

# **Uloga lokalnih vlasti u promociji evropskih vrednosti**

## **u zaštiti životne sredine i održivog razvoja**

# PROJEKAT

- Projekat: EVROPA ZNAČI DA...
- Izazovi evropskih integracija u oblastima zaštite životne sredine i održivog razvoja
- Cilj projekta je približavanje evropskih politika u ovom domenu i pridobijanje različitih segmenata javnosti i populacije evropskim integracijama
- Taj put ne počinje i ne završava se na globalnom i državnom nivou nego tamo gde ljudi žive, gde stvaraju i troše, gde provode najviše vremena
- Lokalna sredina i lokalna samouprava su u centru pažnje ovog projekta

# KOMUNIKACIJA

- Usaglašavanje regulative, donošenje novih zakona i propisa deo su velikog posla koji je Srbija započela na ovom planu
- Informisanje i uključivanje različitih javnosti (opšte, stručne, poslovne...) stalni je zadatak i ozbiljan izazov koji predstoji
- Dosadašnji rezultati na tom planu su nepotpuni, a efekti nedovoljni
- Zaštita životne sredine i održivi razvoj još nisu teme od prvorazrednog značaja

# POPULACIJA

- Imajući u vidu da problemi zaštite životne sredine i održivog razvoja ne mogu mimoći nikoga, pitanje je koliko stanovništvo to razume i šta od brojnih mera podržava
- Podaci pokazuju nepovoljnu obrazovnu i starosnu strukturu populacije, povećanje nezaposlenosti, siromaštva, socijalne ugroženosti i nezadovoljstva
- Mnoge ciljne grupe naše komunikacije su, sociološki rečeno, “defavorizovane” i apatične
- Jedni ne vide izlaz ni u integracijama, drugi se upravo uzdaju u njih

# LOKALNA SAMOUPRAVA

- Stepen urbanizovanosti u Srbiji nije visok, što znači da ni infrastrukturna situacija nije najpovoljnija
- Lokalna samouprava nema status i kapacitete koji bi bili optimalni, ili približni standardima Saveta Evrope
- Do skora opštine nisu imale vlasništvo, sve je bilo centralizovano, ključnim resursima upravlja se na republičkom nivou... ali, najavljene su promene
- U EU najveći deo politika u zaštiti životne sredine i održivom razvoju odvija se na lokalnom nivou
- Ovaj projekat treba da ojača LS za pomenute zadatke

# JAVNO MNENJE

- Postoje problemi u konstituisanju tzv. javne sfere u Srbiji, na šta utiče i protivrečna uloga medija
- Podeljena su mišljenja javnosti o većini pitanja
- Nedovoljna je informisanost građana, ali primetno je nastojanje da se o svemu ima stav
- Odnos prema evropskim integracijama je promenljiv, podložan situacionim ocenama i pod uticajem je dnevne politike i skepticizma
- Tokom vremena podrška učlanjenju u EU ne raste, a naklonost je različita u pojedinim ciljnim grupama
- Nezadovoljstvo stanjem životne sredine je primetno

# PRIMEDBE GRAĐANA

- Analize i istraživanja pokazuju da se mediji nedovoljno bave zaštitom životne sredine i održivim razvojem u sklopu EU integracija
- Iznose se deklarativni stavovi a nema životnih priča i primera, pa se građani pitaju šta za njih znače ovakve integracije
- Građanima treba odgovarati na konkretna pitanja i navoditi stvarne situacije i argumente
- Malo se govori o poljoprivredi, obrazovanju, zdravstvu, zaštiti potrošača, mladima, iskustvima drugih zemalja
- Objasniti građanima kako će to uticati na njihov život

# STAVOVI O MERAMA

- Građani predlažu sledeće mere u ZŽS:

	%
1. Rigorozno insistiranje na poštovanju zakona	19.2
2. Oštro kažnjavanje zagađivača	31.1
3. Kreditiranje unapređ. tehnologije i postavljanja filtera	8.7
4. Zabrana proizvodnje opasnih proizvoda	3.2
5. Zatvaranje pogona koji zagađuju	2.6
6. Edukacija stvarnih ili potencijalnih zagađivača	16.7
7. Kampanje zaštite životne sredine	12.7
8. Neke druge mere	3.7
9. Nijedna mera ovde ne bi dala dobre rezultate	0.5
10. Ne znaju, ne umeju da odgovore	1.5
UKUPNO:	100.0

# STAVOVI O ODGOVORNOSTI

- Građani smatraju da su za ZŽS najodgovorniji:

	%
1. Političari i stranke	10.4
2. Država i njeni službenici	<b>26.6</b>
3. Lokalna samouprava	11.4
4. Nevladin sektor i organizacije	0.4
5. Privreda i privrednici (biznis)	4.7
6. Naučne i stručne organizacije	1.8
7. Sami građani	<b>31.9</b>
8. Neko drugi	1.3
9. Svi bi trebalo da brinu o tome	10.1
10. Ne znaju, ne umeju da odgovore	1.4
UKUPNO:	100.0

# NAJVEĆI PROBLEMI

- Građani navode probleme ŽS na lokalnom nivou:

	%
1. Zagađenje vazduha	<b>17.5</b>
2. Loše upravljanje otpadom, divlje deponije	<b>24.0</b>
3. Opasan otpad	4.6
4. Zagađeni vodotokovi	<b>14.7</b>
5. Nedostatak zelenih površina	6.0
6. Buka	6.4
7. Loša urbanizacija, divlja gradnja	8.6
8. Opšta nebriga	<b>12.8</b>
9. Neki drugi problem	3.9
10. Ne znaju, ne umeju da odgovore	1.4
UKUPNO:	100.0

# STARI I NOVI MEDIJI

- U Srbiji dominira praćenje televizije i to rekreativnih i zabavnih sadržaja, pored osnovnih informativnih
- U promociji zaštite životne sredine, održivog razvoja i evropskih integracija treba koristiti sve medije
- Lokalni mediji su dosta razvijeni (R, TV, pa i Š)
- Internet i *Facebook* koriste ne samo mladi nego i mnogi drugi, njihov uticaj se proširuje
- Danas većina političara ima svoje profile, opštine imaju dobre ili slabije sajtove, pojedinci blogove...
- Novi mediji, nove teme, lica, stavovi... novi su izazovi ali i opasnosti

# OTPORI I STEREOTIPI

- Političke borbe stvaraju nedoumice, neprofesionalno informisanje stvara lošu obaveštenost
- Ljudi ne shvataju da je Evropa “pokretna meta”, da se zahtevi ne postavljaju samo nama nego svima, da vreme donosi nova pravila i rešenja
- Ima političara i stranaka koji podstiču otpore i stereotipe, što zahteva pametnu strategiju komunikacije i pažljiv pristup raznim ciljnim grupama
- Lokalna samouprava zna probleme i najbliža je građanima – koji od nje očekuju mnogo više
- Potrebno je stalno i bolje upoznavanje sa novom regulativom, posebnim fondovima i benefitima za Srbiju i njene građane

# SUOČAVANJA

- Stereotipije i predrasude o nekim pojavama u društvu (o strancima, integracijama, nevladinom sektoru, itd.) treba dobro poznavati i suočavati se sa njima
- Oni mogu biti polazna osnova određene komunikacije a njihovo slabljenje i razrešenje cilj
- Prvi korak je da upoznamo šta ljude zanima ili brine, o čemu malo znaju, a o čemu misle pogrešno
- Ne smemo napadati ljude koji tako misle, nego razloge za takve stavove, pa onda ih se oslobađati kroz dijalog i podsticaj ličnog uvida

# STRATEGIJA

- U Srbiji tradicionalno postoji izvesno nepoverenje građana prema vlastima, što treba pratiti i smanjivati
- Najmanje poverenje je negde baš u lokalnu vlast
- Evropske integracije nisu same sebi cilj, nego promene kod nas koje trebaju nama, a one dalje povećavaju naše šanse i vode boljem životu
- Treba izostavljati krupne reči i obećanja, govoriti jednostavnim, svima razumljivim jezikom
- Probleme i nedoumice treba objasniti odmah
- Veoma je korisno javno-privatno partnerstvo
- Dobro je poznavati krizni menadžment i PR

# ZAJEDNIČKI INTERESI

- Pojam javnog interesa se menja, ali ljudima on nije razumljiv
- Oni ne znaju kako se on konstituiše (kroz interakciju i borbu), niti kako se ostvaruje
- Zaštita životne sredine i održivi razvoj su veoma značajni zajednički interesi građana, institucija, organizacija
- Oni se moraju zajednički čuvati i ostvariti – uz ključnu ulogu države, kao i međunarodnih asocijacija, kao što je EU
- Ne zaboraviti pritom na bitne ekonomske razloge, uslove razmene i konkurentnosti

# STATUS JAVNOSTI

- U dokumentima EU i našim odgovorima na njih posebno se naglašava status javnosti u domenu zaštite životne sredine i održivog razvoja
- Nije reč o tome kako reaguje javnost nego koliko je ona uključena u donošenje odluka o životnoj sredini i kako se garantuje uloga javnosti
- U promociji ovih vrednosti na lokalnom nivou dovoljno je poći od navođenja veoma razvijenih odredbi EU o učešću javnosti
- Lokalna samouprava bi trebalo da se pridržava tih preporuka, što će građani zapaziti i podržati

# OBLICI I SREDSTVA

- Marketinški prilaz, odnosno tzv. integrisane komunikacije su i ovde najpogodnije, jer: “Marketing je društveni proces kojim, putem stvaranja i razmene proizvoda i vrednosti s drugima, pojedinci i grupe dobijaju ono što im je potrebno ili ono što žele“, dok PR utvrđuje međusobno razumevanje i podršku
- Evropsku uniju treba posmatrati kao jak i dobar brend, a to postaje i naše mesto ako je uspešno, čisto, zdravo, prijatno i privlačno
- Treba koristiti različita sredstva komunikacije – od brošura i lifleta, bilborda i banera, tribina i prezentacija, do društvenih mreža i kontakta



**HVALA NA PAŽNJI  
I DALJOJ AKCIJI!**