedica komunikacije je – konflikt. Konflikt, po pravilu, nije uvijek negativna situacija. Konflikt je pojam koji označava situaciju u kojoj postoje sukobljena najmanje dva i/ili više različita i suprotna



mišljenja o situaciji, zbivanju, tendenciji, osjećajima, načinu rješavanja nekog problema, nesaglasnosti ciljeva i mogućih načina njihovih ostvarenja i slično. Komuniciranje je jedini način vještog upravljanja konfliktom. Zato često rješenje konflikta nije kompromis (jer tad obje strane gube dio svojih interesa) nego konstantna saradnja – kolaboracija.

**Zaključak:** Očito je da sam samo naćeo neke teme komunikacijskih vještina koje možemo smatrati i ključem uspjeha. Njih ima još, ali za osnove – ovo je dovoljno. Svaki navod u ovome tekstu je posedna disciplina za učiti i vježbati, ali kolićina i potrebni intenzitet zavise od svake osobe pojedinaćno. Važno je da se prihvati ćinjenica da ćovjek ući dok je ćiv i da ući samo onaj koji „zna da ne zna“ (Konfućije).

**Ne znaš koliko imaš godina. Godine koje si potrošio – više nemaš. Imaš samo one koje su pred tobom... iskoristi ih!**

## **Sokrat – lekcija:**

Jedan čovjek dotrča do Sokrata da mu prenese najnovije vijesti.

„Stani! Jesi li prosijao ono što mi želiš reći kroz tri gusta sita?” upita Sokrat.

Čovjek razgorači oči: „Kakva tri sita?”

„Vidim da ti nije poznato. Dakle, prvo sito je **istinitost**. Jesi li provjerio istinitost onoga što mi želiš reći?” upita filozof.

„Pa, čuo sam...” čovjek odgovori.

Sokrat nastavi: „Jesi li propustio kroz drugo sito? To je **dobrota**. Je li ono što mi želiš reći zaista dobro?”

„Pa, nisam baš siguran...” izusti čovjek.

„Predimo na treće sito. Je li baš **neophodno** da mi to ispričaš?” nastavi Sokrat.

Nakon kraćeg oklijevanja čovjek tužno reče: „Pa i nije baš nužno.”

Na to grčki mudrac zaključio:

***Ako nešto nije istinito, dobro i neophodno, nemoj tim pričama uznemiravati ni mene, ni sebe, ni ostale.***



# radionice

*Ermin Hajder*

## KOMUNIKACIJA

### Cilj:

- Podstaći aktivno učešće svih članova/ica grupe i njihovu neverbalnu komunikaciju;

### Potreban materijal:

Nije potrebno;

### Preporučeno vrijeme:

10 minuta

**Zadatak:** Svi u grupi trebaju prestati sa verbalnom komunikacijom i do kraja vježbe držati se tog pravila: bez govora. Zadatak svakog člana/ice grupe je da glasno izgovori broj koji je sljedeći na redu. Npr. jedna osoba kaže broj „jedan“. Druga, koji ne mora biti pored njega/nje, kaže broj „dva“... i tako do zadnjeg broja koji odgovara ukupnom broja članova/ica grupe. Ukoliko se desi da dvije osobe istovremeno kažu broj, igra se iz početka.

**Rješenje vježbe:** da pojedinci u grupi koriste neverbalnu komunikaciju kako

bi se konsultovali i odredili koja osoba sljedeća izgovara broj, kako bi se ispunila vježba bez grešaka i ponovnog brojanja iz početka.

**Rasprava nakon vježbe:** kako su se učesnici osjećali kad im je zabranjena verbalna komunikacija? Kako se došlo na ideju da se komunicira neverbalno? Da li je moguće da se izdvoji jedan lider/ka koji/a će voditi vježbu jednostavnim pokazivanjem na osobu koja treba izgovoriti sljedeći broj i sl.

# Radionica

## 2

### 30 SEKUNDI SLAVE

#### Cilj:

- Stvaranje iskustva u javnom obraćanju;

#### Potreban materijal:

Nije potrebno;

#### Preporučeno vrijeme:

15 minuta

Objasnite da je to vježba u kojoj će svi na raspolaganju imati 30 sekundi da se obrate čitavoj grupi i to o bilo čemu, po vlastitom izboru. Kažite im sljedeće:

*„Kada istekne 30 sekundi, bez obzira na to šta se dešava, ja ću zapljeskati rukama i to će biti znak da svi počnu pljeskati sa mnom. U toku vaših 30 sekundi možete raditi šta god želite. Međutim, čak i ako prestanete govoriti, mi nećemo početi pljeskati sve dok ne istekne vaših 30 sekundi. Svako u grupi mora govorniku/ci pokloniti bezrezervnu pažnju i pratiti ga/nju sa oduševljenjem, entuzijazmom i*

*interesovanjem. Ni u kom slučaju nemojte prekidati govornike. Nemojte im ni pomagati na bilo koji način ako se zbune. Trebamo istom jačinom pljeskati zadnjem govorniku kao i prvom i svakom narednom.”*

Recite prvom učesniku/ci kad da počne; nakon 30 sekundi, čak i ako nije završio/la rečenicu, počnite pljeskati. Možda ćete ponekad trebati podsjetiti grupu da ništa ne govore dok im se druga osoba obraća, i vodite računa da sačekaju sve dok im ne date signal da počnu pljeskati, kao i da svakom govorniku poklanjanju jednaku pažnju.

**Rasprava nakon vježbe:** kako su se učesnici osjećali kad su došli u situaciju da izlažu pred publikom? Kakav im je bio govor tijela? Koje izlaganje je bilo najupečatljivije za većinu osoba u grupi? Zašto? Da li im je i u kojoj mjeri izlaganje otežavalo vremensko ograničenje? Kako su se osjećali nakon pljeska? Koje su vještine komunikacija koristili i sl.

## ISPADANJE

### Cilj:

- Stvaranje argumentacije – uvjeravanje;

### Potreban materijal:

Nije potrebno;

### Preporučeno vrijeme:

20 minuta

Učesnici/e grupe se dijele u manje grupe od po 5 osoba. Zadatak je da zamisle da su u velikom balonu, 500 metara iznad zemlje. Balon počinje naglo padati i oni moraju odlučiti koja osoba treba biti izbačena da bi se ostali spasili. Zadatak svake male grupe je da svi članovi/ce unutar grupe odaberu neku poznatu i/ili slavnu osobu i da u najkraćim crtama uvjere ostale članove grupe da upravo ta osoba ne treba biti izbačena iz balona. Priprema za ovu vježbu traje 2 minuta po grupi.

Nakon govora svih članova jedne male grupe, ostali/e učesnici/ke mogu

ocjenjivati govornike/ce i diskutovati o njihovim utiscima o favorizovanom/j govorniku/ci.

# LITERATURA

## AKTIVIRAJ - PRIRUČNIK O AKTIVIZMU ZA MLADE

- Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Društveni ugovor, Preuzeto 22. januara 2016, <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=16324>
- Međunarodna organizacija rada, Mladi, Preuzeto 20. januara 2016, [http://www.ilo.org/public/english/employment/yen/downloads/youthguide/part2\\_why.pdf](http://www.ilo.org/public/english/employment/yen/downloads/youthguide/part2_why.pdf)
- Zajedno učimo, Identifikacija problema, Preuzeto 4. Januara 2016, [http://www.mwftr.com/SD1415/B1221\\_Widdel\\_Problem%20Identification\\_EXAMPLE.pdf](http://www.mwftr.com/SD1415/B1221_Widdel_Problem%20Identification_EXAMPLE.pdf)
- Uspješne projektne metode, Planirnje je uspjeh, Preuzeto 12. Januara 2016, <http://prebenormen.com/leadership-2/problem-solving-leadership-2/the-2-step-rapid-problem-identification-method>
- Studiraj, Prepoznavanje problema i djelovanje, Preuzeto 20. januara 2016. <http://study.com/academy/lesson/the-public-policy-process-problem-recognition-policy-formation-policy-implementation.html>
- Vodici i strategije za studiranje, rješenje, Preuzeto 12. januara 2016, <http://www.studygs.net/problem/problemsolvingv1.htm>
- Lokalni izbori 2012 i Opći izbori 2014. – Analiza izbornog procesa, Centralna izborna komisija BiH
- Loewen, Bebette, Informalno i neformalno učenje - Analiza i perspektive, GIZ, 2011.;
- Šeherzada Halimić, Kemal Koštrebić, Nejra Neimarlija, Na putu ka politici prema mladima, Institut za razvoj mladih Kult, 2013.;
- Bernard Crick, Demokratija, TKD Šahinpašić, 2004.
- Dennis C. Mueller, Javni izbor, Masmedia

# LITERATURA

## AKTIVIRAJ - PRIRUČNIK O AKTIVIZMU ZA MLADE

- Hellena Rill, Tamara Šmidling, Ana Bitoljanu, 20 poticaja za buđenje i promenu, Centar za nenasilnu komunikaciju 2007.;
- Rusmir Pobrić, Mersud Gušić, Nejra Neimarlija Roić, Bojana Trninić, Šeherzada Halimić, Analiza politika prema mladima na svim nivoima vlasti u BiH za 2012. i 2013. g., Institut za razvoj mladih Kult, 2015.
- <http://www.izbori.ba>; Preuzeto 20. januara 2016.
- [www.vlastibih.com](http://www.vlastibih.com); Preuzeto 21. januara 2016.
- [www.budzeti.ba](http://www.budzeti.ba); Preuzeto 21. januara 2016.
- [www.mladi.org](http://www.mladi.org); Preuzeto 22. januara 2016.

