



# POLOŽAJ MLADIH I AKTIVIZAM

---

## ISTRAŽIVANJE

# AVGUST 2022.

**Autori:**

**Aleksandra Božić**

**Mihailo Kolović**

---



**AKTIVIRAJ SE**

# O ISTRAŽIVANJU

**ProgWeB je jednogodišnji edukacijski program za mlade liberale i socijaldemokrate sa područja Zapadnog Balkana. Cilj programa je edukacija i osnaživanje politički i društveno aktivnih mladih osoba uz pružanje znanja i veština koje će koristiti u daljem angažmanu u okviru organizacija kojima pripadaju i u okviru političkog života u svojim državama.**

**Učesnici i učesnice ovog programa su kroz nacionalne projekte koje čine aktivisti i aktivistkinje iz iste države imali za zadatak da osmisle nacionalni projekat koji se tiče i adresira probleme mladih. Ovogodišnji nacionalni tim iz Srbije su činili Aleksandra Božić i Mihailo Kolović, koji su u okviru svog nacionalnog projekta sproveli istraživanje sa ciljem da utvrde položaj mladih u Srbiji i šta su pokretači aktivizma mladih.**

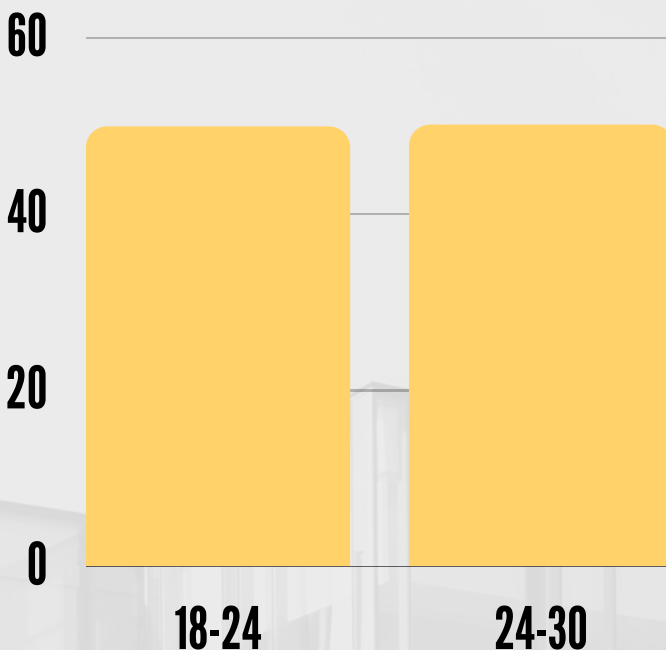
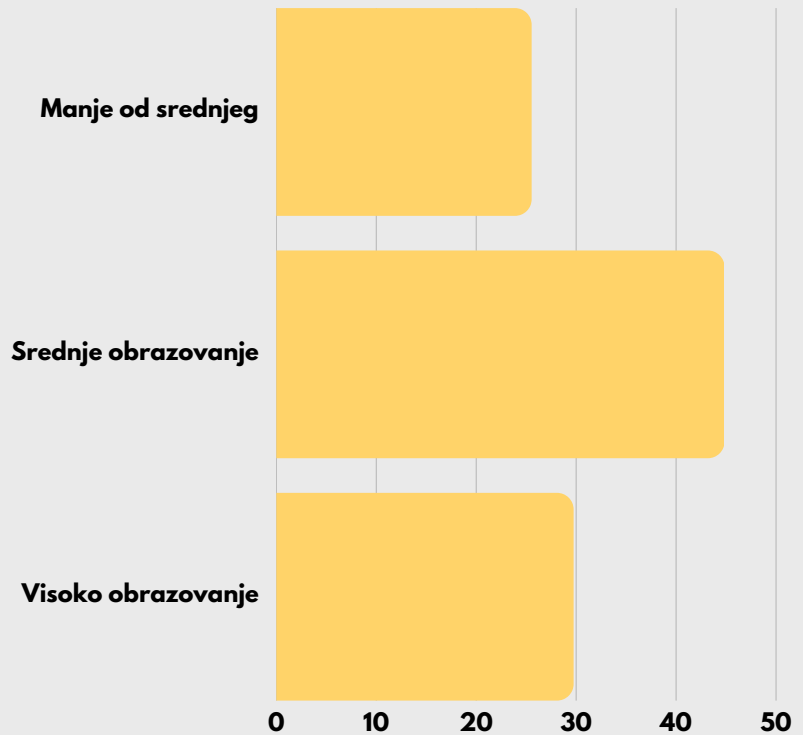
**U ovom izveštaju predstavljene su rezultati istraživanja koje je sprovedeno u saradnji sa organizacijom Novi treći put, kao i primeri dobre prakse koji govore u prilog tome da su promene moguće i sa inicijativom iza koje nužno ne mora da stoji politička stranka, nevladina ili humanitarna organizacija.**



# UZORAK

Istraživanje javnog mnjenja sprovedeno je na reprezentativnom uzorku od 982 ispitanika metodom CAWI online panela. Istraživanje je realizovano od 20. do 27. avgusta ove godine na teritoriji Srbije (bez KIM).

Uzorak je stratifikovan na osnovu godina, pola, regina u kom ispitanici žive i nivoa obrazovanja.



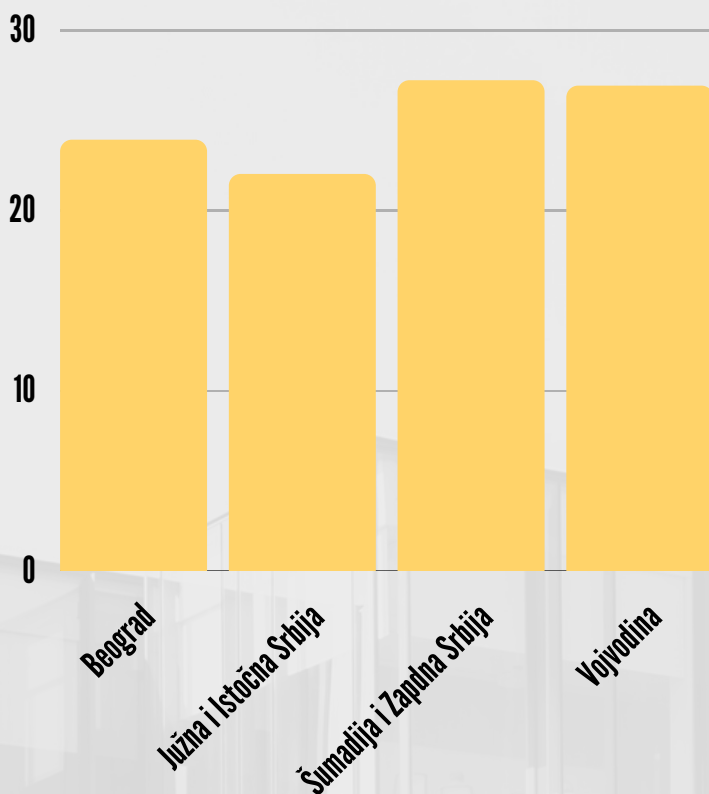
Zahvaljujući velikoj prisutnosti mladih u online prostoru i visokom stepenu digitalne pismenosti u odnosu na ostale demografske grupe, ova metoda se pokazala kao najefikasnija u pronalaženju ispitanika i realizovaju našeg kvantitativnog istraživanja.



# UZORAK

U okviru našeg uzorka 49,9% ispitanika činile su osobe od 18 do 24 godine, dok su ostalih 50,1% ispitanika činile osobe koje imaju od 25 do 30 godina, što predstavlja gornju zakonsku starosnu granicu za mlade ljude u Srbiji. Što se tiče stratifikacije po polu, u uzorku je bilo 51,3% muškaraca i 48,7% žena.

U okviru našeg istraživanja važan element bila je ravnomerna zastupljenost mladih u skladu sa njihovim različitim nivoom obrazovanja. Oko četvrtine (25,5%) ispitanika je imalo manje od srednje škole, blizu polovine (44,8%) srednje obrazovanje, a blizu trećine (29,7%) obrazovanje koje je više od srednjeg.



Kada se radi o regionu u kom naši ispitanici žive, svaki statistički region u našem uzorku je imao identičan udeo od između petine i četvrtine, koliko proporcionalno čini i u populaciji Srbije. Na pitanje o bračnom statusu, 76,8% ispitanika su se izjasnili kao neoženjeni/neudati/ne žive sa partnerom, razvedenih je bilo manje od 1%, dok se 22,6% svrstalo u kategoriji oženjen/udata/živi sa partnerom.





# POLOŽAJ MLADIH

Prvi blok pitanja u našem istraživanju ticao se generalnog položaja mladih u Srbiji i kako ga naši ispitanici ocenjuju, kao i da li postoji poverenje da se on može popraviti na bolje.

U okviru ovog manjeg tematskog bloka pitanja u odgovorima ispitanika primetno je nezadovoljstvo aktuelnim položajem mladih, međutim i optimizam oko mogućnosti da se taj položaj popravi. Što se konkretnog sadašnjeg položaja tiče, ispitanici su imali mogućnost da ocene položaj ocenom od 1 do 5, gde 1 predstavlja veoma loš položaj, a ocena 5 veoma dobar položaj.



Naši ispitanici su na skali od 1 do 5 najčešće davali ocenu 2 (čak 43,6% njih), dok je blizu trećine ispitanika ocenilo položaj mladih osrednjim sa ocenom 3 (29,7%). Malo manje od petine je položaj ocenilo najnižom ocenom, dok su najviše ocene 4 i 5 zajedno činile jednocifren procenat. Naši mladi ispitanici su tako na skali od 1 do 5 položaj svoje zajednice ocenili prosečnom ocenom od 2,26, što kazaljka na skali iznad pokazuje.



# EKONOMSKI POLOŽAJ

Kroz odgovore naših ispitanika vezane za probleme na koje bi trebalo obratiti najviše pažnje, oni koji se tiču socioekonomskog položaja mladih zauzeli su najvažnije mesto. Na osnovu naših narednih tematskih celina u upitniku utvrdili smo da se sličan sentiment javlja i u drugim pitanjima.

U okviru našeg upitnika ispitanici su imali priliku i da upišu svoj trenutni radni status. Na osnovu odgovora na ovo pitanje, mogu se pronaći razlozi za važnost pitanja zaposlenja i zarada, ali i obrazovanja, za najveći broj naših ispitanika.

Što se radnog statusa tiče, 32% ispitanika je označilo da su još u sistemu obrazovanja kao studenti/učenici, a da je zaposleno kroz deo radnog vremena 9,3% ispitanika.

Nešto iznad 40% mladih označilo je da su zaposleni sa punim radnim vremenom, dok je 10,4% nezaposleno i u potrazi za poslom, a 4,9% je samo nezaposleno.



**AKTIVIRAJ SE**

# POLOŽAJ MLADIH

U okviru prve tematske grupe pitanja mladi su imali priliku i da na listi ponuđenih problema sa kojima se suočavaju mladi slobodnim izborom označe one na koje bi trebalo da se posveti više pažnje nego danas. Na osnovu odgovora naših ispitanika može se zaključiti da su socioekonomski problemi oni koji mladi smatraju da su najviše vredni pažnje. Kada se izbor naših ispitanika predstavi kroz učestalost na svakih 10 ispitanika, najprioritetniji problemi mladih izgledaju ovako:



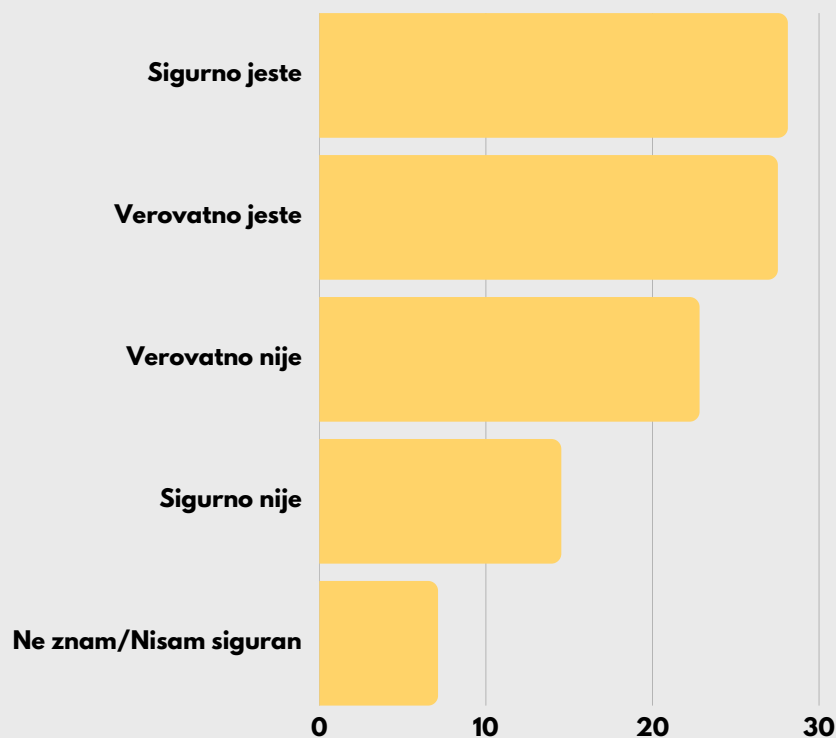
Naši ispitanici najčešće su identifikovali niske zarade i nezaposlenost kao probleme na koje bi trebalo da bude posvećeno više pažnje (7 na svakih 10 ispitanika). Ove probleme u stopu prate obrazovanje i mentalno zdravlje (oba sa po 6 od 10), kao i vršnjačko nasilje (5 na svakih 10 ispitanika). Ostali problemi zauzimaju značajno manje mesto po urgentnosti kod naših ispitanika, sa učestalošću odgovora od manje od 5 na svakih 10 ispitanika.



**AKTIVIRAJ SE**

# EKONOMSKI POLOŽAJ

Naše ispitanike pitali smo i da ocene položaj i mogućnosti mladih da ostvare svoje ciljeve danas u poređenju sa vremenom svojih roditelja. Na pitanje da li je mladima danas teže da ostvare svoje ciljeve nego što je bilo njihovim roditeljima u istom periodu života, većina učesnika anketa misli da jeste sigurno ili verovatno.



Čak 28,1% ispitanika sigurno je da je mladima danas teže da ostvare svoje ciljeve nego njihovim roditeljima u istom dobu života, dok približan procenat (27,5%) veruje u to, iako ne toliko sigurno. Na drugoj strani, između četvrtine i petine ispitanika (22,8%) veruje da to nije slučaj, ali je tek 14,5% sigurno da to nije slučaj. Nije sigurno ili ne zna odgovor oko 7% učesnika ankete.

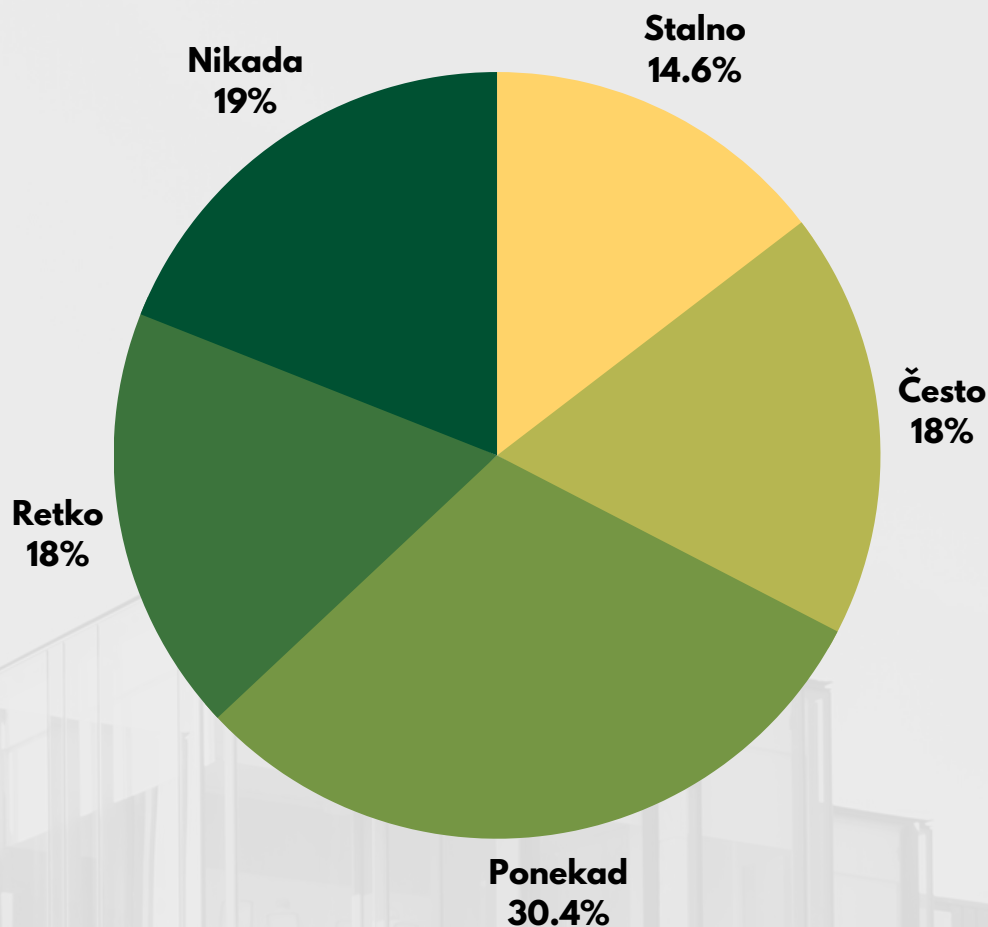
Na osnovu ispitanika koji su sigurni ili veruju da je današnjim mladima teže da ostvare svoje ciljeve nego njihovim roditeljima, može se zaključiti da blizu dvotrećinska većina mladih koji su imali odgovor na ovo pitanje smatraju da je u vreme njihovih roditelja bilo lakše ostvarati svoje ciljeve nego što je danas to slučaj.



# OSTANAK ILI ODLAZAK?

Upitali smo naše ispitanike da li i koliko često razmišljaju da napuste svoju zemlju. Kao ponuđene odgovore našim ispitanicima smo dali pet opcija u odnosu na učestalost ovog vida razmišljanja.

U optičaju su bile opcije: nikada, retko, ponekad, često i stalno. Na osnovu odgovora naših ispitanika možemo videti da najveći broj njih (30,4%) razmišlja ponekad, dok su ostali odgovori relativno slične učestalosti. Idući procenat njih misli često i retko (18%), dok stalno misli 14,6%, a nikada skoro cela petina (19%).





# NAPUŠTANJE ZEMLJE

Osim želje da od naših ispitanika saznamo da li razmišljaju o napuštanju zemlje, želeli smo da saznamo koji bi bili glavni razlozi za takvu potencijalnu odluku. Potencijalne razloge smo podelili u nekoliko ponuđenih opcija, a naši ispitanici su veoma ubedljivo u proseku birali identične odgovore. Kada se izbor naših ispitanika predstavi kroz učestalost na svakih 10 ispitanika, najprioritetniji razlozi potencijalnog odlaska izgledaju ovako:



Kao što se može videti na vizuelizaciji iznad teksta, najučestaliji razlog kod naših ispitanika za potencijalno napuštanje zemlje su ekonomski razlozi. Tačno 60% ispitanika odabralo je ovaj razlog, odnosno 6 na svakih 10 koji su popunili anketu. Odmah ispod ovog razloga je atmosfera u našem društvu, što je kao razlog odabralo tačno pola naših učesnika u anketi. Ostali razlozi poput obrazovanja, statusa mladih van Srbije ili domaće političke nestabilnosti nisu zauzeli važnije mesto među razlozima potencijalnog izbora mladih da promene državu u kojoj žive. Kao što se može zaključiti i iz odgovora na prethodna pitanja, ekonomsko pitanje ostaje kao glavni problem za mlade u našem društvu.



**AKTIVIRAJ SE**

# KULTURNI SADRŽAJI

Naše ispitanike upitali smo nešto više i o njihovim mogućnostima za uživanje u kulturno-umetničkim, sportskim i drugim društvenim sadržajima. S obzirom da je oko trećine ispitanika identifikovalo ovaj problem mladih kao jedan od onih na koje bi trebalo da se obrati više pažnje, u odgovorima su приметni potencijalni razlozi takvog izbora.

Na pitanje da li si imaju vremena i novca da redovno uživaju u ovom vidu sadržaja, kao veća prepreka pokazalo se vreme od finansijskih sredstava. Blizu trećine ispitanika (32,2%) odgovorilo je da ima i vremena i novca za redovno uživanje u ovom vidu sadržaja, dok je 28,7% odgovorilo da ima novca, ali nema vremena.

Nešto manje od petine ispitanika (18,9%) označilo je novac kao veću prepreku od vremena, a 15,6% označilo je da prepreku za redovno uživanje u ovim sadržajima predstavljaju manjak i vremena i novca. Samo 4,6% ispitanika reklo je da ima i vremena i novca, ali da nisu zainteresovani za takve sadržaje.



**AKTIVIRAJ SE**

# MLADI I AKTIVIZAM

Na osnovu odgovora naših ispitanika iz bloka pitanja o generalnom položaju mladih, može se zaključiti da naši ispitanici nisu zadovoljni položajem mladih, ali da veruju da je moguće da on bude poboljšan. U okviru poslednjeg bloka naših pitanja želeli smo da uvidimo da li postoji autentična želja mladih da se aktiviraju u svojoj zajednici na različite načine i taj status poboljšaju kroz lično delovanje.

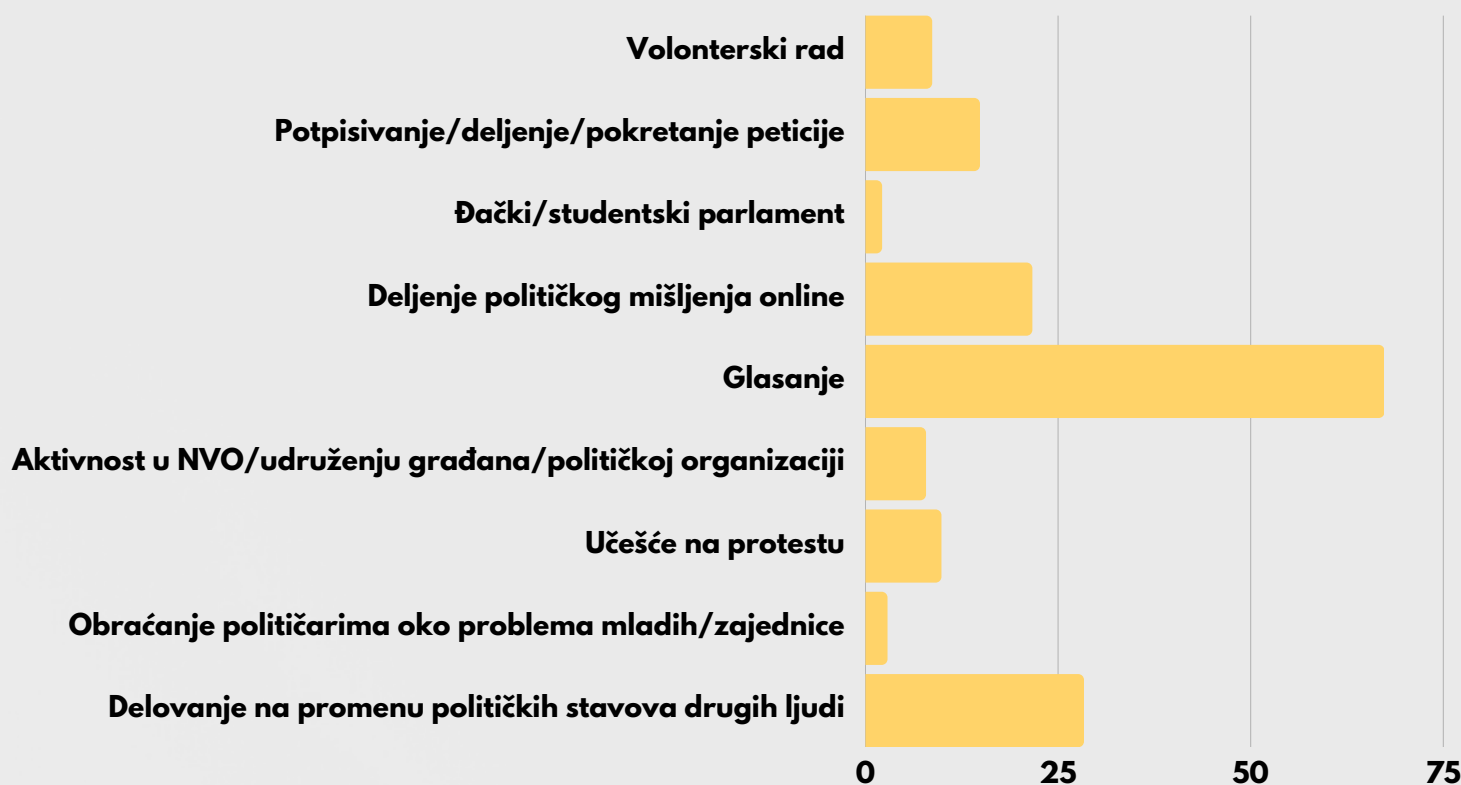
Kroz nekoliko pitanja koja se tiču aktivizma mladih u okviru svoje zajednice i položaja mladih u politici, došli smo do zaključka da postoji ograničena zainteresovanost mladih da se više aktiviraju, kao i prepreke koje stoje na putu intenzivnijeg angažovanja.

Različite forme aktivizma nailaze i na različite vidove zainteresovanosti kod naših ispitanika. Direktni aktivizam kroz različite organizacije pokazuje se kao najmanje popularan vid aktivizma.



**AKTIVIRAJ SE**

# MLADI I AKTIVIZAM



U ovom bloku pitanja želeli smo da saznamo aktuelni nivo aktivizma naših ispitanika i u kojoj formi se on iskazivao (ukoliko jeste). Naše ispitanike za početak smo pitali u kojoj od navedenih vidova aktivnosti su učestvovali tokom ove godine. Na osnovu većinskih odgovora naših ispitanika, može se reći da su mladi više bili zainteresovani za pasivnije forme učešća u političkom životu.

Ubedljivo najveći broj ispitanika (67,3%) izjasnio se da je glasao na izborima, kao najčešći vid angažovanja. Nešto iznad četvrtine ispitanika (28,3%) navelo je da je pokušalo da deluje na promenu političkih stavova kod drugih ljudi, a nešto iznad petine (21,6%) delilo je svoje političke stavove na društvenim mrežama. Što se ostalih tipova aktivizma tiče, sa izuzetkom potpisivanja/deljenja/pokretanja peticije (učestvovalo 14,8%), našli su se na jednocifrenim procenatima učešća. Učešće na protestima, u radu različitih vidova organizacija ili studentskom/đačkom parlamentu je bilo na jednocifrenim procentima kod naših ispitanika.



# MLADI AKTIVIZAM

**7,8%**

ispitanika je učestovalo u radu  
neke NVO, udruženja građana ili  
političke organizacije

**9,8%**

ispitanika je učestovalo  
u nekom protestu

Na osnovu odgovora na pitanje o ovogodišnjem stepenu aktivizima kod naših mladih ispitanika, može se reći da je manje od 1 na svakih 10 ispitanika zabeležilo aktivizam koji bi podrazumevao učešće u aktivnostima bilo koje vrste organizacije, dok je i učešće na protestima bila ne mnogo učestalija aktivnost.

Rezultati odgovora na ovo pitanje govore da se većinski politički aktivizam kod naših mladih ograničava na glasanje, a kod udela koji spada između petine i četvrtine ispitanika i u želju da se menja mišljenje svog okruženje kroz iskazivanje svog stava ili uticanje u razgovoru da drugi promene svoje stavove.



**AKTIVIRAJ SE**



# MLADI I AKTIVIZAM



Takođe, želeli smo da saznamo i u kojoj formi aktivizma bi naši ispitanici bili zainteresovani da učestvuju u narednom periodu. U identičnoj ponudi potencijalnih vidova angažovanja naših ispitanika, može se reći da nisu primetne značajne razlike u odnosu na dosadašnji stepen aktivizma.

Kada se uporedno analiziraju rezultati dosadašnjeg aktivizma i iskazane želje za aktivizmom u budućnosti, procentualne razlike su jednocifrene u slučaju svakog vida aktivnosti. Najveću razliku je zabeležila želja za glasanjem, gde približno 10% manje ispitanika je zainteresovano da glasa, a tek nekoliko procenata više ispitanika je zainteresovano da učestvuje u radu NVO/udruženja građana/političke organizacije. Ukupno gledano, deluje da mladi nisu bili i trenutno nisu zainteresovani da se većinski više aktiviraju od izlaska na izbore.

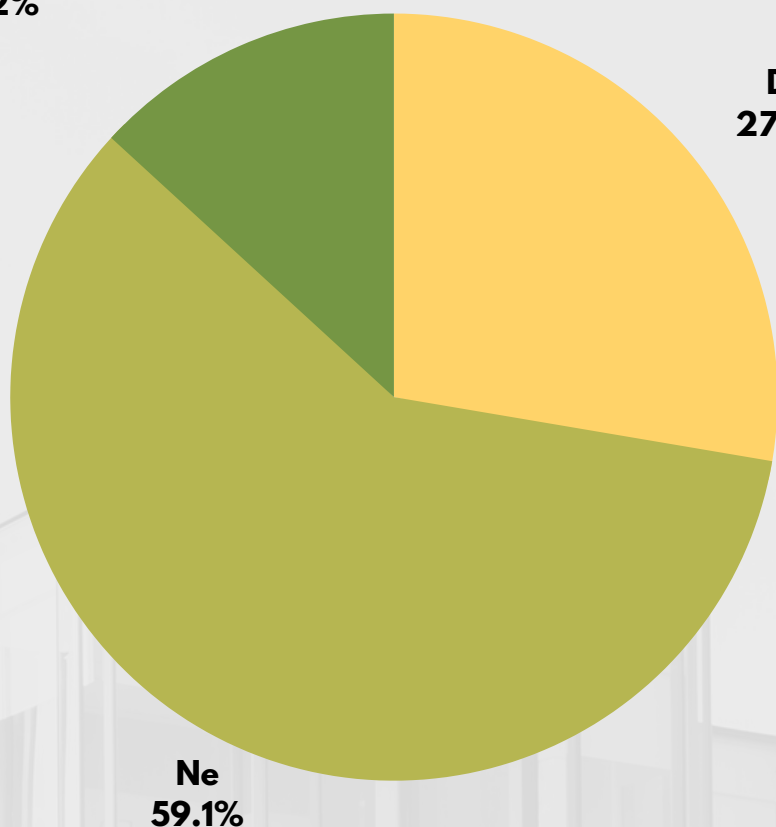


# MLADI I POLITIKA

Kada se radi o direktnom uzimanju učešća u politici postoji visok nivo skepse naših ispitanika naveden u prethodnim odeljcima. Kao što je moglo da se nagovesti kroz odgovore na prethodna pitanja, naši mladi nisu zainteresovani da utiču na promene u svojoj zajednici kroz bavljenje politikom u političkim organizacija, već kroz druge vidove manje intezivnog političkog delovanja.

Naše ispitanike smo pitali da li imaju želju da doprinesu poboljšanju životnih uslova mladih kroz politiku. Za takav korak je zainteresovano približno 1 na svakih 4 ispitanika.

Ne znam/Nisam siguran/na  
13.2%



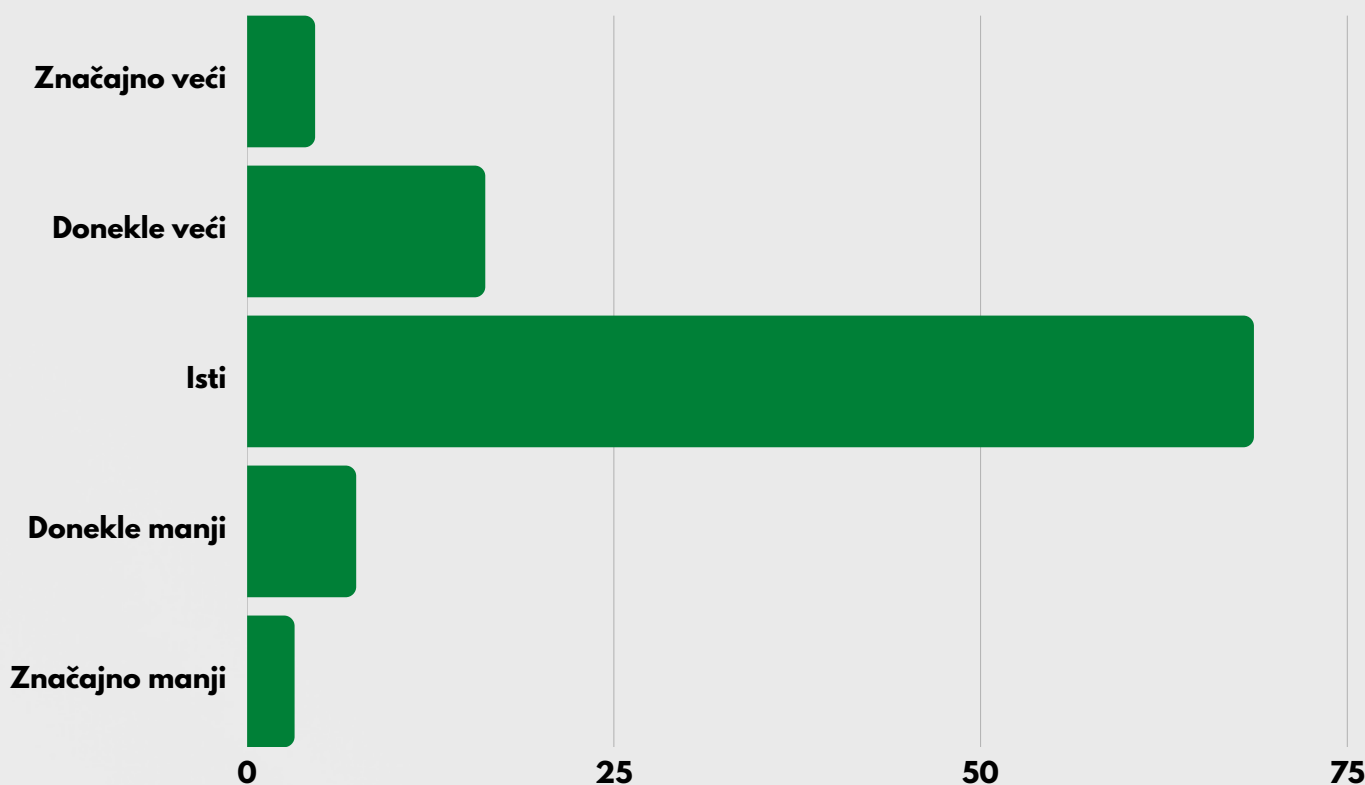
Da  
27.7%

Ne  
59.1%



**AKTIVIRAJ SE**

# MLADI I AKTIVIZAM



Naše ispitanike pitali smo i o njihovom prethodnom aktivizmu i da li je kroz vreme bio intenzivniji ili manje učestao. Na pitanje kakav je njihov nivo aktivizma ove godine u odnosu na prethodnu, može se primetiti da je kod većine učesnika u anketi on dobrim delom konstantan.

Blizu 70% naših ispitanika navelo je da je njihov nivo aktivizma u ovoj godini isti u odnosu na prethodnu godinu. Da je njihov aktivizam donekle veći ove godine u odnosu prethodnu godinu bio je drugi najučestaliji odgovor sa 16,2%, a značajno veći je označilo samo 4,6% ljudi.

Primetno je da je udeo ispitanika koji tvrde da je njihov aktivizam u ovoj godini donekle i značajno manji u zbiru ne naročito veliki. Opciju da je donekle manji je označilo 7,4% anketiranih, a da je značajno manji tek 3,2%.



# MLADI I POLITIKA

Kada se radi o direktnom uključivanju mladih u političke organizacije i pokušaj delovanja na svoje okruženje kroz njih kao instrument, deluje da je zainteresovanost veoma mala. Osim što smo u pitanju koje se tiče tipova dosadašnjeg i planiranog aktivizma u budućnosti dobili dosta nizak stepen učestalosti odgovora koji uključuje aktivizam u organizacijama, u našem narednom pitanju dobili smo ideničnu potvrdu.

Pitali su naše ispitanike šta bi ih podstaklo da se uključe u neku političku organizaciju i na taj način budu aktivni u svojoj zajednici. Čak 56,5% ispitanika je navelo da ne postoji bilo kakva mogućnost da se uključe u političku organizaciju, što je bio ubedljivo najčešći odgovor.

Što se ostalih opcija tiče, 13,5% ispitanika reklo je da bi ih motivisala mogućnost da realizuju svoje ideje i unaprede uslove života u svom okruženju, a tačno 13% da bi to bila nova lica u politici. Blizu 8% bi se uključio ako je to jedini način da se promene ljudi na vlasti, dok 3,4% tvrdi da bi motivacija bila mogućnost za lakše zaposlenje. Ostali razlozi ostaju značajno manje zasupljeni u niskim jednocifrenim procentima i manje.



**AKTIVIRAJ SE**

# GLAVNI ZAKLJUČCI

Sprovedena anketa pokazala je da mladi u Srbiji su nezadovoljni položajem u kom se nalaze, ali da je situaciju moguće promeniti. U izuzetnim slučajevima mladi bi se angažovali, ali u većini slučajeva aktivizam i participacija mladih svedena je najdalje na glasanje.

Socioekonomski položaj mladih je jedan o ključnih faktora koji utiču na njihovo nezadovoljstvo, i to konkretno nemogućnost da se zaposle i niske zarade u slučaju da do zaposlenja dođe.

Gotovo polovina ispitanika često ili ponekad razmišlja o napuštanju zemlje, i to najčešće zbog boljih ekonomskih prilika, kao i loše atmosfere koja vlada u našem društvu. Sprovedeno istraživanje potvrdilo je našu hipotezu da mladi ljudi ne žele da budu aktivni i da nisu zadovoljnim položajem koji uživaju u Srbiji, kao i to da nisu motivisani da preduzmu korake u pogledu aktivizma kako bi to promenili.

Zbog toga u okviru ovog istraživanja, predstavimo i primere dobre prakse inicijativa koje su doprinele kreiranju promena bez angažovanja u političkoj partiji ili nekom vidu organizacije, te ćemo govoriti o značaju inividualnih inicijativa i raznolikosti potencijalnih stejkholdera na putu do realizacije svog cilja.



**AKTIVIRAJ SE**





# USPEŠNI PRIMERI

---

## AKTIVIZAM MLADIH



## INTERVJU I SA PREDSTAVNICIMA INICIJATIVA



AKTIVIRAJ SE

# MILENA ALBIJANIĆ

## Studentkinja FEFA i članica organizacionog tima FEFA Open

FEFA Open je humanitarni teniski turnir koji od 2008. godine organizuju studentkinje i studenti FEFA – Fakulteta za ekonomiju, finansije i administraciju. O svom iskustvu i ovoj studentskoj inicijativi koja postoji od 2008. godine, nam govori Milena Albijanić, studentkinja 4. godine FEFA i članica organizacionog tima turnira.

**Možeš li nam reći kakav je to turnir FEFA Open, odakle je potekla inicijativa i koji je cilj održavanja turnira?**

*FEFA Open se održava od 2008. godine i svake godine se prenosi sa generacije na sledeću generaciju studenata i studentkinja. Ovaj turnir studenti i studentkinje samostalno organizuju i na svoju inicijativu pronalaze sponzore koji podržavaju organizaciju turnira bilo finansijski, bilo logistički. Specifičnost ovog turnira jeste što okuplja studente i studentkinje, profesore i profesore, kao i ljubitelje tenisa koji aktivno uzimaju učešće u takmičarskom delu turnira. Ono što je zanimljivo jeste da tokom turnira učesnici i učesnice šire svoju mrežu kontakata imaju priliku da razgovaraju u neformalnoj atmosferi. Sredstva koja se sakupe, doniraju se za neki od programa UNICEF-a, koji je aktuelan te godine, a ove godine to je bio program za zaštitu mentalnog zdravlja mladih i adolescenata.*

**Šta sve podrazumeva organizacija turnira, koji su izazovi sa kojima se suočava organizacioni tim?**

*Kako bi se turnir uspešno organizovao, pre svega neophodna je svakodnevna komunikacija članova organizacionog tima, konstantna razmena informacija omogućila nam je tokom pripremnice faze da svi članovi i članice tima budu upućeni šta smo uspeli da završimo ili da brzo reagujemo kada nailazimo na izazove.*



*Neki od izazova podrazumevali su da osmislimo način reklamiranja turnira, s obzirom da ne postoji budžet koji imamo na raspolaganju, a sva sredstva koja dobijamo od sponzora doniramo u program UNICEF. Stoga najveći izazov bio je okupiti sponzore. Na mnoge industrijske grane je jako uticala aktuelna kriza, tako da sa opravdanim razlogom više ne doniraju sredstva na nivou kao što su to činili ranije. Jedna od odluka koju smo doneli jeste da pored novca, imamo i sponzore koji će nam obogatiti turnir i donirati sredstva u naturi. Na taj način kreirali smo i poklone za igrače, kao i osveženje i hranu tokom cela dva dana turnira. Zanimljivost je da je jedan od sponzora omogućio da se turnir reklamira na dva bilborda čija je lokacija kod Airport City-ja, što nam je bilo vrlo značajno.*

### **Da li je teško nastaviti kontinuitet prethodnih generacija, s obzirom na to da se organizacioni tim menja svake godine?**

*Ove godine pred organizacioni tim postavljen je poseban izazov imajući u vidu da se turnir nije održao dve godine zbog korona virusa i situacije koja je zadesila ceo svet. Studenti koji su činili organizacioni tim nisu imali prilike da ranije učestvuju u pripremi FEFA Open turnira. Naravno, zbog alumni mreže, imali smo prilike da se konsultujemo sa bivšim organizatorima, alumnistima i alumnistkinjama koji su u značajnoj meri doprineli i pomogli nam da prevaziđemo određene prepreke na koje je organizacioni tim naišao. Veoma smo zahvalni studentima koji su pokrenuli ovakvu inicijativu pre 14 godina. Organizacioni tim ove godine činili su studenti svih godina studija, tako da u narednom periodu studenti mlađih godina će dobijati veće odgovornosti i više zadataka, kako bi bili spremni da samostalno organizuju FEFA Open.*



**AKTIVIRAJ SE**

## **Da li je tvoje učešće u organizaciji turnira doprinelo da se i druge kolege i kolegice sa studija uključe?**

*Tokom prethodne studentske godine bila sam na funkciji Student prodekan, a godinu pre toga predsednica Studentskog parlamenta. Od početka mojih studija bila mi je želja da učestvujem u organizaciji turnira FEFA Open, tako da sam odlučila da je napokon vreme da se okupimo, realizujemo turnir i nastavimo tradiciju. Tokom proleća na jednoj sednici parlamenta spomenula sam da treba da razmišljamo u smeru organizacije turnira i da će to biti jako značajno iskustvo za svakoga od nas, svi članovi i članice parlamenta su se složili i bili vrlo voljni da prionemo na rad.*

**Da li je teško naći partnere i sponzore turnira, uveriti kompanije da je dobra ideja da uzmu učešće i budu pokrovitelji turnira i koje sve načine ste koristili da dođete do ljudi koji donose odluke da učestvuju u takmičarskom delu, ali i kao pokrovitelji turnira i da li ste u tom procesu imali podršku profesora?**

*Možemo da se pohvalimo da smo za manje od dva meseca uspeali da organizujemo ceo turnir, i da je ove godine bio rekordan broj sponzora, kao i igrača. Sve zasluge idu svim studentima i studentkinjama koji su činili organizacioni tim. Svake nedelje imali smo sastanke na kojima bismo pravili presek dokle smo stigli sa organizacijom. Svako je dao svoj doprinos – pronašao nekog sponzora, davao ideje. Prvi talas sponzora ostvarili smo putem ličnih kontakata. Neki sponzori su čak nas kontaktirali kada su čuli u svom poslovnom okruženju da organizujemo ovakav događaj, i na taj način smo uspostavili saradnju. Takmičari su se prijavljivali putem linka, i tu su nam pomogli alumnisti FEFA i delili su link na društvenim mrežama. Poslednjih dana prijave Dušan Lajović je objavio na svom Instagramu nalogu poziv za učešće i tada smo sakupili veliki broj igrača. FEFA Open okuplja i profesionalne igrače, ali i one koji vole tenis i igraju ga u svoje slobodno vreme. Takođe, sponzori u okviru svog doprinosa turniru imaju mogućnost da prijave igrače koji čine njihov korporativni tim. Fakultet nam daje potpunu slobodu što se tiče organizacije, ali u isto vreme uvek su nam na raspolaganju saveti od profesora, kao i njihova široka mreža kontakata.*



## Kako se osećate organizacioni tim i ti nakon zahtevne organizacije nakon završetka turnira?

*Mnogo pozitivne energije i lepih uspomena. Osećam se ispunjeno i vrlo ponosno. Danima smo sabirali utiske. Prijale su nam sve pohvale od učesnika, profesora, sponzora, zaista smo zadovoljni kako smo sproveli svaki aspekt turnira. Primetili smo da su svi bili zadovoljni, što nam je jako važno i govori nam da ćemo se okupiti i sledeće godine. Jako je važno što smo bili pripremljeni i organizovani, tokom vremena organizacije pre turnira ali i ta dva dana.*

*Napravili smo preciznu podelu poslova, tako da svako zna šta treba da uradi, kome da se obrati ako ima neku nedoumicu. Već smo počeli da osmišljavamo šta bismo mogli novo da osmislimo i obogatimo turnir. Sponzori su nas pitali da uvedemo dublove, tako da je to jedna od ideja koju ćemo sprovesti u delo. Ovaj događaj je omiljen među studentima, i cele godine pominje u razgovorima i druženjima. Jedva čekamo sledeću godinu i organizaciju Fefa Open-a!*



**AKTIVIRAJ SE**



# MILENA MIĆANOVIĆ

Direktorka za komunikacije i odnose sa javnošću, OTP banka Srbija

**Molimo Vas da nam se Vi lično i ukratko predstavite i pojasnite koja je uloga Vašeg sektora u okviru banke, i pored proizvoda i usluga koje OTP banka pruža svojim klijentima, na koji način želite da banka bude percipirana od strane samih klijenata, ali i u samom društvu?**

*Moje ime je Milena Mićanović i direktorka sam sektora za komunikacije i odnose sa javnošću u OTP banci. Kao prepoznat lider na tržištu, OTP banka veliku pažnju posvećuje društveno odgovornom poslovanju i sa razlogom se pozicionirala kao predvodnik zelene tranzicije i primeni ESG principa delovanja. Naš cilj kao lidera u kreditiranju privrede i stanovništva je da aktivno učestvujemo u stvaranju održive budućnosti i budemo primer za odgovorno poslovanje kroz podršku projektima i institucijama iz domena zaštite životne sredine, inovacija i preduzetništva, kulture, sporta, finansijske edukacije i aktivizma. Moje odelenje za komunikacije odnose sa javnošću je nadležno za komunikacije, PR, društveno odgovorno poslovanje i sponzorstva kao i za organizaciju događaja. Ukratko, naš zadatak je da svaki segment poslovanja banke bude predstavljen svojoj ciljnoj grupi, interno i eksterno kroz prave kanale i na efikasan i upečatljiv način. Budući da je današnja OTP banka Srbija prošla kroz dve integracije u poslednje četiri godine, mi smo uspešno sistematizovali dosadašnju bogatu praksu održivog i odgovornog poslovanja svih banaka koje su se spojile u proteklom periodu, što je doprinelo da jasno definišemo jedinstven okvir budućeg delovanja po kome gradimo svoju prepoznatljivost i autentičan korporativni identitet. To je prepoznao i svetski renomirani magazin Euromoney koji je nedavno proglasio OTP banku za najbolju banku u Srbiji. Verujem da svako od nas ima priliku da svojim radom menja okruženje u kojem živi, da bude predvodnik promena i kreator novih mogućnosti. Upravo u tome pronalazim svakodnevnu motivaciju u želji da na svom primeru, pokažem da uz trud, rad i zalaganje je sve moguće. Srećna smo što radim u organizaciji koja počiva na vrednostima koje u biti i sama delim i gde smo podstaknuti da agilno delujemo uz otvorenost uma, kreativnost i kritičko razmišljanje.*



**AKTIVIRAJ SE**

**Da li je nekada teško “pogurati” određenu inicijativu i inicijative kog tipa su najčešće izazov za CSR i na koji način uspostavljate prioritete, odnosno stavljate fokus na određeni tip projekta?**

*Održivost i CSR poslovni model daleko su poznatiji u biznis sektoru nego što je to bio slučaj u prethodnom periodu, a ekonomski rast odavno nije jedino merilo uspeha. Ukupan poslovni uspeh se u velikoj meri ogleda i u ostvarivanju napretka i ispunjenju ciljeva u segmentu održivog poslovanja. Značaj i veća poznatog ovog poslovnog modela ubrzava i olakšava put od ideje do realizacije.*

*Svakako da je neophodno imati prioritete u delovanju, jasne, merljive ciljeve i efikasnu metodologiju rada. Najbolji rezultati postižu se kroz fokusiran i posvećen rad i sistematičan pristup izabranim oblastima i temama. Primarno poslovanje na neki način trasira delovanja u segmentu CSR-a ali svakako ne predstavlja jedini uticaj. Neophodno je odgovoriti i na izazove u širim društvenim okvirima. Ako imate strateško delovanje onda zaista nije teško „progurati“ inicijative koje se uklapaju u zadate ciljeve. A mi ih imamo. Strateški smo usmereni ka podršci inovacijama, digitalizaciji, lokalnom preduzetništvu i startup zajednici, održivom poslovanju, olimpijskom sportu kroz partnerstvo sa OKS, podršci kulturi kroz partnerstva sa Galerijom Matice srpske i izdavačkom kuća Booka, kao i finansijskoj edukaciji i aktivizmu. Posebno izdvajam višestruko nagrađivani projekat Generator Zero, posvećen održivom razvoju i ekološkim projektima koji imaju za cilj da doprinesu smanjenju karbonskog otiska. Koncept konkursa menjao se u skladu sa potrebama tržišta, trenutnim okolnostima i društvenim izazovima. Takođe, važno je spomenem da smo u oktobru 2022. organizovali i treće izdanje projekta Generator dobrih dela u vidu sajma socijalnog i održivog preduzetništva koje se po prvi put održalo u Novom Sadu. Tim povodom mali domaći brendovi predstavili su proizvode čijom prodajom podržavaju ekološke projekte ili ugrožene grupe, među kojima su i žrtve porodičnog nasilja, osobe ometene u razvoju, socijalno ugrožena deca ili žene izbeglice.*



**AKTIVIRAJ SE**

## **Koliko često je CSR aktivnosti inicira sama banka, a koliko često je to posledica inicijativa nekog drugog - i da li su inicijatori češće organizacije ili pojedinci?**

*Dosadašnje iskustvo pokazuje da nema nekih zakonitosti i pravilnosti kada je reč o broju inicijativa koje inicira banka u odnosu na broj onih kojima se banka pridružuju. Organizacije su češće inicijatori od pojedinaca ali naša filozofija je da i te organizacije čine grupe pojedinaca koji u zajedničkog delovanju često iznedre sjajne inicijative. Ako su inicijative kvalitetne onda zapravo i nije važno ko ih inicira, a ko ih podržava. Trudimo se da budemo generator dobrih ideja i da samostalno kreiramo lepe projekte i priče, ali se podjednako radujemo kada do nas stigne odličan predlog koju smo u prilici da podržimo. Divno je ostaviti dugoročna partnerstva sa organizacijama civilnog društva ili ustanovama iz javnog sektora sa kojom delite iste vrednosti. Mi zaista imamo puno takvih partnerstava na koje smo izuzetno ponosni, a najbolji primer uključivanja partnera je naš Generator Zero. Značaj tog projekta i uticaja koji ima na društvo i zajednicu su prepoznali Mastercard, Schneider Electric, Bosch, ICT Hub, Srbija Inovira, Inicijativa Digitalna Srbija, Netokracija i BOŠ - Beogradska otvorena škola, kao i OTP Lab inovacioni hub OTP Grupe i investicioni fond Portfolion.*

## **Kakvi su Vaši utisci saradnje sa mladim ljudima i koliko često Vam se javljaju sa inicijativama, bilo interno u okviru kompanije, bilo eksterno poput inicijative srednoškolaca iz Indije?**

*Sjajno je saradivati sa mladim ljudima i istovremeno učiti od njih. Oni nose entuzijazam, savremenost u pristupu i izrazu i neki sasvim nov senzibilitet koji obogaćuje postojeće obrasce delovanja. Radujemo se svakoj prilici da radimo sa mladim ljudima. Mislimo da treba osluškivati razmišljanja i stavove mladih ljudi i pružati odgovore na njihove potrebe jer neke aspekte modernog društva oni bolje razumeju i prepoznaju. Taj pristup imamo i prema mladima u kompaniji i prema onima sa kojima saradujemo na CSR inicijativama. Primer devojčice iz Gimnazije iz Indije, Marije Popović, je zaista svetao primer istrajnog i hrabrog zalaganja jedne mlade osobe za doprinos čistijem prirodnom okruženju.*



**AKTIVIRAJ SE**

*Mladi ljudi ekološke probleme osećaju intenzivnije i jasnije i to je veoma značajno za sve nas. Izvesno je da će upravo mladi biti pokretači neophodnih promena u globalnom odnosu prema prirodnom okruženju. Uprkos brojnim društvenim izazovima naša banka takođe prepoznaje ekologiju kao prioritet u segmentu korporativno odgovornog delovanja.*

*Treba stalno imati na umu da i mladi ljudi uče od nas i da je neophodno da vide naš aktivizam i angažovanost za ispravne životne vrednosti i humaniji svet.*

### **Šta savetujete mladim ljudima koji žele da budu kreatori promena?**

*Savetujemo ih da budu hrabri i da se udružuju. Mnogo puta smo bili svedoci da zajedništvo pobeđuje, da pruža mnoštvo uvida, da osnažuje i obogaćuje svakog njenog pojedinca i da na kraju krajeva olakšava realizaciju ideja. Veliki rezultati po pravilu se postižu udruživanjem pojedinaca oko ideje u koju svi podjednako veruju. Takođe, jako je važno da budu istrajni i da se ne obeshrabruju ukoliko im se ne otvore prva vrata na koja su zakucali. Za to je potrebno strpljenje koje nije svojstveno mladim ljudima, ali se vremenom uči.*

*Biti kreator promena nije jednostavna uloga za mladog čoveka, jer podrazumeva veliku odgovornost. Zato je neophodne takve mlade ljude podržati na sve moguće načine. Takođe, jako je značajno da promene nisu samo spoljni motivatori i pokretači već da mladi ljudi privatno žive ono za šta se zalažu. To je put da se postane autentičan uzor i kreator promena. Zato im poručujem hrabro koračajte u nepoznato!*



**AKTIVIRAJ SE**

# MILOŠ MILISAVLJEVIĆ

Osnivač i direktor kompanije Strawberry Energy

**Molim te da se ukratko predstaviš i da predstaviš Strawberry energy kompaniju?**

*Moje ime je Miloš Milisavljević, osnivač sam i direktor kompanije Strawberry Energy, po obrazovanju elektroinženjer. Strawberry je tehnološka kompanija koja se bavi razvojem proizvoda i tehnologija za pametne gradove. Cilj naše kompanije je da razvojem tih proizvoda poboljšamo javne prostore i da ih učinimo udobnijim, relevantnijim, korisnijim za građane i građanke. Navedeno postižemo tako što donosimo nove usluge i mogućnosti u javne prostore koje nisu do sada bili dostupne, a koji će boravak u javnom prostoru učiniti i javnim površinama poput trgova ili parkova, škola ili kampusa učiniti boljim, udobnijim, a i zabavnijim. Strawberry energy je na tržištu nešto više od 10 godina, a trenutno smo prisutni u 32 zemlje širom sveta sa kancelarijama u Londonu, Beogradu i Sofiji.*

**S obzirom na to da je kompanija nastala još u vašim studentskim danima šta je bila motivacija za tako nešto - potreba da se stvori nešto novo, ideja koja je delovala kao dobar potencijal za biznis ili nešto drugo?**

*Kompanija Strawberry energy je nastala 2011. Godine i kada sam pokrenuo kompaniju još uvek sam bio student Elektrotehničkog fakulteta, Univerziteta u Beogradu. Kompanija je nastala tako što sam tada odlučio da okupim prvu grupu ljudi, od kojih su svi u tom trenutku bili studenti različitih fakulteta kako bismo probali zajedno da napravimo taj naš prvi proizvodno, odnosno prvi solarni punjač za mobilne telefone na svetu. Razlog koji se krio iza te ideje je čist studentski entuzijazam, i u tom trenutku nismo videli poslovni potencijal koji jedna ovakva ideja može da ima.*



**AKTIVIRAJ SE**



*Mene su konkretno zanimali obnovljivi izvori energije i zbog lične žele da nešto stvorim, a i splet okolnosti me je doveo do ideje da bismo solarnu energiju mogli da koristimo za punjenje mobilnih telefona. Pristup i ideja je bila posebno zanimljiva imajući u vidu da je u pitanju 2010. godina, u kontekstu tehnološkog razvoja s obzirom na to da su pametni mobilni telefoni tek počinjali da budu široko dostupni, te je naš prvi prototip nastao i pre samog osnivanja kompanije.*

*Kako je život ljudi počeo da se seli polako u mobilne telefone što kroz kalendare, fotografije i slično, problem izdržljivosti baterije postajao je sve veći problem i onda nam se ukazala kao zanimljiva ideja da iskoristimo solarnu energiju kako bismo ljudima omogućili da mogu da dopune svoj telefon kada su negde u pokretu u gradu. Poslovni potencijal nismo uvideli na samom početku nastanka naše ideje, već kasnije i tek onda interesovanja pretvorili u posao.*

**Koliko često saradujete sa mladim ljudima i koliko često vas kontaktiraju sa nekom inicijativom, poput one da se postavi klupa u Indiji?**

*Trudimo se da imamo dosta kontakta sa mladim ljudima, a glavni cilj koji se nalazi iza toga jeste razmena ideja i znanja. Često kao kompanija posećujemo konferencije gde se okupljaju mladi ljudi gde pokušavamo da ih ili ohrabrimo da nešto probaju ili da im presenemo neko konkretno znanje koje posedujemo. Osim toga, nastojimo da zapošljavamo mlade ljude i da im dajemo mogućnost da rade, bilo u oblasti tehnologije i proizvodnje bilo u oblasti razvoja poslovanja, zbog toga lično smatram da značajan deo pažnje i rada naše kompanije je upravo usmeren ka mladima. Konkretna inicijativa koju je pokrenula Marija Popović sa svojim razredom, nije čest slučaj sa kojim se susrećemo, a mi kao kompanija se trudimo kada god je moguće da izađemo u susret i podržimo ovakve ili slične inicijative.*



**AKTIVIRAJ SE**

## Šta biste savetovali mladim ljudima koji imaju inicijativu i žele da promene nešto u svojoj sredini, a nisu deo neke organizacije?

*Svim mladim ljudima koji imaju ideju ili inicijativu bih savetovao da jednostavno pokušaju da sprovedu svoju zamisao, da ne čekaju predugo, da se ne plaše neuspeha i da je u suštini najvažnije da se čovek pokrene i često mi se čini da je najčešći razlog zašto mladi ne pokušavaju je ili nedostatak samopouzdanja ili iščekuju neki drugi momenat da nešto bude bolje i u tom čekanju vreme prolazi. Tako da moj ultimativni savet bi bio da se ne plaše, da uđu u realizaciju bilo sami, bilo u partnerstvu sa nekim i da se skoče u vatru svoje inicijative i pokušaju da se snađu najbolje što mogu, tako da bih završio sa izrekom: "Ne može se naučiti da se pliva, ako se ne uđe u vodu" jer šanse za uspeh su veće u vodi nego posmatranjem sa obale.*



**AKTIVIRAJ SE**

# SANJA BURG

Direktorka korporativnih komunikacija u kompaniji L'Oréal Balkan

**Molimo Vas da nam ukratko predstavite, koja je uloga Vašeg sektora u okviru kompanije, i pored delatnosti koju L'Oreal obavlja, na koji način Vi želite da kompanija od strane potrošača bude percipirana? Da li je nekada teško "pogurati" određenu inicijativu, naročito onu koja nije direktno vezana za same proizvode?**

*Ja sam Sanja Burg, Direktorka korporativnih komunikacija u kompaniji L'Oréal Balkan. Sektor korporativnih komunikacija nadležan je za imidž i reputaciju, strategiju korporativnih komunikacija, planiranje i implementaciju najrazličitijih aktivnosti na polju eksterne i interne komunikacije, organizaciju korporativnih događaja, filantropskih aktivnosti, podršku menadžmentu i drugim odeljenjima unutar kompanije u sprovođenju njihovih aktivnosti itd.*

*Naša kompanija svetski je lider u kozmetičkoj industriji, i mi naše poslovanje zasnivamo na viziji u kojoj poslovni uspeh i društveni razvoj idu „ruku pod ruku“. Uz želju da uvek budemo kompanija za primer, težimo tome da svet oko nas učinimo lepšim i za sve generacije koje dolaze i trudimo se da dajemo pozitivan doprinos društvu i zajednicama u kojima poslujemo. Pomaganje stotinama miliona žena i muškaraca širom sveta da veruju u sebe, da se osećaju dobro u vezi sa sobom i sa drugima ono je što nas motiviše. Karakteriše nas strast za inovacijama, vera u vrhunski kvalitet, efikasnost, iskrenost i bezbednost naših proizvoda. Posvećeni smo podržavanju i osnaživanju različitosti i izgradnji jakih brendova koji zadovoljavaju sve potrebe i želje naših potrošača širom sveta. Uvereni smo da i naši potrošači prepoznaju i kvalitet naših proizvoda i naša nastojanja u pogledu društvene odgovornosti i održivosti.*



**AKTIVIRAJ SE**

## **Kakvo je vaše mišljenje o CSR i na koji način kompanija poput L'Oreal-a uspostavlja prioritete u pogledu ovog tipa aktivnosti?**

*Politika održivog razvoja naše kompanije predstavljena je kroz globalni program L'Oréal for the Future (L'Oréal za budućnost) ustanovljen 2020. godine, u sklopu kojeg su definisani strateški ciljevi do 2030. godine. Ovi ciljevi predstavljaju radikalniju transformaciju i pogled na to kakva bi vizija, svrha i odgovornosti kompanije trebalo da budu, da bi se suočili sa izazovima sa kojima se svet suočava. Transformacija koju kompanija globalno sprovodi primer je na koji način biznis sektor treba da poštuje koncept „granica rasta“ koji je zasnovan na nauci i naučnim istraživanjima. Više informacija o ovom programu možete pronaći na <https://www.loreal.com/en/nordics/pages/commitments/l-oreal-for-the-future/>*

## **Koliko često se CSR aktivnosti iniciraju od same kompanije, a koliko često je to posledica inicijativa pojedinaca koji pozivaju L'Oreal da uzme učešće u određenim događajima?**

*Strateške aktivnosti na ovom polju su uvek inicirane od strane kompanije, ali smo otvoreni i za inicijative i predloge pojedinaca, kao i da učestvujemo u određenim lokalnim aktivnostima u svakoj zemlji u kojoj poslujemo.*

## **Kakvi su Vaši utisci saradnje sa mladim ljudima i koliko često Vam se javljaju sa inicijativama, bilo interno u okviru kompanije, bilo eksterno (poput FEFA Open-a)?**

*Mladi su u centru L'Oréal-ovog ekosistema. Kroz dugu istoriju kompanije izgradili smo čvrst odnos sa mladima. Naši lideri su oduvek verovali u mlade i njihov potencijal. Kao pravi rasadnik talenata, L'Oréal je prepoznat i od strane samih mladih ljudi po prilikama koje pruža i poverenju koje se odgleda u tome da im veoma rano dodeli odgovornosti i da ih razvija tokom cele karijere. Decenijama podržavamo mlade u svim zemljama u kojima poslujemo, kako kroz naše programe zapošljavanja, akcije u kampusima sa studentima, kroz naše programe inkluzivnosti, ali i kroz aktivnosti i angažman naših brendova, koji sve više nastoje da pomognu mlađim generacijama.*



**AKTIVIRAJ SE**

**Kakvi su Vaši utisci nakon ovogodišnje saradnje sa studentima i studentkinjama FEFA i da li mislite da ovakvi projekti podstiču aktivizam mladih?**

*Ovo nije prva godina naše saradnje sa studentima FEFA što ujedno govori i o našim utiscima. Uvek se rado odazovemo pozivu da učestvujemo u njihovim akcijama i veoma smo zadovoljni saradnjom sa studentkinjama i studentima FEFA.*

**Šta savetujete mladim ljudima koji žele da budu kreatori promena?**

*Da se nikada ne odreknu učenja i usavršavanja, te da učenje nikako ne sme da prestane sa završetkom formalnog obrazovanja. Takođe, da budu radoznali, hrabri, etični, da čuvaju svoj integritet i sisteme vrednosti. I da uvek preispituju sebe i svet oko njih. Današnji svet se menja neverovatnom brzinom i u njemu će uspeti oni koji te promene prepoznaju, razumeju i najuspešnije im se prilagođavaju.*



**AKTIVIRAJ SE**



# MARIJA POPOVIĆ

**Molim te da nam ukratko predstaviš projekat, kako je došlo do ideje, ko je sve učestvovao u toj inicijativi, da li ste to radili timski ili individualno?**

*Na časovima geografije smo radili projekat na temu kako pametno da iskoristimo obnovljive izvore energije, odnosno to je tema koju je grupa čiji sam ja bila deo dobila kao zadatak. Inicijalno je to bio timski rad, a kasnije na samu inicijativu profesorke sam ja izabrana da poguram dalje tu inicijativu i tada sam ja lično kontaktirala kompaniju Strawberry Energy. Tom prilikom sam se upoznala sa njihovim proizvodima, sve što sam imala prilike da vidim je je jako zainteresovalo i htela sam da tako nešto realizujem u našoj školi.*

**Da li vas često profesori motivišu da razmišljate „izvan kutije“ i da li ste ranije imali neke slične inicijative poput ove?**

*Za mene je ovo prvi put da sam se upustila u ovakvu inicijativu i zapravo prvi put da sam pokušala da realizujem svoju ideju, kao i prvi put da sam se zainteresovala za sprovođenje ideje u delo. Do sada nisam imala ni prilike, a što se tiče profesora najčešće se to desi kada za zadatak imamo neki mini projekat, to se ne dešava često i uglavnom se nastava, sa ovim izuzetkom, održava na tradicionalan način.*

**Da li se dešavalo da vam u procesu ovog projekta neko kaže „ma nema ništa od toga“ i ako da, na koji način ste se nosili sa time? Kakva je bila uloga roditelja tokom ove inicijative?**

*Naravno da se dešavalo, celokupna realizacija projekta je trajala duži vremenski period, praćeno čak i jednim zatišjem kada nismo bili sigurni kakav će biti ishod, čak sam i ja sama pomislila da od toga neće biti ništa. Moje okruženje i ljudi u njemu su takođe govorili da od toga neće biti ništa, moji vršnjaci ovu inicijativu nisu shvatali ozbiljno, niti su mislili da će se projekat realizovati.*



*Što se tiče mojih roditelja, stvarno su me podržavali u tome, ali mislim da su i oni bili skeptični oko toga da li će se inicijativa na kraju sprovesti u delo. Kada saberem sve utiske, deluje da sam ja bila jedina koja je verovala da će se projekat realizovati i zbog toga forsirala na načine na koje je to bilo moguće. Zanimljivo je da čak ni direktor škole u jednom periodu nije želeo da se uključi, govoreći da ima posla i da nema vremena za ovo. Ja sam zbog svih ovih okolnosti gubila nadu, ali na kraju je sve ispalo kako treba.*

### **Koliku je ulogu imala uprava škole i nastavni kadar, da li su pružili pomoć prilikom kontaktiranja kompanije Strawberry Energy i kako je taj proces izgledao?**

*Prva osoba kojoj sam se ja obratila je bila moja razredna, ona je stvarno bila oduševljena i odmah mi je rekla da guram dalje i da ne odustajem, kao i da ne gubim nadu. Uprava škole nije prepoznala potencijal u ovoj inicijativi i nije želela da se meša, kao što sam ranije pomenula. Izuzetak je bio jedan poziv upućen kompaniji Strawberry Energy, dok sam ostatak komunikacije vodila ja. Razredna je bila tu da me podrži i motiviše.*

### **Kakav si se osećala nakon što ste realizovala ono što si naumila i da li imaš neke nove ideje?**

*Osećaj nakon realizacije je bio divan, bila sam jako ponosna nakon cele realizacije projekta. Moji projatelji su stvarno oduševljeni, jer nisu očekivali da će ova inicijativa uroditi plodom. Profesori su takođe bili oduševljeni, svi su mi tada čestitali, direktor takođe. Nakon toga su mi uručili zahvalnice i nagrade, tako da sam jako bila srećna i ponosna. Ideje postoje, a nadam se da ću i njih uspešno realizovati.*

### **Šta savetuješ drugim srednjoškolcima i srednjošolkama koji imaju ideju i žele da je realizuju?**

*Savetujem svim mladima da kakvu god ideju da imaju i žele da je realizuju da nikada takve ideje ne odbacuju kao nemoguće, iako u početku deluje da je nemoguće ostvariti ih. Moj primer je pokazao da koliko je zapravo važno pokucati na vrata da bi se ona otvorila, kao i to koliko je važno povezati se sa ljudima koji dele iste vrednosti.*



# VESNA SAVIĆ

**direktorka UNICEF za saradnju sa privatnim sektorom**

**Možete li nam reći kako je došlo do uspostavljanja saradnje sa FEFA i partnerstvu na ovom turniru?**

*Saradnja sa FEFA je započela pre više od jedne decenije, tačnije pre 12 godina. Ideja je došla od studenata i studentkinja koji su želeli da kroz sportske aktivnosti koje se organizuju na fakultetu, urade i nešto dobro za svoje okruženje. Tako je nastao FEFA Open, humanitarni teniski turnir, koji okuplja ljubitelje tenisa – studente, zaposlene ljude, rekreativce koji svojim učešćem na turniru, daju doprinos nekom od programa koje podržava UNICEF u Srbiji. Studenti i studentkinje su prepoznali UNICEF kao pravog partnera i obratili su nam se sa predlogom za saradnju. Tako da ova saradnja traje sve ove godine, na obostrano zadovoljstvo.*

**Koliko se ova inicijativa i saradnja razlikuje u odnosu na ostale koje organizuje UNICEF?**

*FEFA Open zapravo organizuju sami studenti FEFA. Profesori i stručni tim je tu da pomogne ako nešto zatreba i da mentoriše. UNICEF saraduje sa različitim partnerima kako bi ostvarili rezultate u korist dece i mladih u Srbiji. Saradnja sa studentima FEFA i cela inicijativa je izuzetno zanimljiva i za nas veoma važna. Studenti pokazuju veliku samostalnost u izboru tema koje stavljaju u fokus turnira. Na početku je to bila prevencija vršnjačkog nasilja u školama, ove godine je podrška mladima da se izbore sa problemima vezanim za mentalno zdravlje. Studenti i studentkinje su vrlo samostalni u organizaciji događaja, oni dogovaraju terene na kojima će biti organizovan turnir, mobilisu sponzore i igrače. Ostvaruju saradnju sa drugim fakultetima i pozivaju studente da se priključe, osim toga neretko angažuju i poznate ličnosti koje učestvuju na turnirima. Na ovaj način, oni i praktično sprovode mnoge poslove o kojima su učili na fakultetu, kao što je pravljenje sponzorskih paketa, organizacija događaja i slično.*



**AKTIVIRAJ SE**

**S obzirom na to da saradnja UNICEF i FEFA postoji preko 10 godina, na koji program ste posebno ponosni koji je sproveden između ostalog i uz doprinos samog teniskog turnira?**

*Ponosni smo na sve što smo uradili zajedno sa studentima FEFA. Za nas je svaka podrška i doprinos značajan i omogućava da dođemo do većeg broja dece, mladih, roditelja, zajednica, institucija. Ako bi trebalo da izdvojim neki turnir koji je bio posebno značajan, to je onda turnir koji smo radili kako bi podržali Vršnjačku mrežu podrške inkluzivnom obrazovanju koju je tada činilo 29 učenika/ca 7 i 8. razreda osnovne i svih godina srednje škole iz 20 opština/gradova u Srbiji. Mislim da je to bilo 2015. godine kada su i sami predstavnici vršnjačke mreže podrške bili na turniru i tada su sa studentima i studentkinjama FEFA razmenjivali svoje aktivnosti i dobili neke korisne savete o tome kako da u svojim školama i opštinama promovišu značaj i vrednosti inkluzivnog obrazovanja.*

**Da li je teško naći mlade koji su zainteresovani da učestvuju u programima UNICEF?**

*UNICEF saraduje sa mladim ljudima, pružajući im podršku da se zauzimaju za svoja prava i stvaranjem uslova da oni napreduju i igraju aktivnu ulogu u društvu. Naš Omladinski odbor daje aktivan i značajan doprinos planiranju i osmišljavanju različitih inicijativa i projekata i zagovaranju zasnovanom na dokazima, čime se promoviše učešće mladih u procesima konsultacija i kampanjama za strateške prioritete i javne politike vezane za mlade. UNICEF u Srbiji želi da privuče više mladih na inovativnu platformu U-Report, koja je napravljena kako bi se prikupila mišljenja mladih i kako bi oni dobili priliku da iznesu svoje ideje. Trenutno je oko 10.000 mladih uključeno na ovu platformu.*

**Šta biste poručili mladim ljudima koji žele da menjaju svet oko sebe?**

*Poručila bih da budu hrabri i veruju u svoje snove, da gaje solidarnost prema vršnjacima i okolini, podržavaju jedni druge i da stalno rade na svom razvoju i obrazovanju.*



**AKTIVIRAJ SE**