



## Zagovaranje i kampanja



## Zagovaranje i kampanja

---



Ova cjelina opisuje zagovaranje i kampanju kao učinkovite alternative migrantima i izbjeglicama koje omogućavaju bavljenje procesima i strukturama odlučivanja u svojoj novoj zemlji domaćinu i to i onda kada glavni sustavi političkog sudjelovanja nisu dostupni.

## Dati glas



Glisanje je prepoznato kao primarno sredstvo političkog sudjelovanja u demokratskim zemljama. Nažalost, mnogi migranti i izbjeglice nemaju ovo pravo u svojoj državi domaćinu pa su stoga često isključeni iz procesa donošenja odluka i struktura koje utječu na njihove živote. Ova cjelina razmatra mogućnosti koje imaju migranti u obrani svojih prava i davanju svog mišljenja o važnim pitanjima.

## Što je zagovaranje? Što je kampanja?



Metode zagovaranja i kampanje nude način da se ljudi društveno aktivno angažiraju i uključe u proces donošenja odluka o važnim pitanjima. To se odnosi na pružanje podrške ljudima, osobito najugroženijima, u izražavanju svojih potreba i zabrinutosti te očuvanju njihovih prava. Za razliku od usluge, zagovaranje i kampanja uključuju poduzimanje kolektivne akcije za postizanje određenog cilja. To može uključivati lobiranje, mobilizirati druge ili samo ispričati svoju priču koja može utjecati na promjenu.

## Koji su koraci u planiranju zagovaranja i kampanje?



Ako odlučite da su zagovaranje i kampanja odgovarajuće metode za isticanje i rješavanje vašeg problema, važno je imati plan djelovanja. Da bi kampanja zagovaranja bila uspješna, moramo istražiti i razumjeti problem kako bismo zaštitili vašu poziciju, pronašli saveznike za vaš uzrok koji će vam pružiti potporu, prepoznati i razumjeti vaše protivnike kako biste mogli razumjeti njihov položaj i identificirati alate koji će vam pomoći da kampanja postigne svoj cilj ili svrhu.

## Istražiti i shvatiti problem



Za uspješno zagovaranje i kampanju morate razumjeti uzrok i imati odgovarajuće znanje o postojećem problemu i kako to utječe na vas ili vašu zajednicu. Važno je da postoji potpora od strane drugih pojedinaca ili unutar zajednice.

Pronađite saveznike za svoj cilj



Saveznici su grupe ili pojedinci na koje je problem utjecao, zanimaju se za njega ili imaju sposobnost ili resurse da pomognu u kampanji. Vjerojatnije je da će kampanja rezultirati pozitivno ukoliko ima podršku mnogih ljudi. Dio istraživanja koji obuhvaća planiranje kampanje trebao bi obuhvatiti pronalaženje tko u toj zajednici utječe na evidentirani problem ili ispitati postoje li neki drugi aktivisti ili osnovane grupe zainteresirane za rješavanje ovoga problema. Istraživanje se provodi unutar i preko lokalnih društvenih medija platformi, publikacija, knjižnica, crkava i društvenih centara za potencijalne saveznike i pristaše.

Identificirajte i pokušajte razumjeti svoje protivnike



Lakše je planirati kampanju ako znate potencijalne protivnike. Potrebno je izraditi plan djelovanja na temelju kojega će se dalje razvijati taktike i strategije koje bi mogli koristiti oni koji su protiv vas. Upoznavanje i razumijevanje protivnika pruža priliku za rješavanje njihovih pritužbi ali čak ih, ako je moguće, treba uključiti kao saveznike.



## Uspostavite ciljeve i identificirajte alate koji pomažu u kampanji



Zauzimanje stava o određenom pitanju ili problemu može uključiti zauzimanje vrlo moćnih pojedinaca ili organizacija koje im možda trenutno nisu prioritet. Pod okom javnosti kampanje često uzrokuju potrebu odgovaranja na poduzete radnje.

Imajući to na umu, važno je da su svi koji su uključeni u potpunosti uvjereni da je problem vrijedan kampanje, da su jasni ciljevi kampanje i da imaju sposobnost upravljanja njome.

Ciljevi se mogu opisati u izjavi o misiji koja opisuje cjelokupni cilj kampanje, no, ciljevi bi također trebali biti podijeljeni u konkretne korake koje je potrebno poduzeti kako bi se postigli. To također pomaže u prepoznavanju vještina, alata i resursa potrebnih za svaku fazu kampanje. Resursi mogu uključivati pristup volonterima, financiranje, mjesta za sastanke i transport, kontakte s lokalnim i nacionalnim medijima te pristup informacijskim uslugama, bilo on-line ili knjižnicama.

## Inspiracija - medijske kampanje



<https://www.youtube.com/watch?v=-LDn32PzN-w>

<https://www.youtube.com/watch?v=JyL58vlbvgw>

<https://www.youtube.com/watch?v=KOKUT8mDCIc>

[https://www.youtube.com/watch?v=By\\_BHbskg\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=By_BHbskg_E)



### ***Get Inspired – Media Campaigns*** ***Inspirirajte se – medijske kampanje***

Pogledajte videozapise kako biste se inspirirali.

Unutar grupe raspravljajte o njihovoj poruci i što ih čini učinkovitima kao alate za kampanju. Ti su videozapisi korisni u smislu dokazivanja učinkovitosti medijske kampanje.

<https://www.youtube.com/watch?v=-LDn32PzN-w>

<https://www.youtube.com/watch?v=JyL58vlbvgw>

<https://www.youtube.com/watch?v=KOKUT8mDCIc>

[https://www.youtube.com/watch?v=By\\_BHbskg\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=By_BHbskg_E)



## Planiranje kampanje

---



### **Planiranje kampanje**

Nakon što pogledate jedan ili neki od tih videozapisa, pozovite grupu da razmišlja o zajedničkoj dogovorenoj temi na kojoj će se izgraditi kampanja zagovaranja. Upotrijebite predložak za planiranje zastupanja kako biste pomogli sudionicima u tom procesu.

# Hvala!



This project has been funded with support from the European Commission.

This document reflects the views only of the author and the Commission cannot be held responsible for any use which might be made of the information contained herein.

Project Number: 2017-1-FR01-KA204-037126





Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project Number: 2017-1-FR01-KA2040-057126



CARDET

CENTRE FOR THE ADVANCEMENT OF RESEARCH & DEVELOPMENT IN EDUCATIONAL TECHNOLOGY



Future In Perspective

USTANOVA ZA  
OBRAZOVANJE  
ODRASLIH | ADULT  
EDUCATION  
INSTITUTION



Speha Fresia  
SOCIETÀ COOPERATIVA

SUD CŪNCEPT

Coopérative de consultants | Bureau d'études et de Conseil