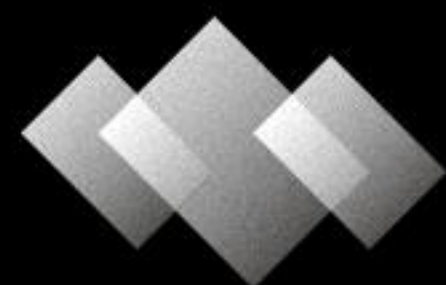


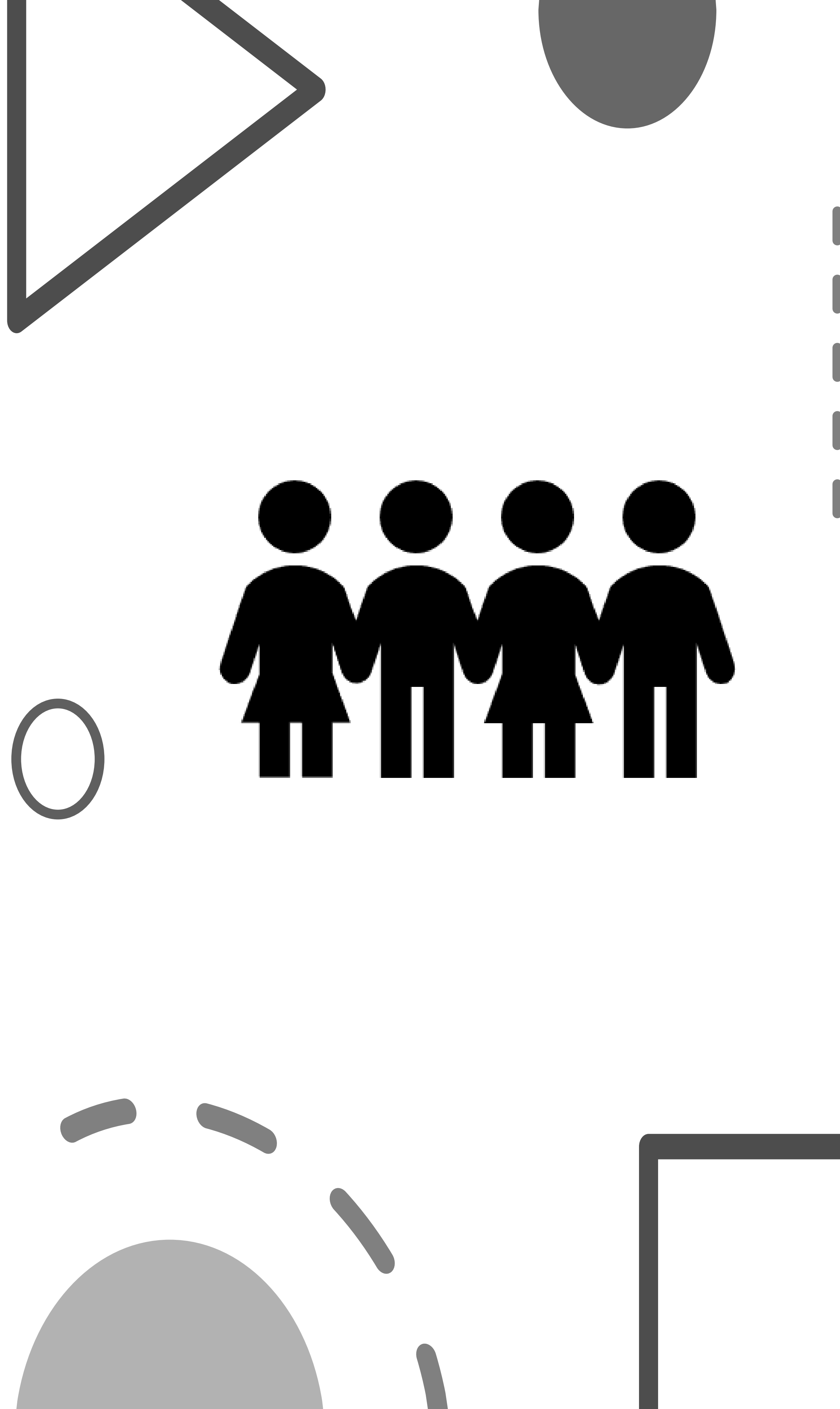
# Vključevanje javnosti v pripravo strateških dokumentov

Tina Divjak, CNVOS

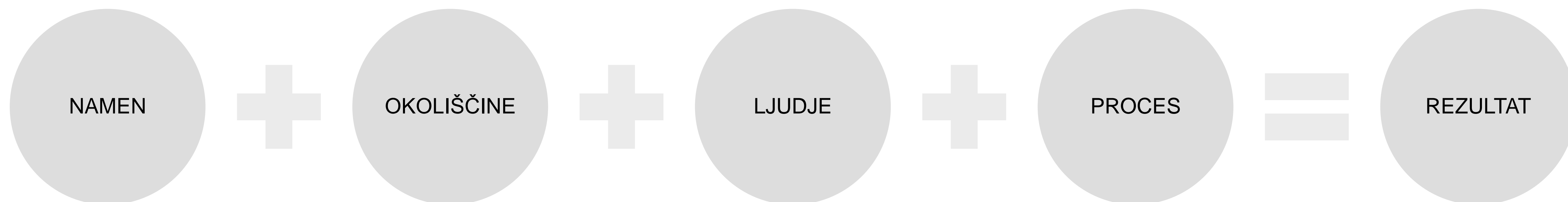


# Zakaj vključevati javnost?

- Razširitev pogleda, znanja in idej
- Prepoznava potreb različnih skupin
- Večja legitimnost odločitev
- Lažja implementacija strategije (realno odražanje potreb → „lastništvo nad vsebino“ → uspešnejši projekti)



# Učinkovito vključevanje javnosti



Kaj želimo z vključevanjem javnosti doseči?

Upoštevamo trenutno situacijo, zgodovino zadeve, obstoječe odnose

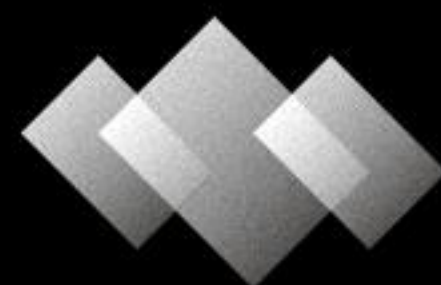
Vključimo vse ključne deležnike in ostale zainteresirane

Izberemo metode in orodja, ki odgovarjajo namenu, okoliščinam in ljudem



# Nasveti za uspešno vključevanje

- **Preden se začnemo posvetovati, premislimo, kaj od sodelovanje pričakujemo.** Od tega je odvisno, kdaj, koga in kako bomo vključili (katere metode bomo uporabili)
- **Tisti, ki bodo odločali o vsebini, morajo v procesu sodelovati ves čas.**
- **Javnost vključimo čim prej.**
- **Zagotovimo dovolj časa za pripravo in odziv.**
- **Načrtujmo realistično in sorazmerno** (kaj lahko v danih okoliščinah naredimo)





## **Načrtujemo proces vključevanja javnosti → pripravimo procesni načrt**

- **Če vnaprej opredelimo aktivnosti in metode, si lažje razporedimo čas in načrtujemo delovne obremenitve**
- **Če premislimo, koga bomo vključili v določeno fazo, je manj možnosti, da se kdo počuti izključenega (vnaprej se izognemo nasprotovanju)**
- **Če premislimo metode, ki so prilagojene deležnikom, bomo od njih dobili boljše in bolj tehtne predloge.**
- **Če premislimo, kaj lahko gre narobe, se lahko vnaprej izognemo nekaterim težavam.**
- **Če načrtujemo, lahko sproti merimo napredek.**



# Načrtovanje procesa:

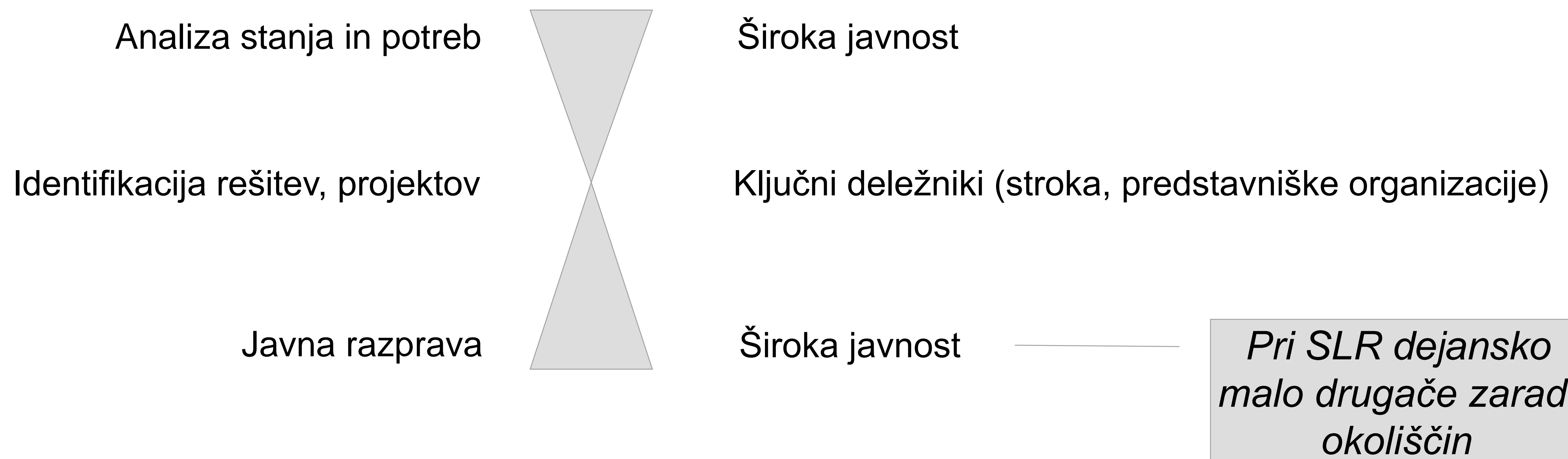
## 1. CILJI VKLJUČEVANJA JAVNOSTI

- **Splošni cilj je vedno enak:** dobiti kakovostne in pretehtane ideje in rešitve
- **Operativni cilji se razlikujejo od faze priprave, v kateri smo, in od vsebine dokumenta. Možni operativni cilji za strateške dokumente:**
  - Pridobiti informacije o stanju na terenu (kaj že obstaja)
  - Pridobiti informacije o potrebah (kaj manjka)
  - Pridobiti ideje za projekte (kaj bi lahko delali)
  - Preveriti že oblikovane rešitve, najti alternative



## 2. DELEŽNIKI

- **KDO?** Vsi tisti, na katere strategija vpliva ali bi lahko vplivala + zainteresirani, ker se strokovno ukvarjajo z določenim področjem
- Širina in identifikacija odvisna od ciljev proces
- Sistem dvojne peščene ure



# **Deležniki - nasveti**

---

**Identifikacija deležnikov naj bo čim širša, pojdimo dlje od običajnih osumljencev (+ posebne zahteve LEADER/CLLD)**

---

**Zelo nam lahko pomagajo strokovnjaki = se poklicno ukvarjajo z nekim področjem (raziskovalci, gospodarstvo, nevladne organizacije)**

---

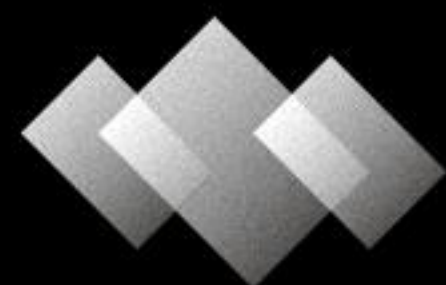
**Premislimo tudi o tistih deležnikih, ki so manj vidni oz. z njimi še nimamo stikov (za dostop „uporabimo“ NVO)**



# 3. METODE

= oblike in načini dialoga z deležniki

- Izberemo glede na identificirane deležnike in fazo priprave
- Najpogostejše metode:
  - Anketa, intervju
  - Fokusne skupine
  - Delavnice oz. posveti
  - Konference
  - Javna razprava
- Bolj ali manj vse so lahko pisne (elektronske) ali v živo
- Zelo pomembno je **moderiranje**



# 4. INFORMIRANJE JAVNOSTI (o procesu vključevanja)

- **Praden začnemo informirati, moramo:**
  - Pripraviti ustrezna gradiva (vsaj vprašanja, na katera želimo odgovore, analizo stanja ipd.)
  - Izdelati urnik (kdaj se bo zgodilo kaj)
  - Določiti obliko posameznih informacij (povzetek, vprašalnik, graf)
  - Določiti kanale za posredovanje informacij (spletna stran, družbena omrežja, tiskano gradivo, ...)
- **Uporabljamo jasen in preprost jezik**
- **TRANSPARENTNOST: kaj delamo, kaj od javnosti pričakujemo, kaj se bo zgodilo potem**



**VKLJUČEVANJE JAVNOSTI V LAS IN  
PRIPRAVO SLR**



# Praktična uporaba formule ***namen + okolščine + ljudje + proces = rezultat***

## ➤ Namen:

- OBLIKOVANJE LAS (upoštevati načela CLLD/LEADER o čim večji vključenosti – mladi, ženske, ranljive skupine, NVO): zagotoviti zastopanje čim večjega števila različnih deležnikov v LAS

Dobre prakse  
LAS?

- OBLIKOVANJE SLR: pridobiti mnenje glede **stanja stvari** in **potreb**, ki sodijo v okvir SLR

➔ **Nasvet – analiza stanja:** „popredelčkan pogovor“ – kaj že obstaja na določenem področju (konkretno, preprosto, na podlagi že narejene osnove)

➔ **Nasvet - potrebe:** pogovor naj teče o čim bolj konkretnih stvareh/idejah (model: participativni proračun, kjer ljudje predlagajo konkretne investicije in programe)



## ➤ Ljudje:

- **kdo** mora biti vključen v LAS, za **koga** je treba v SLR „poskrbeti“ in **kako do njih** (ženske: Aktiv kmečkih žena, Društvo kmetič, OZ RKS, župnijska Karitas; za mlade: mladinski centri, mladinska društva in mladinske sekcije gasilskih in drugih društev; ranljive skupine: humanitarne organizacije in socialnovarstvene NVO, ki delajo z Romi, migranti, odvisniki)
- strokovno: obrtniki, gospodarstveniki, NVO, šole, vrtni (njih se lahko izkoristi tudi za kakšne ankete staršev)



# Krog deležnikov – peščena ura

- **Peščena ura je v tem primeru drugačna:**
  - Faza predpriprave: Najprej ožji krog strokovnjakov in „posrednikov“ (tistih NVO, ki bodo most do ljudi) – za osnovne ideje + ideje za proces (kako priti do ljudi in jih motivirati)
  - Široko zbiranje predlog za analizo stanja in potrebe – npr. delavnice z različnimi interesnimi skupinami.
  - Ožje: priprava osnutka besedila
  - Široko: javna razprava o predlogu



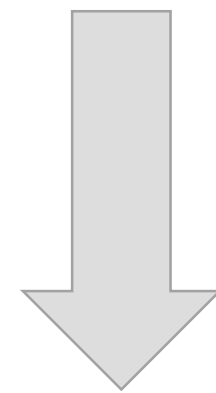
# Okoliščine

- **Nov SLR se dela v nekem zatečenem stanju – ali ljudje po vseh teh letih CLLD še ne poznajo ali pa imajo do mehanizma izdelano močno stališče**
- **Potrebno analizirati probleme, ki **zavirajo vključevanje****

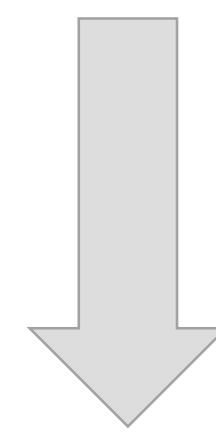
Problem (by NVO)	Rešitev	Kdo lahko reši?
Finančno zahtevni projekti (ni predplačil, dolgo čakanje, DDV ni upravičen strošek, preveliki projekti)	Urediti v izvedbeni uredbi	MKGP, MGRT, SVRK + LAS glede velikosti projektov
Administrativna zahtevnost (3 ponudbe, preveliki detajli)	Poenostaviti izvedbo, možnost pavšalov!!!	Izvedbena uredba + LAS
Nepoznavanje in nerazumevanje	Bolj življenjska komunikacija	LAS
Pomanjkanje transparentnosti	Jasen proces, objava odločitev	LAS

# Okoliščine

- **Veliko tistih, ki so že sodelovali v LAS, ne sodeluje več zaradi finančno-administrativnih razlogov ali občutka „itak je že vse zmenjeno“**



**Potrebna je dodatna motivacija za vključevanje**



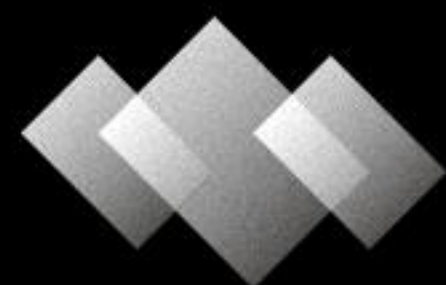
**KAKO?**





# Koraki za boljše vključevanje

- Večja transparentnost: kje smo, kaj delamo, kaj se bo zgodilo + obljuba transparentnosti glede prihodnosti (postopkov in pozivov, kako bo izgledalo)
- Predpriprava s ključnimi deležniki
- Kaj bo zdaj drugače (ugotoviti, zakaj so nekateri odšli in ali lahko to spremenimo)
- Komuniciranje možnih projektov: ljudje se lažje vključijo, če govorimo o konkretnih zgodbah (kaj smo že financirali, kaj bi še lahko) → vodilni partner potem te predloge „pretvori“ v jezik strategije



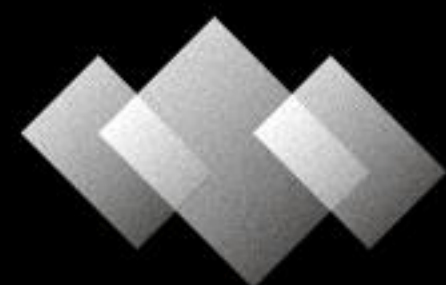
# Proces - metode

- **Odvisno od namena vključevanje**
- **Za analizo stanja + zbiranje potreb in idej:**
  - fokusne skupine za strokovnjake,
  - delavnice za širši krog deležnikov, ki so lahko organizirane po deležnikih ali področjih (dobro jih je „nalepiti še na kakšno druženje)
  - ankete za širšo javnost ali posamezno skupino deležnikov (npr. starši) (razmisliti o nagradi za sodelovanje, npr. nagradno žrebanje za ....)



# Nasveti - komuniciranje

- **Razumljivo komuniciranje je nujno za dobre rezultate (od samega začetka = oblikovanja LAS pa vse do podprtih projektov)**
- **Uporabljati razumljiv, vsakodneven jezik (čim manj izrazov iz uredbe, uradnih dokumentov)**
- **Pri javnih razpisih uporabljamo standardni projektni jezik (npr. ne operacija, ampak projekt)**
- **V javne pozive vključimo čim več navodil in pojasnil. Ne sklicujemo se na SLR, ampak povzetek (cilji, ukrepi) vključimo v javni poziv. Rezultatski okvir razložimo in damo ideje.**
- **Od prijaviteljev ne zahtevamo stvari, ki jih lahko samo odkljukamo**
- **Izbrane projekte predstavimo v živem jeziku (ne kopiramo iz prijave)**



## Rezultat 1 Okrepljena zagovorniška/watchdog vloga nevladnih organizacij

- Število nacionalnih politik in zakonodajnih aktov, na katere so vplivale NVO
- Število NVO, ki uporabljajo analize in dokaze za podporo svojim političnim pobudam in predlogom
- Število medijskih objav, v katerih NVO prispevajo strokovne poglede o specifičnih družbenih tematikah

### **Učinek 1.1 Spodbujeno sodelovanje državljanov v aktivnostih NVO**

- Število NVO, ki so mobilizirale državljanke za sodelovanje v svojih aktivnostih, vključno s sodelovanjem v procesih odločanja

### **Učinek 1.2 Politične pobude, ki so jih vložile nevladne organizacije**

- Število z dokazi podprtih političnih pobud in predlogov, ki so jih vložile NVO
- Število NVO, vključenih v spremljanje procesov odločanja v javnem in zasebnem sektorju

### **Učinek 1.3 Uporabljeni inovativni (novi ali izboljšani) pristopi in metode pri zagovorništvu in izvajanju kampanj**

- Število uvedenih/vpeljanih inovativnih zagovorniških metod
- Število izvedenih ozaveščevalnih kampanj

## Programski rezultat 1: Okrepljena zagovorniška/watchdog vloga nevladnih organizacij

V okviru tega rezultata želimo podpirati nevladne organizacije, da bi postale aktivnejše, glasnejše in vplivnejše pri oblikovanju in spreminjanju lokalnih ali nacionalnih predpisov in politik ali pri spremljanju dela javnih institucij. Razmislite, s katerimi problemi se srečujete in ali je te mogoče rešiti z lokalnim ali nacionalnim predpisom. Po tem se vprašajte, kaj natančno je rešitev, kaj je treba spremeniti, koga morate vključiti v akcijo, s katerimi organizacijami morate sodelovati, da bi bili uspešnejši, kako lahko spodbudite druge občane, da se bodo tudi oni aktivirali, katere podatke rabite, da boste župana lažje prepričali (npr. na podlagi česa boste določili pravo rešitev, kako se tega lotevajo v drugih občinah ipd.). Razmišljate lahko tudi o spremljanju dela javnih institucij, npr. o analizi, kako porabljajo javni denar, kakšne rezultate imajo, kako upravljajo z lokalnimi naravnimi viri ali infrastrukturo. Pri tem pa morate razmisliti, kako boste ugotovitve predstavili ljudem, da jih bodo razumeli; kaj boste naredili potem (kako boste uporabili podatke), ali se da iz tega narediti kaj trajnega, tako da bi ljudem takšni podatki bili vedno na voljo ipd.

#### *Primer možnega zagovorniškega projekta*

*Problem: V vašem mestu, ki se razvija in širi, ni kolesarskih poti. Število kolesarjev se povečuje, kolesarjenje je dobro za okolje in zdravje, zato ga moramo spodbujati, ob tem pa misliti tudi na varnost kolesarjev in drugih udeležencev v prometu.*

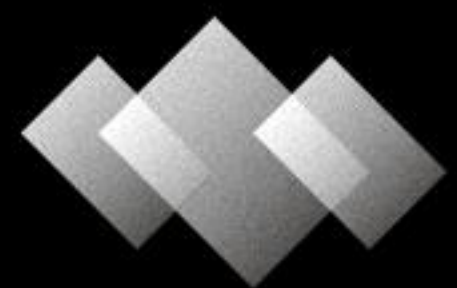
*Rešitev: vzpostavitev novih/dodatnih kolesarskih poti*

*Aktivnosti: razmisliti morate, kako priti do rešitve. Pri tem vam lahko pomagajo naslednja vprašanja: Katero priložnost lahko izkoristimo? Kako so v sosednji občini uspeli narediti kolesarske poti (kdo je predlagal, kje so dobili denar)? Lahko prepričate vašega župana? Ali občina že ima kakšne načrte v zvezi s tem? Kje lahko dobite to informacijo? Ali poznate koga na občini, ki bi vas lahko bolj informiral o tem? Ali se kdo od vaših znancev spozna na to? Ali vam lahko kakšna organizacija pomaga pri tem?*

*Ko poznate odgovor na zgornja vprašanja, veste, pri čem ste, kakšno je stanje. To je t. i. analiza stanja, ki jo lahko že poznate ali pa jo vključite v projekt, jo boste torej šele naredili.*

*Od trenutnega stanja je odvisno, kako se boste zadeve lotili. S kom morate sodelovati – katera od nevladnih organizacij bi lahko bila zainteresirana za sodelovanje, ali obstaja kakšno lokalno podjetje, ki bi vas lahko podprlo (npr. kolesarska trgovina/servis)? Kako boste prepričali javnost, da vas aktivno podpre – več ljudi ima več možnosti, da skupaj prepriča župana.*

*Ko imate odgovore na ta vprašanja, je vaš projekt bolj ali manj napisan.*



**HVALA ZA POZORNOST!**

[tina.divjak@civos.si](mailto:tina.divjak@civos.si)



**c i v o s**