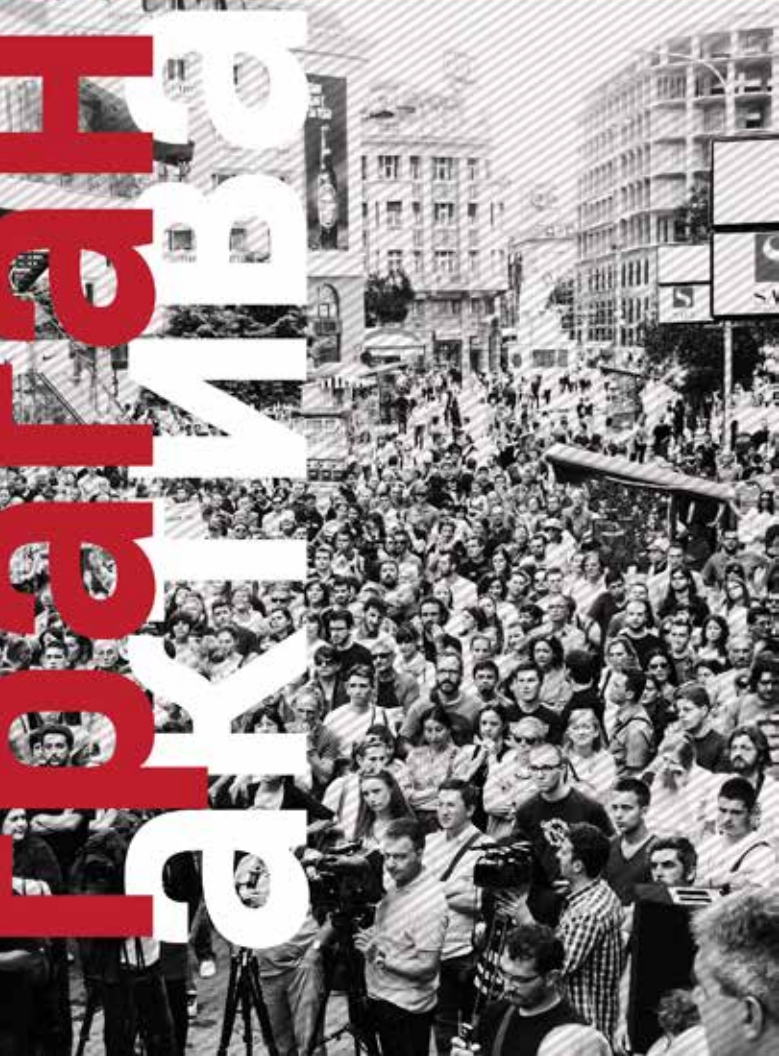


К
О
Л



REPORT CARD



**ПОЧИТУВАНИ
ДРУГАРКИ И
ДРУГАРИ
АКТИВИСТИ,
ДРАГИ ДРУГАРКИ И
ДРУГАРИ НА РАБОТ
ПОМЕЃУ СВЕШНОСТА
ЗА ЕДЕН ПРОБЛЕМ
И ПОДГОТВЕНОСТА
ДА СЕ ДЕЛУВА**



СОДРОЖАНИЕ:

ГРАЃАНСКИ АКТИВАТОР

Прирачник за граѓанско делување

СОДРЖИНА:

ПРЕДГОВОР 6

1

КАКО ДА РАЗЛИКУВАМЕ ТЕМА ОД ПРОБЛЕМ?
КОМУ СЕ ТРЕБА ДА СЕ ОБРАТИМЕ? 8

1.1. Теми 8

1.2. Проблеми 10

1.3. Засегнати страни 11

1.4. Како да комуницираме со засегнатите страни?
(пораки, повици, прогласи) 15

2

ЗОШТО МОРАМЕ ДА МИСЛИМЕ НА КОМУНИКАЦИЈА
СО ЈАВНОСТА? КОЈА ЈАВНОСТ Е ВАЖНА? 20

3

КАКВИ ТАКТИКИ ДА ПРИМЕНИМЕ? КОИ ПОСТАПКИ ИМААТ
ПОГОЛЕМ ЕФЕКТ? 24

3.1. Барање за легислативна промена или
промена на пракса 26

3.2. Протести 28

3.3. Маршеви и перформанси 34

3.3.1. Платформи за креативно делување, мулти -
дисциплинарни иницијативи 40

4

ПОСЕГНУВАЊА КОН ИСТОМИСЛЕНИЦИ/ЗАЕДНИЦА/ГРУПИ 42

5

ЛОГИСТИКА 46

5.1. Дали треба да го пријавиме јавниот собир? 48

5.2. Сите сме способни и вредни,
како да се организираме?..... 50

5.3. Што да правиме кога ќе се собереме? 51

5.4. Како да си ги организираме опремата и
реквизитите? 54

6

ДАЛИ МОРАМЕ БАШ СЕ ДА АРХИВИРАМЕ? 60

За проектот „Граѓански активатор“

Овој активатор е изработен во рамки на проектот „Граѓански активатор“. Во услови на загрошено и репресирано граѓанско општество, на активностите на организациите неретко им недостасува поголема граѓанска вклученост, но и обратно; со своето неучество граѓаните се покуси за една силна алатка и партнер(и) за решавање на заедничките проблеми.

Идејата на проектот се базира на модерните комуникациски теории, според кои, на пример, преку 80% од прашањата кои ги третира граѓанското општество се решливи со помош на комуникациски средства (алатки за издигнување на проблемите на повисоко ниво, кога веќе не можат да бидат игнорирани од надлежните, како и вклучување на различни чинители во нивното решавање). Целта на проектот е да направи поврзување, взаемно јакнење и само-едукација од областа на активизмот; база на ресурси и вмрежување на организациите кои во своето делување ја гледаат потребата од колективна акција (особено во јавниот простор) за решавање на проблемите на граѓаните и заедниците. Сметаме дека за подолгорочен успех е потребен преглед и систематизација на алатките, како и знаењата стекнати низ практични искуства во македонски контекст, создавање на заедничко „знаење“, коешто, освен што ќе се пренесува, и постојано ќе се надградува.

Оттука, проектот ќе се обиде да ги поврзе граѓанските организации кои сакаат да го применат овој пристап, да креира регионални јадра, да воспостави силни врски и да ја иницира/зајакне меѓусебната поддршка и солидарност на граѓанските организации и активистите.

За „Активаторот“

Активаторот го гледаме како една од алатките за реализирање на овој проект. Во него ги споделуваме искуството и знаењето кои не се наоѓаат во други прирачници или на интернет. Тука го сублимираме целокупното локализирано знаење што гравитира околу стотиците такви прочитани прирачници, книги, теории, како и искуството стекнато преку активностите спроведени во нашиот град. Нашата цел е да го земеме предвид целокупното знаење на оваа тема, презентирајќи го и нашето со надеж дека можеби токму тие препораки ќе бидат она што ќе ве бутне од работ директно во некоја акција – локална, политичка, еколошка, маалска. Да, за време на пишувањето ве имавме на ум вас, кои сè уште мислите дека „џабе се реагира“, „сите се исти“ и „ништо нема да смениш“, а упорно, секој ден, се бавите со неспособноста на одговорните во Општината да средат некоја јама во близина на вашиот дом или со општинското недомаќинско финансиско работење.

Во овој Активатор го споделуваме сето она што го сметаме како важно и вредно за внимание во досегашните активности на Плоштад Слобода, Хелсиншкиот комитет за човекови права, Паркобраните, иницијативата АМАН и сите други иницијативи и организации со кои соработувавме. Поради природата на политичката реалност во која што се формиравме и делуваме, овде се опфатени повеќе тактики или тактички алатки, без намера да ги потцениме сите стратегии и алатки за долгорочен активизам и општествена реформа. И покрај впуштањето во некои активности кои бараат време и стратегија, нашето позитивно искуство, сепак, произлегува од работата во временски и просторно ограничени размери.

Конечно, било која активност предвидена и дискутирана во овој активатор подразбира работа со други, работа во група. Без оглед на тоа дали организирате читачка група во заедницата или ги повикувате сограѓаните на протест, секогаш водете се од начелата за рамноправност, колегијалност и транспарентност. Водете сметка за своите колеги/другари/соработници, бидете отворени и инклузивни. Водете грижа и за заедницата, јавниот простор, соседството, паркот во кој се собирате. Заедничките простори и нашиот однос кон нив се единственото нешто што ни останува во нашата борба против политичката корумпираност, дивниот урбанизам и газењето на човековите права. Тимот и методите на работа треба да го рефлектираат она за кое се залагате. По потреба бидете остри и критични, но ненасилни.

Кога говориме за методите на работа, како што може да забележите, од овие редови се слушаат повеќе гласови. Токму затоа што се напишани од повеќе гласови. Но, ако зборовите и конструкциите на речениците се посебни и индивидуални, тогаш доживувањата и сознанијата дефинитивно се заеднички и артикулирани во меѓусебна координација.

* * *

Подобар момент за активирање, од моментот на осознавањето на проблемот – нема! Подобри услови, за било какво граѓанско активирање, едноставно нема да се создадат/случат. Сè што е потребно се истомисленици и добра волја, како и запознавање со околностите и неколку споделени искуства. Но, сето тоа е благороден процес на запознавање со своите сограѓани, со процедурите кои ни го прават секојдневието такво, какво што е и учење за потребите на својата заедница или својот град.

Со почит,
Уредниците

НАПОМЕНА

Извори на текстовите на законите на РМ:

www.pravo.org.mk | www.sobranie.mk | www.slvesnik.com.mk/besplatni-izdaniya.nspix
Веб-страниците на посебните Министерства, Општини и други јавни институции чија работа се уредува со Закон

1.

**КАКО ДА
РАЗЛИКУВАМЕ ТЕМА
ОД ПРОБЛЕМ?**

**КОМУ СÈ ТРЕБА ДА
СЕ ОБРАТИМЕ?**

1.1. ТЕМИ

Граѓанскиот интерес е неограничен во јавниот простор. Граѓаните имаат право да се интересираат за било што и во било кое време.¹

¹ Исклучоци секако има, кога е во прашање националната безбедност или приватноста, но, во принцип, секое јавно прашање (трошење јавни ресурси, време, простор или луѓе) е прашање за кое можете да се активирате.



Активизмот не значи ексклузивност. Секој од нас е повеќеслојна личност и сосема е нормално истовремено да бидеме и родители што бараат подобри услови во градинките, и заштитници на некоја шума. Сосема е нормално да ги браниме интересите на потрошувачите, бидејќи секој од нас е потрошувач, додека истовремено се бориме за повеќе велосипедски патеки. Затоа, не се воздржувајте да бидете активни на два или повеќе фронтови! Дури и истовремено! Доколку искрено настапувате во одбрана на она од што сте засегнати, или во името на луѓето кои ви се драги, можете да бидете активни на голем број теми.

Што ти е поважно?

- Фекална канализација
- Вработување
- Лекови
- Права на ЛГБТ заедниците
- Животна средина

1.2. ПРОБЛЕМИ

Вистинска умешност е проблемот да се постави на начин на кој што ќе може да се реши. За тоа се потребни многубројни истражувања и познавање на темата, но речиси секој општествен проблем е решлив ако соодветно му се пристапи. Впрочем, согледувањето на можно решение треба да биде лакмусов тест за тоа дали вреди да се активирате во однос на некој проблем или не.

Замислете класичен случај, гласна музика во кафеана сред станбен блок. Сите сме биле сведоци или сме чуле за таков пример. Угостителот сака да прави пари длабоко во ноќта, соседите сакаат да одмараат и спијат. Кафеаната може да работи со дозвола и законски, но тоа не значи дека правото е на нејзина страна. Законите и другите правила не се апсолутни и непроменливи. Тоа што едната од засегнатите страни ја има средено својата документација не значи дека случајот е затворен. Понекогаш законите не се фер и

не се соодветни на реалноста. Ако вашето здравје или начин на живот трпат заради некој закон, тогаш ваша должност е да го предизвикате!

Често проблемите не се само во законите, туку во праксата или во нивното неспроведување. Во вакви случаи проблемот може да биде решен и од сосема друг чинител во процесот, а не државен орган.

Адресата каде ги испраќате вашите барања е исто така од голема важност. Ако институцијата не е во можност да ви го реши проблемот, или дел од него, ќе добиете стандарден одговор "не е во наша надлежност...". Затоа, бидете прецизни во барањето и што точно сакате од институциите да направат од своите надлежности. Понекогаш, соодветната адреса нема да биде некоја институција, туку приватен сопственик, верска заедница или друга група граѓани. Исто така, во вакви случаи проблемите се решливи со добра волја од двете страни.

1.3. ЗАСЕГНАТИ СТРАНИ

За подобро да го разберете проблемот, а со тоа и подобро да се соочите со него, направете преглед на теренот и одговорете на следниве прашања:

- Кои се нашите противници?
- Кои се нашите сојузници?
- Кои се одлучувачите?
- Кои се останатите корисници и засегнати страни?

Во речиси секој јавен спор ќе најдете страна со спротивставени интереси од вашите. Ловџии наспроти екологисти, пешаци наспроти возачи, верници наспроти атеисти, оштетени граѓани наспроти алчен раководител на служба... Понекогаш нивните интереси ќе ги прифатите како легитимни, а понекогаш не. Иронично но вистинито, потешко е да се бори човек против нелегитимен интерес (корупција, приватизација, непотизам), отколку против вистинските активисти од другата страна.

Од друга страна, пак, во секој спор постојат можни сојузници кои чекаат да бидат повикани на заедничка акција. Тоа се групи на луѓе кои се залагаат за решение на проблемот кое што и ним ќе им одговара, а сепак не од истите причини како и на вас. Да речеме, ловџиите можат да споделуваат заеднички став во однос на изградбата на некој автопат со локалните екологисти, иако теоретски се работи за групи со конфликтни ставови.



дефинирај:

- **Адреса на решавач на проблемот (најчесто институција)**

- **Конкретни мерки (промени на законски или подзаконски акти)**

- **Засегнати страни:**

- **Можни противници**
- **Можни сојузници**

Одлучувачите се третата група на чинители. Можат да бидат институции на меѓународно, национално или локално ниво, а можат да бидат и обични граѓани, бизнис групи или здруженија. Идентификувајте ја адресата (или адресите) која што може да ви го реши проблемот и инволвирајте ја во процесот што подлабоко, откако добро ќе ја осмислите можноста за решение. Оттука, ваквите одлучувачки фактори треба да се придобијат за да се издејствува решение на проблемот какво што вие посакувате.



Пример на засегнати страни при поскапени билети во ЈСП:

- Студенти
- Пензионери
- Градски советници
- Таксисти
- Влада

Конечно, постојат луѓе и групи во процесот кои, ако не се активираат, остануваат само корисници или засегнатата страна. Ако студентите не побараат бесплатни возења во градскиот превоз, а пензионерите преговараат за тоа со одлучувачот (Град Скопје), без разлика на исходот, тие се само набљудувачи. Но, ако се придружат на барањето, или постават свое, тогаш тие стануваат засегнатата страна.



je participe
tu participes
il participe
nous participons
vous participez
ils profitent

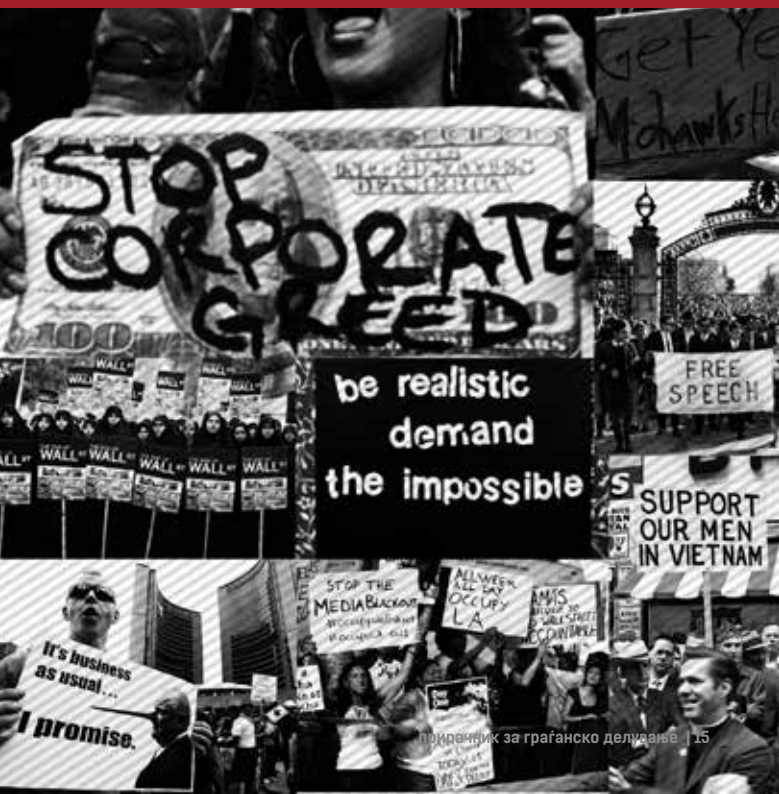


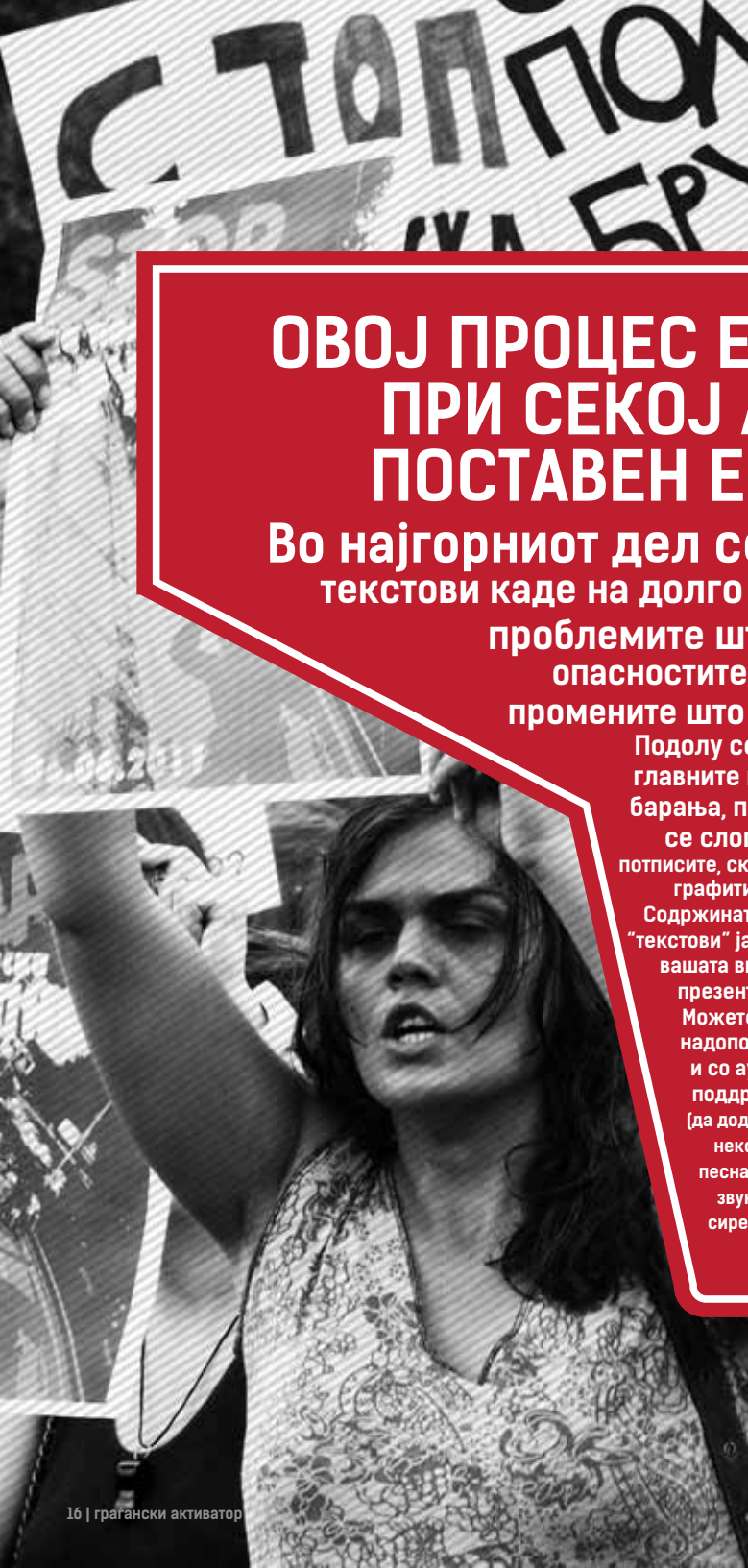
из интернетски активатор

1.4. КАКО ДА КОМУНИЦИРАМЕ СО ЗАСЕГНАТИТЕ СТРАНИ? (пораки, повици, прогласи)

Откако ќе го анализирате проблемот отстрана, фокусирајте се на комуникација со своите сојузници или целни групи. Во ни една битка не се оди сам, па и во општествените. Добрата комуникација со различни целни групи е од голема помош: мотивира на активизам и солидаризира, ја разбиструва сликата за вас и вашата кауза, го зголемува вашиот капацитет за соработка со другите засегнати страни. Постојат разни форми на вербална комуникација (манифести, прогласи, слогани, скандирања итн.) кои што потоа ги дефинираат визуелните елементи (бои, лого, фонтови итн.).

ЗА ДА ГИ ПОЕДНОСТАВИМЕ НЕШТАТА, ПОТРЕБНО Е ДА ЗНАЕТЕ ШТО САКАТЕ ДА КАЖЕТЕ ЗА ДА ПОЧНЕТЕ ДА РАБОТИТЕ СО ФОТОШОП, ВО НИКОЈ СЛУЧАЈ ОБРАТНО.





ОВОЈ ПРОЦЕС Е ПРИ СЕКОЈ ПОСТАВЕН Е

Во најгорниот дел се
текстови каде на долго
проблемите што
опасностите
промените што

Подолу се
главните
барања, п
се слоб
потписите, ск
графити
Содржинат
"текстови" ја
вашата в
презент
Може
надопо
и со а
поддр
(да дод
неко
песна
звуч
сире



МНОГУ ВАЖЕН АКТИВИЗАМ. КАКО ИНКА.

е поставени големи
и широко се опишуваат
то ве засегаат,
што демнат,
се бараат и сл.

е наоѓаат
пораки и
а под нив
ганите,
андирањата,
ите итн.
а на овие
одредува
изуелна
тација.
е да ја
олните
удио
шка
адете
рја
или
к -
на).



Совети за на пораки јавноста:

НЕКА БИДАТ КРАТКИ

Кратките слогани полесно се паметат од долгите, веројатно е дека повеќе луѓе ќе ги прочитаат, ќе бидат повидливи и повпечатливи. Но, не кратете по секоја цена!

НЕКА БИДАТ МОТИВИРАЧКИ

Користете зборови како “ајде” или “заедно”, зборувајте во прво лице множина, поставувајте важни цели.

РИТАМ И РИМА

Зборови што можат да се запеат или одбројат се уште повпечатливи. Видете дали некои од вашите клучни зборови се римуваат и спојте ги во некоја позната мелодија.



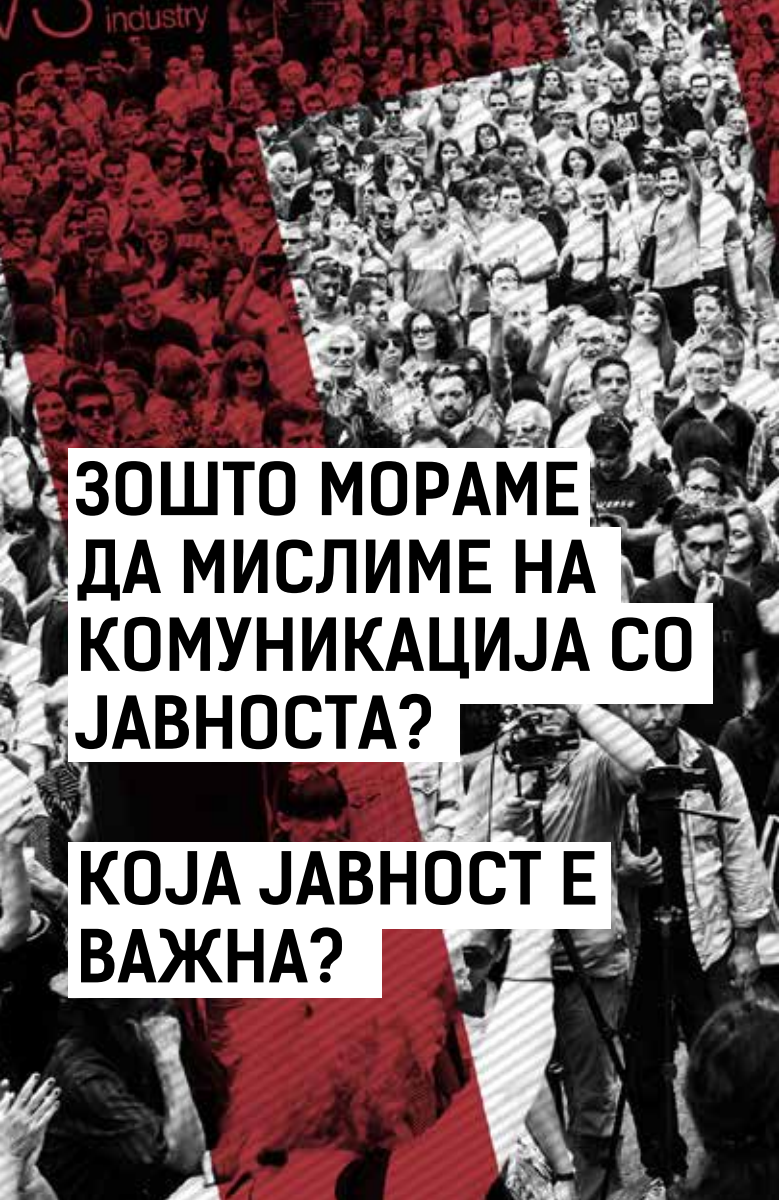
пишување за пред

ХУМОР И ПАРОДИИ

Понекогаш цели движења оставаат длабоки траги заради квалитетот на хуморот што го користат. Пародијата на позната слика, слоган или песна е многу моќна алатка за придобивање симпатии меѓу публиката. Но, внимателно со хуморот. Неквалитетните, нејасни или дискриминирачки шеги често знаат да бидат одвраќачки за публиката...

СЕКОГАШ ПРОВЕРУВАЈТЕ ГИ СВОИТЕ СЛОГАНИ!

Вашите идеи вам најдобро ви звучат. Јавете се на некои од вашите блиски и прочитајте им листа на слогани за да го чуете нивното мислење. Не знаете што сè можете да пропуштите кога размислувате сами!



ЗОШТО МОРАМЕ ДА МИСЛИМЕ НА КОМУНИКАЦИЈА СО ЈАВНОСТА?

КОЈА ЈАВНОСТ Е ВАЖНА?

Познавањето на функционирањето на јавноста во контекст на активистичкото делување е важно заради мобилизација на активисти и учесници на активностите кои се организираат. Во состојби кога треба да се изврши мобилизација, една од главните анализи која треба да ја направите е анализата на јавноста односно нивоата за вклученост на граѓаните во акцијата – препознавање на проблемот и степенот на рестрикција за учество во иницијативите/настаните.



Општо правило е дека колку степенот на рестрикција за делување по одреден проблем/појава е понизок толку вклученоста е поголема. Степенот на рестрикција е во директна врска со препознавањето на проблемот, па одредени проблеми со висок степен на рестрикција во еден момент (кога проблемот сеуште не е препознаен и нема доволно сојузници/приврзаници), со мала неколкудневна или неколкунеделна кампања стануваат проблеми со понизок степен на рестрикција и широка вклученост (што значи повеќе луѓе на протест, повеќе сојузници).

Секако ова не значи дека проблемите кои имаат повисок степен на рестрикција, кој што тешко се намалува (проблеми со полициско насилie, узурпација на јавен простор, протести насочени директно против одредени носители на одлуки – односно власти) треба да бидат оставени настрана. Напротив, потребно е само внимателно и креативно промислување на акциите, бидејќи од друга страна, пак, проблемите со висок степен на рестрикција се широко препознаени. За да се намали рестрикцијата за учество на граѓаните во акциите тие треба да се осмислуваат креативно и инклузивно, за да им се оневозможи на оние кои се насочени против да излезат со аргументи против акцијата.

ПРИ МОБИЛИЗИРАЊЕТО НА ЈАВНОСТА ИМАЈТЕ ГИ НА УМ ПРОВЕРЕНЕТЕ HANT-GRUNIG-ОВИТЕ ТЕОРИИ НА ЈАВНОСТИТЕ СПОРЕД КОИ ПОСТОЈАТ ЧЕТИРИ ОСНОВНИ ТИПА НА ЈАВНОСТ: АКТИВНА, ПОТЕНЦИЈАЛНА, ВНИМАТЕЛНА И НЕЈАВНОСТ.

• **Активната јавност** – е свесна за проблемите и активно работи на нивно решавање (често малубројна, добро информирана за проблемот, одлично јадро);

• **Потенцијална јавност** – ги препознава проблемите и директно е засегната од нивните ефекти, но не работи на нивно решавање (нема или не знае начин како да работи), и токму таа (тој тип јавност) е онаа за која се надеваме дека ќе се ангажира, односно да ги осознае проблемите и активно да се вклучи во активистичките акции;

• **Внимателна јавност** – овој тип јавност е свесна за проблемите но воопшто не е организирана и не се организира за да пронајде решение. Внимателната јавност најчесто се вклучува подоцна во активистичките акции, односно тогаш кога дадениот проблем станува широко препознаен и „жешка тема“;

• **Нејавност** – овој тип на јавност ниту може да ви помогне ниту некогаш ќе се вклучи во вашите акции ниту пак постои опасност вашите противници да го организираат против вас. Затоа заборавете на нив.

ДЕЛУВАЊЕ НА ЈАВНОСТА ВО ОДНОС НА ОДРЕДЕН ПРОБЛЕМ ИЛИ КОМУНИКАЦИСКА АКТИВНОСТ (ПОВТОРНО 4 ТИПА):

- **Сепроблемска јавност** – Активна по сите прашања (новинари и граѓански активисти);
- **Еднопроблемска јавност** – Активна само по одредени прашања (еколози, спортски здруженија, стручни асоцијации...);
- **Жешкопроблемска јавност** – Активна само во однос на проблемите присутни во медиумите и јавноста во одреден момент (разни аналитичари, самонаречени експерти кои преку говорењето за жешките теми сакаат да се себепромовираат или да ги промовираат своите ставови);
- **Безгрижна** – не се занимава и не реагира по никакви проблеми.

Промените на споменатите категории на јавноста, односно на нејзиното делување, доведува до влегување на темата односно проблемот во состојба на промена, која пак, долгорочно може да доведе до промена поради која и да била организирана активност. Но запомнете, доведување на јавноста во ситуација на промена не значи промена бидејќи вашите противници, исто така, ќе се борат да ја оневозможат промената. Затоа секогаш кога преку активистичко делување ќе успеете да предизвикате состојба на промена (која неретко изгледа како целта да е остварена) осигурајте се да продолжите со активноста сè до конечно исполнување на целите кои ја иницирале.

3.

КАКВИ ТАКТИКИ ДА ПРИМЕНИМЕ?

КОИ ПОСТАПКИ ИМААТ ПОГОЛЕМ ЕФЕКТ?

При барање на одредена социјална промена, на располагање имаме различни видови тактики и алатки кои можат да ни помогнат да ја оствариме нашата цел. Пристапот е различен, а најчесто е одреден од локалниот контекст, засегнатите страни, расположливите ресурси, посветеноста, итноста со која сакаме да дојде промената и сл.

Во продолжение споделуваме одредени препораки и научени лекции од досегашните искуства во спроведување и учество во иницијативи



кои имале за цел реализирање на општествени промени.

Различните тактики можеме да ги поделиме во две групи – институционални и вонинституционални. Досегашната пракса покажува дека ефектите се најголеми кога се употребуваат комбинирани тактики од двете групи. Секако, ова не е целосна листа на можни тактики и има простор за нејзино надополнување.

3.1 Барање за легислативна промена на про

Активистичките барања може да бидат во форма на измена на постоечката или усвојување на нова легислатива. Оваа тактика спаѓа во групата институционални тактики, бидејќи алатките кои ги опфаќа подразбираат интеракција со државните институции во услови регулирани со закон. Во правниот систем на Република Македонија, директното и непосредно иницирање на легислативни промени, формално правно се нарекува граѓанска иницијатива и е регулирано со Уставот (член 130) и Законот за референдум. Во овој контекст, постојат три вида на граѓански иницијативи:

- иницијатива за распишување на референдум,
- иницијатива за предлагање на донесување на закон,
- иницијатива за поднесување предлог за пристапување кон измена на Уставот.

Иницијатива за распишување референдум се поведува на предлог на 100 граѓани и таа може да се однесува на референдум на државно ниво или локално ниво. Во двата случаи потписите од 100 граѓани се собираат на образец одобрен од органот кој управува со избирачкиот список, односно Државната изборна комисија. Инаку, референдумот се распишува заради консултирање или одлучување на граѓаните. Во првиот случај тој има само консултативна улога, додека во вториот случај, одлуката донесена на референдум е задолжителна за властите. Кога се работи за референдум на државно ниво, за кој одлучува Собранието на РМ, по поднесувањето на иницијативата, Собранието е должно да распише референдум доколку иницијативата е поддржана од најмалку 150.000 граѓани со право на глас. Доколку граѓанската иницијатива за референдум се однесува на прашања од локално значење, таа се поднесува до Советот на општината, кој е обврзан да распише референдум доколку иницијативата ја поддржат 20% од избирачите во општината.

ВО СЕПТЕМВРИ, 2009 ГОДИНА, ПЛОШТАД СЛОБОДА СЕ ОБИДЕ ДА ИНИЦИРА РЕФЕРЕНДУМ ВО ОПШТИНА ЦЕНТАР НА КОЈ ГРАЃАНИТЕ ТРЕБАШЕ ДА ОДЛУЧУВААТ ДАЛИ НА ПЛОШТАДОТ МАКЕДОНИЈА ТРЕБА ДА СЕ ГРАДАТ ВЕРСКИ ОБЈЕКТИ. ГЛАВНИТЕ ПРОБЛЕМИ СО КОИ СЕ СООЧИВМЕ БЕШЕ НЕКООПЕРАТИВНОСТА НА ОПШТИНСКАТА И ДРЖАВНАТА АДМИНИСТРАЦИЈАТА, КАКО И РЕАЛНАТА НЕСПРОВЕДЛИВОСТ НА ЗАКОНОТ. ТОЈ ПРЕДВИДУВА СОБИРАЊЕ ПОТПИСИ ОД 20% ОД ИЗБИРАЧИТЕ ВО РОК ОД ЕДЕН МЕСЕЦ, САМО ВО РАБОТНИТЕ ДЕНОВИ И ТОА ВО РЕДОВНО РАБОТНО ВРЕМЕ. ПРОСТАТА МАТЕМАТИКА ВЕЛИ ДЕКА НА ПРИБЛИЖНО СЕКОИ 1,2 МИНУТИ ТРЕБА ДА СЕ ПОТПИШЕ ПО ЕДЕН ГРАЃАНИН, ШТО ГО ПРАВИ СОБИРАЊЕТО НА ПОТРЕБНИТЕ ПОТПИСИ ПРАКТИЧНО НЕВОЗМОЖНО.

слативна промена акса

Предлог за донесување на закон може да поднесат 10.000 граѓани запишани во избирачкиот список. На сличен принцип како и референдумот, потписите се собираат во подрачните единици на ДИК. Предлогот, покрај потписите, мора да биде детално објаснет, односно да ги содржи сите елементи на предлог-закон (појаснување на состојбата во областа, цели, решенија и финансиски импликации). Покрај оваа можност, граѓаните индивидуално, како неформални групи или организации, можат да иницираат донесување на закон и со поднесување на иницијатива до овластените предлагачи (Владата или било кој пратеник во Собранието). Во овој случај, иницијативата не мора да содржи детален предлог-закон и не мора да биде поддржана од 10.000 граѓани.

Членот 130 од Уставот на Република Македонија го регулира поднесувањето предлог за измена на Уставот. Покрај претседателот на државата и Владата, ваков предлог можат да поднесат и 30 пратеници. Но, она што е важно за нас е дека предлог за пристапување кон измена на Уставот можат да поднесат и 150.000 граѓани со право на глас. Откако ќе се соберат потписите, повторно на образец одобрен од ДИК и во подрачните единици на ДИК, за предлогот одлучува Собранието со двотретинско мнозинство.

Иако консултативниот референдум, предлагањето на закон и иницијативата за промена на Уставот не ги обврзуваат властите да ги поддржат предлозите на граѓаните, секоја власт би била под многу силен притисок од јавноста доколку не прифати иницијатива која официјално ја поддржале голем број на граѓани.

Уште една можност за учество на граѓаните и граѓаните во донесувањето на одлуките, која произлегува од Законот е собир на граѓани. Иако нам не ни е познат случај кога оваа законска можност била искористена, сепак вреди да се напомене. Собирот на граѓани се свикнува заради покренување на иницијативи за решавање на прашања од локално значење на подрачјето на општината или месната самоуправа. На предлог на 10% од избирачите кои живеат на територијата на која се однесува, Градоначалникот свикнува собир на граѓани. На овие собири, со мнозинство гласови, граѓаните можат да донесат заклучоци за работата на општината, кои потоа ги разгледува Советот на општината и одлучува дали ќе ги прифати. Дополнително, постои можност да се присуствува на седниците на Советот на општината, да се предлагаат точки на дневниот ред и да се поднесуваат барања за промена на прописите во општината.

Важно е да се напомене дека реализирањето на овие иницијативи е делумно условено од политичката волја.

3.2. Протести



Протестите претставуваат една од основните и најупотребуваните форми за изразување на граѓанското незадоволство за одреден настан, одлука или политика, а најчесто се насочени кон донесувачите на одлуки. Иако, протестите можат да се манифестираат во различни форми, како на пр. пишани документи (протестни писма), јавни собири, протестни маршеви и сл., во овој случај протестот го анализираме во својата класична форма, како групно изразување на незадоволство.

Протестите имаат за цел да ја сензитивизираат јавноста за одредено прашање, да влијаат на јавното мислење и/или да извршат притисок врз властите да променат некоја своја одлука, како и да предизвикаат немир. Во недостаток од други механизми за влијание врз властите, граѓаните посегнуваат кон јавно изразување на незадоволството и преку протести се обидуваат да ја постигнат посакуваната промена. Протестите може да бидат организирани од поединци, неформални групи, здруженија на граѓани, политички партии и други. Иако се често користена алатка за постигнување промена, многу е тешко да се одреди колку протестите се ефективни. Сепак, во нашиот контекст, успешноста на протестот зависи од неговата масовност.

Најчесто, протестите се организираат пред институциите кои се одговорни за одлуката и/или политиката против која граѓаните протестираат. На овој начин се покажува кон кого конкретно е насочен протестот и кој



се смета за одговорен. Но, како што напоменавме погоре, протестите се исто така насочени и кон јавноста. Според тоа, иако успешноста на протестите најчесто се мери според посетеноста, тоа не треба да биде единствениот критериум за успешност. Многу е важно, во текот на протестите да ги повикате граѓаните не само да се приклучат на протестот, туку и самите да изнајдат начини преку кои ќе извршат притисок врз оние кои ги сметате за одговорни. Тоа може да биде преку писма, социјални мрежи, петиции, контакти со политичари, контакти со новинари, средби во локалните заедници и слично. Според тоа, од исклучителна важност е протестот да биде добро организиран, да има јасен концепт и порака, да повикува на вклучување и да нуди начини како да се дојде до посакуваната промена. Протестот не мора да биде еднократен, тој може да се повторува. Примери за тоа се протестите против поскапувањето на струјата и протестите против полициска бруталност.

Повикувањето луѓе и промовирањето на протестот е една од главните активности во текот на подготовките. Бидејќи најчесто ресурсите се ограничени, обидете се најпрво да им се обратите на оние кои се ваши истомисленици и ве поддржуваат, но не ја занемарувајте и пошироката јавност. Подолу можете да најдете препораки и совети за комуникациските алатки кои ви стојат на располагање, како и за логистичките аспекти на организирањето јавни настани.



**ПРОТЕСТ ПРОТИВ ИЗГРАДБА
НА ПРОЕКТОТ „СКОПЈЕ 2014“**



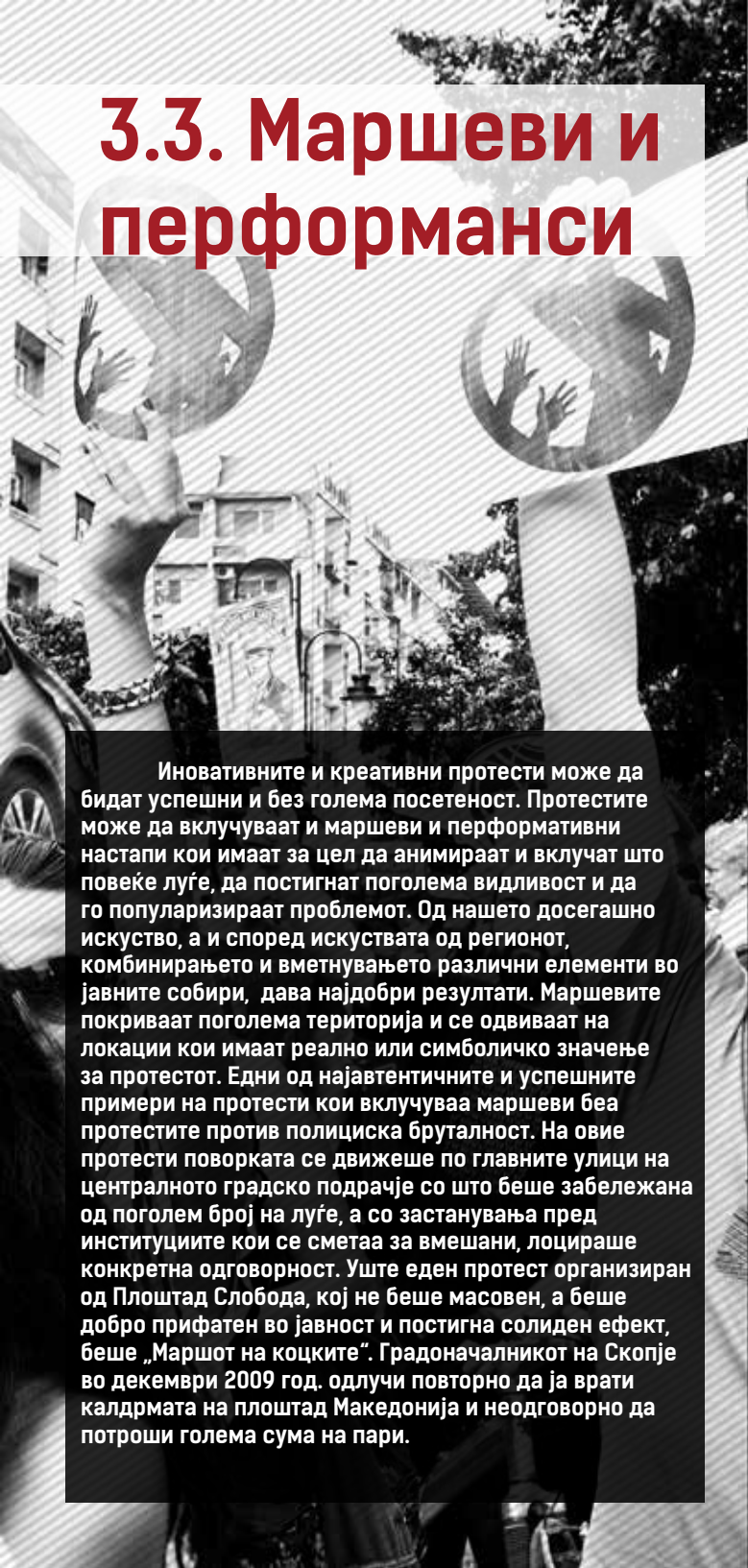
**ПРОТЕСТ ПРОТИВ
ПОСКАПУВАЊЕ НА
ЕЛ. ЕНЕРГИЈА – АМАН**



**ПРОТЕСТ ПРОТИВ
ПОЛИЦИСКА БРУТАЛНОСТ**



3.3. Маршеви и перформанси



Иновативните и креативни протести може да бидат успешни и без голема посетеност. Протестите може да вклучуваат и маршеви и перформативни настапи кои имаат за цел да анимираат и вклучат што повеќе луѓе, да постигнат поголема видливост и да го популаризираат проблемот. Од нашето досегашно искуство, а и според искуствата од регионот, комбинирањето и вметнувањето различни елементи во јавните собири, дава најдобри резултати. Маршевите покриваат поголема територија и се одвиваат на локации кои имаат реално или симболичко значење за протестот. Едни од најавтентичните и успешните примери на протести кои вклучуваа маршеви беа протестите против полициска бруталност. На овие протести поворката се движеше по главните улици на централното градско подрачје со што беше забележана од поголем број на луѓе, а со застанувања пред институциите кои се сметаа за вмешани, лоцираше конкретна одговорност. Уште еден протест организиран од Плоштад Слобода, кој не беше масовен, а беше добро прифатен во јавност и постигна солиден ефект, беше „Маршот на коцките“. Градоначалникот на Скопје во декември 2009 год. одлучи повторно да ја врати калдрмата на плоштад Македонија и неодговорно да потроши голема сума на пари.



ЖЕНА ПАРК
БЕЗ ЖЕНА

Во знак на протест и несогласување со оваа одлука, група граѓани, со сиви картонски коцки на главите, одржа протестен марш. Маршот започна на плоштадот Македонија, а крајната дестинација беше Градското собрание. Попатно, беше истакнат 20 метарски банер на мостот Гоце Делчев, а пред просториите на градската администрација дел од демонстрантите му испеаја песна на градоначалникот со која го исмеваа неговото домаќинско и анахроно работење. Овој протест, иако не беше масовно посетен, беше одлично примен во јавноста, го популаризираше проблемот и веројатно придонесе да не се реализира идејата на градоначалникот.

Како и кај другите тактики, протестите не треба да бидат единствената алатка за постигнување на одредена промена. За што поголем ефект, тие треба да бидат надополнети со пропратни активности, како што се јавни координативни состаноци преку кои ќе се овозможи да се вклучат поголем број на луѓе. Потоа, настапи во медиуми, јавни дебати, активности за промоција и слично. За подетални информации околу организирањето и спроведувањето протести видете го делот Логистика.

ПРАВОН

МАРШ НА КОЦКИТЕ

А С К О П Ј Е





ГО САКАМ



ГО САКАМ Г.Т.Ц.



3.3.1. Платформи за креативно делување, мулти-дисциплинарни иницијативи

„Фото глас“ е еден вид активистичко делување, кое за долгорочна цел има менување јавни политики, но за пристап користи непосредно делување, лесен индивидуален ангажман и креативно артикулирање на проблемите. Идејата потекнува од тврдењето дека една слика е 1000 зборови, и претставува секојдневно фотографирање на проблематични локации, состојби и проблеми (во заедниците на локално ниво, но и пошироко како автопатишта, мостови, споменици на културата) и објавување на фотографии на детектираните проблеми, првично на социјалните мрежи и информативни сајтови (и испраќање печатени фотографии директно до надлежите за проблемот) за последично да се предизвика реакција (кај институциите или надлежните) која ќе го отстрани проблемот. Доколку не се отстрани веќе препознаениот проблем, јавноста која е веќе информирана полесно се мобилизира за активистичко делување, бидејќи проблемите ги препознава како свои и поактивно се вклучува во акциите кои треба да доведат до нивно решавање.

Една од главните водилки на пристапот на „Фото глас“ и сличните иницијативи, е на креативен начин да им се овозможи на граѓаните да ги артикулираат своите проблеми и потреби и да им овозможи креирање мали активистички платформи на локално ниво, насочени кон решавање на проблемите кои ја мобилизираат јавноста (според проблемот) и делуваат како активистичко јадро – катализатор на нови и нови активистички иницијативи.



The Party
STOP
is here!

TAAE



4.

ПОСЕГНУВАЊА КОН ИСТОМИСЛЕНИЦИ/ ЗАЕДНИЦА/ ГРУПИ

Голем дел од работата се завршува пред настанот што го организирате. Како и во секоја битка, треба да ги идентификувате сите можни сојузници, покрај веќе дефинираните засегнати страни. Истражете ги групите или личностите кои во минатото говореле на темата, или работеле на слични проблеми во друго време или на друго место. Пишете им, испратете им покана за да ви се придружат, контактирајте ги телефонски или седнете на состанок со нив.

Нивното искуство и нивните размислувања се бесценети!



Доколку има доволно време и простор, вклучете ги нивните идеи и забелешки во вашите прогласи, барања или слогани. Направете ги да се чувствуваат како да имаат удел во целиот проект. Ова ќе ја зголеми нивната мотивација, ќе ја зголеми бројноста, ќе ги засили активностите и генерално ќе ја подобри вашата борба.

Настапувајте искрено. Ако немате многу допирни точки, држете се исклучиво до оние околу кои што се согласувате. Неискрените пријателства се забележливи, а принципиелните соработки се ценат.



Кога со Плошад Слобода се обидовме да ги вклучиме граѓаните што живеат околу хотел „Бристол“ во заштитата на парковите на ул. „Македонија“, наидовме на неочекуван одзив. Локалците веќе се имаа активирани во неколку наврати, го познаваа проблемот и беа лично многу позасегнати од нас.



Затоа одзивот беше толку масовен и долготраен. Паркобраните речиси секојдневно окупираа простор во центарот на Скопје неколку месеци пред насилнички да бидат отстранети од полицијата.



ЛОГИСТИКА

**Настаните од јавен
карактер, без разлика
на нивната големина или
природа, имаат потреба
од добра логистика и
внимателно предвидени
активности.**



Со комплетно разбирање за фактот дека некои собири можат да излезат од контрола, а некои воопшто да не бидат забележани, а врз основа на стекнатите искуства и знаења, ви ги претставуваме клучните логистички препораки за настаните од јавен карактер.

5.1. ДАЛИ ТРЕБА ДА ГО ПРИЈАВИМЕ ЈАВНИОТ СОБИР?

Во нашето искуство, пријавувањето на јавни собири зависи од нашата лична проценка за потребата од тоа. Членот 21 од Уставот на РМ го гарантира правото на мирно собирање и протестирање на граѓаните без претходно пријавување и барање дозвола, освен во воени услови. Но она што нас нè тера да ги пријавуваме настаните или не, е грижата за локалната заедница, соседството во кое собирот се случува, видот на настанот и ефектот кој треба да се постигне, како и проценката на реалната можност за потреба од полициска заштита. Повеќе детали кои законски го регулираат однесувањето во јавниот простор можете да најдете во Законот за јавните собири и Законот за прекршоците против јавниот ред и мир.

Пријавувањето на јавните собири во надлежните полициски станици го правиме кога имаме намера да го попречиме сообраќајот, па постои потреба од негово пренасочување или кога чувствуваме реална физичка закана.

Но, ако процените дека не сакате да го пријавите собирот, улицата е ваша! Потрудете се да ве има повеќе од 20. Јавниот простор е ВАШ и кога сте помалку од 20! Сите тротоари, паркови, плоштади, платоа, улици и пешачки зони се на располагање.

Тоа, сепак, не значи дека нашата безбедност како активисти во јавниот простор е загарантирана со присуството на полицијата. Напротив, македонската полиција во последно време покажува нееднаков третман во заштитата на граѓаните кои се под закана во јавниот простор. Така, за протестот на плоштадот Македонија на 28.03.2009 год. на кој полицијата предвидела помеѓу 4000 и 4500 „контра-протестанти“ – таа испратила кордон од 36 припадници на редовната полициска единица, додека за отстранување на 11 припадници на Паркобраните на 12.09.2013 год. – таа испратила 400 припадници на специјалните полициски единици во комплетна опрема. Всушност, она што ја гарантира безбедноста при било кој вид јавни собири/настани е нашата совест, одговорност и подготвеност на секакви ситуации.

Обврската за известување е кон другарките, другарите, познаниците, луѓето со кои сте вмрежени на социјалните мрежи и сите други граѓани кои сакате да ги поканите на протестот. Полицијата е доволно информирана и ќе се појави на настанот и без покана.

Кога веќе го пријавуваме јавниот настан во полиција, ги споделуваме информациите кои се релевантни: датум, време и место (рута) на настанот (да има барем 24 часа до тогаш); очекуван број на посетители; предвидени активности, можеби и интервенции во јавниот простор. Во писмото секогаш искажуваме подготвеност да го вратиме просторот во првобитна состојба и да имаме своја редарска група за време на настанот. Организаторот решава колку информации ќе сподели во ова писмо. Овој вид комуникација е повеќе како симболичка игра, со содржината на писмото покажуваме дека сме запознаени и ќе ги почитуваме нашите обврски, но и дека знаеме кои се нашите права во овој вид ситуации.

Одберете ја бојата која најмногу ви се допаѓа, или ја означува вашата борба и од најблиската цвеќарница купете ленти на метро. Видливо обележете ја и вашата редарска служба.

Во други случаи, настаните ги пријавуваме во Општината или Градот, до Советот на станари или Урбаните заедници – особено кога овие настани зависат од нивното присуство, или барем од просторот на кој нашите сограѓани полагаат посебно право.

5.2. Сите сме способни и вредни, како да се организираме?

Големината и видот на настанот ја диктираат поделбата на човечките ресурси по работни групи. Ваше е како се координирате внатре и меѓу тимовите, а во последно време најмногу се теоретизира и практикува хоризонталното организирање. Во овој случај, запознајте се со peer-to-peer начелата на носење одлуки, давање задолженија и координирање активности. Големите движења ги одржуваат многу мали peer-to-peer соработки, а тие се покажале корисни и за нас. Сите треба да бидат комотни со донесените одлуки.

Како и секоја друга работа во тим, таа се дели на координатори, логистичари, комуникација, редари – сè во зависност од избраната постапка. Поделбата на трудот и одговорноста при организирање, координирање и проследување на било какви јавни настани се најбитни за ефективноста.

Препорачуваме транспарентност, но и автономија при носење одлуки. Секоја координација и второ мислење се добродојдени, но кога се тактизира, можат да го заочат процесот и да ја направат поделбата на трудот и човечките ресурси излишна.

5.3. Што да правиме кога ќе се собереме?

Веќе по првиот наш организиран протест (Плоштад Слобода, 11.04.2009 год.) сфативме дека повеќе никогаш не смееме да дозволиме ниту 30 секунди на јавен настан да поминат непланирани. Секој непланиран, а посетен момент е неискористен моментум. Секој момент неисполнет со содржина, овозможува разводнување, пасивизација, па дури и намалување на посетеноста. Содржината, пак, не секогаш треба да произлезе од организаторот, таа некогаш зависи од учество и интеракција на присутните.

Во суштина, времето треба да биде добро испланирано, без разлика на видот на настанот. Бројни се примерите на репетитивни протестни собири и маршови во Скопје, кои поради недостаток од планирани содржини секој нареден пат губеа на посетеност и на крајот замреа. Освен што е тешко да се повикаат сограѓаните на улица, тешко е и да се задржат и активираат. Затоа препорачуваме „сценарио“ и прецизно поделени работни улоги, подготвени слогани, добро испланирана и претходно проверена рута и друг вид планови за справување со неочекувани ситуации. Позитивен пример за одржливи групни собири е движењето „На точак“. Не само што критичната маса во Скопје порасна, таа се одржува во Тетово и се активираше во Битола. Треба да се утврди колку ова делување успешно ја крева свеста на граѓаните, иако дефинитивно е видно како неговите организираност, мапи, сценарија и пораки имаат силна мобилизирачка моќ.



**КРИТИЧНА МАСА
НаТочак**



MAPH

TRUSSARDI
A. G. G. G. G. G.
I. G. G. G. G.



5.4. Како да си ги организираме опремата и реквизитите?

Составете листа на материјали и опрема потребни за подготовка и реализација на настанот. На неа ќе се најдат и селотејп за соопштенијата и генератор на струја кој ќе ви го позајми некој од соседството. Препорачуваме постојано преслушување на напредокот со оваа листа. Постојано ќе се јавуваат нови идеи и предлози кои ќе ја олеснат или забрзаат работата. Така, на пример, настанот може да нема потреба од гласност и засилувач на звук. Доколку има, тоа може да се реши и со мегафон, но и со разглас, засилувач на струја. Струјата може да дојде од генератор/акумулатор, но и од некој локален бизнис со кој пријателски ќе го испреговарате тоа. Во особено интересни случаи, иницијативата има право да бара да се вклучи и да ја користи електричната мрежа на Градот или Општината. Доколку планирате да правите галама, светот веќе го заобиколија снимки со најкреативните начини за нејзино создавање. Измислете своја алатка или искористете некоја добра идеја и адаптирајте ја на ваши услови. Што и да изберете, имајте предвид тоа да биде ефикасно (навистина да прави врева) и практично (да можете да го носите/имате цело време – да не тежи, да не го уништува дожд и сл.).

За подготовка на транспаренти се потребни две тенки парчиња дрво, хамер, бои и хефталица (доколку се чувствувате посебно креативни, само повелете!). Процесот на изработување транспаренти е добра прилика за социјализација и опуштање пред настанот, особено ако тој има потенцијал да собере силна енергија. Воедно претставува и добра вежба, преслушување и игра со аргументите кои ги имаме на располагање и пораките кои сакаме да ги упатиме.

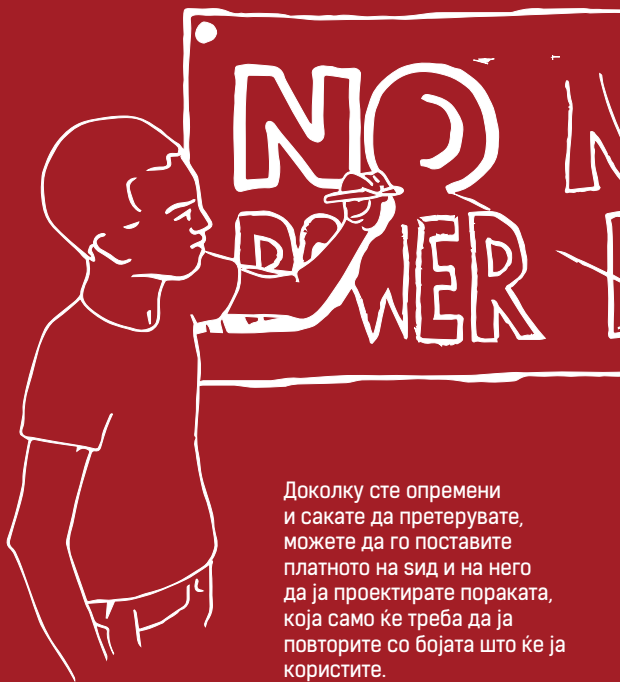
Независно од пристапот кој сте го избрале, најверојатно ќе имате потреба и постојана залиха од батерии, селотејп, вода за пиење, ужина, нешто за заштита од сонце/дожд/снег/загадување, информативни летоци за поминувачите, кеси за отпад и удобни обувки. Колку е покомплексен настанот, толку покреативни треба да бидете, особено кога се работи без буџет.

Реализацијата зависи од позајмување генератор, изработка на сцена од дрвени палети или употреба на велосипеди како носачи на транспаренти.





Избројте колку карактери ќе има пораката што сакате да ја испишете. Поделете го расположливиот простор со тој број и скицирајте ја пораката со слободна рака. На почеток можеби ќе ви биде покомотно да користите шаблони, но акцијата воопшто не е толку комплицирана и може да се изведе со минимум опрема.



Доколку сте опремени и сакате да претерувате, можете да го поставите платното на сид и на него да ја проектирате пораката, која само ќе треба да ја повторите со бојата што ќе ја користите.

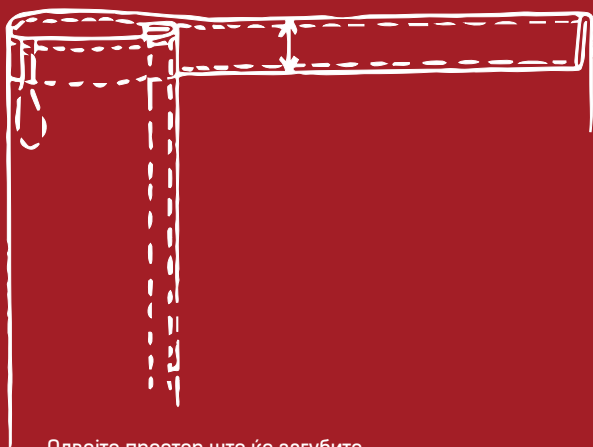
Т
за полициска
ДАЛНОСТ

NEW
PLANT





За изработка на транспарент ви се потребни две парчиња дрво, платно, хефталица, подебели игла и конец за шиење. Од нашите продавници најчесто го користиме платното „американ“. Доволно е еластично, добро впива боја и некое време поднесува и полоши временски услови.

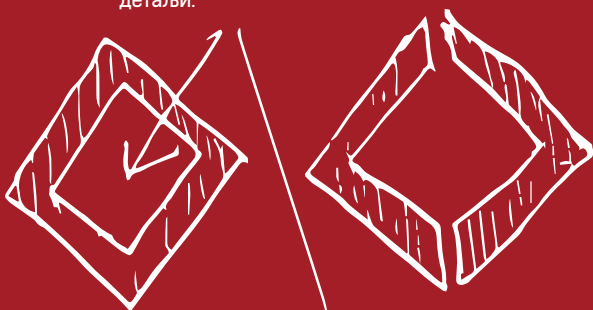


Одвојте простор што ќе загубите со зацврстување на платното за летвите. Однапред измерете колкав фронт треба да користите за да ја испишете целата порака.

Шаблони и стенсили, потребна опрема: картони, скалпели, ножици, молив и спреј или друг вид боја која лесно се наноси. Сликата/пораката која сакате да ја оставите можете да ја подготвите на компјутер, па со ножици да ја пренесете на картонот, или сами да ја исцртате.



Водете сметка за „огледало“ ефектот при пренесување на букви, потребата од постојана поврзана површина која ќе дозволи испишување на покомплицирани букви како Љ, А, Д, В и слични детали.



НЕ ГО СИЛУВАЈТЕ

СКОПЈЕ !



ДАЛИ МОРАМЕ БАШ СÈ ДА АРХИВИРАМЕ?

Иако, најчесто сите сме опремени со некаква дигитална камера, убаво е на настаните кои ги организирате да имате луѓе задолжени исклучиво за фото и видео документација на случувањата. Архивирањето на овие материјали, заедно со секоја официјална комуникација, медиумска објава, примероци од печатен материјал – е важно од повеќе аспекти. Еден од овие аспекти, секако е искуството и биографијата на вашата организација, иницијатива, дружина. Активизмот е и процес на самоеманципација, стекнување со нови знаења и вештини. Така станувате точка на интерес и контакт за одредена тема. Добивате повеќе пристап до јавниот простор (регулираниот етер), а со тоа и досега до граѓаните да ги споделувате вашите аргументи и ставови. Од друга страна, пак, документираните материјали може да ви послужат на суд, кога треба да докажувате дека некое ваше право било нарушено, или некој ве нападнал, или којзнае што друго можело да се случи...

6.



Архивата и вашата волја да разговарате за вашите искуства, како што се покажува во последно време, се непресушен извор на истражувачи, студенти, уметници и други видови ентузијастички кои се занимаваат со слични теми и постојано се во потрага по некои директни искуства. Систематизирајте сè што сте направиле, стекнале и научиле. Артикулирајте ги и однапред осмислете ги речениците со кои сакате да ги пренесете круцијалните информации. Обезбедете прегледен пристап до се што сте создале како активистички капитал. Инаку, ваквите препораки ги споделуваме поради горчливото искуство и неажурноста со која се справуваме, и поради загубените можност за здружување и нови активности.

Уредено од: Ивана Драгшиќ, Никола Наумоски, Филип Јовановски, Дамјан Здравев

Текстови: Ивана Драгшиќ, Никола Наумоски, Дамјан Здравев, Никола Писарев

Уредничка поддршка: Ивана Васева

Фотографии: Ванчо Џамбаски, Плоштад Слобода, Филип Јовановски, НаТочак

Графички дизајн: Марко Ковачевски

тираж: 500 примероци

CIP – Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“,
Скопје

342.72/.73(497.7)(035)

ГРАЃАНСКИ активатор : прирачник за граѓанско делување. – Скопје :
Плоштад Слобода Здружение за активизам, теорија и уметност, 2014. –
[100] стр. : илустр. ; 30 см

ISBN 978-608-65699-0-7

а) Граѓански права – Македонија – Прирачници
COBISS.MK – ID 96219402

Нераскинлив дел од активностите и искуствата за кои пишуваме во овој активатор е нашиот другар Марко Кабранов. Со нивното споделување, сакаме да ја споделиме и рашириме приказната за Марко како посветен активист и голем другар. Неговата енергија секогаш ќе биде наш мотор.



FOUNDATION ФОНДАЦИЈА
OPEN OTBOPENO
SOCIETY ОПШТЕСТВО
MACEDONTA МАКЕДОНИЈА



ПЛОШТАД
СЛОБОДА

| изданието е некомерцијално |

К
О

С

И

С

Л

С

О

Л

С



