

DEZVOLTAREA APTITUDINILOR ONG

Dreptul la informare



CENTRUL REGIONAL DE PROTECȚIA MEDIULUI
pentru Europa Centrală și de Est

DEZVOLTAREA ABILITĂȚILOR ONG

Dreptul la informare

Autor

VIOLETA ORLOVIC și MARJANA BARTULA

Editare

STEVEN GRANING



CENTRUL REGIONAL DE PROTECȚIA MEDIULUI
pentru Europa Centrală și de Est

Despre REC

Centrul Regional de Mediu pentru Europa Centrală și de Est (REC) este o organizație apolitică, nepartinică, non-profit ce are misiunea de a oferi asistență pentru soluționarea problemelor de mediu în Europa Centrală și de Est (EEC). Centrul îndeplinește această misiune prin acțiuni de încurajare a cooperării între organizațiile neguvernamentale, guverne, afaceri și alți actori din domeniul mediului, prin sprijinirea liberului schimb de informații și prin promovarea participării publice în luarea deciziilor de mediu.

REC a fost înființat în 1990 de către Statele Unite, Comisia Europeană și Ungaria. Astăzi, REC se bazează legal pe o Cartă semnată de guvernele a 27 de țări și de Comisia Europeană, și pe un acord internațional cu Guvernul Ungariei. REC are Biroul Central în Szentendre, Ungaria și Birourile Locale în fiecare din cele 15 țări beneficiare EEC, care sunt: Albania, Bosnia și Herțegovina, Bulgaria, Croația, Republica Cehă, Estonia, Ungaria, Letonia, Lituania, Macedonia, Polonia, România, Slovacia, Slovenia și Iugoslavia.

Donatori recentți sunt Comisia Europeană și guvernele Albaniei, Belgiei, Bosniei și Herțegovinei, Bulgariei, Canadei, Republicii Cehe, Danemarcei, Estoniei, Finlandei, Franței, Germaniei, Italiei, Japoniei, Letoniei, Lituaniei, Olandei, Poloniei, Sloveniei, Suediei, Elveției, Regatului Unit, Serbiei și Muntenegrului, precum și alte instituții interguvernamentale și private.

Întregul conținut al acestei publicații este protejat prin legea drepturilor de autor
©2002 Centrul Regional de Mediu pentru Europa Centrală și de Est

Nici o parte a acestei publicații nu poate fi vândută în nici o formă sau reproducă în scopul
vânzării, fără acordul scris al deținătorului drepturilor de autor

ISBN: 963 9424 97 8

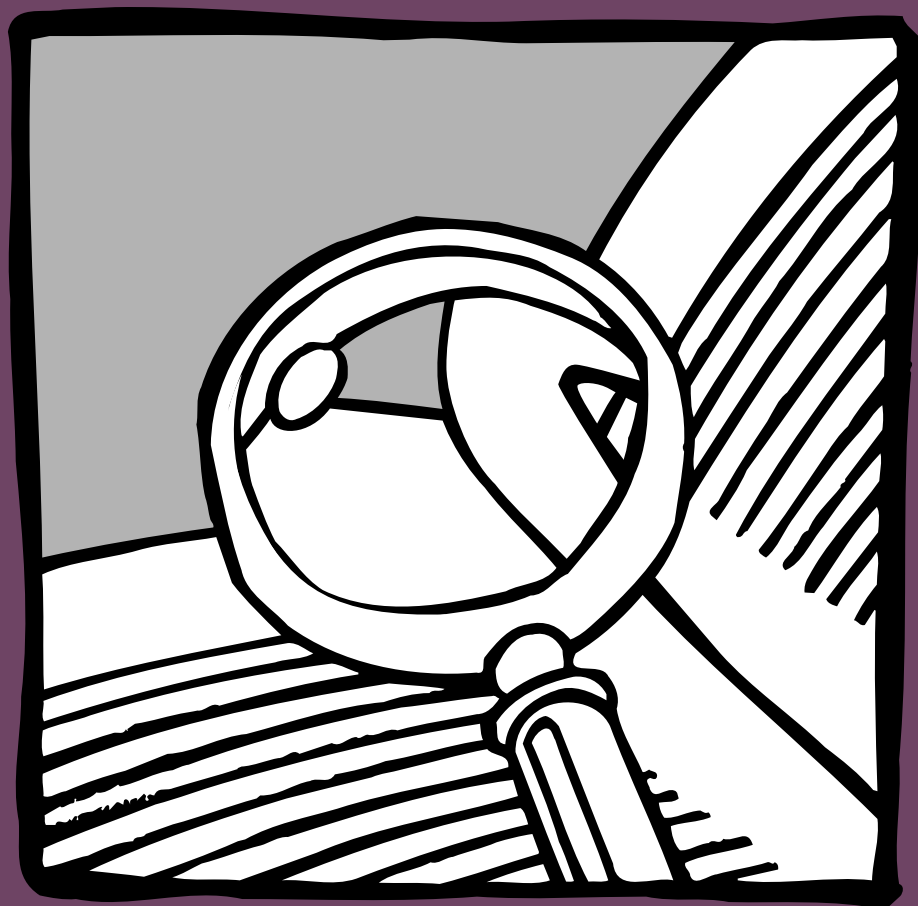
Publicat de:

Centrul Regional de Mediu pentru Europa Centrală și de Est
Ady Endre ut 9-11, 2000 Szentendre, Ungaria
Tel: (36-26) 504-000, Fax: (36-26) 311-294,
E-mail: info@rec.org, Web site: www.rec.org

Editare: Steven Graning, Design: Sylvia Magyar și Greg Spencer, Ilustrații: Laszlo Falvay
Translator: Ilena Avramov

Această publicație, precum și toate publicațiile REC sunt imprimate pe hârtie reciclabilă sau hârtie produsă fără utilizarea clorinei sau a substanțelor chimice pe bază de clorină.

Aspecte teoretice	5
Prezentare generală	7
Ce este “Dreptul la Informare”	8
Aspecte practice	23
Exercitiul 1: Reportajul	25
Exercitiul 2: Talk Show-ul	26
Exercitiul 3: Situația de criză	27
Exercitiul 4: Dezbateră	28
Exercitiul 5: Construirea acordului	30
Exercitiul 6: Sesiunea de brainstorming	31
Model de agendă a unui workshop	33



Material tematic

Prezentare generală

Introducere

Unul dintre principiile democrației este dreptul oamenilor de a participa fie direct fie indirect în luarea deciziilor care le influențează viitorul. În multe părți ale lumii, populația este chemată în prezent, mai mult decât oricând, să participe la luarea deciziilor de mediu și de aceea accesul publicului la informații clare este un lucru esențial. Dreptul la informare a fost recunoscut drept o componentă cheie pentru a asigura populației informația necesară protejării intereselor fiecăruia. Pe lângă dreptul la informare, populația are de asemenea nevoie să participe la procesul de luare a deciziilor și, când aceste drepturi sunt încălcate — să aibă acces la justiție.

“Convenția UNECE privind Accesul la Informație, Participarea Publicului la Luarea Deciziei și Accesul la Justiție în Probleme de Mediu” (Convenția de la Aarhus) a fost elaborată pornind de la aceste idealuri. Acest document oferă statelor semnatare un cadru pentru adoptarea legislației de mediu care asigură cetățenilor aceste drepturi. Convenția de la Aarhus a fost negociată cu participarea organizațiilor non-guvernamentale care au reprezentat interesele și temerile populației.

Manualul de față analizează dreptul la informare și locul său într-un context legat de protecția mediului. Aspectele legate de participarea publicului, realizarea acordului și accesul la justiție sunt toate cuprinse în această caracteristică esențială a oricărei democrații funcționale. ONG joacă un rol important în acest proces, prin faptul că influențează schimbările sociale. Stabilirea unor obiective ambițioase dar și realiste reprezintă primul pas în dezvoltarea unei societăți dar la fel de importantă este și abilitatea de a influența opinia publică într-un mod constructiv în procesul de luare a deciziilor. Deși îndeplinirea tuturor obiectivelor reprezintă scopul final, cel mai des întâlnit rezultat este compromisul. ONG trebuie să aibă abilitatea de a identifica situațiile care necesită conciliere și de a negocia cel mai bun compromis.

Obiectivul manualului

Fără abilitatea de a aduna informațiile și de a negocia, ONG-urile nu își pot juca rolul de gardieni ai interesului public. Acest manual oferă oricărui instructor un material care introduce dar în același timp ilustrează și argumentează conceptele legate de dreptul la informare și de procesul de negociere a soluțiilor problemelor de mediu, în scopul de a îmbunătăți eficiența și eficacitatea ONG de mediu. O atenție specială este acordată obligațiilor ce le revin autorităților publice conform Convenției de la Aarhus.

Abilități ce trebuie perfecționate

Un participant care încheie cu succes un program de instruire bazat pe acest manual va putea să:

- găsească sursele informațiilor de mediu;
- îmbunătățească imaginea publică a organizației;
- conducă în mod constructiv negocierile;
- construiască un acord;
- înțeleagă rolul unui mediator; și
- facă referințe privind drepturile și obligațiile cuprinse în Convenția de la Aarhus.

Conținut

Acest manual conține o introducere în Convenția de la Aarhus, cu o privire mai atentă asupra dreptului la informare și obligațiilor pe care aceasta le conferă autorităților publice. Conține deasemenea și informații legate de:

- organizarea unei campanii publice;
- colaborarea cu mass - media;
- tehnici de negociere și instrucțiuni pentru folosirea acestora;
- construirea unui acord;
- participarea publică;
- procesul de luare a deciziilor;
- mediere.

Suținerea sesiunii de instruire

Materialul din acest manual și exercițiile care îl însoțesc ar trebui folosite ca o bază pentru instruirea membrilor ONG de mediu în domeniul dreptului la informare. Este prezentat și un model de agendă de lucru care ajută în schițarea unui program de instruire adaptat la abilitățile, cunoștințele și nevoile unui grup.

Ce este Dreptul la Informare

Idea care stă în spatele dreptului la informare este aceea că cetățenii trebuie să aibă informații corecte despre evenimentele care le afectează viața. Garantarea accesului publicului la informația de mediu este însă doar o parte a ecuației. De aceea există cerințe care obligă autoritățile publice să asigure informarea populației într-un mod pro-activ. Această distincție ar putea părea puțin relevantă dar este important ca sarcina informării să fie împărțită între emitent și receptor. ONG de mediu pot juca un rol important în tot acest proces dacă se informează permanent asupra evenimentelor din comunitatea lor și dezvoltă un sistem prin care transmit această informație către public. De aceea este necesar ca ONG să se familiarizeze cu diferitele surse de informare disponibile.

Populația și autoritățile publice

Convenția de la Aarhus pornește de la premisa că toți cetățenii au dreptul la informare și la participare în luarea deciziilor legate de mediul în care trăiesc. Acest document clasifică grupurile și indivizii dintr-o societate în următoarele categorii:

Publicul

În acord cu reglementările Convenției de la Aarhus, publicul se referă la una sau mai multe persoane fizice sau juridice, cât și, în concordanță cu legislația și tradițiile naționale — asociațiile, organizațiile și grupările acestora.

Publicul interesat

Publicul implicat reprezintă acel segment de populație afectată / potențial afectată de, sau având interese în — luarea deciziilor de mediu. În această idee, ONG care promovează protecția mediului și îndeplinesc cerințele legislației naționale — sunt

considerate a avea un astfel de interes. Unele drepturi specifice, cum ar cel de participare, sunt condiționate de afectarea efectivă sau potențială a unei persoane sau entități juridice prin decizia în discuție. De exemplu, un plan de dezvoltare urbană va afecta locuitorii, proprietarii și afacerile care se desfășoară în zonă ș.a.

Convenția de la Aarhus conferă ONG de mediu un rol aparte: se consideră că dacă unul dintre domeniile de activitate ale unei ONG este protecția mediului (ex. — în concordanță cu statutul său), acesta este interesată în orice decizie care ar putea afecta într-un fel sau altul mediul. De exemplu, un ONG interesat de un plan de dezvoltare urbană nu este necesar a avea sediul în aria direct implicată; faptul că acel plan are consecințe negative asupra calității mediului este un argument suficient pentru implicare.

Autoritatea publică

Termenul de autoritate publică nu se referă doar la guverne. Potrivit Convenției de la Aarhus, autorități publice pot fi oricare din următoarele:

(a) Instituții guvernamentale la nivel național, regional sau la alte niveluri. Este important de precizat că acestea nu sunt în mod necesar instituții de mediu, cum ar fi ministere sau inspectorate de mediu. Această definiție include orice instituție guvernamentală care ia decizii ce pot afecta mediul. Ministerele Sănătății, Industriei și Dezvoltării Regionale de exemplu, au adesea autoritate asupra unor domenii ce au o legătură cu mediul, la fel cum este și cazul autorităților locale. Aceste tipuri de instituții se încadrează deci ca autoritate publică.

(b) Persoane fizice și juridice care îndeplinesc funcții în administrația publică, în conformitate cu legislația națională, cuprinzând anumite sarcini, activități sau servicii legate într-un mod sau altul de mediu. Acestea sunt, de obicei, organisme private cărora le-a fost atribuit un grad de autoritate în luarea deciziilor. O astfel de autoritate li se poate acorda pe căi legislative (ex.: o companie care gestionează unele utilități publice, înființată printr-un decret ministerial sau o rezoluție a Parlamentului).

(c) Orice altă persoană fizică sau juridică având responsabilități sau funcții publice sau prestând servicii publice ce au legătură cu mediul, sub controlul unui organism sau persoane care pot fi definite prin aliniatele (a) sau (b). Această categorie se referă la indivizi sau companii cărora anumite autorități sau instituții publice cum ar fi companiile de prestări servicii publice sau altele, le delegă una sau mai multe dintre funcțiile sau responsabilitățile lor publice.

(d) Instituțiile oricărei organizații regionale de integrare economică care este parte a acestei Convenții.

Punerea în practică a Convenției

Pentru a înțelege mai bine cum poate Convenția de la Aarhus asista procesul de participare publică, inclusiv în luarea deciziilor de mediu, trebuie să vedem cum pot ONG să se folosească de prevederile ei.

“Greens for Reducing Our Waste Naturally” (GROWN) este o ONG de mediu din Picketville, un orașel care nu dispune de un depozit de deșeuri. Într-o bună zi este prezentată la radio ideea unui plan de amenajare a unei astfel de gropi. Această informație sumară se răspândește în toată comunitatea, generând confuzie și reacții variate din partea populației. Unii locuitori acuză vehement impactul negativ asupra mediului, pe care îl va produce acest proiect, alții pun în discuție amplasamentul depozitului, unii sunt îngrijorați de mirosuri, iar alții vor ca deșeurile să fie incinerate pentru obținere de energie. Toți aceștia vor forma grupul GROWN.

Deoarece un depozit de deșeuri are fără îndoială un impact asupra mediului, GROWN se încadrează ca “public interesat” și de aceea beneficiază de toate drepturile garantate de Convenția de la Aarhus.

Nu știm

Câteodată autoritățile publice pur și simplu nu cunosc răspunsul la o întrebare sau informația respectivă are un caracter special și nu poate fi divulgată. Convenția de la Aarhus definește clar toate situațiile în care informația are un caracter restrictiv. Consultați prevederile Convenției la adresa: www.unce.org/env/pp

Prima sarcină a conducerii acestui grup a fost să adune informații corecte și complete privind depozitul. Ei au luat legătura cu un oficial de la nivel local — un reprezentant al “autorității publice” care era responsabil de acest proiect — și au cerut toată documentația și planurile depozitului. Au întrebat dacă planul a fost pus la dispoziția publicului și dacă s-au organizat ședințe publice pe această temă, și dacă da — cum a fost informat publicul despre aceste ședințe ?

GROWN a înțeles că o dată adoptată de legislația națională, Convenția de la Aarhus oferă dreptul de a obține:

- Nu doar informații specifice ci și documentația despre cum pot acestea fi găsite;
- Informații cât mai repede posibil, nu mai devreme însă de o lună de la formularea cererii;
- Informații fără a fi nevoie de a da explicații privind motivele cererii; și
- O explicație în cazul în care cererea nu se poate îndeplini.

Surse

De unde se poate obține o informație utilă? Sursele oficiale cuprind instituții și organizații naționale și locale. Cele mai cunoscute sunt ministerul mediului cu inspectoratele și agențiile sale. Rapoartele anuale sau lunare ale acestora trebuie să aibă caracter transparent și să fie disponibile pentru consultare. GROWN se aștepta să găsească documentația specifică și evaluarea impactului de mediu la ministerul mediului.

Alte ministere și instituții publice care au o autoritate în acest gen de probleme, cum ar fi cele de dezvoltare urbană, de administrare a pădurilor, de gospodărire a apelor, de industrie sau agricultură, sunt, de asemenea, surse valoroase de informații. GROWN știe că amplasamentul gropii va fi fosta carieră de la marginea orașului, ceea ce îl face să creadă că și alte ministere, cum ar fi cel pentru dezvoltare urbană și industrie dețin informații utile.

Deasemenea și instituțiile de cercetare fac studii care generează date și concluzii relevante. GROWN intenționează să consulte publicațiile acestora pentru a găsi informații generale privind depozitele de deșuri și impactul lor asupra mediului. Ei vor contacta, de asemenea, și specialiști în managementul deșeurilor, cu care au mai colaborat și în trecut.

Autoritățile locale au un anumit control asupra planificării. GROWN se află în relații bune cu autoritățile locale de mediu, și de aceea știe la cine să apeleze în mod direct.

Alte surse, mai puțin oficiale, dar nu mai puțin importante, ar putea fi:

- Mass media;
- ONG de mediu;
- Alte ONG, și
- Asociații de locatari sau asociații profesionale.

Informarea celorlalți

GROWN acordă o atenție deosebită felului în care va intra în contact cu populația. A prezenta informații de uz general necesită timp, idei și energie — resurse de care un ONG nu-și poate permite să facă risipă.

Este esențial a stabili cine va constitui publicul țintă al informării precum și care grupuri și persoane pot fi parteneri viabili în acest proces.

Acei locuitori irascibili și suspicioși din Pickettville pot reacționa în mod mult mai constructiv, o dată ce primesc informații potrivite. GROWN ia în calcul toate opțiunile disponibile pentru creșterea gradului de participare publică, incluzând:

- Organizarea de discuții, dezbateri, etc.;
- Invitarea specialiștilor pentru a explica importanța și avantajele amenajării unei gropi performante de deșeuri dacă această opțiune va fi cea aleasă;
- Stimularea mass-media pentru a susține realizarea unui proces transparent și corect pentru toate părțile; și
- Cooptarea într-un parteneriat a tuturor actorilor din domeniul managementului deșeurilor din zonă.

Convenția de la Aarhus (mai ales dacă este reflectată în reglementările naționale / locale) cere ca opiniile, comentariile și rezultatele procesului de participare publică să fie luate în considerare într-o cât mai mare măsură. De asemenea, prevederile sale protejează expunerea publică a criticilor și comentariilor (dacă astfel nu se încalcă o prevedere legală).

Îmbunătățirea procesului de luare a deciziilor

Grown poate îmbunătăți procesul de luare a deciziei prin:

- Încurajarea cetățenilor de a se implica în mod direct în luarea deciziilor;
- Respectarea intereselor cetățenilor (prin presiuni asupra autorităților, campanii de lobby, parteneriat cu specialiști în domeniul proiectelor, etc.);
- Găsirea unor căi inovatoare și utile de a monitoriza și influența procesul de luare a deciziilor (precum încurajarea creării unui “fotoliu verde” în cadrul consiliilor executive, comitetelor municipale, etc.).

Potrivit Convenției de la Aarhus, publicul trebuie informat (în timp util și în mod adecvat) în legătură cu orice procedură de decizie asupra anumitor activități ce ar putea afecta mediul.

Membrii GROWN își dau seama că gestiunea deșeurilor este cuprinsă în această listă de activități și de aceea vor încerca să amâne orice decizie până când se vor parcurge etapele necesare în informarea adecvată a publicului. Publicul trebuie totodată informat asupra deciziilor finale, cu explicații clare asupra motivelor care au dus la o anumită decizie.

Figura 1 descrie modul în care noua legislație de mediu a Yugoslaviei încorporează prevederile Convenției de la Aarhus.

FIGURA 1

Implementarea Convenției în Iugoslavia

Pe lângă prezentarea planurilor de dezvoltare urbană, ședințele publice pot fi folosite pentru a lărgi participarea la luarea deciziilor în multe alte probleme importante de mediu. Un astfel de caz a fost întâlnit în Iugoslavia în cazul adoptării noii legislații de mediu, când au fost organizate discuții sub formă de ședințe

publice, adresate nu doar publicului în general ci și unor sectoare non-guvernamentale țintă și autorităților locale. O parte a comentariilor și observațiilor au fost folosite pentru a revizui proiectele legislative înainte de a alege versiunea finală.

Mijloacele de comunicare

Dreptul la informare este irosit dacă informația nu este transmisă în mod eficient publicului. Buna înțelegere și cooperarea cu mass-media sunt de aceea indispensabile pentru ONG care se ocupă cu diseminarea informației.

Strategia de comunicare

Organizațiile trebuie să-și aleagă o strategie de comunicare completă, care să prezinte cât mai bine imaginea lor și să fie în concordanță cu mesajele pe care le transmit. Această strategie trebuie să cuprindă:

- Obiectivele comunicării;
- Grupurile țintă;
- Mijloacele pentru feedback; și
- Metode pentru monitorizarea rezultatelor.

O strategie de comunicare eficientă nu se poate realiza decât după o cercetare atentă a nevoilor grupurilor țintă și a capacității de lucru a organizației dvs. O dată adoptată, această strategie trebuie să devină o parte integrantă în planificarea activităților și îmbunătățirea imaginii organizației. Ea ar trebui să ofere un cadru pentru diseminarea informației și să dea responsabilități clare membrilor care se ocupă de relația cu mass-media.

Relațiile cu mass-media

Utilizarea mass-media este unul dintre mijloacele cele mai flexibile pentru informarea rapidă a unui public cât mai larg. ținând cont de faptul că o informație corectă este o cerință necesară pentru a motiva și implica publicul în găsirea soluțiilor la problemele de mediu, ONG trebuie să implice jurnaliști care sunt dispuși să realizeze reportaje despre activitatea lor. Relația cu mass-media poate avea de obicei următoarele forme:

- Comunicate de presă;
- Declarații publice;
- Conferințe de presă;
- Întâlniri oficiale; sau
- Publicații.

Comunicatele de presă trebuie să fie scrise într-o formă pe care jurnaliștii o pot folosi ca atare. Ele ar trebui să fie concise și să ofere informații generale privind activitatea organizației (cine, ce unde, când, de ce și cum). Cel mai important lucru este ca aceste comunicate să merite atenția d.p.d.v. jurnalistic, adică trebuie să fie de interes pentru cititorul obișnuit al publicației respective. Importanța înțelegerii diverselor forme ale mass - media și a modului cum trebuie lucrat cu fiecare din ele nu poate fi neglijată.

Declarațiile publice pot crește prestigiul unui ONG, dar ele trebuie elaborate cu atenție. Un membru bine cotate al organizației va susține declarația.

Comportamentul acestui vorbitor, ținuta sa și gradul de cunoaștere al subiectului vor constitui și imaginea publică a organizației, mai mult decât orice altă activitate a sa și de aceea exersarea și pregătirea sunt esențiale. Nici o declarație publică nu ar trebui să fie vreodată organizată cu desconsiderare.

Conferințele de presă presupun aceleași riscuri și câștiguri ca și declarațiile publice. Este din nou esențial ca un membru important al organizației să ofere o imagine favor-

abilă a organizației. Subiectele care vor fi discutate, ora și locul acestui eveniment ca și materialele ce vor fi distribuite trebuie alese cu atenție. Este de asemenea important ca materialele pentru presă să conțină o listă exactă cu participanții la conferință, ca și elementele principale ale problemei în discuție și datele de contact. Conferințele de presă ar trebui rezervate pentru anunțuri importante sau pentru a obține anumite reacții. Ele sunt de obicei conduse de un membru al echipei de relații publice care dă cuvântul jurnaliștilor după un cuvânt introductiv. Vorbitorilor li se recomandă în mod serios să facă o repetiție înainte de conferință, cu echipa de relații publice.

Întâlnirile neoficiale cu presa sunt folosite pentru a informa și a motiva jurnaliștii. Ele sunt organizate de obicei pentru a le atrage atenția asupra unor evenimente și zile importante (Ziua Pamântului, Ziua Bicicletei, etc.) sau pentru a-i familiariza cu activitățile organizației. Aceste întâlniri sunt oportunități excelente pentru a informa jurnaliștii asupra dreptului la informare în general și asupra modului cum pot ei, prin meseria lor, să beneficieze de implicațiile acestui drept.

Publicațiile joacă un rol esențial în formarea imaginii unei organizații. Broșurile, buletinele, posterele tematice și alte materiale promoționale atrag atenția asupra activităților unei organizații și condiționează adesea cea primă impresie, esențială.

Materialele promoționale trebuie să reflecte strategia de comunicare și să descrie foarte clar misiunea și activitățile organizației.

Revistele și buletinele constituie forma de contact a organizației cu publicul interesat, iar cărțile prezintă contribuția organizației în domeniul ei de activitate. Publicațiile cu un slab design și calitate tipografică lasă impresia de lipsă de profesionalism și irosesc ocazia de a informa publicul. Organismele de finanțare sunt în mod special interesate de calitatea publicațiilor, atâta timp cât numele lor va apărea pe acestea.

Comunicarea zilnică

Majoritatea ONG comunică cu exteriorul în fiecare zi. Acest contact pune adesea organizațiile în ambele tabere ale dreptului la informare: ca emitenți și ca solicitanți. În ambele cazuri este important ca organizația să-și urmărească obiectivele în mod agresiv, dar ținând permanent cont de principiile relațiilor publice.

Termenul de “relații publice” (RP) este legat de practicile de formare, promovare și menținere a unei imagini favorabile și a bunăvoinței din partea publicului, față de o instituție. Firmele își mențin o imagine pozitivă pentru a da mărcilor lor un avantaj competitiv față de produse similare. Organizațiile mari și mai ales firmele au departamente speciale destinate relațiilor publice.

ONG trebuie să “hrănească” permanent o imagine publică pozitivă pentru a se asigura că publicul are încredere în informațiile pe care le răspândesc. Acestea, ca și firmele, trebuie să convingă investitorii — donorii — că fondurile lor sunt cheltuite cu folos. Consumatorii — publicul — trebuie să fie convingeți că produsele lor sunt veritabile. Oamenii sunt sceptici și ironici când primesc informații, mai ales dacă acestea le contrazic propriile convingeri. Când un ONG distribuie materiale informative cu privire, de exemplu, la o problemă de mediu ce se agravează, publicul va fi receptiv la informație doar dacă consideră că organizația este integră și responsabilă.

Jurnaliștii, cercetătorii și alți membri ai publicului obișnuiesc să apeleze la ONG pentru a obține niște informații. Organizația ar trebui să trateze aceste cereri ca pe niște ocazii de a distribui informația și de a îmbunătăți relațiile publice. De aceea, ele ar trebui să aibă un mecanism funcțional pentru a răspunde acestor cereri prompt și satisfăcător. Un responsabil cu relațiile publice trebuie să fie permanent la curent cu activitățile organizației cât și cu evenimentele relevante din afara acesteia. Accidente grave de mediu, cum a fost contaminarea râului Tisa de exemplu, îndreaptă atenția societății asupra unor subiecte specifice (în acest caz — mineritul și ecosistemele acvatice) și oferă o excelentă oportunitate de a crește gradul de conștientizare a populației.

Campaniile se adresează acelor probleme care:

- Sunt ușor de înțeles;
- Sunt vizibile;
- Se pot aborda în mai multe moduri;
- Se pot adresa de așa manieră încât să mobilizeze un mare număr de oameni.

Implicarea publicului

Campaniile publice sunt eforturi coordonate de a produce schimbări și a influența comportamentul populației. De exemplu, o campanie poate face presiuni asupra prestatorilor locali de servicii pentru a oferi mai multe facilități de reciclare și simultan poate ridica gradul de conștientizare a populației asupra importanței sortării deșeurilor și poate încuraja producătorii să folosească materiale reciclate.

Aceste tipuri de campanii vizează un larg spectru de grupuri (copii, părinți, cetățeni, etc.) și parteneri (prestatori de servicii comunale, autorități locale, sectorul silvic, asociații de locatari, organizații de protecția mediului, mass-media, etc.). Ele folosesc mai multe categorii de activități publice (reclame, acțiuni, clipuri video, expoziții, etc.) și mobilizează o largă comunitate de

finanțatori care caută o ocazie de a-și exprima interesul pentru soluțiile problemelor de mediu.

Organizarea unei campanii de succes presupune:

- Selectarea și definirea publicului;
- Planificarea exactă a activităților;
- Selectarea formelor de comunicare;
- Selectarea partenerilor;
- Monitorizare și evaluare;
- Evaluarea rezultatelor finale; și
- Informarea publicului.

Este important să alegeți pentru campanie un subiect care corespunde abilităților organizației și realităților prezente. Caseta din stânga oferă câteva criterii utile pentru alegerea subiectului unei campanii.

Persoanele cu un mare prestigiu social pot da un impuls puternic unei campanii, dar aceștia trebuie selectați cu atenție. De exemplu, animatorii cunoscuți, sunt mult mai utili pentru campaniile de conștientizare a populației, decât sunt politicienii. Identificarea cu niște personaje populare trebuie însă strict ținută sub control pentru a se menține atenția publicului asupra problemei în discuție.

Un personaj foarte respectat de comunitate, care are cunoștințe de specialitate în domeniul vizat poate de asemenea, să servească intereselor campaniei. După pregătirea necesară, această persoană ar putea să fie un foarte potrivit purtător de cuvânt al campaniei. Totuși, s-ar putea ca interesul mass-media să fie considerabil mai scăzut decât față de un animator.

Tehnici de comunicare

O dată ce au fost distribuite informații pertinente și o campanie are succes, un ONG poate merge mai departe și să folosească forme mai sofisticate de advocacy.

ONG pot reprezenta grupurile sociale marginalizate pentru a aduce în atenția generală probleme latente. Membrii ONG reprezintă de obicei partea mai activă și mai implicată a publicului general. Chiar și în cazul organizațiilor care nu cuprind în structura lor specialiști, acestea au mai multă informație asupra problemelor de mediu și mai multă experiență în abordarea lor. În ceea ce-i privește, membrii comunității au adesea o vedere foarte corectă asupra problemelor locale, ceea ce îi face parteneri excelenți pentru organizații. Un efort permanent în relații publice poate crea atmosfera necesară pentru o cooperare productivă între aceste două grupuri.

Activitatea de lobby este un efort coordonat pentru influențarea celor care iau

deciziile într-o anumită problemă. În mod normal, în campaniile de lobby sunt angajați experți în acest domeniu, care cunosc cum se pot face presiuni asupra oficialilor atunci când luarea unei anumite decizii este pusă în discuție. Marile companii cheltuiesc sume imense de bani pentru acești experți de care ONG nu pot spera să beneficieze. Cu toate acestea, lobby-ul în sprijinul intereselor publice atrage atenția politicianilor asupra faptului că un vot împotriva acestor interese poate avea serioase consecințe politice. Deseori este necesară o campanie coordonată de un ONG pentru a exprima dorințele populației și a grupurilor de interes și pentru a determina o schimbare legislativă.

Participarea publică

Luarea deciziilor

A oferi publicului un purtător de cuvânt în procesul de luare a deciziilor este un element cheie pentru menținerea unui mediu sănătos. Este esențial ca ONG să înțeleagă rolul lor în acest proces, mai ales când concurează cu interesele firmelor.

Deși sunt și câteva excepții, firmele acționează în primul rând în interes propriu. Este rolul managementului să încerce să maximizeze profiturile iar orice dezvoltare economică ajunsă în faza de maturitate își asigură promovarea intereselor care o generează. O companie care are nevoie de acordul populației va susține cu siguranță o campanie pentru a influența opinia publică. Mesajul pe care ei îl transmit va scoate cu siguranță în evidență doar părțile pozitive, neglijând orice aspect negativ.

Este rolul ONG să adune date despre ambele fațete ale unei probleme și să contrabalanseze mesajul pozitiv al firmelor. Aceasta nu înseamnă ca ONG trebuie să fie anti-business cu orice ocazie, dar trebuie să rămână conștiente că firmele probabil nu vor face reclamă aspectelor nefavorabile ale propriilor lor proiecte. Crezul în valorile democrației înseamnă a crede că un public bine informat va lua decizii responsabile privind propriul său viitor.

Resurse web

- Centrul Regional de Mediu pentru Europa Centrală și de Est: www.rec.org
- Biroul REC al Yugoslaviei: www.recyu.org
- WWF: www.wwf.org
- O secțiune a paginii UNECE, dedicată Convenției de la Aarhus: www.unece.org/env/pp
- Uniunea Internațională pentru Conservarea Naturii: www.iucn.org
- Centrul pentru Organizarea Comunităților: www.cpkp.cz

FIGURA 2

Principiile unui proces de luare a deciziilor

- 1 Mai întâi cădeți de acord asupra metodei prin care se va ajunge la decizie;
- 2 Definiți problema clar și din toate perspectivele;
- 3 Identificați soluțiile posibile și faceți o evaluare a acestora;
- 4 Ajungeți la un consens în privința celei mai bune soluții și reconfirmați acest acord;
- 5 Decideți cum va fi implementată această decizie, cu activități precise, termene și responsabilități.

Pași în construirea unui acord

- Definiți în scris problema;
- Sugerați/adunați mai multe soluții posibile;
- Reduceți listă inițială (peste 10 variante) prin metoda votului;
- Discutați cu atenție variantele rămase; faceți notițe pentru fiecare din ele;
- Decideți asupra criteriilor care vor fi folosite în evaluarea variantelor;
- Faceți o ierarhizare a opțiunilor, prin vot;
- Puneți în discuție elementele de dezacord și discutați-le mai departe;
- Votați din nou, dacă este necesar;
- Discutați rezultatele voturilor; verificați dacă toți participanții s-au făcut auziți;
- Discutați despre cum poate fiecare sprijini implementarea deciziei.

În general, deciziile se pot lua în mai multe moduri, dar există câteva principii generale, care ar trebui respectate, cum sunt cele din Fig. 2.

Un proces reușit de luare a deciziilor ia în considerare toate opiniile, ceea ce scade șansele ca implementarea lor să fie frânată mai târziu. Participanții la acest proces trebuie să dispună întotdeauna de informații prompte, adecvate și veridice. Documente precum Convenția de la Aarhus reflectă ideea ca orice decizie importantă ar trebui să implice toate părțile interesate, chiar dacă responsabilitatea finală pentru luarea deciziei revine unei singure autorități. Un proces care câștigă popularitate în rândul ambelor tabere este construirea unui acord.

Construirea unui acord

Conceptul de “acord” se bazează pe faptul că o înțelegere deplină între toate părțile este rar întâlnită și de aceea este un obiectiv nerealistic. În schimb, construirea unui acord propune căutarea unei decizii care să fie acceptabilă pentru toți. Pentru a găsi această soluție este necesar ca tuturor părților să li se dea ocazia de a-și face auzite interesele și orice subiect controversat să fie analizat până ce toate părțile se declară mulțumite.

Se pot folosi numeroase instrumente pentru a construi un acord. De exemplu, o sesiune de brainstorming bine dirijată poate genera numeroase opțiuni și da fiecăruia șansa să contribuie la proces. Totuși, negocierile vor atinge, inevitabil un punct în care una din opțiuni sau o combinație de opțiuni trebuie aleasă. Se folosesc mai multe tehnici pentru a trece peste această fază.

Tehnicile de construire a unui acord pot:

- Ajuta la structurarea discuțiilor și la evitarea “învârtitului” în jurul problemei;
- Elimina legăturile care se fac între idei și “autorii” lor;
- Reduce tendința de conformare la opinia grupului;
- Preveni escaladarea procesului de exprimare deschisă, în “reprize”, a dezacordurilor;
- Crește respectul pentru opiniile ferme; și
- Permite compararea opțiunilor viabile.

Pentru a reduce listele de opțiuni inițiale doar la câteva care vor fi apoi disputate, votarea multiplă este una dintre cele mai rapide metode. Votarea multiplă presupune ca fiecare participant să aleagă un număr prestabilit de opțiuni de pe listă (adesea — o treime sau o jumătate din totalul variantelor inițiale). Variantele alese de cei mai mulți participanți vor rămâne pe listă; celelalte sunt îndepărtate.

Metoda ierarhizării numerice, în care fiecare variantă este cotatează pe o scară de la, să zicem, 1 la 5 sau de la 1 la 10, pare să fie mai precisă. Trebuie aleasă o scară potrivită pentru că o scară prea mare încurajează competiția și nu consensul, atât timp cât unele părți folosesc sistemul în avantajul lor și se permite “extremiștilor” să distorsioneze decizia grupului. Pe de altă parte, este posibil ca scările reduse să nu permită participanților să-și exprime părerile în mod real. De vreme ce votul nu este destinat luării deciziilor ci doar structurării discuțiilor și ideilor, scările mai reduse, care descurajează opiniile extreme, sunt deseori mai utile.

Este o idee bună și să decideți care criterii sunt mai importante pentru decizia finală iar apoi să cotați opțiunile după fiecare criteriu. De exemplu, grupul ar putea cota trei mașini diferite în funcție de preț, siguranță, capacitate de transport, consum și design.

Pentru a face această metodă și mai eficientă, puteți cota, de asemenea criteriile crescând astfel greutatea fiecărei preferințe în balanța finală. Această împărțire a procesului de decizie în componente mai ușor de abordat, este foarte utilă și pune deseori în lumină criterii și opțiuni noi. Deciziile mai complexe se pot lua prin analiza comparativă a unor perechi de alternative și înregistrarea voturilor într-o matrice. Aceste matrici sunt chiar foarte utile și nu sunt dificil de utilizat atât timp cât discuțiile despre cum trebuie ele folosite nu umbresc discuția principală.

Ideea de bază este de a folosi votul pentru a reduce lista la o dimensiune mai ușor de gestionat, și nu de a încerca să se ajungă la o decizie în mod direct. Discuțiile ar trebui purtate pentru a solicita opiniile și a le aprofunda. Votul n-ar trebui să constituie etapa finală pentru ajungerea la un consens. În schimb ar trebui construit un plan de acțiune și fiecare trebuie să aibă ocazia de a aproba urmărirea comună a acestuia. Caseta din stânga enumeră pașii de urmat când ne propunem să construim un acord.

FIGURA 3

Etapele unei sesiuni de brainstorming

- 1 Deschide sesiunea prezentând scopul acesteia. Discută regulile și tehnicile de bază ce vor fi utilizate.
- 2 Acordă o perioadă de acomodare (5-10 minute) pentru a introduce grupul în atmosfera incitantă a unei sesiuni de brainstorming. Aceasta activitate trebuie să fie o mini-sesiune de brainstorming, care va stimula creativitatea participanților. Coordonatorul poate încheia perioada de acomodare punându-i pe ceilalți membri să discute despre ideile generate, lucru ce ar contribui încă de la început la succesul sesiunii.
- 3 Începeți sesiunea! Aceasta este partea creativă. Stabilește un termen de timp de 20-25 minute. Uneori este eficient să atragi atenția asupra termenului limită și apoi să acorzi încă 5 minute în plus. Oprește desfășurarea sesiunii atunci când atmosfera nu mai este incitantă și nu forța lucrurile. Îndeamnă grupul să creeze cât mai multe idei posibile. Toate sugestiile făcute trebuie să fie notate ca atare de către stenograf. Dacă ideea este lungă coordonatorul o poate rezuma dar rezumarea trebuie verificată.
- 4 Prelucreează ideile. Revizuieste ideile pentru a le clarifica, verificând dacă toți le-au înțeles. Ideile similare pot fi combinate și grupate. În această fază poți să elimini ideile spuse de mai multe ori și să modifice sugestiile prea "curajoase". Grupul trebuie apoi să ajungă la un acord în privința criteriilor de evaluare. Pentru evaluare pot fi luate în considerare: repartiția timpului, talentele și aptitudinile grupului, etc.
- 5 Încheie un acord dacă este necesar. Pune grupul să voteze 10 idei ce vor fi luate în considerare. Apoi pune grupul să voteze 5 dintre acestea și analizează rezultatele pentru a obține o imagine a priorităților grupului. După revizuirea ideilor dă fiecărui membru al grupului 100 de puncte pentru a le aloca ideilor de pe listă. Ei pot împărți punctele cum doresc. Apoi clasifică ideile în funcție de punctajul total.

Tehnica brainstormingului

Brainstormingul este o tehnică de grup destinată generării de idei noi și utile precum și promovării gândirii creative. Această tehnică implică sugerarea în mod spontan a soluțiilor și prezentarea ideilor fără explicații, justificări, discuții sau cenzurare. Deși trebuie făcut tot posibilul pentru ca participanții să fie încurajați să-și exprime orice idee, o sesiune de brainstorming poate fi îmbunătățită prin stabilirea unui ton potrivit și controlul parametrilor acestui proces.

Există trei roluri pentru participanții la o astfel de sesiune: coordonatorul, stenograful și membrii echipei.

Coordonatorul trebuie să fie un bun ascultător. Înainte de a începe, acesta va face câteva precizări care îi vor pregăti pe ceilalți pentru a se concentra asupra scopului acestei sesiuni și va pregăti o mini-sesiune de acomodare. În timpul sesiunii, el va trebui să reamintească regulile de bază și să orchestreze întregul proces.

Regulile brainstormingului trebuie însușite în strânsă legătură între ele, altfel întreaga sesiune ar fi în pericol:

- Toate ideile sunt binevenite. Nu există răspunsuri greșite. În timpul sesiunii nu va fi făcută nici o apreciere asupra vreunei idei.
- Aduce-ți o contribuție creativă. Schimbarea implică asumarea unor riscuri, de aceea este importantă deschiderea către noi idei originale. Orice părere merită atenție.
- Încearcă să aduci un număr mare de idei într-o scurtă perioadă de timp;

- Participanții sunt încurajați să dezvolte ideile celorlalți.

Sfaturi pentru realizarea unei negocieri eficiente

- Nu te grăbi atunci când prezinți propunerile.
- Oferă, în mod strategic, concesii celorlalte părți.
- Definește soluția și formulează clar acordul.
- Utilizează tehnici creative în căutarea posibilităților de înțelegere.
- Manifestă bunăvoință în ajungerea la un consens.
- Comunică regulat și transparent cu propria echipă.

Stenograful trebuie să transpună citeț fiecare idee și într-un loc vizibil pentru toți membrii grupului. Numărul participanților nu trebuie să fie mai mic de 5 și mai mare de 10.

Membrii echipei trebuie să folosească următoarea tehnică de brainstorming:

- Fiecare membru al grupului își va aduce contribuția atunci când îi vine rândul.
- La fiecare “tur de masă” fiecare va enunța o singură idee.
- Un membru poate refuza să contribuie atunci când îi vine rândul, dar i se va solicita ajutorul de fiecare dată.
- Pe timpul sesiunii participanții nu vor da explicații pentru ideile lor. Acest lucru ar duce atât la îngreunarea procesului cât și la evaluarea prematură a ideilor.

Deși o sesiune de brainstorming necesită o atmosferă relaxată, există câteva reguli ce trebuie urmate pentru a menține grupul concentrat la problema în discuție. Figura 3 prezintă etapele necesare pentru coordonarea unei sesiuni de brainstorming.

Negocierea

Negocierile au loc atunci când două sau mai multe părți trebuie să-și împace opiniile divergente și să ajungă la o soluție comună de rezolvare a problemei. Negocierile sunt activități complexe. Pregătirile și observațiile, precum și exprimarea unei opinii clare și ferme sunt la fel de importante. Următoarele reguli sunt indispensabile atunci când are loc negocierea:

- Definește clar problema.
- Ascultă, observă și localizează poziția celeilalte părți.

- Începe discursul vorbind despre ceea ce dorești și continuă cu ceea ce poți, realist, să obții.
- Continuă să-ți susții punctul de vedere pe cât de mult posibil.
- Fă propuneri și prezintă-le în funcție de reacțiile celeilalte părți — este de așteptat a te tocmi, dar nu renunța mai mult decât ai stabilit la începutul negocierii.
- Fii pregătit să opui rezistență — nu uita că și cealaltă parte dorește să-și atingă scopurile propuse.
- Menține negocierile la un nivel de respect reciproc — propune o pauză atunci când se amplifică tensiunile.
- Fii deschis către comunicare și manifestă bunăvoință în încheierea unui acord.

Prima etapă în pregătirea oricărei negocieri este verificarea propriei poziții. Autocritica poate, în aceeași măsură, să-ți învingă temerile privitoare la justetea poziției adoptate și să-ți contureze posibilele argumente ce vor fi folosite de cealaltă parte. ONG trebuie să fie conștiente de propriile limite, renunțarea la această etapă putând să le facă incapabile să câștige.

Odată cu începerea negocierilor, este esențială utilizarea metodei de ascultare activă. Apariția dezinteresului sau abordarea unei opoziții ferme va înrăutăți atmosfera negocierilor. Este de asemenea important a permite celeilalte părți să-și mențină părerea, pentru a elimina dezvoltarea oricăror adversități personale.

Pe timpul desfășurării negocierilor, trebuie explorate complet modalitățile palpabile de realizare a propunerilor. Când opțiunile pentru o soluție-dată s-au epuizat, întoarce-te la observațiile care au fost făcute și cercetează-le în aceeași măsură. Odată ce s-a ajuns la o înțelegere, expune clar decizia și implicațiile acesteia și verifică dacă toți participanții la negocieri sunt de acord cu ele. Caseta din stânga prezintă câteva reguli importante ce trebuie respectate pe timpul negocierilor.

Medierea

Se poate întâmpla ca negocierile să eșueze datorită unor probleme pe care părțile nu le pot depăși. În această fază trebuie adesea implicat un mediator, pentru a readuce la masa tratativelor părțile aflate în divergență. Ca parte neutră, mediatorul poate furniza opinii obiective și sugera alternative la propunerile existente. Organizațiile neguvernamentale sunt uneori invitate să devină mediatori în probleme legate de protecția mediului datorită statutului lor neutru.

Un bun mediator va:

- asculta în mod activ;
- fi nepărtinitor;
- identifica punctele de plecare pentru un posibil acord;
- căuta modul de stabilire a unor canale de comunicare;
- promova flexibilitatea și toleranța;
- identifica grupurile interesate;
- ține seama de sentimentele participanților;
- respecta ambele părți;

Un mediator trebuie să facă mai mult decât a-și menține neutralitatea. În aceeași măsură trebuie făcute eforturi suplimentare pentru a întări aparența de neutralitate. Apariția percepției privind părtinirea uneia dintre părți de către mediator este suficientă pentru a înrăutăți și mai mult situația. De aceea, un mediator trebuie să nu-și facă publice opiniile și sentimentele și să rămână concentrat asupra deciziei finale. Un mediator care nu este capabil să fie nepărtinitor trebuie să renunțe la acest rol.

De exemplu, închipuie-ți că o organizație ce se ocupă cu silvicultura și cu managementul pădurii este răspunzătoare de protecția unui areal de pădure seculară. Recentele negocieri între protecționiști și custozii pădurii au redus câteva dintre riscurile asupra pădurii. Cu toate acestea, predomină interesele economice, cel mai recent exemplu fiind decizia custozilor de a permite unei firme să taie 2 ha de pădure de stejar.

Protecționiștii contestă decizia, afirmând că posibilele pagube asupra locuitorilor și biodiversității sunt motive serioase pentru a implica participarea publicului. Ei cred că dreptul la informare al populației obligă autoritățile publice — în acest caz instituția autorizată cu protecția pădurii — să informeze populația și să permită participarea acesteia la luarea deciziei finale.

Custozii răspund printr-o campanie media care susține că pădurile de stejar sunt în degradare, iar cea mai bună soluție ar fi tăierea acestora atât timp cât acestea mai au valoare economică. Ei declară că au responsabilitatea de a gestiona pădurea în interesul publicului, iar în acest caz sunt obligați să diminueze pierderile.

Protecționiștii cer o întâlnire la care să participe și custozii pădurii și firma ce este implicată în defrișarea respectivelor suprafețe. Custozii sunt de acord cu această dorință și invită grupurile la sediul lor. Reprezentanții tuturor celor trei organizații vor participa la această întâlnire.

Negocierile s-au înrăutățit rapid, protecționiștii acuzând custozii de vânzarea pădurii în interesul respectivei firme. Custozii insistă că și-au îndeplinit obligația de a informa populația și nu văd nici un motiv de a mai întârzia activitatea de defrișare. Firma ce cumpără masa lemnoasă susține că este semnat deja un contract și amenință că își va închide în această zonă activitățile legate de exploatarea pădurii și că va concedia angajații ce provin din rândul localnicilor.

Singura înțelegere la care s-a putut ajunge este de a chema “Apărătorii Viitorului”, un ONG specializat în dezvoltare durabilă, să medieze discuțiile. “Apărătorii Viitorului” contactează toate părțile implicate pentru a cunoaște situația existentă din toate punctele de vedere. Apoi invită cele trei părți să se întâlnească într-un sediu neutru.

La întâlnire “Apărătorii Viitorului” prezintă argumentele tuturor părților. A necesitat timp pentru a convinge custozii și compania implicată că deși au îndeplinit cerințele minime în furnizare a informației către public, situația are potențial negativ asupra imaginii publice, dacă locuitorii zonei simt că mediul local este degradat în favoarea intereselor firmei.

Apoi mediatorii reamintesc ONG că își pot degrada imaginea dacă locurile de muncă sunt pierdute doar pentru că niște “paznici de stejari” ignoră evenimentele petrecute și opresc o activitate rentabilă pentru a-și promova propriile valori”.

Remarcile sincere dar obiective ale mediatorului duc la instalarea unui nou ton constructiv și permit părților să-și îndrepte energiile nu împotriva celorlalți ci către rezolvarea problemei. Deasemenea, locul de întâlnire neutru oferă o atmosferă mai relaxată, care duce la diminuarea tensiunilor existente. La sfârșitul întâlnirii mediatorul propune realizarea de către un expert independent a unei analize neutre a situației, rezultatele acesteia fiind apoi publicate pe pagina web a “Apărătorilor Viitorului”. Apoi, o întâlnire publică trebuie realizată, înainte de începerea activităților de defrișare.

Îmbunătățirea accesului la justiție

Oricât de bine este realizat un proiect cu impact asupra mediului, ca de exemplu un depozit de deșeuri, se poate întâmpla să apară nemulțumirea populației, deoarece oamenii simt că dreptul lor la informare:

- a fost ignorat sau ilegal refuzat;
- a fost îndeplinit în mod necorespunzător; sau
- nu a fost îndeplinit în concordanță cu legislația națională sau cu drepturile conferite de către Convenția de la Aarhus.

În asemenea cazuri, nevoia populației de a fi informată poate din punct de vedere legal să fie satisfăcută. În concordanță cu Convenția de la Aarhus este garantat accesul la o procedură de recurs în fața unei instanțe de judecată sau a altui organism independent și imparțial prevăzut de lege. De asemenea este recunoscut accesul la o procedură de fond stabilită de lege, care să fie gratuită sau nu prea scumpă, în cazul reconsiderării solicitării de către o autoritate publică sau a revizuirii de către un organism independent și imparțial, altul decât o instanță de judecată.

Pe lângă acestea, autoritățile trebuie să furnizeze cetățenilor o procedură simplă, nu prea scumpă și corectă. Pentru a face acest proces viabil, autoritățile trebuie să furnizeze publicului informații despre procedurile legale potrivite. De asemenea, ele trebuie să informeze publicul despre sursele de informație de mediu disponibile, și să furnizeze sprijinul necesar asociațiilor, organizațiilor sau grupurilor ce promovează protecția mediului, asigurându-se în același timp că sistemul legislativ național se conformează acestor obligații.

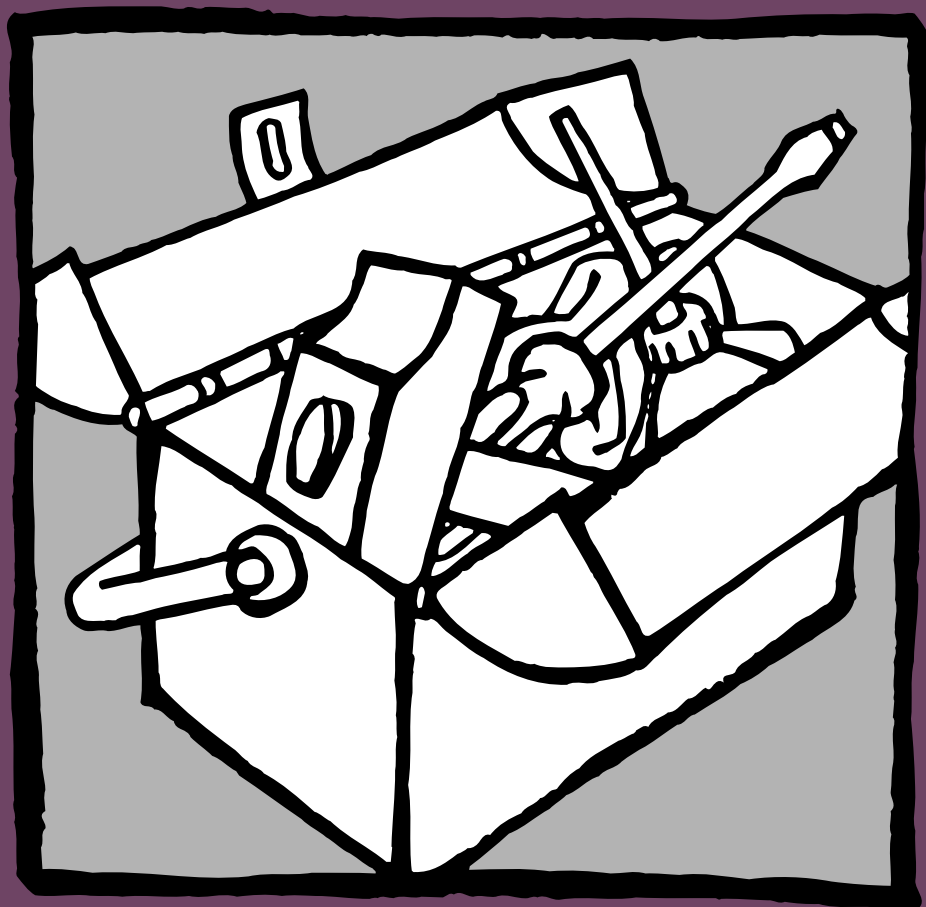
ONG pot contribui pe mai multe căi la implementarea legislației naționale de mediu și a Convenției de la Aarhus. Figura 4 prezintă câteva modalități prin care ONG se pot implica în cazul încălcării dreptului de acces la informare.

FIGURA 4

Facilitează accesul la informare

Există mai multe modalități prin care ONG pot să sprijine, în aceeași măsură, atât membrii cât și persoanele interesate sau publicul larg, să-și folosească drepturile legale disponibile. Acestea includ:

- realizarea unei linii telefonice verzi pentru informarea cetățenilor, unde experți juridici vor răspunde întrebărilor legate de proceduri sau alte mecanisme juridice;
- contribuția la stabilirea unui arbitru (ombudsman) pe probleme de protecția mediului;
- exercitarea de presiuni susținute asupra autorităților pentru a îmbunătăți sistemul informațional; și
- supravegherea modului în care Convenția de la Aarhus este inclusă în legislația națională.



Pachetul trainingului

Exercițiul 1: Reportajul

Descriere: Colaborare cu mass-media în vederea îmbunătățirii relațiilor publice

Mod de participare: Individual

Durata: 30 minute

Tehnica:

- 1 Pune participanții să aleagă o formă de mass-media și să scrie un reportaj despre o activitate importantă ce va fi realizată de către un ONG.
- 2 Pune apoi participanții să-și prezinte reportajul.

Discuții:

Care dintre reportaje sunt credibile și de ce? Care reportaj te face să vrei să afli mai multe despre subiect sau să te implici în acțiune? Care alte forme de mass-media ar contribui la îmbunătățirea imaginii organizației, în cazul fiecărui reportaj?



Exercițiul 2: Talk-Show-ul

Descriere: Exersare de interviuri în transmisiune directă la radio

Mod de participare: Individual

Durata: 30 minute

Materiale necesare: casetofon și casete audio

Tehnică:

- 1 Împarte participanții în grupe de câte trei.
- 2 Distribuie următoarele roluri pentru fiecare: jurnalist radio; asistent al jurnalistului și un invitat al emisiunii radiofonice — reprezentant al ONG.
- 3 Reportajele scrise în cadrul Exercițiului 1 vor fi folosite ca bază pentru discuțiile viitoare.
- 4 În timp ce jurnalistul și asistentul acestuia stabilesc setul de întrebări al interviului, “invitatul” părăsește grupul.
- 5 Înscenează un talk-show radio. Fiecare parte (jurnalistul și invitatul) are alocate 5 minute, care vor fi înregistrate pe bandă. În timpul exercițiului ceilalți membri ai grupului vor fi îndepărtați de locul de desfășurare al interviului. Ei vor interpreta rolul ascultătorilor ce pot “telefona” pentru a pune întrebări.

Discuții:

Care sunt problemele întâmpinate în realizarea unui interviu radio? Cum trebuie să te pregătești pentru un interviu în direct? Merită să exersezi înainte de interviu?

2

Exercițiul 3: Situația de criză

Descrierea: Colaborare cu mass-media într-o situație de criză

Mod de participare: Grupuri mici

Durata: 40 minute

Materiale necesare: o hartă a zonei în care se va desfășura acțiunea

Tehnică:

- 1 Împarte participanții în grupuri mici.
- 2 Distribuie rolul și sarcinile participanților ce interpretează rolul grupului de coordonare a crizei. Va exista un reprezentant ONG și un coordonator al grupului, în timp ce ceilalți membri ai grupului sunt reprezentanții principalelor instituții responsabile cu rezolvarea situației existente (reprezentanți ai guvernului, experți, etc.).
- 3 Explică participanților că vor interpreta rolurile de reprezentanți ai instituțiilor responsabile în gestionarea unei situații neprevăzute ce amenință mediul local. Jurnaliștii locali sunt foarte insistenți și nu susțin respectiva instituție. Populația este neliniștită.
- 4 Apoi aceștia trebuie să prezinte în cadrul unei conferințe de presă rezultatele planului de acțiune și modul în care vor preveni pe viitor situații similare.
- 5 Ca grup, participanții trebuie să aleagă o situație de criză și să pregătească pentru public informații exacte despre desfășurarea evenimentelor. Ei trebuie să realizeze un plan comun de acțiune ce se adresează tuturor categoriilor de populație.
- 6 Liderii celor două grupuri stabilesc conținutul comunicatului. Informează publicul despre noua situație, posibilele consecințe și planul necesar pentru prevenirea accidentelor de amploare.
- 7 Alți membri ai grupului realizează planul de implicare a persoanelor interesate în activitățile de reabilitare.
- 8 Grupul decide de comun acord în privința planului de acțiune și a responsabilităților părților implicate în activitățile de reconstrucție rapidă și eficientă a ariei afectate, precum și în privința acțiunilor de prevenire pe viitor a efectelor negative.
- 9 Ei organizează o conferință de presă comună pentru a prezenta rezultatele acțiunii și planul de prevenire a unor situații similare pe viitor.
- 10 Grupurile își schimbă rolurile între ele pentru a simula o conferință de presă. Alți participanți interpretează rolul jurnaliștilor, ce pun întrebări despre plan.

Discuții:

Care elemente ale planului pot fi considerate puncte slabe? Cum poate o organizație să se pregătească mai bine pentru o conferință de presă într-o situație de criză? Poate o organizație să fie pregătită înainte ca această situație să apară?



Exercițiul 4: Dezbaterea

Descrierea: A cunoaște poziția ambelor părți implicate într-un conflict

Mod de participare: Două grupuri egale și un juriu cu 6 membri

Durata: 40 minute

Tehnică:

- 1 Explică faptul că acest exercițiu va avea loc sub forma unei dezbateri cu reguli stricte de desfășurare.
- 2 Alege șase participanți pentru a fi membri ai juriului. Ceilalți participanți vor fi împărțiți în două grupuri.
- 3 Participanților li se dă de înțeles că un grup va apăra, iar celălalt va combate subiectul aflat în discuție, cum ar fi:
 - Un comitet ales al ONG trebuie să fie capabil să se opună proiectelor de exploatare nerațională a resurselor naturale.
 - Taxe ridicate trebuie percepute companiilor și persoanelor fizice pentru depozitarea deșeurilor solide, în vederea stimulării reciclării.
 - Impunerea unei limite maxime de salarizare a lucrătorilor din sectorul non-profit.
- 4 Distribuie regulile dezbaterii (Figura 5).
- 5 Acordă grupelor 20 de minute să-și pregătească argumentele.
- 6 Coordonează dezbaterea și notează pe o tablă argumentele pro și contra.
- 7 Acordă juriului 5 minute pentru a lua o decizie.
- 8 Pune juriul să-și prezinte decizia și remarcile personale.

Discuții:

Care argumente au fost mai convingătoare? Au existat subiecte importante nediscutate? Dându-i-se mai multă flexibilitate, ar putea juriul să aleagă o soluție de compromis între cele două tabere?



FIGURA 5

Regulile Dezbaterii

- 1** Trei membri reprezintă fiecare grup în timpul dezbaterii. Reprezentanții celor două grupuri sunt așezați față în față, iar ceilalți membri lângă ei. Membrii juriului sunt așezați la mijloc.
- 2** Primul reprezentant al primului grup începe dezbaterea prezentând poziția și argumentele acestuia.
- 3** Cuvântul este dat apoi primului reprezentant al celui de-al doilea grup, care răspunde argumentelor.
- 4** Al doilea reprezentant al celui de-al doilea grup își comunică poziția, pentru a fi combătut apoi de către al doilea reprezentant al primului grup.
- 5** Al treilea reprezentant al primului grup urmat de al treilea reprezentant al celui de-al doilea grup vor face câte o pledoarie finală.
- 6** Alți membri ai grupurilor pot furniza argumente în plus reprezentanților lor, dar nu pot lua cuvântul.
- 7** Reprezentanții grupurilor nu pot întrerupe vorbitorul părții adverse, și nu pot să-și exprime părerea în afara timpului acordat.
- 8** După ce dezbaterea s-a încheiat membrii juriului părăsesc sala pentru a lua decizia în favoarea grupului care a adus cele mai bune argumente. Juriul comunică decizia luată tuturor participanților.
- 9** Fiecare membru al juriului aduce remarci privitoare la decizia luată. Membrii juriului își exprimă opiniile personale în privința procedurilor utilizate în luarea deciziei.

4

Exercițiul 5: Construirea acordului

Descriere: Construirea unui acord în faza de planificare a proiectului

Mod de participare: Grupuri mici în prima fază, apoi toți la un loc

Durata: 50 minute

Tehnică:

- 1 Explică participanților că un vast parc tematic este proiectat a fi realizat la 30 kilometri în afara unui oraș important situat într-o zonă cu rată mare a șomajului. În parc vor avea loc activități ce necesită un mare consum de resurse, în special apă și energie electrică. Numărul mare de vizitatori estimat, necesită creerea de întinse spații de parcare și în aceeași măsură o rețea dezvoltată de drumuri modernizate. Una dintre aceste căi de acces va trebui să traverseze o pădure seculară, pentru a face legătura cu un important centru urban. Parcul ar aduce avantaje pentru populația din zonă, datorită creșterii numărului de locuri de muncă și dezvoltării infrastructurii, trebuie făcute câteva strămutări. Investitorii cunosc însă faptul că proiecte similare au eșuat în trecut datorită preocupărilor localnicilor legate de mediu, și de aceea sunt dornici să încheie un acord în privința unora dintre punctele proiectului, încă din etapa de planificare. Proiectanții parcului au invitat ONG (care vor da glas îngrijorărilor populației locale cu privire la mediu sau de alte probleme) și autoritățile locale la o întâlnire pe această temă.
- 2 Împărți-ți participanții în 4 grupuri: proiectanții / investitorii parcului tematic, ONG, autoritățile locale și reprezentanții populației locale. Acordă grupurilor 30 minute pentru a realiza o listă a priorităților în vederea întâlnirii. În acest timp, ONG se întâlnește cu liderii populației locale care nu vor lua parte la negocieri.
- 3 Pune proiectanții să coordoneze o întâlnire, nu mai lungă de 30 de minute, privitoare la regulile și modalitățile ce vor fi folosite în construirea acordului. Clarifică faptul că la încheierea întâlnirii, trebuie ajuns la un consens clar între preocupările legate de mediu și cele economice.

Discuții:

A respectat întâlnirea regulile și procedurile stabilite? Este mai potrivită folosirea tehnicilor de construire a consensului în etapa de planificare?

Au fost reprezentanții celor două părți doritori să ajungă la un compromis? Cum ar fi putut fi îmbunătățite pregătirile? Au fost ONG capabile să reprezinte îngrijorările legate de mediu și celelalte interese locale, în aceeași măsură?

5

Exercițiul 6: Brainstorming

Descriere: Generarea ideilor de strategii de campanie

Mod de participare: Două grupuri

Durata: 40 minute

Materiale necesare: Tablă de scris, casetofon și broșura “înainte de a începe”

Tehnică:

- 1 Împărțiți participanții în două grupuri. Comunicați-le că vor realiza o sesiune de brainstorming pentru o campanie publică.
- 2 Puneți grupurile să-și aleagă un lider și o persoană care să noteze. Urmăriți tehnicile descrise în manual.
- 3 Distribuți Figura 6: “înainte de a începe”.
- 4 Acordați grupurilor 10 minute să se acomodeze și 25 de minute să realizeze acest exercițiu.
- 5 Puneți grupurile să-și prezinte campaniile.

Discuții:

Au fost folosite tehnicile de brainstorming în mod diferit față de sesiunile anterioare? A fost de ajutor perioada de acomodare?

6

FIGURA 6

Înainte de a începe

ONG din care faci parte a decis să realizeze o campanie locală de stimulare a folosirii produselor ecologice. Un lac din zonă, care adăpostește specii rare de pești și de păsări, se află în regim de protecție specială, însă o descărcare recentă de substanțe chimice toxice amenință multe specii aflate pe cale de dispariție. Lacul este folosit, de asemenea, ca sursă de apă pentru vite. O parte a populației ce locuiește în jurul lacului crește ovine. Analizele arată că agentul toxic este o substanță chimică utilizată în protejarea ovinelor de anumite boli. Populația locală refuză să folosească în locul acesteia, o substanță mai scumpă

care ar duce la reducerea impactului dăunător asupra mediului. Scopul campaniei este de a încuraja populația locală să nu mai folosească această substanță, în favoarea uneia mai puțin dăunătoare. O relație bună cu populația locală este esențială pentru succesul campaniei și pentru protecția pe viitor a lacului.

Pentru a face workshop-ul “productiv” participanților le este furnizată “harta minții” (o metodă grafică pentru organizarea ideilor). Cel care notează trebuie să completeze “harta” atunci când grupul a hotărât ce obiective vor fi urmărite.

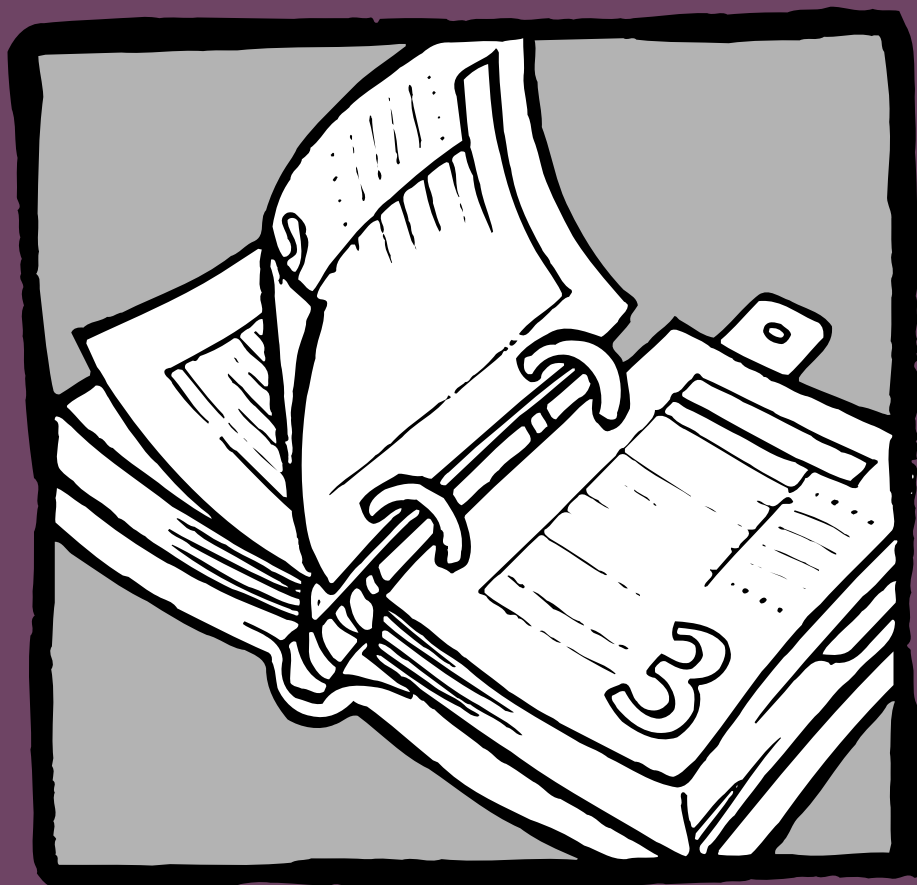
Harta minții

	SCOP	METODE	MATERIALE NECESARE	PRODUS	PARTENERI
1					
2					
3					

Fiecare idee trebuie exprimată folosind un singur cuvânt cheie, care va fi scris în tabel. Când are loc completarea tabelului, pot fi combinate diversele idei,

folosind numerotarea, diferite culori, săgeți, etc. Puneți harta în circulație pentru a ajuta participanții să aducă și alte idei.





Model de agendă a unui workshop

Cum să realizezi cursul de instruire

Acest model de agendă e conceput să vă ajute în realizarea un curs de instruire despre dreptul la informare, utilizând diversele instrumente și elemente din acest manual. Utilizarea corectă a acestora, desfasurată în paralel cu celelalte activități, trebuie să se bazeze atât pe așteptările și experiențele cursanților cât și pe timpul disponibil. Pe lângă temele abordate în cursul de instruire, agenda model îți propune activități ce îl pot face mai interactiv.

Model de agendă a unui workshop		
Partea 1 — Introducere		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Prezintă participanților cursul de instruire și prezintă-i pe fiecare	Strigarea prezenței / Introducere
Așteptări	Formulează și clarifică așteptările	Discuții
Definiții	Întrebă ce este dreptul la informare? Ce este Convenția de la Aarhus?	Discuții
Prezentarea programului	Explică planul și metodele de instruire și leagă-le cu așteptările cursanților	Prelegere
Partea 2 — Publicul și autoritățile publice		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Cine este publicul? Cine reprezintă publicul interesat?	Discuții
Surse de informare	Fă o introducere a surselor disponibile de informare	Prelegere
Exemplu	Prezintă modul în care ONG pot utiliza diverse surse de informare	Prelegere / Discuții despre GROWN
Partea 3 — Canale de comunicare		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Prezintă bazele strategiilor de comunicare	Prelegere
Mass — media	Prezintă diferite metode de comunicare cu mass -media	Prelegere
Activități	Exersează tehnicile de colaborare cu mass — media	Exercițiul 1 — Reportajul Exercițiul 2 — Talk Show-ul

Model de agendă a unui workshop		
Partea 4 — Canale de comunicare		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Prezintă bazele relațiilor publice și ale comunicării zilnice	Prelegere
Campanii de relații publice	Prezintă elementele unei campanii de relații publice	Prelegere
Activitate	Încscenează o campanie ce abordează un eveniment neașteptat	Exercițiul 3 — Situația de criză
Partea 5 — Luarea deciziei		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Prezintă rolul participării publice la luarea deciziei	Prelegere
Luarea deciziei	Prezintă tehnicile utile pentru luarea deciziei	Prelegere
Activitate	Exersează dezbateră publică	Exercițiul 4 — Dezbateră publică
Partea 6 — Construirea acordului		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Întreabă participanții cum au luat deciziile și dacă au folosit metoda construirii acordului	Discuții
Construirea acordului	Prezintă rolul și principiile	Prelegere
Activitate	Exersează metoda	Exercițiul 5 — Construirea acordului
Partea 7 — Sesiunea de brainstorming		
CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Discută când și de ce este necesar să realizezi o sesiune de brainstorming	Discuții
Sesiune de brainstorming	Prezintă tehnicile de realizare a unei sesiuni de brainstorming	Prelegere
Activitate	Exersează tehnicile unei sesiuni de brainstorming	Exercițiul 6 — Sesiunea de brainstorming

Model de agendă a unui workshop

Partea 8 — Negocierea

CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Discută despre negocierile cu care s-au confruntat participanții	Discuții
Sesiune de brainstorming	Alege câteva exemple și realizează o sesiune de brainstorming pentru a le găsi soluțiile	Sesiune de brainstorming
Activitate	Exersează luarea deciziei prin alegerea unei soluții pentru unul dintre exemple	Discuții

Partea 9 — Medierea

CATEGORIE	SCOP	ACTIVITĂȚI PROPUSE
Introducere	Rolul mediatorului	Prelegere
Necesitatea medierii	Discută când e necesar să apelezi la mediere	Discuții
Activitate	Alege un exemplu din etapa trecută și invită un mediator	Activitate
Revizuire	Revizuieste principalele puncte ale cursului de instruire	Discuții
Evaluare	Imparte formularele de evaluare	Evaluare
Închidere	Inchide sesiunea de instruire	Închidere

Centrul Regional de Mediu pentru Europa Centrală și de Est (REC) este o organizație apolitică, nepartinică, non-profit ce are misiunea de a oferi asistență pentru soluționarea problemelor de mediu în Europa Centrală și de Est (EEC). Centrul îndeplinește această misiune prin acțiuni de încurajare a cooperării între organizațiile neguvernamentale, guverne, afaceri și alți actori din domeniul mediului, prin sprijinirea liberului schimb de informații și prin promovarea participării publice în luarea deciziilor de mediu.

REC a fost înființat în 1990 de către Statele Unite, Comisia Europeană și Ungaria. Astăzi, REC se bazează legal pe o Cartă semnată de guvernele a 27 de țări și de Comisia Europeană, și pe un acord internațional cu Guvernul Ungariei. REC are Biroul Central în Szentendre, Ungaria și Birourile Locale în fiecare din cele 15 țări beneficiare EEC, care sunt: Albania, Bosnia și Herțegovina, Bulgaria, Croația, Republica Cehă, Estonia, Ungaria, Letonia, Lituania, Macedonia, Polonia, România, Slovacia, Slovenia și Iugoslavia.

Donatori recentți sunt Comisia Europeană și guvernele Albaniei, Belgiei, Bosniei și Herțegovinei, Bulgariei, Canadei, Republicii Cehe, Danemarcei, Estoniei, Finlandei, Franței, Germaniei, Italiei, Japoniei, Letoniei, Lituaniei, Olandei, Poloniei, Sloveniei, Suediei, Elveției, Regatului Unit, Serbiei și Muntenegru, precum și alte instituții interguvernamentale și private.



Dreptul la informare