

3.

IMPLICARE CIVICĂ

Calitatea vieții într-o comunitate depinde și de informarea și implicarea cetățenilor ei, nu doar de calitatea aleșilor noștri.

O societate sănătoasă este una cu cetățeni „sănătoși civic” – informați din surse sigure, atenți la dezinformări și tentative de manipulare, atenți la propriile

concepții și prejudecăți, și conectați la ce se întâmplă în jur: interesați de dezbateri publice, dornici să inițieze campanii online pentru subiectele în care cred și, de ce nu, de a se alătura unui ONG, pentru a duce implicarea la un nivel sistematic și constant.

Un cetățean este un bugetar

Ideii simple pentru tine și prietenii tăi
Pentru toată lumea

PUNE PRESIUNE PE AUTORITĂȚI

Trimite petiții, cereri de informații publice, mergi la ședințele de consiliu local, trimite observații privind hotărârile, participă la consultările publice. (Vezi mai multe în Cap. 2).

FII INFORMAT

Urmărește presa, activiștii care au postări interesante și informările autorităților locale, publicate pe site sau pe paginile de social media. (Mai multe în continuare).

OBSERVATOR LA VOT

Este o activitate concretă, punctuală, care sprijină democrația și te poate ajuta să înțelegi mai bine cum funcționează.

(Mai multe în Cap. 4).



ean activ n cetăean

tăi. Și pentru familia ta și vecini.
tă lumea.



COLABOREAZĂ CU GRUPURI INFORMALE ȘI ONG-uri

În majoritatea orașelor există fie asociații sau fundații, fie grupuri informale (fără personalitate juridică) care se implică în diverse moduri în comunitate.

(Mai multe în continuare).

DONEAZĂ CĂTRE PRESA INDEPENDENTĂ & ONG-uri

Dacă timpul nu-ți permite să te implici fizic în activitățile din comunitate, îi poți ajuta cu mici donații pe cei care o fac.

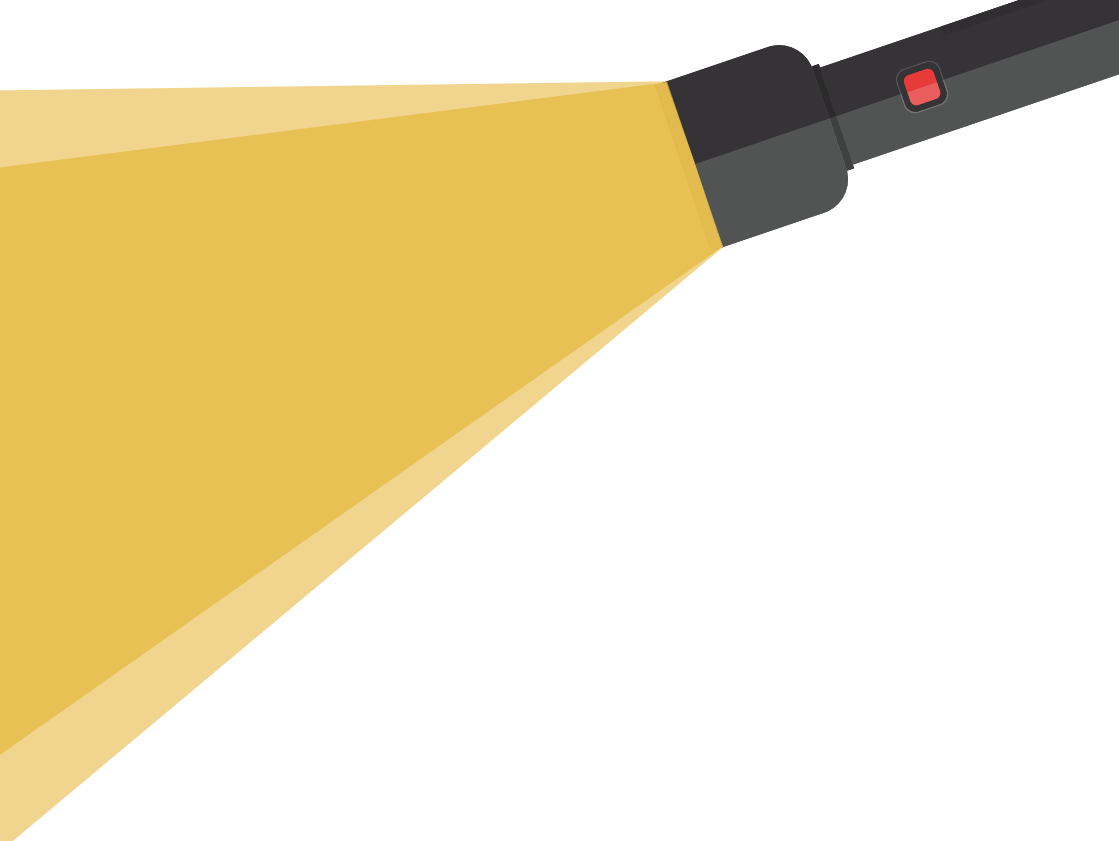
(Mai multe în continuare).

ÎNFIINȚEAZĂ UN ONG

Dacă ești foarte preocupat de o temă și ai 2-3 prieteni care gândesc ca tine, puteți înființa o asociație prin care să aveți mai mult impact în comunitate.

(Mai multe în Cap. 5).

**INFORMAȚIA
ESTE PUTERE**



» O democrație funcțională se bazează pe cetățeni informați. Dacă ești la curent cu evenimentele și liderii politici, poți influența opinia publică la rândul tău și poți sprijini și vota politicienii care te reprezintă mai bine.

» În ultimii ani s-a amplificat, însă, dezinformarea, fenomenul cunoscut în general ca *fake news*.

» E important, deci, să fii atent la dieta ta informațională, la câteva semne care pot sugera că în spatele unor informații se ascunde ceva.

Această secțiune este
o introducere în
media literacy:
care sunt semnele
care pot indica o dezinformare
și ce face ca o sursă să fie
mai credibilă decât altele.



Semne ale dezinformării

- » **Titlu momeală:** titlurile *clickbait* (momeală) au în general un ton senzationalist (ex. „Nu ai să crezi”) și uneori folosesc cuvinte scrise cu majuscule; ele sunt o indicație că articolul poate fi menit să facă trafic pe site sau chiar să ascundă o dezinformare.
- » **Autorul:** dacă un articol nu este semnat, sau dacă autorul nu este credibil (de exemplu e cunoscut pentru erori sau alte manipulări), este un semn rău.
- » **Sursa:** o instituție media cu renume este mai atentă la brandul ei și mai credibilă decât un blog făcut peste noapte. Și instituțiile serioase pot greși, dar e important să recunoască și să corecteze / retracteze. Pe de altă parte, există o zonă interesantă de presă independentă.
- » **Erori de logică:** nu sunt credibile articolele care conțin erori de logică; de exemplu, un articol care spune că cineva s-a îmbolnăvit după ce a făcut un vaccin, deci s-a îmbolnăvit din cauza vaccinului, comite o eroare de argumentare (Post hoc, ergo propter hoc): nu este obligatoriu ca două evenimente care urmează unul după celălalt în timp să fie legate.
- » **Tonul articolului:** articolele care dezinformează vor încerca în general să apeleze la emoții, vor avea un ton care să provoace furie, frică sau anxietate. Uneori vor folosi aluzii în loc să facă afirmații concrete - ex.: „nu este o coincidență că Popescu a fost cu bursă Soroș la studii”.
- » **Concluzii exagerate:** unele articole au „descoperit” ceva extraordinar: că printre noi trăiesc extraterestri, că un român a inventat o mașină care merge cu apă sau că ar exista un plan pus la cale de Bill Gates sau George Soroș să controleze populația lumii. În unele cazuri vorbim de atragerea de trafic pe site, interesul fiind financiar; în altele, e o tehnică de dezinformare abilă - cei care propun conspirația, nu neapărat vor să convingă foarte multă lume de ea, ci urmăresc să creeze confuzie, să lase impresia (prin repetare) că „ceva este acolo”.

Filtrarea informației

Nu toate sursele sunt la fel, și nici nu putem să citim tot ce apare, doar să ne facem o părere. Deci trebuie să alegem ce credem și chiar să alegem ce citim.

Fapte și opinii

Orice discuție despre presă începe de la diferența între știri/reportaje, care prezintă evenimente sau date și *opinia jurnalistică* - editorialele, analizele sau emisiunile care dau interpretări evenimentelor.

Preferințe / bias ideologic

Instituțiile de presă și jurnaliștii au de multe ori preferințe ideologice, care se pot observa în analizele făcute, dar asta trebuie să nu afecteze corectitudinea faptelor raportate.

Calitatea / credibilitatea media

În analiza calității/credibilității instituțiilor media, se folosesc în prezent aceste două dimensiuni - **corectitudinea faptelor și biasul** (predispoziția ideologică).

Prima dimensiune este esențială - instituțiile de presă care inventează evenimente, sau raportează intenționat doar anumite date sunt total lipsite de credibilitate.

A doua dimensiune este acceptabilă în anumite limite, câtă vreme partizanatul nu este în extreme.

Pentru presa străină există organizații care analizează periodic cele două dimensiuni, cum ar fi <https://mediabiasfactcheck.com/>.

Bule informaționale și camere cu ecou

Din cauza algoritmilor rețelelor de social media, dar și a predispoziției naturale a oamenilor să primească informații care le confirmă convingerile, există riscul de a ajunge în „camere cu ecou” sau „bule informaționale”. Se poate evita asta, urmărind pagini / publicații care au orientări ideologice diferite.

Instituțiile de presă se schimbă în timp, au conducere diferită, jurnaliștii pot pleca, publicațiile pot fi vândute altor trusturi deci și calitatea poate să se schimbe, uneori radical.

Media independentă

Putem numi presă independentă acele organizații media care nu sunt parte a unui grup (fie românesc, fie străin) și care se finanțează în principal din donații și eventual granturi (finanțări nerambursabile).

În momentul redactării acestui ghid, putem recomanda câteva organizații media / publicații independente care merită atenție și sprijin:

- » **dela0.ro** - un colectiv de șase jurnaliști care documentează și publică serii de presă despre problemele sistemice din România;
- » **pressone.ro** - o publicație online, înființată la Cluj-Napoca în 2015; își propune să extragă din realitatea românească subiecte relevante, care nu există în agenda publică și să ofere adâncime și context actualități.
- » **recorder.ro** - probabil cea mai importantă platformă de video-jurnalism din România, dar publică și articole text - reportaje, interviuri, opinii.
- » **safielumina.ro** - un proiect jurnalistic care documentează mijloacele prin care se manifestă instituțional cultele religioase din România.
- » **RISE Project** - o comunitate de jurnaliști, programatori și activiști focalizați pe investigarea rețelelor de crimă organizată și a corupției care afectează România și țările din regiune.
- » **Teleleu.eu** - un proiect jurnalistic ce documentează viața românilor „din afara bulei”; până în prezent au documentat viața din penitenciarele românești, eșecurile sistemului de educație, violența domestică tolerată în România, comunitățile care trăiesc în sărăcie extremă, iar din 2019 au început proiectul „Plecat” în care documentează viețile, dificultățile, visurile și dorurile românilor plecați în diaspora.
- » **Decât o Revistă (DOR)** - o publicație independentă care spune povești adevărate pentru a-și sprijini comunitatea să înțeleagă, să empatizeze, să descopere soluții și să acționeze. Există și în format tipărit.
- » **Scena9** - o publicație de jurnalism care radiografiază viața culturală din România; online pe scena9.ro, iar din 2018 apare și în format tipărit.

Donațiile pentru presa independentă sunt o variantă simplă și eficientă de a fi implicat în susținerea valorilor democratice.



SOCIETATEA CIVILĂ

Ca să rezolvăm probleme din comunitate, uneori trebuie să comunicăm cu autoritățile, alteori trebuie să punem presiune pe acestea, să le amintim că lucrează pentru cetățeni.

Uneori e nevoie ca întreaga comunitate să contribuie direct, oferind din banii și timpul lor.

Toți cei care fac asta, organizați în asociații sau în mod individual, formează ceea ce numim „societate civilă”.

Ce poți face concret?

Dacă simți că e cazul să „faci ceva”, dar nu știi exact de unde să începi, secțiunea următoare îți dă câteva idei: poți să contribui punctual la diferite proiecte sau inițiative, să oferi servicii gratuite sau să donezi bani, să te înscrii într-o asociație, să faci o campanie online sau o dezbateră publică.

Mai introducem aici conceptul de „Citizens' Assembly” - o metodă inovativă pentru democrație participativă, poate te inspiră să gândești *outside the box*.

Contribuie unde poți, când poți

Dacă te-ai hotărât să faci ceva pentru comunitate, dar nu ai suficient timp să te implici într-o asociație, poți contribui la diverse inițiative, de la ecologizarea unor spații publice la promovarea campaniilor gratuite de sterilizare pentru căței și pisici în rândul vecinilor.

Un exemplu concret este și mișcarea **„Vă vedem din Sibiu”** în care un grup de cetățeni au protestat față de ceea ce au considerat „încercări de a acapara justiția și a distruge statul de drept”. Mișcarea a devenit cunoscută prin forma inedită - protest în completă tăcere 15 minute în fiecare zi și prin duranță - protestul s-a desfășurat timp de 669 de zile.

Criza de sănătate generată în 2020 de virusul Sars-Cov-2 a arătat cum oamenii se pot uni să aibă un impact în comunitate, atunci când este nevoie.

- » **Vă ajutam din Sibiu** - un grup de sprijin înființat după ce s-a decis închiderea școlilor în contextul epidemiei COVID-19. Grupul funcționează pe bază de voluntariat, pentru cei care sunt nevoiți să stea acasă și au nevoie de alimente, medicamente sau provizii de orice fel.

- » **Cumpărături la ușa ta** - o inițiativă voluntară care livrează la domiciliu, persoanelor în vârstă sau care nu se pot deplasa, pachete de alimente de strictă necesitate.
- » **Uniți pentru Alba** - o inițiativă care reunește ONG-uri, grupuri civice, companii și autorități locale într-o platformă unică de comunicare și mobilizare de fonduri și acțiune locală pentru a ajuta achiziția de materiale sanitare și echipamente în spitalele din județul Alba precum și pentru ajutorarea persoanelor aflate în dificultate din cauza crizei generată de COVID-19.

Cum poți susține o asociație?

» **Participă la evenimente/proiecte**

Urmărește ce evenimente și proiecte desfășoară asociația și participă când poți; multe ONG-uri organizează discuții interesante, proiecții de film, piese de teatru sau expoziții, deci pe lângă faptul că susții comunitatea, poți descoperi ceva interesant.

» **Oferă servicii gratuite**

Asociațiile locale nu sunt foarte bine finanțate și pot beneficia de diverse servicii profesionale. Dacă ești avocat, oferă câteva ore de consultanță juridică; dacă ești fotograf, oferă-te să faci poze la următorul eveniment; dacă ești designer, cu siguranță e nevoie de expertiza ta.

» **Voluntariat**

Poți să te oferi să fii voluntar pentru orice asociație, de la câteva ore pe săptămână la câteva ore pe zi. Ajuți comunitate și în același timp descoperi oameni și lucruri noi. În plus, contractul de voluntariat contează la vechimea în muncă.

» **Membru**


Dacă ai puțin mai mult timp, poți să devii membru al unei asociații. Membrii contribuie și la proiecte, dar și cu bani (cotizație), dar pot să participe la luarea deciziilor, să influențeze evoluția asociației și impactul ei în comunitate.

*Dacă nu ai timp, poți oricând să donezi bani către asociațiile care crezi că fac treabă bună. Recomandarea noastră este să faci **donatii recurente** către asociații mici, locale, dar orice donație contează.*

Cetățean, caut ONG

Sunt foarte multe ONG-uri, mai mici sau mai mari, care fac o treabă foarte bună și merită atenția, timpul sau banii tăi.

Însă nu sunt toate la fel. Unele există doar pe hârtie, sau au conexiuni politice ascunse, iar altele sunt inactive sau ineficiente, deci e bine să fii atent în cine ai încredere.



Când vrei să susții un ONG cu banii sau timpul tău, poți să încerci să afli ce fac și cine sunt, să te asiguri că merită:

- » Caută-i pe Facebook și/sau Instagram. Dacă nu au mai postat nimic de mult timp este probabil ca activitatea asociației să nu fie atât de ridicată.
- » Verifică site-ul; chiar dacă site-urile nu sunt mereu actualizate, poți găsi informații despre echipa care coordonează asociația și despre obiectivele lor.
- » Caută articole în presa națională și locală, așa poți afla cum este văzută activitatea asociației de către presă și mai multe detalii despre proiecte, alături de declarații oferite de persoanele care o coordonează.
- » Contactează-i direct; scrie-le pe e-mail sau Facebook, cele mai multe asociații îți vor explica oricând ce fac și de ce.

De exemplu, un articol publicat de PressOne.ro în mai 2020, arată cum OCHR (Organized Crime Harm Reduction), un ONG care pretinde a lupta pentru drepturile omului, este la originea unor fake news despre pandemia de Covid19, dar și faptul că asociația nu este foarte transparentă și pare a avea interese politice.

Un alt caz mediatizat este cel al AID - Asociația pentru Implementarea Democrației, condusă de Alexandru Cumpănașu,

fost candidat la alegerile prezidențiale din România în 2019, dar care devenise cunoscut în urma declarațiilor publice în contextul tragic al răpirii (și probabil uciderii) Alexandrei Măceșanu.

Mai multe investigații de presă (RISEProject - 4.11.2019, Libertatea - 11.09.2019, Centrul de Investigații Media - 01.10.2019) au arătat suspiciuni de corupție, AID având zeci de contracte cu instituții publice, dar fără a demonstra rezultate pe măsură.

Societatea civilă este foarte dinamică - apar frecvent inițiative interesante cu care ai putea colabora.

Funky Citizens / București

- » Înființată în 2012, luptă cu apatia civică din România. Își propune să construiască instrumente online de advocacy, bazate pe cercetare și pe date atent culese, iar prin aceste instrumente să educe și să invite la acțiune.
- » Au desfășurat mai multe proiecte în zona civică printre care *Constituția funky* - editarea Constituției României într-un format grafic atractiv pentru tineri sau *Factual* - proiect prin care se monitorizează și se verifică declarațiile politicianilor. De curând, au înființat Buletin de București - un proiect editorial care își propune să contribuie la dezvoltarea presei locale.
- » Site: funky.org

Create Act Enjoy / Cluj

- » Asociație culturală fondată de actori de la Teatrul Național Cluj-Napoca, dedicată programelor educaționale și de sănătate.
- » Organizează diferite activități comunitare și sociale, ateliere creative și producții artistice, pentru a contribui activ la comunitatea din care fac parte.

- » Activitatea lor acoperă atât o suprafață artistică foarte întinsă (spectacole de tip performance, devised theatre, teatru-dans, teatru alternativ, film), cât și activități sociale și comunitare (terapie prin artă, organizare de evenimente, team-building-uri, campanii, flash-mob sau conceperea de spoturi publicitare).
- » Site: createactenjoy.com

GHEPart / Curtea de Argeș

- » Asociație înființată în 2014 de echipa proiectului "Eco Youth" care a vizat educația ecologică a copiilor, având 600 de beneficiari. Are drept scop educația nonformală.
- » Au desfășurat mai multe proiecte cum ar fi *Lecturi la șură* prin care au încercat să promoveze cititul, sau *Greenoteca*, proiect în care au creat în curtea Bibliotecii Municipale Curtea de Argeș un spațiu în care să organizeze proiecții de filme și seri muzicale.
- » Site: ghepart.ro

Ca să-ți dăm un punct de pornire, ai aici câteva asociații de la care cu siguranță ai ce învăța.

Centrul Rațiu pentru Democrație / Turda

- » Organizație non-guvernamentală dezvoltată de fundația familiei Rațiu - om de afaceri și politician român.
- » Asociația se focalizează pe educație și empowerment, promovând valorile democratice și încurajând dezvoltarea gândirii critice în rândul tinerilor. Coordonează un grup de dezbateri și organizează diferite evenimente și conferințe. De asemenea, au preluat fosta fabrică de bere din Turda care va fi transformată în centru cultural „Fabrica de timp liber” și sprijină societatea civilă prin acordarea unor premii pentru jurnalism și sănătate mentală.
- » Site: fb.com/RatiuDemocracyCentre

Minitremu / Târgu Mureș

- » Inițiată de duo-ul artistic Monotremu, asociația are ca obiectiv să faciliteze accesul copiilor și tinerilor la arta contemporană, prin prin jocuri/joacă și diverse metode interactive.
- » Minitremu organizează în fiecare an „Art Camp” - o tabără de artă contemporană gratuită pentru elevii de liceu.

Casa Naturii

- » O asociație înființată în comuna Laslea, la limita județelor Sibiu și Mureș. Scopul este educația civică - asociație își propune să capaciteze copiii și tinerii de la sat să devină lideri responsabili și sursa schimbării din comunitățile locale.
- » În ultimii 2 ani, asociația a derulat ateliere de educație civică, proiecții de filme documentare despre importanța ecologiei și a desfășurat activități de ecologizare în comuna Laslea.
- » Site: fb.com/asociatia.casa.naturii
- » **Go Free - Asociația pentru Sprijinirea Societății Civile / Cluj**
- » Militează din 2012 pentru promovarea și respectarea drepturilor omului. Lucrează în comunități vulnerabile (tineri de etnie romă, tineri din mediul rural, tineri LGBTQ+ etc).
- » În ultimii ani, Go Free a dezvoltat o Școală de Jurnalism Comunitar “StReEt”, a fost co-organizator al primului Cluj Pride și face parte din guvernanta programului European Youth Village (Satul European de Tineret).
- » Site: gofree.ro



SHARING IS CARING!

Votează și dă mai departe. | votare.ro



CAMPANII ONLINE

Campaniile online sunt o formă simplă și eficientă de informare sau conștientizare a comunității.

Poți organiza campanii pentru a motiva participarea la vot, implicarea (de exemplu participarea la consultări), sau pentru a livra informații scurte și punctuale - de exemplu pentru a informa cetățenii cum se votează, ce fac instituțiile, sau pentru combaterea fake news.

Pentru a organiza campanii eficiente, trebuie să treci neapărat prin patru etape:

- » Cercetare
- » Planificare
- » Execuție
- » Monitorizare

DE URMĂRIT LA O

Cercetare

Înainte de a începe planificarea unei campanii, trebuie să definești **care este problema** căreia vrei să-i răspunzi și dacă aceasta este relevantă în contextul și în momentul respectiv.

Exemple pot include participarea scăzută la vot, apatia cetățenilor, lipsa fondurilor pentru un domeniu pe care îl consideri important etc.

Tot în etapa asta trebuie să definești:

- » **Publicul țintă:** cine sunt cei care vor beneficia de rezultatele campaniei tale și cum poți să-i implicii în tot acest proces. O campanie destinată elevilor de liceu din orașul tău va arăta altfel față de o campanie destinată adulților tineri (18 - 30) din județ.
- » **Canale de comunicare** - trebuie să analizezi pe ce canal te focalizezi, unde crezi că este mai ușor să ajungi la publicul țintă. Pe instagram, de exemplu sunt în prezent mai mult tineri, iar pe Facebook mai mult adulți. Nu uita să iei în considerare Tik Tok sau alte rețele care apar și unde este poate mai ușor să ajungi cunoscut.

- » **Trăsăturile campaniei** - alege tonul în care o să comunici pe tot parcursul campaniei; și asta va depinde de publicul țintă.
- » **Alte campanii** - verifică ce alte campanii mai poți găsi pe acel subiect, nu doar la tine în localitate, ci și în alte zone ale țării, poate chiar și în străinătate. Asta o să te ajute să găsești idei interesante pe care le poți adapta.

Planificare

În baza informațiilor pe care le-ai obținut din etapa de cercetare, trebuie să începi să planifici toate activitățile și să le încadrezî în timp.

În etapa asta trebuie să definești:

- » **Obiectivele:** trebuie să fie cât mai clare și legate de scopul principal al campaniei. De asemenea, e important ca obiectivele să fie măsurabile și să nu fie nici exagerate, dar nici setate prea jos (modelul SMART). Dacă scopul principal este conștientizarea, obiectivele vor măsura *reach-ul* și *engagementul*; în alte situații se pot măsura *conversiile* - de exemplu câți bani au fost donați.

CAMPANIE ONLINE

- » **Pregătirea conținutului** - textele și elementele grafice trebuie pregătite din timp. Nu uita să adaptezi tonul la publicul țintă, iar dacă resursele o permit, colaborează cu oameni specializați pe redactarea textelor și cu designeri grafici. Ideal, campania nu ar trebui să se rezume la postări pe *feed* în Facebook și Instagram, ci să folosească *stories*, care în Instagram permit inclusiv elemente interactive (ex. polls), sau chiar clipuri video scurte (în funcție de platformă, obiective și context, pot varia între 15 secunde și 2 minute).
- » **Calendarul de postări** - campania presupune o construcție a mesajului din materialele realizate, deci postarea lor trebuie să fie temporizată. E bine să fie creat un calendar de postări, care să țină cont de alte evenimente (sărbători religioase sau de altă natură, alte evenimente care atrag atenția).

Execuție

După ce ai toate elementele pregătite, este destul de simplu să urmărești calendarul de postări și să faci postările la momentele definite. Importantă aici este *monitorizarea*.

Monitorizare

Campaniile nu sunt statice și nu se lansează în vid. E important să urmărești evoluția campaniei și să iei decizii în funcție de rezultatele intermediare și de răspunsul publicului.

În etapa asta trebuie să urmărești:

- » **Mesaje și comentarii:** unii dintre cei care văd o postare, un story sau un clip vor alege să-ți scrie un mesaj să ceară detalii. Trebuie să urmărești mesajele din Facebook sau Instagram, să răspunzi cât de repede se poate. Comentariile pe Facebook sunt foarte valoroase (ca indicator de *engagement*), câtă vreme sunt la subiect și trebuie răspuns la ele. Poți răspunde și la mesajele critice - cu calm și explicații suplimentare, dar poți să ștergi comentariile care nu sunt la subiect și chiar să blochezi *trollii* - persoanele care comentează doar să provoace reacții negative.
- » **Evoluția campaniei:** monitorizează constant reachul, like-urile și engagementul sau vizualizările clipurilor. Uneori poți opri promovarea plătită sau, din contră, vei decide că trebuie să investești mai mult sau să schimbi ceva în strategia de bază.

Organizează o dezbatere publică

Dialogul ajută o comunitate să înțeleagă diversitatea de opinii pe o temă și poate clarifica prioritățile cetățenilor.

Dezbaterile pot fi organizate și de autorități, dar dacă ai un subiect important pentru tine, poți fii tu organizator - cel mai probabil vei avea nevoie de sprijin, fie de la prieteni pe care te poți baza, fie de la un ONG local interesat de temă.

Dezbaterea poate fi informală - un eveniment public la care inviți cetățeni, autorități și eventual specialiști (o consultare), sau poate fi o dezbatere formală, cu poziții pro/contra și încadrare în timp.

De reținut

Tema dezbaterii

Asigură-te că tema care te interesează este importantă și pentru alții - întreabă-ți prietenii sau fă un mic sondaj pe Facebook, dacă nu ești sigur.

Locul și momentul

Stabilește momentul în funcție de publicul țintă - mulți oameni lucrează în timpul zilei. Pentru a găsi un spațiu, poți apela la ONG-uri sau autorități locale.

Participanții

Confirmă din timp cu invitații care ai vrea să vorbească, inclusiv structura / desfășurarea evenimentului. Gândește-te și la cine va modera evenimentul, e bine să fie o persoană cu experiență de vorbit în public.

Pentru a avea o participare rezonabilă:

- » fă din timp un event pe social media, apoi invită cât mai multe persoane să participe, distribuie-l pe cât mai multe grupuri de Facebook, cere ajutorul ONG-urilor din orașul tău să promoveze și ele dezbateră;
- » trimite un comunicat către presă;
- » invită personal oameni relevanți din comunitate - profesori, activiști, reprezentanți ai autorităților locale sau ai firmelor importante; pentru aceștia este recomandabil să duci invitații tipărite și să confirmi - direct sau telefonic, prezența la eveniment.

Promovarea discuțiilor/concluziilor

În funcție de resurse, dezbateră poate fi transmisă live, pe Facebook / YouTube. Trebuie însă să apelezi la un specialist, pentru că înregistrarea cu telefonul nu este tot timpul suficientă (în special sunetul poate fi o problemă).

Nu uita să faci poze, pe care să le postezi după eveniment și să le trimiți către presă, într-un nou comunicat. Dacă ai și filmare, poți extrage clipuri scurte (5 - 10 minute) cu discuții foarte interesante.



Citizens' Assembly

O metodă inovativă de participare democratică, ce presupune luarea unor decizii privind politici publice de către un grup de cetățeni aleși aleator dar în așa mod încât să reflecte demografic localitatea (proporții corespunzătoare de bărbați/femei, tineri/vârstnici, nivel de educație sau venit etc).

Principii

Colaborare cu autoritățile

Este esențial ca rezultatele unui C.A. să fie luate în considerare de autorități. În majoritatea cazurilor, autoritățile își asumă să implementeze direct soluțiile propuse, dacă acestea au peste 80% susținere în C.A. Modalitatea de colaborare trebuie stabilită înaintea implementării.

Subiectul

Trebuie să fie relevant pentru comunitate și ales astfel încât să fie suficient de concret, să se poată face propuneri de soluționare a unor probleme sau de politici publice.

Participanții

Trebuie să fie selectați aleator prin tragere la sorți, dar cu condiția ca ei să fie reprezentativi demografic. Se va face o stratificare în funcție de vârstă, sex, venit etc, există mai multe metode care facilitează construcția grupului. Numărul participanților variază în funcție de câți locuitori are localitatea.

Transparența

Este un principiu fundamental, menit să crească încrederea comunității în proces. Evenimentul trebuie să fie transmis live, presa trebuie să aibă acces neîngrădit.

Implementare

- » Durata poate să varieze între câteva ore și câteva zile, în funcție de cât de complexă este problema dezbătută și dimensiunea grupului.
- » Facilitatorii au un rol important, pentru a se asigura că toate opiniile sunt luate în considerare.
- » La un C.A. trebuie invitați cât mai mulți specialiști/experti care să țină prezentări legate de subiect. Autoritățile publice pot avea reprezentanți care să prezinte situația în momentul respectiv.