

ЗАСТАПУВАНЬЕ



на граѓански организации

ПРИРАЧНИК ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ ЗА ГРАЃАНСКИ ОРГАНИЗАЦИИ КОИ РАБОТАТ НА ПОЛЕТО НА ЖЕНСКИТЕ ПРАВА



СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР	6
ДЕФИНИРАЊЕ НА ЗАСТАПУВАЊЕТО И ВКЛУЧУВАЊЕ НА ГРАЃАНСКИОТ СЕКТОР ВО ПРОЦЕСИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ	7
Што е застапување?	11
Што не е застапување?	13
ЧЕКОРИ ВО ЗАСТАПУВАЊЕТО	15
Чекор 1: Појаснување на целите на организацијата, мрежата или коалицијата	17
Чекор 2: Дефинирање на целната група	19
Чекор 3: Дефинирање на проблем и избор на цели за застапување	19
Чекор 4: Дефинирање на носителите на одлуки	23
Чекор 5: Подготовка на организацијата (мрежа/коалиција) за процесот на застапување преку проценка на внатрешна и надворешна поддршка, капацитети и ресурси	25
Чекор 6: Идентификување на други засегнати страни	28
Чекор 7: Избор на стратегии за застапување	29
Чекор 8: Подготовка на акциски план за застапување	36
Чекор 9: Мониторинг, евалуација и следење на активностите	37
ИСТРАЖУВАЊЕ, ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПОДАТОЦИ И ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ПОДАТОЦИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ	39
Практични насоки за спроведување на истражување за потребите на застапување	41
Што се податоци и зошто ги користиме?	44
Видови податоци	44
Како податоците и истражувањата можат да придонесат за ефективно застапување на локално и национално ниво?	46
Методи за собирање податоци	51
-Квантитативни методи за собирање податоци	52
-Квалитативни методи за собирање податоци	54
Анализирање и интерпретирање на податоците	62
Претставување на податоците	66
-Инфографици и визуелни содржини	71

СОДРЖИНА

ПРИМЕР ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ И ЛОБИРАЊЕ ВО Р.С. МАКЕДОНИЈА ОД СТРАНА НА НЕФОРМАЛНАТА МРЕЖА НА ГРАЃАНСКИ ОРГАНИЗАЦИИ КОИ РАБОТАТ ВО ПОЛЕТО НА ЖЕНСКИ ПРАВА	74
ПРИЛОГ 1 ПОИМНИК - ДЕФИНИЦИИ НА ТЕРМИНИ И ПОИМИ КОИ СЕ КОРИСТАТ ВО ПРИРАЧНИКОТ	81
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА	88

ПРЕДГОВОР

Овој прирачник е подготвен во рамките на проектот „Зајакни ја промената: Подобрување на застапувањето преку медиуми“. Проектот е поддржан од Фондацијата Квина Тилл Квина од Стокхолм, Шведска, со финансиска поддршка од UK International Development, имплементиран од Организација на жените на општина Свети Николе (ОЖОСВН).

Целта на проектот е да се подобри капацитетот и ефективноста на локалните женски граѓански организации и организации за човекови права на национално ниво, преку застапување за политики засновани на докази, подигнување на свеста за родово базирано насилство и создавање влијателни приказни за општествени промени.

Овој прирачник треба да им помогне на локалните граѓански организации кои работат на полето на женски права и организациите за човекови права воопшто, да испланираат активности за застапување за идентификувани проблеми поврзани со родово базираното насилство. Сублимираниот материјал во овој прирачник е комбинација од развиени тренинг материјали за ефективно застапување и користење на различна литература. За да не се оптоварува текстот со многу фусноти, целокупната користена литература е наведена на крајот на овој прирачник. Сметавме дека овој пристап овозможува полесно следење на содржината, додека истовремено им овозможува на читателите да имаат пристап до изворите доколку сакаат подлабоко да истражуваат одредени теми.

*Сите термини во прирачникот кои се користени во машки или женски род се однесуваат на сите лица, без разлика на нивниот род или пол и се употребени исклучиво заради читливост на текстот.

ДЕФИНИРАЊЕ НА ЗАСТАПУВАЊЕТО И ВКЛУЧУВАЊЕ НА ГРАЃАНСКИОТ СЕКТОР ВО ПРОЦЕСИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ



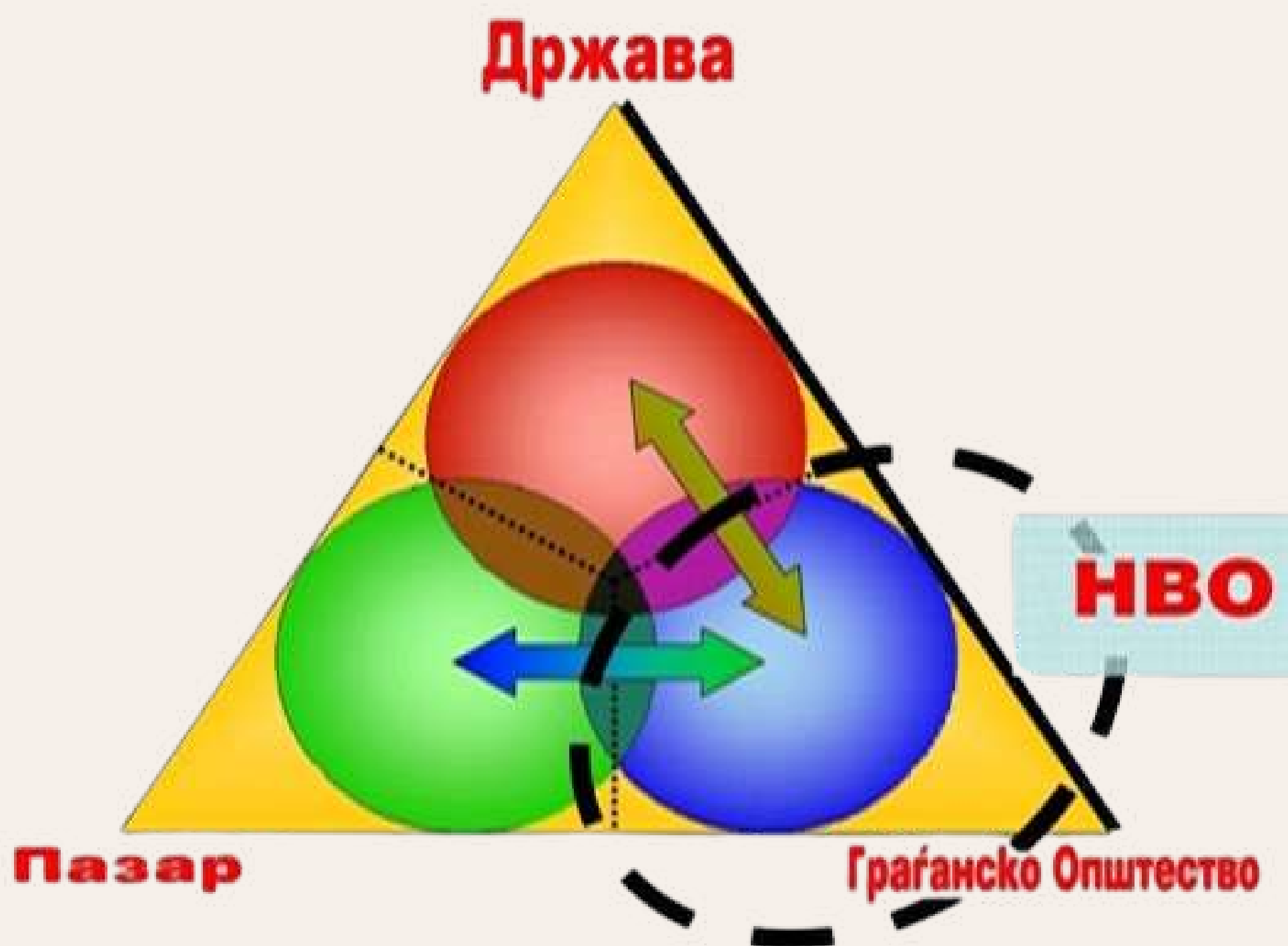
НЕВЛАДИНИ (ГРАЃАНСКИ) ОРГАНИЗАЦИИ И ЗАСТАПУВАЊЕ

Поимот невладина организација се однесува на формите на организирање и здружување на луѓето надвор од институциите/организациите/органите под ингеренции на државата заради остварување на заеднички цели и интереси. Функцијата на невладините организации е да се организира општеството и да се создадат „добра“ и услуги кои недостасуваат во општеството. Работата на невладините организации (НВО) е по природа непрофитабилна. Традиционално, НВО се потпираат на поддршката и добрата волја на другите за да ги покријат трошоците за своите активности преку грантови и донации.

Во својот труд, Тулдер и Зварт го лоцираат работењето на невладините организации на две полиња¹:

- (а) меѓу државата и граѓанското општество и
- (б) помеѓу пазарот (бизнисот) и граѓанското општество.

Слика 1. Невладините организации во општеството



¹Rob van Tulder and Alex van der Zwart, "International Business-Society management", 2005, by Routledge, p.8. (www.ib-sm.org)



Првото поле се однесува на потрадиционалниот начин на работа. Согледувајќи дека нешто недостасува во општеството, многу невладини организации поднесуваат барања до различни извори (донатори) да добијат дополнителни финансирања за проекти што ги извршуваат во име на граѓанското општество и тоа најчесто се локални проекти за доброто на локалното население. Со тоа, невладините организации преземаат дел од она што традиционално се смета како обврска на државата и нејзините институции, но во зависност од големината и статусот на организацијата, организациите ја задржуваат нивната независност од влијанието на власта. Покрај нив, постојат и т.н. владини граѓански организации кои исполнуваат некаква функција или проекти во име на владата.



Второто поле, помеѓу пазарот и граѓанското општество, е полето подложно на промени. Од почетокот на деведесеттите години на дваесетиот век, невладините организации позачестено ги потсетуваат компаниите за нивната општествена одговорност. Многу невладини организации веруваат дека компаниите, повеќе отколку владата, се, односно треба да бидат во можност да решаваат одредени прашања, што од друга страна допринесе и за развој на нови стратегии кои ги користат невладините организации за да се доближат и до бизнисот и до владите. Во праксата, невладините организации имаат различни улоги, кои можат да бидат применети или последователно како дел од еден поголем процес (програма), или пак истовремено за различни прашања во различни средини (започнување на дебата за одредено прашање, а конкретни активности и кампањи за друго прашање).

Светската банка² ги класифицира невладините организации или како оперативни невладини организации кои примарно се занимаваат со развојни проекти или како застапувачки невладини организации кои се занимаваат со застапување на одредена кауза³.

Граѓанските организации, како независни актери кои допринесуваат кон развојот на општеството генерално, се длабоко погодени од контекстот во кој тие работат. Политиките и практиките на владите, посебно во земјите во развој, како и политиките на донаторите, влијаат на обликувањето/насочувањето, но и на градењето на капацитетите на граѓанските организации.

Активизам означува преземање акција со определена цел, односно спроведување на одредена активност или комбинација на акции со цел да се предизвикаат посакувани и очекувани социјални и политички промени и резултати. Како карактеристика на граѓанското општество, активизмот значи неприфаќање на пасивната улога на која се сведени граѓаните во услови на претставничка демократија или на некој недемократски режим и нивно ангажирање за подигање на свеста околу некое прашање и/или влијаење врз процесот на одлучување. Активизам значи општествено ангажирање, активно учество на групата во решавањето на, за нив најрелевантните прашања и донесување на одлуки, како во локалната заедница, така и на национално ниво.



^[2] Светската банка е витален извор за финансиска и техничка помош за земјите во развој. Групацијата на Светска банка е една од светските водечки институции во борбата против сиромаштијата и подобрувањето на стандардите за живеење на луѓето во земјите во развој. Таа е развојна банка која обезбедува заеми, советодавна поддршка за политики, техничка помош и услуги насочени кон размена на знаењето. Светска банка не е “банка” во вообичаената смисла на зборот. Таа е една од специјализираните агенции на Обединетите нации, која има 184 земји-членки.

^[3] Светската банка ги дефинира невладините организации како "приватни организации кои вршат дејности да се намалат страдањата, да ги промовираат интересите на сиромашните, заштита на животната средина, да обезбедат основни социјални услуги, или да го преземат развојот на заедницата"

Активизмот како практика на организирано дејствување лежи во срцето на женското движење, еколошкото движење, движењата за мир и други граѓански иницијативи^[4].

Застапувањето е збир на организирани активности со цел да се влијае на политиките^[5] и активностите на оние кои се на власт, за да се постигнат трајни и позитивни промени. Промената може да биде во политиките и законите, во спроведувањето на овие политики или закони или за подигнување на свеста на луѓето за политиките и нивните сопствени права. Застапувањето има за цел да го направи процесот на донесување одлуки повеќе инклузивен и да обезбеди имплементирање на политиките дизајнирани да ги заштитат сиромашните и маргинализираните групи.

Самиот збор застапување доаѓа од англискиот збор advocacy кој значи повикување, заговарање, барање.

Advocacy (англ.) = повикување, барање

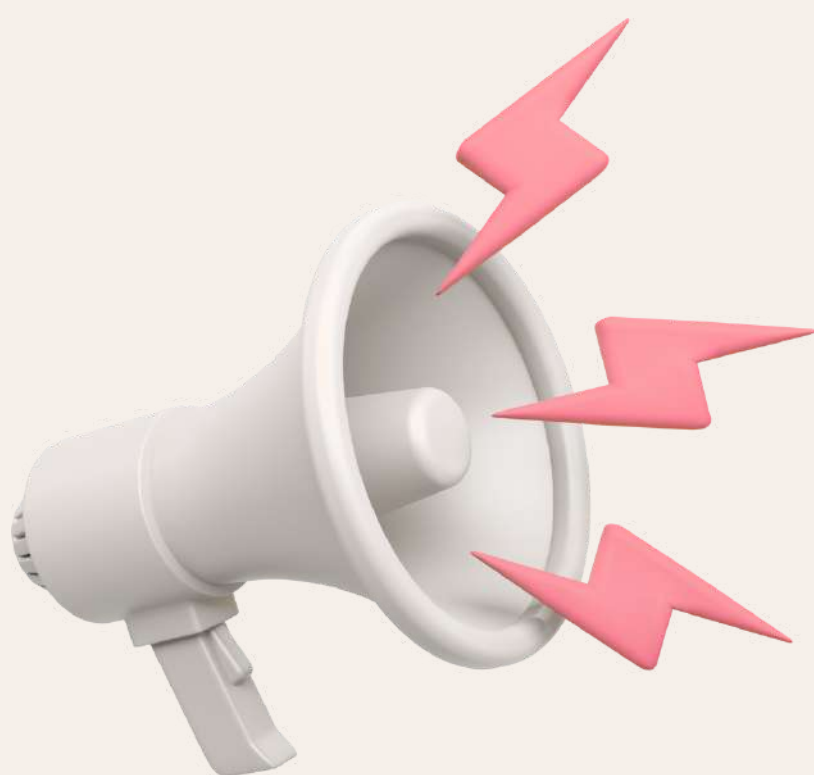
Advocare (лат.) = да се јавите, да дадете помош некому

Застапување = давање глас на „безгласни“

Застапувањето преставува давање на глас на групи кои (традиционално) биле безгласни (не биле вклучени) во процесот на креирање и носење на одлуки.

Ова во суштина ја дефинира и улогата на поединечните здруженија и на мрежите и коалициите за застапување, но и на неформалните група на локално и национално ниво, како посредници помеѓу маргинализираните групи и они кои ги носат одлуките.

Постојат повеќе дефиниции за застапување, но заедничка карактеристика на сите нив е тоа што со процесот на (јавно) застапување се обидува да се влијае врз сите оние кои имаат моќ на донесување одлуки, со цел да се остварат одредени права и цели кои ќе го подобрат квалитетот на живот на целото општество или на специфична група чии права и потреби се предмет на застапување.



^[4]Граѓанско општество- Граѓански практики, бр.12 и 13, издавач Македонскиот центар за меѓународна соработка, 2011 (www.mcms.org.mk)

^[5]Дефинирање на останатите поими кои се споменуваат во овој прирачник се дадени во Прилог 1

Лобирањето често како поим се поврзува со јавното застапување, иако лобирањето е потесен поим од јавното застапување и се однесува на обид за директно влијание врз носителите на одлуки: политичари/ки, пратеници/чки, моќни поединци/ки и групи кои донесуваат или имаат непосредно влијание врз донесувањето значајни одлуки. Тоа е планирана стратегија која води кон градење на односи на подолг период (активностите **не се случајни** и не се ад хок). Многу често не се вклопува во формалните процедури и по можност тоа да се прави пред носителите на одлуки, со цел јавно да ги откријат своите формални ставови.

Од друга страна, јавното застапување е процес кој ги обединува сите поединци и групи кои можат да влијаат на промената на политики и со тоа да го направат општеството поправедно, што во крајниот исход треба да резултира со демократска промена во која корисниците се свесни за своите права и механизмите за нивно остварување.

Во секој процес на јавно застапување препознаваме три клучни категории на актери:

- Корисници/чки – засегнатите страни се општествени групи чии права се загрозени, занемарени или тешко ги остваруваат во редовната постапка и секојдневниот живот; често не се во состојба сами да ги бранат своите интереси и права поради различни бариери
- Застапувачи/ки – индивидуи, групи или организации кои активно работат во интерес на корисниците/чките за да остварат некое право кое им е оневозможено или тешко достапно;
- Донесувачи/ки на одлуки – групи или поединци кои имаат моќ да одлучат за покренатото прашање кое претставува тема на јавно застапување и така стануваат целна јавност на која се врши влијание.

Во зависност од вклученоста на различните актери, застапувањето може да биде:

- Застапување од страна на самите засегнати страни;
- Застапување од страна на застапници кое се врши заедно со засегнатите страни и
- Застапување кое се врши од страна на другите (застапници) за засегнатите страни.

Комбинирањето на трите приоди најчесто ќе ги зголеми шансите за успех бидејќи секој од нив има свои предности и ограничувања.



Што не е застапување?

Едноставно речено, секоја активност која не е насочена кон промена на некоја политика или пракса⁶ **не претставува застапување**. Следните примери се дел од активности на граѓански организации и можат да бидат дел од организираниите активности за застапување, но сами по себе, не претставуваат застапување⁷:



- Кампања за подигнување на видливоста на проблемот во заедницата;
- Протести и други јавни собири;
- Запознавање на носителите на одлуки со вашата организација и вашите програми;



- Едукативни активности (обуки, семинари, работилници, итн.), како важен дел од подобрувањето и зголемувањето на капацитетите на активистите/ките во областа на јавното застапување, најчесто не се насочени кон донесувачите на одлуки. Овие активности можат да бидат дел од поширок план за јавно застапување и треба да се сфатат како поддршка на имплементацијата на одредена иницијатива за јавно застапување.



- Хуманитарните активности обично не се дел од јавното застапување, дури и ако вклучуваат одредени донесувачи на одлуки и јавни личности. И покрај добрата намера, овие активности се фокусираат на поединечни случаи и не водат кон трајна демократска промена која се однесува на сите припаднички на одредена заедница или општествена група, како што е случај кај јавното застапување.

^[6] Локална политика се однесува на стратегиите, одлуките и мерките што ги спроведуваат локалните власти (општини, градови, региони) со цел управување со јавните услуги и подобрување на животот на граѓаните на локално ниво. Таа опфаќа прашања како урбанистичко планирање, образование, локален економски развој, заштита на животната средина, социјални услуги и јавна безбедност.

Национална политика е збир на одлуки, закони, стратегии и мерки што ги носи централната власт (парламент, влада, министерства) со цел регулирање на општествени, економски и политички процеси во државата. Таа ги опфаќа сите клучни области, како што се економија, здравство, образование, одбрана, надворешни работи и човекови права.

И двете политики се меѓусебно поврзани – локалните политики често се креираат во рамките на националните политики, но можат да бидат адаптирани на специфичните потреби на заедниците.

^[7] “Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama”; Prof. Dr. Samir Lemeš, Dajana Cvjetković; Centar za promociju civilnog društva; 2020

- Активностите на мобилизација на заедницата и подигнување на видливоста на проблемот на кој се однесува јавното застапување се неопходни елементи на јавното застапување. Овие активности водат кон зголемување на капацитетите на самата заедница да ја разбере важноста на проблемот и значењето на личното ангажирање за негово решавање на одржлив и прифатлив начин за сите корисници. Како и во претходните случаи, овие активности можат да бидат дел од планот за имплементација на јавно застапување, но само доколку претставуваат поддршка на клучните активности кои се насочени кон донесувачите на одлуки.
- Односи со јавноста – има за цел да се подобри имиџот на организацијата во јавноста и целна група најчесто се корисниците, донаторите, носителите на одлуки или општата популација. Кај застапувањето целна група секогаш се носителите на одлуки и целта е промена на некоја политика, стратегија, пракса. Стратегијата за односи со јавност може и треба да биде дел од стратегијата за застапување доколку е насочена кон влијание врз носителите на одлуки.
- Собирање на средства (фаундрејзинг) – најчесто целни групи се поединци, донатори, компании кои потенцијално можат да дадат средства за работа на организацијата и за поддршка на целната група која организацијата ја претставува и застапува. Понекогаш целна група кон која се обраќаме за обезбедување средства може да биде и владата и други носители на одлуки и во тој случај може да биде дел од стратегијата за застапување. Застапувањето секогаш е насочено кон одредена политичка промена, која може да биде насочена кон носителите на одлука со цел обезбедување континуирано финансирање на одредени специфични групи или организации. Доколку станува збор за политичка одлука на подолгорочно ниво за финансирање на специфични групи, најчесто припадници на маргинализирани заедници, тоа истовремено може да биде и цел на стратегијата за застапување.

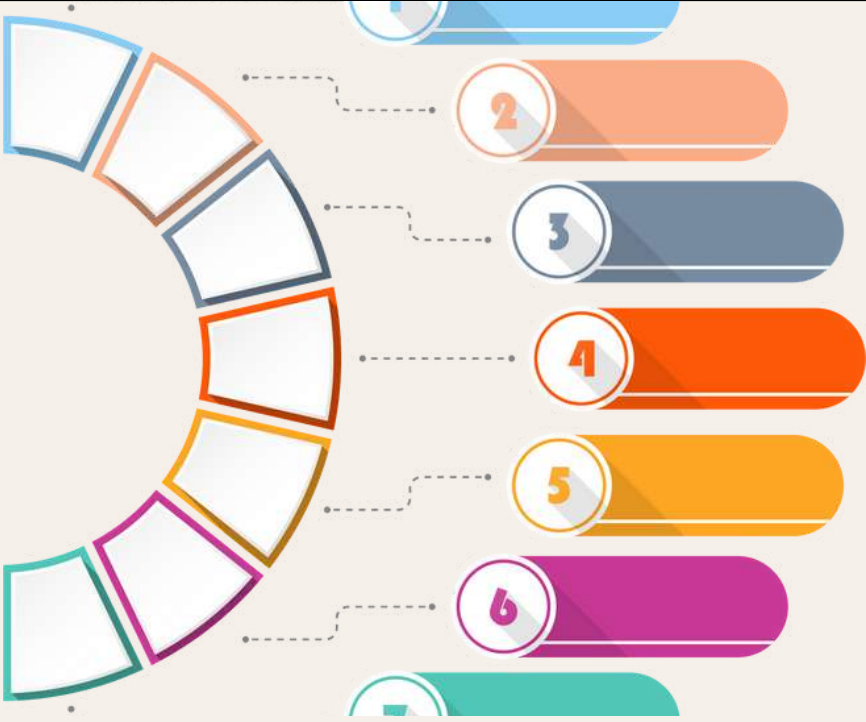


ЧЕКОРИ ВО ЗАСТАПУВАЊЕТО



Планирањето на стратегија за застапувањето се одвива во неколку клучни чекори

Чекор 1. Појаснување на целите на организацијата, мрежата или коалицијата на оној/аа кој/а го прави застапувањето - Застапувачи	Мисија, цели и додадена вредност
Чекор 2. Дефинирање на целна група - Корисници	За кого го правиме ова? Кои се користите/бенефитите за целната група после политичката промена? Дефинирајте примарни и секундарни целни групи со анализа на нивната позиција/став во однос за прашањето што е предмет на застапување, како и нивните специфични карактеристики
Чекор 3. Дефинирање на проблем и избор на цел(и) за застапување	Што сакате да се промени? Што е главниот проблем? Дали мислите дека има реално решение? Избор на тема, област или прашање кое може да биде решено или унапредено преку политичка промена односно делување кон носителите на одлуки.
Чекор 4. Дефинирање на носителите на одлуки, кој може да ја направи промената на политиката/прописот? – Донесувачи на одлуки	Кои се носителите на одлуки? Кој е надележен за носење на одлуките? Која е нивната позиција? Влијание / моќ?
Чекор 5. Подготовка на застапувачите (организација, мрежа, коалиција, група и др.) за процесот на застапување	Проценка на сопствената внатрешна и надворешна поддршка, капацитети и ресурси
Чекор 6. Идентификување на други засегнати страни	Кои се сојузници, конкуренти и/или противници? Кои се неутрални актери? Дали има простор за соработка?
Чекор 7. Избор на стратегии за застапување	Методи и техники за ефективно застапување
Чекор 8. Подготовка на акциски план за застапување	Дефинирање на методи, пораки, ресурси, одговорности, временска рамка
Чекор 9. Мониторинг, евалуација и следење на активностите.	Како ќе знаете дали напредувате? Како ќе знаете дали сте успеале?



Сите чекори се меѓусебно поврзани и се преклопуваат, односно потребно е да се навраќаме неколку пати на клучните прашања кои се обработени во чекорите за да ја осмислиме и испланираме нашата акција за застапување.

Секој од овие чекори е разработен посебно како што следува:

ЧЕКОР 1: Појаснување на целите на застапувачите - организацијата, мрежата или коалицијата (визија, мисија, цели и додадена вредност)

Визијата го истакнува тоа што сака да претставува организацијата/мрежата, или тоа каков сака да биде светот во којшто таа работи („идеализиран" поглед на светот). Таа е долгорочен поглед – „имиц" на организацијата/мрежата којшто се концентрира на иднината и претставува насоката на сите активности во организацијата. Визијата може да има емотивна содржина и да претставува извор на инспирација и за членовите, но и за други засегнати страни.

Предноста на организацијата/мрежата да има формулирана визија се изразува преку:

- Предизвик - Опишаната иднина може да биде толку далеку што сепак може да се достигне, но исто така не толку блиску за да не може да се направи нешто во меѓувреме.
- Инспирација - Ова може да се постигне доколку визијата е изразена позитивно. (исклучување на сите реченици со кои објаснувате „што организацијата не сака да биде“ и напишани на начин со кој ќе се изрази „што организацијата сака да биде“).
- Транспарентност - (Споделување) Визијата е слика што секој член на организацијата сака и може да ја користи. Секој/а член/ка на организацијата треба да биде дел од процесот на формулирање на визијата. Ова значи и дека визијата се „ревидира“ во просек на секои 5 години. Новите вработени треба да имаат можност да ја споделат визијата.
- Поврзување - Вработените треба да се чувствуваат како тим. Ова значи дека во визијата на организацијата секој треба да ја препознае својата сопствена визија или барем дел од неа.
- Насока - Ова значи дека визијата навистина ја отсликува иднината на организацијата и е доволно јасна да служи како патоказ.



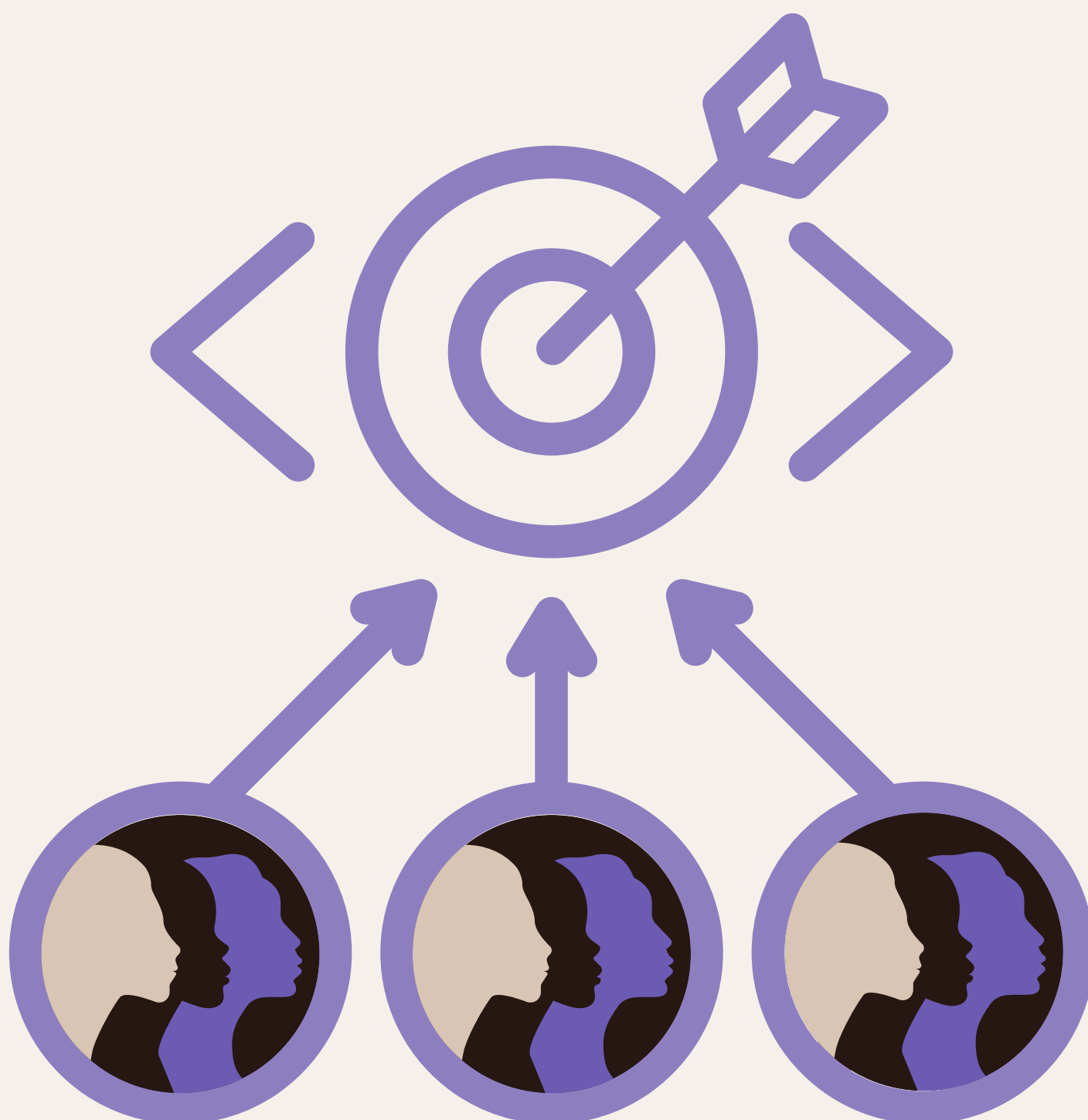
Мисијата на една организација се севкупните цели и главниот пристап кој објаснува, зошто организацијата постои, што сака да постигне и со кои средства. Мисијата ја определува основната цел на една организација, прецизно опишувајќи ја причината за своето постоење и активностите коишто ги презема за да ја реализира својата визија.

Пример за изјава за мисија од Меѓународниот институт за обука за менаџмент: да се придонесе за подобрена ефективност на развојни организации преку обезбедување менаџмент, обука и совети.

Пример, организација за добротворни цели којашто им помага на сиромашните би можела да има:

- визија која би гласела “Свет без сиромаштија”.
- мисијата би можела да биде „Обезбедување работни места за бездомните и за невработените лица”.

Целите на организацијата вообичаено се определуваат со Статутот на организацијата и тие се одраз на визијата и мисијата на организацијата. Додадената вредност во невладините организации се поврзува со принципите на работа, етичките норми и начинот на управување и реализација на проекти.



ЧЕКОР 2: Дефинирање на целна група

Овој чекор опфаќа идентификација на целните групи и клучните засегнати страни во процесот на планирање или промена, како и проценка на нивните интереси и на начинот на кој овие интереси ќе влијаат врз процесот на планирање.

Главните прашања на кои треба да имате одговор во овој дел се следните:

- За кого го правиме ова?
- Кој сака да направи некаква промена и зошто?
- Кои се нивните ограничувања?
- Каков вид на поддршка им е потребна?
- Дали досега се обиделе нешто да променат (самата целна група или во соработка со другите)?

ЧЕКОР 3: Дефинирање на проблем и избор на цел(и) за застапување

Овој чекор е поделен на два подчекори:

3.1. Дефинирање на проблем и

3.2. Определување на цели

3.1. Дефинирање на проблем

Кога ќе се спомене терминот „проблем“ се мисли на некое неразрешено прашање или ситуација која што бара решение и план за нејзино надминување. Една од дефинициите за проблем која може да се најде е дека проблем е просторот помеѓу идеалните и моменталните услови.

Проблемите кои се избрани во проектите за застапување и лобирање најчесто се поврзани со проблемите со кои се соочуваат одредена група на луѓе. За подобро да се запознаеме со проблемот за кој сакаме да се залагаме, потребно е да спроведеме анализа на самиот проблем, односно да се анализираат постојните прописи, механизми за решавање, надлежности на институциите, како и вредностите, стереотипите и предрасудите на засегнатите страни.

Дел од прашањата кои треба да се постават при определување на проблем за определена целна група се:





- Што е како што треба?
- Што не е како што треба?
- Кои се основните причини за проблемот?
- Има ли политики кои го тангираат проблемот?
- Кој е недостатокот на досегашните политики?
- Кои се бенефитите од постоечките политики/прописи?
- Кои засегнати страни се директно и индиректно вклучени во проблемот?
- Има ли добар пример за решавање на прашањето/проблемот/ситуацијата?
- Има ли можност за аналогија, односно според тоа како друго прашање е решено?
- Какви докази поседуваме? (анализи, податоци)
- Дали доказите се објективни? Дали се двосмислени?
- Како би можеле причините да бидат разгледани?
- Каде ќе наидете на голем отпор кон промената што сакате да ја направите?
- Кој е одговорен за промената што ја посакувате?
- Имате ли сојузници?

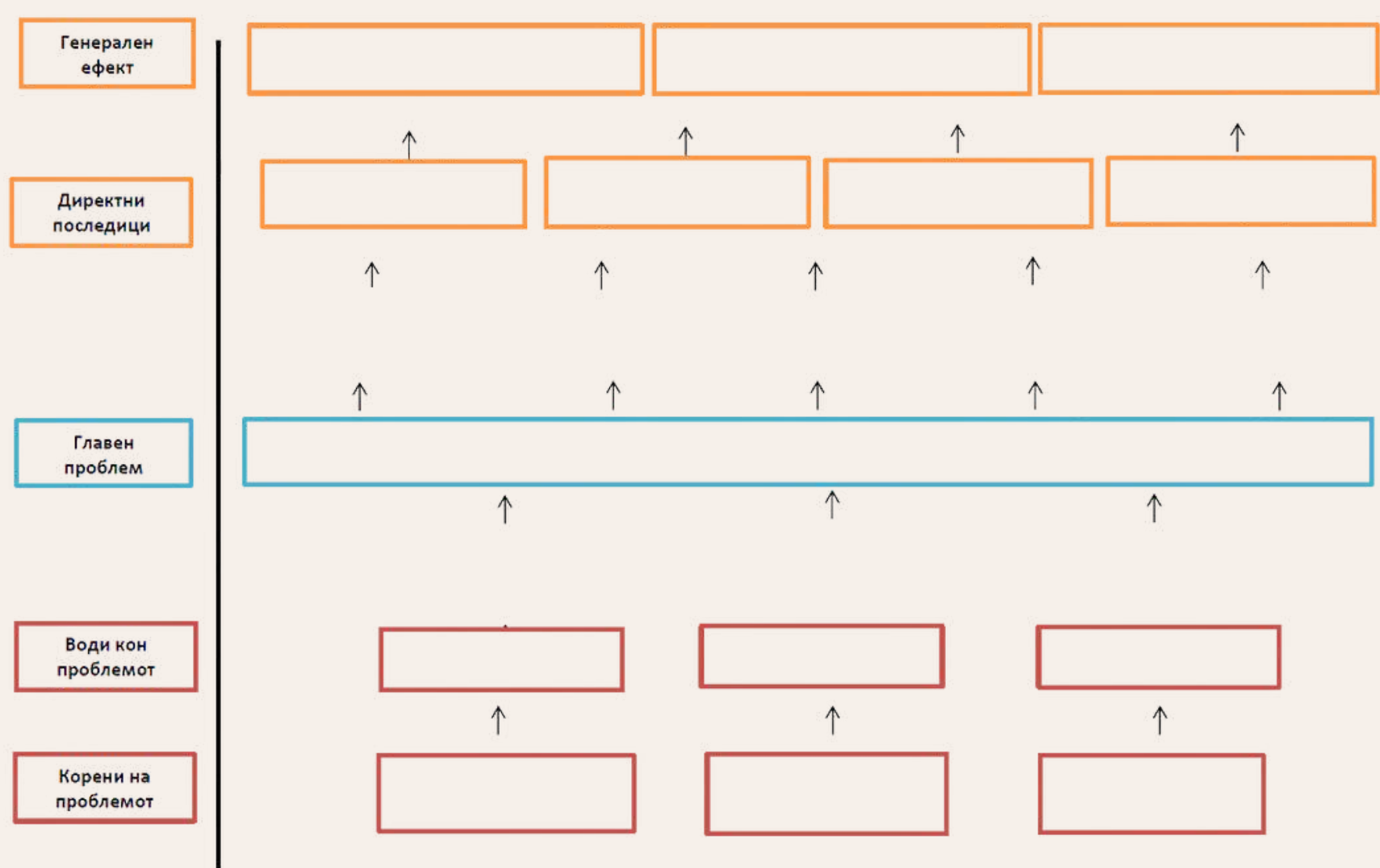
Друга алатка која се користи за определување на проблем е „Дрвото на проблеми“. Тоа е аналитичка алатка за визуализирање на правните, политичките и општествените аспекти на проблемот. Помага да се откријат причините или последиците кои директно или индиректно се поврзани со проблемот и каде би можела најефективно да се насочи активноста за застапување.

Проблемот е стеблото на дрвото, факторите кои придонесуваат за проблемот се корените, а подлабоките корени се причините. Симптомите или ефектите од проблемот се гранките, а пошироките ефекти се повисоките гранки.

Целта на употреба на оваа алатка е јасно да се утврдат причините и последиците од проблемот. проблемот се запишува во трупот на дрвото, причините се запишуваат во корените на дрвото, а последиците во гранките на дрвото. Треба да се има предвид дека причините и последиците не треба да се поврзауваат директно, туку и причините и последиците се поврзани со самиот проблем. Може да има повеќе причини од последици и обратно.



Слика бр.2. Приказ на дрво на проблеми



Определувањето на проблемот е многу важно и затоа често се вели дека колку подобро го дефинираме проблемот на самиот почеток, толку помалку ќе имаме понатаму проблеми со поставувањето на целта.

Решавањето на одреден проблем, подразбира и широко познавање на причините за тој проблем. Ако добро и суштински се знаат причините, лесно може да се дојде до наоѓање на применливи решенија, односно до креирање на нова или промена на постоечка политика, со цел постигнување позитивна промена за одредена група или заедница.



3.2. Определување на цел(и) за застапување

По дефинирање на проблемот, потребно е да се одреди целта на јавното застапување. Треба да утврдите какво решение се очекува од донесувачите на одлуки, бидејќи за тоа ќе барате поддршка и од други страни.

Постигнувањето на целта треба да доведе до активирање и заедничко дејствување на различни страни во решавањето на проблемот. Понекогаш е важно да се остварат и помали цели за да се охрабрат корисниците/чките да проговорат за своите права. Важно е целите да бидат SMART (специфични, мерливи, достижни, релевантни и временски определени).

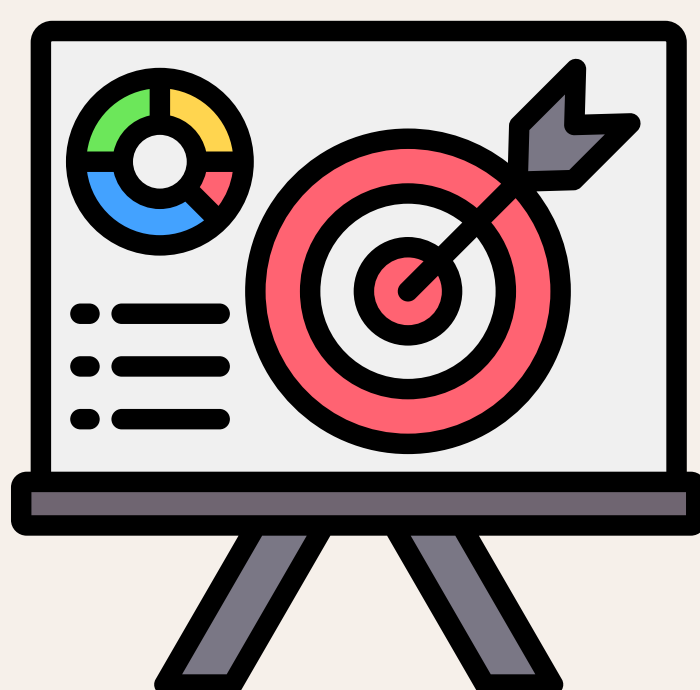
Цел: Се дефинира промената која сакате да ја постигнете, а не она што планирате да направите за да ја постигнете таа промена

При поставување на целта, треба да се внимава на следново:

- Избегнувајте нејасни и општи термини и жаргони - бидете колку што е можно попрецизни;
- Бидете што поодредени и попрецизни (бројки, луѓе, места, организации, зачестеност);
- Целите да можат да се исполнат во даден временски рок и со релативно ограничен буџет.

Клучен аспект во застапувањето е јасно дефинирање на целите кои сакаме да ги постигнеме. Истите најчесто се однесуваат на чувствителни прашања, кои покрај промена на одредена пракса, политика, може да опфаќаат и одредени финансиски импликации за носителите на одлуки, односно за институциите кои ги претставуваат или со кои раководат. Потребно е да се осигура еднакво или приближно еднакво разбирање на проблемите, причините и последиците од сите вклучени во процесот.

При креирањето на целите треба да се земат предвид неколку точки: времето потребно за оставрување на целите; основни приципи кои треба да бидат земени во предвид како родна перспектива, различности, инклузивност, маргинализирани групи и сл.; географски опфат (општини, регион, национално ниво); целни групи; потребни човечки, финансиски и логистички ресурси за спроведување на планот за постигнување на целите.



ЧЕКОР 4. Дефинирање на носителите на одлуки; Кој може да ја направи промената на политиката/прописот?

(Кои се носителите на одлуки? Која е нивната позиција? Влијание / моќ?)

Во овој чекор главно прашање е: Кој може да ја направи промената? Оттука, се идентификуваат и процесите и лицата кои се од важност за промена на соодветната политика/пропис. Пред да се започне со планирање на застапувањето, треба да се проучат законите и прописите за да може да се определи и позицијата на лицето кое може да ја иницира промената, но и целосната постапка посебно доколку е процес кој бара подолго време и повеќе ресурси.

Примарна група на носители на одлуки е/се лице/лица која е на позиција, и кон која/кои е насочено застапувањето. Секундарна група се лица или група на лица кои индиректно се поврзани со предметот на застапувањето, односно проблемот. Секоја стратегија на застапување има една примарна и повеќе секундарни групи и може одредени лица да се влијателни, но да немаат формална моќ на одлучување.



Пред да се започне со процесот на јавно застапување, од особено значење е:

- Правилно идентификување на надлежните институции во одредена област во која ќе застапуваме, познавање на нивните надлежности и делокруг на работа, анализирање на распределбата на политичката и/или хиерархиската моќ меѓу нив, разбирање на општествената и политичката состојба и реалност
- Добро познавање на формалните и неформалните процеси на креирање политики;
- Добро познавање на суштината на политиката која треба да се промени, институциите кои се надлежни за носење нови или коригирање на актуелни одлуки, како и начинот на кој политиките, преку системот, се менуваат.

Институциограм⁸ е визуелизација на односите меѓу различни страни активни во определена област или сектор. Како алатка, тој ви помага да ги идентификувате релевантните актери во институционалната поставеност и да ја претставите природата на нивните односи и меѓузависности. Алатката може да покажува информации за моделите на соработка и координација кои може да изискуваат унапредување или можеби потреба за воспоставување нови односи. Како дел од процесот на ИР/ОР, институциограмот може да даде важни информации за одговор на основното прашање. Институциограмот ви помага:

- да идентификувате актери кои имаат клучни позиции во мрежата, моќ и вештини;
- да ги искористите можностите од соработката меѓу неколку страни;
- да станете свесни за нови засегнати страни кои можат да помогнат во планирање и имплементација;
- да останете свесни за заканите и ограничувањата како резултат на конкуренција или судир на интереси;
- да создадете заедничко разбирање на институционалната поставеност, при што ќе се избегне удвојување.

Идентификувањето на процесите, позициите и лицата кои можат да направат промена, нè воведува во следниот чекор од планирањето.



[8] mak-cso-management-web.pdf

ЧЕКОР 5. Подготовка на организацијата (мрежа/коалиција) за процесот на застапување преку проценка на внатрешна и надворешна поддршка, капацитети и ресурси

Од нашето искуство знаеме дека проектите за застапување и лобирање бараат многу ресурси, искуство и вештини, но колку навистина вие знаете за својот капацитет како организација? Како можете да бидете сигурни дека знаете доволно за она што го правите? Ако знаете дека постојат празнини во вашето знаење, како да се пополнат овие празнини и да се зголеми вашето знаење? Ова се некои од прашањата на што ќе обратиме внимание во овој дел.

Ви предлагаме да направите два чекори:

Прво, ви препорачуваме добро да погледнете во вашата организација и да дознаете кои се ресурсите и капацитетите кои ги имате во врска со проблемот за застапување кој сакате да го работите. Тука како алатка може да ви помогне SWOT – анализата.

SWOT	Позитивни	Негативни
Внатрешна анализа	Предности Што функционира сега добро? Кои алатки и искуство се на располагање? Кои човечки и логистички ресурси се на располагање? Кои партнерства ги имаме на располагање? Кои алатки за ширење на информации се достапни и до сега успешно се користат?	Слабости Што досега не функционираше добро? Што до сега ги спречувало активностите за застапување? Какви видови на ресурси недостасуваат?

Надворешна анализа	Можности Кои можности се на располагање на краткорочно, среднорочно и долгорочно ниво? Кои активности, иницијативи, нови ресурси и механизми се можни? Направете риоритет на можностите	Закани/ Предизвици Кои се моменталните препреки или можни препреки на краткорочно, среднорочно и долгорочно ниво кои може да влијаат на планот за застапување? Заканите треба да се решат што е можно подобро и побрзо за што помалку да влијаат на планот за остварување на очекуваните резултати.
--------------------	---	--

Целта на оваа анализа е:

- Користење на јаките страни за да се искористат можностите
- Користење на јаките страни за да се избегнат / минимизираат заканите
- Отстранување на слабите страни за да се искористат можностите
- Отстранување на слабостите за да се избегнат заканите

Анализата на податоците од SWOT матрицата даваат одговор на прашањето каде сме сега, каде сакаме да бидеме и кои мерки и активности треба да ги преземеме за да стигнеме таму.



Второ, ви предлагаме неколку начини за подобрување на вашите ресурси и капацитети со цел да се зголемат вашите шанси за тоа како да се биде успешен во проектите за застапување. Со цел да се воспостави добра основа за развивање на стратегија за градење на капацитети, добра идеја е „мапирање“ на капацитетите, предностите и слабостите на вашата организација - гледано во однос на конкретни проекти за застапување кои сакате да ги преземете. Следната табела може да ви помогне во мапирањето на вашите капацитети споредено со слабите страни.

Капацитети и слаби страни на мојата организација

Капацитети и слаби страни на мојата организација		
Капацитети	Слаби страни	Разлика меѓу капацитет и слаба страна Како да се пополни разликата?

Бидете искрени со какви се ресурси располагате и кои конкретни капацитети и ресурси ви се потребни бидејќи доброто определување на потребите е основа за идентификување на други засегнати страни кои треба да ги надополнат нашите капацитети.

ЧЕКОР 6: Идентификување на други засегнати страни

(кои се сојузници и конкуренти? неутрални актери? простор за соработка?)

Пред започнување со застапувањето, неопходно е да се утврди со кого треба да соработувате, со кого да зборувате и кого да убедувате. Анализа⁹ на релевантни чинители е идентификација на клучните и засегнатите страни во процесот на планирање или промена, како и проценка на нивните интереси и на начинот на кој овие интереси ќе влијаат врз процесот на планирање. Тоа помага да се развие план и да се идентификуваат соодветните форми на учество на релевантни чинители.

Вообичаено овие групи се нарекуваат засегнати страни затоа што се директно или индиректно засегнати од проблемот или имаат удел во неговото создавање и/или решавање. За поедноставна идентификација и анализа на засегнатите страни, може да се постават следните прашања:

- Кои се луѓето (жени, мажи, подгрупи..) кои се директно погодени од одреден проблем?
- Кои се луѓето кои имаат интерес од решавање или нерешавање на проблемот?
- Кои се луѓето кои можат да влијаат на проблемот?

Анализата на засегнатите страни определува кои се нашите **партнери**, кои се нашите **политички цели** и кои се нашите **противници**.

Анализа на засегнатите страни

- Во колкав степен засегнатата страна се согласува или не се согласува со вашата позиција? (ставови)
- Од колкава важност е ова прашање за засегнатата страна? (важност)
- Колку е влијателна засегнатата страна при носење на одлуката? (влијание)
- Одлучете кои од идентификуваните страни ќе ги вклучите во процесот на планирање и спроведување на застапувањето и како.

^[9] Алан Роџерс и Питер Тејлор Партиципативниот развој на наставните програми во земјоделското образование. Рим: Храна и Земјоделство, (1998).

Насоки за практична работа

Идентификувајте ги засегнатите страни за вашето прашање

- Анализирајте ја секоја засегната страна од аспект на став за прашањето, важност и влијание
- Распоредете ги засегнатите страни во шема на важност и влијание и одредете ја вашата примарна и секундарна публика
- Врз основа на ставовите на примарната публика, одредете кои се вашите партнери, противници и политички цели
- Одредете го нивото на учество во вашата интервенција за секоја засегната страна



ЧЕКОР 7: Избор на стратегии за застапување¹⁰

Овој чекор се однесува на методи и техники за ефективно застапување

- Најчесто користени стратегии при застапување се:
- Индивидуални средби (состаноци)
- Соопштение за јавноста е едноставна приказна напишана на едноставен стил. Тоа треба да биде:

Кратко: мора да биде кратко (не подолго од една-две страници) и концизно, не епски роман. Долгите соопштенија генерално не се читаат, со оглед на тоа дека редакцијата има премногу работа што треба да направи, а уредниците страдаат од преоптоварување со информации. Ако треба да се вклучат голем број на информации, ставете ги на посебен линк како анекси, или како материјал со дополнителни информации.

Јасно: користете јасен, позитивен јазик, кратки реченици и зборови.

Релевантно: Реферирајте ги само основните работи и не објаснувајте се – обезбедете доволно информации за неинформираните читатели за да можат да разберат за што е соопштението.

Без жаргони: избегнувајте жаргони, клишеа, необјаснети акроними и несигурни факти

¹⁰За повеќе информации поврзани со овој чекор во делот на преговори, партнерста, вмрежување и сл., види: „Практичен водич за организациски развој на граѓанските организации“, Проф. Д-р. Лазар Јовевски, М-р Милан Петковски, дипл. инж по ЗПР Весна Ристовска, Македонско здружение за заштита при работа, Скопје, 2018

Лобирање претставници/чки на власта / донесувачи на одлуки

Потребно е да се создадат врски помеѓу граѓанските организации и носителите на одлуки, како и да се едуцират законодавците за што е она што треба да знаат за одредени проблеми. Законодавците се само луѓе кои се нашле во позиција да донесат одредена одлука во тој момент и во тоа време и најчесто не се директно засегнати од одлуката во врска со одреден проблем

ШТО ДА НАПРАВИТЕ И ШТО ДА НЕ НАПРАВИТЕ ПРИ ЛОБИРАЊЕТО

	НАПРАВЕТЕ	НЕ ГО ПРАВЕТЕ
АКЦИЈА		
ТЕЛЕФОН	- Понудете да се јавите повторно во некое погодно време - Искористете го добро вашето време	- Разговор помалку од 10 минути - Разговор за време на вечера
ЛИЧНО	- Зборувајте на кратко за вашиот проблем - Понудете да закажете состанок - Започнете - од врата до врата не е добро за детални дискусии	- Мислите вашиот проблем е единствен проблем - Напредувајте - Им вратите притисок доколку не ви посветуваат доволно внимание
ЕЛЕКТРОНСКА ПОШТА	- Испратете писмо - Додадете во прилог уште три писма за поддршка од пријатели	- Испраќајте расписаница - Испраќајте циркуларно писмо - Испраќајте петиција
НАПРАВИ ГО ТВОЈОТ СЛУЧАЈ	- Насмејте се - Бидете практични - Поверливи се со нив на лично ниво - Ценете го нивното време	- заклучувајте - монополизирајте - ств. негативен - вложувајте дено само ви го трошат времето
ПРАТЕТЕ ЈА ПОРАКАТА ДО КАДЕ ШТО ТРЕБА ДА СТАСА	- Понудете да се вратите повторно - Заблагодарете се - Дајте им причина зошто да ви вратат на пораката - Направете забелешки за вас за времето и текот на дискусијата - Ако не постои комуникација по три месеци, обидете се повторно	- Заборавате да се надворите - очекувајте од нив на вас и вашиот проблем да се решаваат без да ги посетите - Очекувајте примено или преналу
ЦЕЛ: Станете незаменлив ресурс!		

✓ Документ на политики (Policy paper)

Може да понуди општи податоци и увид што може да послужи во која било фаза од процесот на креирање на јавна политика, или да бидат насочени кон една или повеќе фази во процесот.

Намената на документот е да понуди сеопфатен и убедувачки аргумент кој ги оправдува препораките изнесени во него и со тоа да биде алатка за донесување на одлуки и целната публика да ја повика на акција.

На пример, „policy papers“ може да нудат алтернативни решенија за некоја јавна политика и препораки за дадено решение, или, пак, да промовираат конкретна опција за имплементација на дадена политика или за евалуација на избраната опција

Основно во „policy paper“ е односот проблем-решение

Документот на политики треба да содржи:

1. Наслов
2. Содржина
3. Извадок или извршно резиме
4. Вовед
5. Опис на проблемот
6. Алтернативи на јавната политика
7. Заклучок и препораки
8. Ендноти
9. Библиографија
10. Додатоци



Преговори

Преговорите се прават со друго лице или група со цел да се дојде до решавање на некој конфликт. Преговорите се корисни за решавање на конфликти, кога двете страни споделуваат иста цел, но има некои разлики, а сепак се во можност да тргуваат со работи кои ги ценат и едните со другите.

Клучот за успешни преговори е договорот (писмен или усмен) што значи дека е постигнато взаемно прифатливо решение за одреден конфликт. Ако преговарачките страни мораат да продолжат да работат едни со други, за преговорите да се сметаат за успешни, направениот договор треба да биде прифатлив и за двете страни.

Како да се подготвите за сесијата преговори?

- А) Дефинирајте ги вашите сопствени цели, целите на конкурентот и можниот конфликт.
- Б) Одредете ги целите кои ви се заеднички со вашиот конкурент.
- В) Дефинирајте ги работите за кои сте спремни да преговарате и разгледајте ја нивната потенцијална вредност за конкурентите. Направете го истото и од другата страна: што би можеле да очекувате тие да ви понудат на вас и колку тоа навистина е вредно за вас.
- Г) Обидете се да сфатите дека не сте послаби или посилни од вашите конкуренти. Двете страни имаат исти цели и двете страни се подготвени да преговараат за да ги постигнат своите цели.

Што треба да се потенцира?

- Повторувајте ги целите кои ги делите со вашиот конкурент од време на време.
- Држете се до вашата позиција постојано.
- Разјаснете ги позициите. Повторете што рекоа тие. Поставувајте прашања

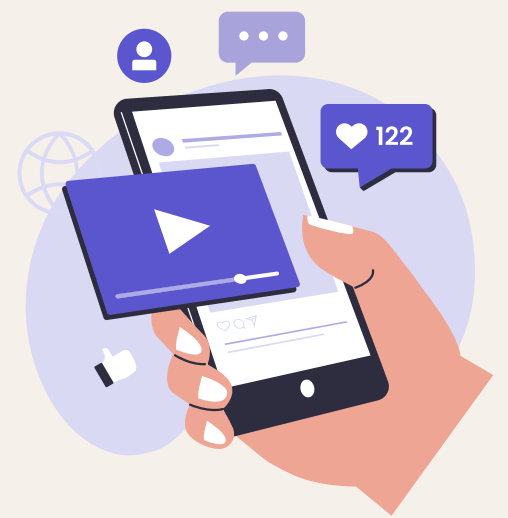
Што треба да избегнете?

- Не правете отстапки прерано.
- Кога веќе правите отстапка, избегнете големи отстапки. Направете другата страна да ги заслужи вашите отстапки кои ќе ги добијат.
- Избегнувајте да ја иритирате другата страна или да ги налутите

✓ Кампањи и користење на социјалните медиуми

ДИГИТАЛНО ЗАСТАПУВАЊЕ

Застапување преку социјалните мрежи



Во дигитален свет, застапувањето преку социјалните мрежи добива сè поголемо значење, особено во контекст на хибридни настани. За ефикасна стратегија за застапување преку социјалните мрежи, разгледајте ги следниве чекори:

1. Фокусирање на вашите цели

Не е неопходно да управувате со повеќе платформи на социјалните мрежи за да имате влијателно присуство онлајн. Понекогаш, помалку е повеќе! При изборот на платформи, размислете за возраста и интересите на вашата публика. На пример, ако сакате да допрете до помладата публика, можете да се фокусирате на Instagram, YouTube и TikTok. За останатата публика, Facebook и Twitter се добри алтернативи.

Секоја платформа има уникатни карактеристики и предности за споделување дигитална содржина:

- Facebook: Информативен и отворен за создавање групи за дискусија.
- LinkedIn: Одличен за проширување на мрежата и споделување ажурирања за работа и проекти.
- Instagram и TikTok: Многу визуелни. Одлични за споделување графики, видеа и учество во живо, но тешко е да се споделуваат линкови.
- Twitter/X: Поврзување со луѓе преку кратки и влијателни пораки со линкови.

За да ги искористите социјалните мрежи максимално, ставете ги вашите цели и порака во центарот. Осигурете се дека информациите се јасни и лесно достапни за оние што ги следат вашите страници на социјалните мрежи.

2. Одредете кои социјални мрежи се најдобри за да се допре до вашата публика.

3. Фокусирајте се на конкретна содржина

Партнерства и вмрежување

Моќта на соработката доаѓа од комбинирањето на клучните компетенции / вештини на партнерите за меѓусебна поддршка.

Успешната соработка создава подобра синергија и резултати преку:

- зголемен легитимитет и основна поддршка;
- пристап до различни целни групи;
- Зголемени финансиски ресурси и зголемено влијание;
- Градење на капацитети, едни на други, за стекнување со нови вештини и компетенции.

Што е партнерство?

- **Долгорочна**, взаемно корисна врска помеѓу две (или повеќе) лица каде што секој се потпира на другиот за да обезбеди стоки, услуги, информации или друга поддршка, што е од клучно значење за нивниот одржлив успех.
- **Партнерство** е договор за соработка помеѓу две или повеќе лица или организации, заснован врз взаемни и сродни цели.
- **Партнерство** може да се воспостави заради решавање на одреден проблем или некој друг поширок заеднички интерес или цел.
- **Партнерство** може да се воспостави на одреден временски период или на неопределено време.
- **Партнерство** може да постои во било кое време од неформална / мрежна / размена на информации до целосна заедничка соработка.
- **Партнерствата** го зголемуваат капацитетот и ги зајакнуваат организациите, го зголемуваат учеството на јавноста и го олеснуваат опстанокот/одржаноста на една организацијата или иницијатива





Што е коалиција (стратешки сојуз)?

- Коалицијата е соединување на луѓе и организации кои работат со цел за да влијаат на резултатот на одреден проблем.
- Коалициите се корисни за постигнување на широк спектар на цели, кои се постигнуваат надвор од капацитетот на било кој поединец или организација членка.

Овие цели се постигнуваат со:

- размена на информации, (и/или)
- координација на услуги,
- образование на заедницата,
- застапувањето за големи промени во политиките и регулативата.

Придобивки од партнерствата

- Партнерствата им овозможуваат на организациите да се стекнат со влијание кое не можат да го постигнат самите;
- Да постигнат видливи резултати кои не би ги постигнале самите;
- Зголемување на ефективноста од дејствијата;
- Заедничките дејствија придонесуваат за премостување на разликите што една организација сама не може да ги направи;
- Овозможуваат организациите да откријат други можности, ефикасно да одговорат на потребите на организацијата и да промовираат дијалог и соработка со други клучни актери;
- Да се избегне било какво дуплирање на работата и напорите (па така и трошоците) за истата област.

Потенцијални негативности од партнерства:

- Партнерствата бараат поголема организација и се посложени во споредба со независните и индивидуални активности. Можеби ќе има повеќе ресурси, принципи, агенди, итн. кои треба да се координираат со цел да се избегнат поголеми ризици и/или конфликти;
- Коалициите може да бараат компромиси за приоритетите или принципите при што добивките од компромисот мора да ги надвладаат негативностите;

- Создаваат дисбаланс на моќта или ги утврдуваат интересите на поголемиот, повлијателен партнер. Ова зависи од видот на заснованите партнерства (формални, неформални, за соработка, интегрирани, итн.) и од видот на активностите кои се изведуваат (лобирања, кампањи, истражувања, итн.);
- Ризик од компромитирање на организацијата, нејзиното име и углед или од поврзување со некои негативни аспекти на партнерите;
- Партнерството може да одзема премногу време бидејќи е потребно повеќе време за консултација и координација;
- Барем еден од партнерите треба да ги преземе логистичките задачи и да има улога на секретаријат/движечка сила; и
- Организациите во партнерство може да бидат изложени на финансиски ризик

Чекори при градење на партнерства

За меѓусебна комуникација и партнерство потребен е чекор по чекор пристап:

- ЧЕКОР 1: Подгответе се (откријте ги проблемите, причините и корените, како и можните решенија)
- ЧЕКОР 2: Лоцирајте ги актерите (откријте ги вашите потенцијални партнери, нивните капацитети, можните препреки)
- ЧЕКОР 3: Одберете модел на партнерство (формално, неформално, за соработка, интегрирано, долготрајно, итн.)
- ЧЕКОР 4: Воспоставете го партнерството (во зависност од моделот на партнерството направете договор или меморандум)
- ЧЕКОР 5: Оценете го и уверете се дека тоа е одржливо.



ЧЕКОР 8: Подготовка на акциски план за застапување

(дефинирање на методи, пораки, ресурси, одговорности, временска рамка).

Во овој чекор подетално се дефинираат методите, пораките, ресурсите, се поставува временската рамка и се определуваат задачите на вклучените во процесот на застапување.

Основни елементи кои треба да ги содржи акцискиот план се:

- Временска рамка, на пример, шест месеци;
- Најмалку една цел и општа стратегија за остварување на целта;
- Конкретни чекори за детализирање на стратегија и краен датум за секој чекор;
- Човечки и материјални ресурси кои се достапни и оние кои не се достапни (но потребни) за да се постигне целта (искористете го Буџетот на ресурси во овој дел);
- Можни извори за потребните ресурси и чекорите кои се потребни за да се обезбедат истите;
- Лице одговорно за секој чекор;
- План за мониторинг и евалуација

Цел	Специф. цели	Стратегија	Активност и	Резултати	Ресурси (човечки)	Ресурси (финансиски)	Период на спроведување

Откако ќе ги утврдите луѓето и институциите кои треба да ги убедите за промена, потребен ви е јасен и убедлив аргумент. Вашата основна порака е краток преглед на прашањето за застапување и вашата стратегија. Потребно е да објасните што сакате да постигнете, зошто промената е важна и како ќе се оствари. Пораката треба да биде кратка, јасна и убедлива

Клучни елементи на пораките

- Содржина/идеи: Кои идеи сакате да ги пренесете? Кои аргументи ќе ги користите?
- Јазик: Кои зборови ќе ги користите за да ја пренесете пораката јасно и ефективно?
- Извор на податоци: Кој извор на податоци целната група ќе го смета за најверодостоен?
- Формат: На кој начин ќе се пренесе пораката? (состанок, писмо...)
- Време и место: Кога е најдоброто време? Каде е најсоодветно?

Основната порака треба да содржи:

- Изјава за проблемот и акцијата што ја барате
- Докази – статистика и информации
- Пример – фокусирање на засегнатите страни



Откако ќе ја развиете вашата основна порака, важно е да ја приспособите за секоја целна публика и да бидете јасни за тоа кои активности очекувате да ги преземе секоја публика.

ЧЕКОР 9: Мониторинг, евалуација и следење на активностите

Знаењето дали напредувате или сте постигнале успех е важно за застапувањето. Овој елемент на стратегијата за застапување е познат како мониторинг и евалуација (набљудување и оценка). Мониторингот и евалуацијата можат да помогнат во подобрување на ефективностa, зајакнување на влијанието, одржување на фокусот на учењето и зголемување на одговорноста пред донаторите и другите клучни засегнати страни. Воопшто, во мониторингот и евалуацијата (M&E) постојат три клучни прашања:



- Дали го правиме тоа што рековме дека ќе го направиме?
- Дали правиме некаква разлика? (Оценка на влијанието)
- Дали овие се вистинските работи што треба да се прават? (Стратешка релевантност)

Предизвикот во мерењето на влијанието е воспоставување на причинско-последична врска:

„Дали А (нашата интервенција) го предизвика Б (набљудуваната промена)?“

Ова може да биде особено тешко во застапувањето, каде што често донесувачите на одлуки не сакаат да признаат дека биле под влијание и каде што повеќе организации можеби работат на истото прашање.



Дополнително, мониторингот и евалуацијата на застапувањето можат да бидат предизвикувачки бидејќи опкружувањето за застапување е комплексно со потенцијално долги и непредвидливи временски рамки. Процесите на донесување одлуки често се скриени и под влијание на многу непознати фактори.

Затоа е критично да го задржите вашиот процес на М&Е едноставен. На пример, важно е да бидете јасни за тоа што сакате да постигнете со вашето застапување и како секоја од вашите активности ќе придонесе за таа цел.

Кога планирате активности, важно е да запишете што очекувате дека ќе биде исходот и претпоставките што ги имате за тоа, зошто тоа ќе се случи. Може, исто така, да сакате да ги документирате и сите ризици поврзани со активноста и како планирате да ги управувате.

ИСТРАЖУВАЊЕ, ОБЕЗБЕДУВАЊЕ НА ПОДАТОЦИ И ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ПОДАТОЦИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ





Истражувањето и собирањето на податоци за потребите на застапување се спроведуваат со цел да се соберат релевантни информации кои ќе послужат како основа за промовирање и поддршка на конкретна општествена иницијатива или став.

Собирањето на податоци претставува клучен елемент во сите фази на процесот на застапување, од почетното планирање, преку спроведувањето, па сè до следењето и оценувањето. Без точни, навремени и релевантни податоци, процесот може да се соочи со сериозни предизвици, што често резултира со многу вложен труд и ресурси, а без значајни резултати. Во фазата на планирање, податоците играат важна улога во дефинирањето на проблемот, укажуваат на неговата сериозност и распространетост, како и во обезбедување на подлабоко разбирање на состојбата.

На самиот почеток на процесот, кога е дефинирана областа на застапување, се дефинираат и областите за кои ќе се собираат податоци.

Податоците се важни во секоја фаза од стратегијата за застапување, и треба постојано да се дополнуваат со нови информации, а дополнително да се собираат податоци кои произлегуваат од активностите на застапување. Овие податоци се корисни за прилагодување на стратегијата и планот за застапување, но и за следење и оценување.



Практични насоки за спроведување на истражување за потребите на застапување¹¹

- Проверете дали веќе постојат истражувања поврзани со темите или прашањата што ве интересираат. Има голема веројатност дека одредени аспекти на проблемот што сакате да го анализирате се веќе опфатени во претходни студии и анализи.
- Запознајте се со основните информации за вашата тема. Осигурајте се дека сте ги прочитале и разбрале релевантните закони и останатата легислатива пред да процените дали се прекршени или дали е потребно да се изменат и дополнат.
- Ако се соочите со содржина или информации што не ви се јасни, не двоумете се да побарате стручно мислење. Разговарајте со адвокат/ка, правен експерт/ка или со некој/а што има искуство и познавање од областа која сакате да подобро да ја разберете и во која сакате да застапувате. Недоволно прецизни или неточни информации можат да влијаат негативно врз вашата лична и/или професионална репутација како и репутацијата на вашата организација, па затоа е важно да се уверите дека располагате со точни и проверени податоци.
- При собирање и користење на информации за застапување, важно е да бидете внимателни и критички настроени кон изворите на кои се потпирате. Не сите извори на информации се подеднакво сигурни и не сите информации се точни и веродостојни, па затоа:



¹¹Види повеќе во „Прирачник за подготовка на Предлог за истражување за застапување“, Снежана Трпевска, RESIS Институт за истражување на општествениот развој

-Внимавајте да не извлекувате општи заклучоци од еден единствен случај затоа што тоа што се случило еднаш не значи дека претставува правило. Генерализациите, на пример како тврдења дека „најголем дел од жените немаат пристап до поддршка“ и сл., може да предизвикаат сомнеж и да ја ослабат вашата порака, особено ако не се поткрепени со податоци.

-Проверете ги изворите на податоците на кои се повикувате, особено кога користите статистики или податоци од интернет. Податоците треба да доаѓаат од реномирани институции и/или организации.

-Прецизноста во интерпретацијата на податоците е суштинска. Дури и мала грешка може да го доведе во прашање целиот ваш аргумент. Осигурајте се дека користите проверени и добро документираните информации.

-Не ја нагласувајте важноста на една информација само затоа што се согласува односно е на линија со вашето гледиште. Ако не можете да изградите силен аргумент со достапните податоци, можеби треба да ги преиспитате своите претпоставки.

-Доколку сте во недоумица за некој податок или изјава, консултирајте се со лица кои имаат искуство или знаење во темата. Тоа може да ви помогне да ја зајакнете веродостојноста на вашиот настап.

-Прецизно толкувајте ги податоците затоа што дури и мала грешка може да го поткопа целиот ваш аргумент. Користете само проверени податоци и не го преценувајте или потценувајте нивното значење.



- Соработувајте со други лица и организации затоа што во многу случаи, вклучувањето на други лица или организации може значително да го олесни процесот. Па така:

-Разменете искуства со луѓе кои работат на слични теми, особено од граѓанскиот сектор. Често веќе постојат корисни податоци или материјали кои можете да ги искористите, без потреба повторно да ги истражувате истите работи.

-Ако наидете на нешто што бара специфично знаење, како сложен закон или техничка информација, обратете се кај некој што има стручност во таа област. Кратка консултација со правник/чка, истражувач/ка или друг експерт/ка може да ви заштеди многу време.

-Луѓето од заедницата каде што работите честопати имаат корисни сознанија. Со внимателен пристап и почит, може да добиете вредни информации што инаку би биле тешко достапни.

- Важно е да бидете доследни и добро организирани уште од почетокот на собирањето на податоците и информациите. Пронаоѓањето на релевантни информации не секогаш оди лесно, понекогаш бара време, истрајност и внимателно планирање. За да го олесните процесот на прибирање податоци, треба да го имате во предвид следново:



-Може да се случи некои институции или организации да не бидат веднаш подготвени да ги споделат бараните информации. Во такви случаи, ќе ви биде потребна дополнителна иницијатива, време и трпение за да добиете пристап до документацијата.

-Ако се обидувате да дојдете до информации од јавен карактер од државни и јавни институции, секогаш имајте на ум дека може да се повикате на Законот за слободен пристап до информации од јавен карактер и да ја искористите алатката Барање за пристап до информации од јавен карактер. Токму затоа, добро е однапред да направите список со сите документи или податоци што ви се потребни и да подготвите формално барање за секој од нив.



Што се податоци и зошто ги користиме?

Податоците претставуваат информации, факти или статистики кои се собрани, измерени и анализирани и можат да помогнат во донесувањето на одлуки и планирање на политики, стратегии, програми и планови на локално, регионално и национално ниво.

На пример, податоците може да бидат корисни при носење на различни одлуки за: Доделување на финансиски средства и ресурси за поддршка на услуги за различни заедници, вклучително жените и ранливите групи; Помош при планирање за пристапни патеки за зголемена безбедност, поддршка за жени од рурални средини итн

Податоците можат да поттикнат промени во политиките што ја промовираат еднаквоста, рамноправноста и учеството во заедницата за сите, особено за жените и маргинализираните групи. Бидејќи податоците се користат за донесување одлуки кои го засегаат квалитетот на животот во нашите заедници за различни групи и поединци, точните и инклузивни податоци се од суштинско значење. Правилното користење на податоците за поддршка на застапувањето е важна вештина за ефективна и родово сензитивна застапеност.

Видови податоци

Податоците можат да бидат во различни форми и да се категоризираат во четири главни категории: квантитативни и квалитативни податоци и примарни и секундарни податоци.



- **Квантитативни** податоци се нумерички податоци (на пр., бројот на жени кои имаат пристап до здравствена заштита во одреден град).
- **Квалитативни** податоци се податоци добиени преку разговор и дискусија (на пр., сведоштва на жени за нивните искуства со родово базирано насилство и семејно насилство или лични согледувања на жените за квалитетот на услугите за поддршка за жртвите на насилство).
- **Примарни** податоци се собираат и анализираат директно од страна на поединци, заедници, организации и истражувачи/ки (на пр., анкета развиена и спроведена од локална граѓанска организација која го оценува пристапот до поддршка за жени кои доживеале насилство, или интервјуа со жени за работното опкружување и условите во компании).
- **Секундарни** податоци се собрани и обезбедени од трета страна, како што се граѓански организации, универзитети и научно-истражувачки институти или државни институции (на пр., државни статистики за разликите во платите меѓу половите или истражувања објавени од научно-истражувачки институт за родовите нееднаквости во пристапот до образование).

	Што опишуваат податоците?		
Како се собираат податоците?		Квалитативни (текстуални податоци)	Квантитаивни (нумерички податоци)
	Примарни	- Интервјуа спроведени со жени во различни работни средини за да се истражат нивните искуства со родова дискриминација. - Фокус-групи со тинејџерки за да се истражат нивните ставови и искуства со родово базирани улоги во училиштата.	- Анкета со жените на одредено работно место за да се утврди процентот на жени кои известуваат за случаи на родово базирано вознемирување. - Истражување меѓу тинејџерки за да се измери бројот на девојки кои изјавиле дека се соочиле со родови стереотипи или ограничувања во образованието.
	Секундарн и	- Извештај објавен од граѓанска организација за сведоштва на жени кои се соочуваат со пречки при пристап до здравствена заштита поради родови стереотипи. - Универзитетска студија со приказни и искуства на жени од рурални средини во врска со пристапот до финансиски услуги и родови бариери.	- Државни статистики за разликите во плати помеѓу мажите и жените во различни сектори. - Национално истражување за процентот на девојки и момчиња запишани во природни и технички науки, покажувајќи ги родовите разлики во образованието.

Како податоците и истражувањата можат да придонесат за ефективно застапување на локално и национално ниво?

За да се искористат податоците како поддршка при застапување, потребно е да се следат неколку важни чекори. Сè започнува со прецизно дефинирање на прашањето или проблемот што сакате да го адресирате. Откако ќе утврдите што е фокусот на вашата застапувачка иницијатива, следи собирање на релевантни податоци, нивна анализа и интерпретација, а потоа нивна практична примена и споделување на начин што ќе ги убеди другите да ја поддржат вашата кауза.

1. Јасно формулирање на проблемот и застапувачките цели

Пред да започнете со истражување и собирање на податоци, важно е да знаете за што точно сакате да застапувате и што сакате да промените. Проблемот што го идентификувате треба да биде доволно јасно определен, значаен, реален и временски одреден. Размислете и за тоа до кого сакате да допрете со вашите активности односно која е вашата целна публика, кои се нејзините приоритети и како можете да ја мотивирате да се вклучи или да даде поддршка.

Добро дефинираната цел ќе ви помогне поефикасно да ги насочите активностите и да ги пронајдете најрелевантните информации што ќе ја зајакнат вашата позиција.

2. Избор на извори на податоци и типови на податоци

Во зависност од тоа што истражувате, ќе ви бидат потребни различни извори на податоци и пристапи. На пример: Секундарни податоци, кои се веќе собрани од други истражувачи или институции и организации, може да понудат основна слика за вашата целна група (како демографски карактеристики, навики, ставови, потреби и слично). Примарни податоци, што вие самите ги собираате преку анкети, интервјуа, фокус групи, обезбедуваат поспецифични и директни информации, релевантни за вашата иницијатива.



Дополнително, како што веќе погоре наведовме, податоците може да бидат: Квалитативни, кои опишуваат искуства, мислења, чувства и вредности, и помагаат да се разберат подлабоки мотиви и ставови на луѓето; Квантитативни, кои претставуваат бројки и мерења, и можат да покажат колкав е обемот на некој проблем, како се менува со текот на времето или кои се резултатите од вашите активности.

Добро структурираното и насочено истражување ви овозможува да обезбедите доволно релевантни податоци кои ќе ви помогнат да аргументирате зошто е важно некоја промена да се случи и кои мерки треба да се преземат било на локално, било на национално ниво.

3. Собирање и организирање на податоците



Откако ќе го дефинирате вашето застапничко прашање, потребно е да најдете извори на податоци кои ќе ви обезбедат веродостојни и релевантни информации. Овие извори може да вклучуваат објавени истражувања, официјални статистики, анкети, евалуации, студии на случај и др. Треба да барате извори на податоци кои се валидни, релевантни, транспарентни и етички. Исто така, треба да го проверите квалитетот и точноста на податоците и да ги признаете сите ограничувања или пристрасности.

При собирањето и организирањето на податоците, важно е однапред да се испланира и да имате јасен протокол за добивање согласност, обезбедување доверливост и почитување на приватноста на учесниците, како и почитување на етичките стандарди во спроведување на истражувања. Дополнително, препорачливо е да се користат повеќе извори и методи за собирање податоци, како комбинирање на секундарни и примарни податоци, квалитативни и квантитативни податоци. Вашите методи на собирање податоци треба да бидат едноставни и релевантни за вашата стратегија за застапување.

3.1. Оценување на извори на секундарни податоци

Пред да се одлучите за користење на одреден секундарен извор на податоци, потребно е внимателно да ја анализирате неговата соодветност. Оценувањето може да се врши врз основа на пет клучни критериуми:

- Кредибилитет – При оценувањето на оваа компонента треба да се бара одговор на прашањето „Кој ги креирал или собрал податоците?“.

Кредибилитетот се однесува на довербата во изворот на податоците. Поставете си прашања како: Дали организацијата/институцијата што ги собрала податоците има добар углед? Дали е позната по објективен и научен пристап? Која е неговата/нејзината мисија, јавен имиџ или репутација?. Важно е да се напомене дека изворите на податоци имаат различни нивоа на кредибилитет во зависност од тоа дали и колку интересите на институцијата или поединецот што ги собрал влијаеле врз начинот на презентирање.

На пример, податоци од државни институции или универзитетски и научно-истражувачки центри генерално се сметаат за посигурни, бидејќи процесот на нивно добивање вклучува стручни рецензии и методолошка строгост. Од друга страна, извори кои имаат јасна агенда или комерцијален интерес можеби ќе прикажат информации во светло што е повољно за нивните цели.

- Специфичност – При оценувањето на оваа компонента треба да се бара одговор на прашањето „Дали податоците навистина одговараат на она што сакаме да го истражime?“.

Важно е да процениме дали податоците прецизно се однесуваат на прашањето што не интересира. Специфичноста се однесува на степенот до кој податоците ја одразуваат темата што сакаме да ја истражime. Треба да размислиме: Дали содржината на податоците се совпаѓа со нашите цели? Дали се собрани во контекст што е релевантен за нашата ситуација? Колку се блиски на она што навистина ни треба?

На пример, официјалната статистика може да ни даде слика за бројот на жени кои пријавиле родово базирано насилство по региони, односно информација што е особено корисна за организации кои работат на создавање програми за заштита и поддршка. Универзитетски истражувања може да се фокусираат на разликите во плати меѓу мажите и жените во различни сектори односно податок што е важен за креирање иницијативи за рамноправност на работното место. Некои организации собираат податоци за застапеноста на жени на раководни позиции во компаниите, што може да помогне во анализата на правичноста и инклузивноста во деловната средина. Сите овие примери покажуваат дека добро избрани, специфични податоци се клучни за квалитетно истражување и застапување. Тие овозможуваат развој на политики и практики кои се насочени кон унапредување на родовата рамноправност.



- Генерализација – При оценувањето на оваа компонента треба да се постави прашањето „Дали податоците можат да се применат и на други слични групи или популации, надвор од онаа од која се собрани?“.

Генерализацијата се однесува на тоа дали и колку резултатите добиени од еден примерок можат да се применат на поширока популација. Кога користиме секундарни податоци, важно е да се прашаеме: Кој е опфатен со истражувањето? Дали учесниците во студијата се доволно слични на групата со која ние работиме? Колку се слични контекстот и околностите на податоците со оние што нè интересираат?

На пример, ако истражувањето е спроведено на национално ниво и вклучува жени од различна возраст, етничка припадност и економска положба, можно е добиените информации да се користат за разбирање на состојбата и потребите и во помали заедници, се разбира, со одредено внимание на локалниот контекст.

Доколку примерокот опфаќа жени од урбани, рурални и приградски подрачја, постои можност резултатите да се користат за креирање програми на различни локации. Во такви случаи, податоците може да се прилагодат според специфичните демографски и социјални карактеристики на целната група, што овозможува нивна поширока примена.

Со други зборови, што подобро го познаваме составот на оригиналната популација од која се добиени податоците, толку попрецизно можеме да процениме дали тие податоци се соодветни и корисни и за нашата работа.

- Релевантност – При оценувањето на оваа компонента треба да се постави прашањето „Дали податоците се добиени на начин кој обезбедува нивна точност и доверливост?“.

Релевантноста се однесува на тоа колку се точни и веродостојни податоците што ги користиме. За да го утврдиме тоа, важно е да се прашаеме: Како се собрани податоците? Дали методот е објективен и избегнува пристрасност? Дали истражувањето е повторено и дало слични резултати? Сите овие елементи ни помагаат да процениме колку можеме да му веруваме на изворот.



На пример, доколку истражување за плати се спроведува редовно и ги вклучува и жените и мажите од различни сектори и возрасти, тоа може да биде силен и веродостоен извор. Особено ако примерокот е избран по случаен избор, што го намалува ризикот од пристрасност. Ако со тек на времето податоците постојано покажуваат родов јаз, тие може да се сметаат за доверливи и корисни при креирање политики за подобрување на еднаквоста на пазарот на трудот.

Кога станува збор за работните услови, истражување кое вклучува жени од различни сектори и користи анонимни анкети или интервјуа за да ги испита искуствата со дискриминација, може да понуди релевантни и искрени податоци што ќе помогнат да се разберат пречките со кои жените се соочуваат на работните места и во градењето на кариерата.

Овие примери покажуваат дека кога податоците се собрани соодветно и на сигурен начин, тие можат да имаат голема вредност за истражување и креирање на ефективни политики во областа на родовата рамноправност.

- Време на собирање на податоците – При проценката на оваа компонента треба да се постави прашањето: „Кога се собрани податоците и дали тие сè уште ја одразуваат реалноста односно даваат реална слика на состојбата што сакаме да ја истражине?“.



Навременоста на податоците игра клучна улога во нивната употребливост. Дури и кога податоците се добро собрани и релевантни, нивната вредност може да се намали ако се застарени. Треба да се размисли: Дали од времето на нивното собирање до денес се случиле значајни промени во популацијата, темата или регионот што не се одразени во податоците?

На пример, ако истражуваме пристап до здравствени услуги од родова перспектива, најкорисни ќе бидат информации собрани во последната и претпоследната година. Податоци од пред пет или повеќе години можеби нема да ја прикажат актуелната слика, особено ако во меѓувреме се донесени нови политики или се појавиле програми насочени кон подобрување на здравјето на жените и девојките.

Исто така, кога се анализира родовиот јаз во платите, податоци постари од две-три години може да ја пропуштат промената во трендовите или влијанието на нови иницијативи за рамноправност. За веродостојна анализа, важно е да се користат најнови информации што го одразуваат сегашниот контекст на пазарот на трудот.

- Кога темата е пристап до услуги за жени кои преживеале родово базирано насилство и семејно насилство, навременоста станува уште поважна. Општествените промени, кампањите за подигање на свеста или нови законски решенија можат значително да го променат бројот и видот на барања за поддршка. Затоа, податоците треба да бидат актуелни за да се обезбеди точна слика за моменталните потреби. . Старите истражувања можат да пропуштат важни аспекти на тековната состојба.

Овие примери ја нагласуваат важноста на употребата на навремени податоци, кои ни овозможуваат да донесеме заклучоци што се релевантни за денешните околности и потреби во областа на родовата рамноправност.



3.2. Методи за собирање податоци

Постојат различни начини на собирање податоци кои се корисни за застапување. Организациите можат да спроведуваат сопствени истражувања, преку анкети, интервјуа или фокус групи, понатаму, можат да документираат ситуации преку аудио и видео материјали. Важно е да се напомене дека при спроведувањето на сите овие истражувања треба да се следат и да се почитуваат националните регулативи како и етичките принципи и стандарди во истражување со цел да се обезбеди интегритет, доверливост, заштита на испитаниците/чките како и заштита на личните податоци.

Корисно е и користењето на постоечки извори, како што се извештаи и анализи од релевантни институции, академски студии или бази на податоци кои се јавно достапни. Дополнително, многу проекти што ги спроведуваат самите организации генерираат вредни податоци кои може да се искористат повторно, особено ако тие се систематски собрани и документирани. Во некои случаи, податоци може да се соберат и преку отворени повици кон јавноста, преку процес познат како „crowdsourcing“, каде самите граѓани/ки придонесуваат со информации или искуства.

Па така, при собирањето на податоците, може да се применат квантитативни и квалитативни методи. Иако во пракса методите за собирање податоци често се комбинираат, секој од нив има различна намена и пристап.

Квантитативните методи се насочени кон собирање податоци што може да се измерат, да се претстават во бројки и подлежат на статистичка анализа. Тие се особено корисни кога е важно да се утврдат обемот, зачестеноста или распространетоста на одредена појава, како и кога резултатите треба да се споредуваат или генерализираат на поширока популација. Со нив се добиваат одговори на прашања како: Колку? Колку често? Кој процент?. Најчесто користена квантитативна техника е анкетирањето.

Од друга страна пак, квалитативните методи, овозможуваат длабинско согледување и разбирање на контекстот и значењето што испитаниците им го даваат на одредени појави. Тие даваат увид во „зошто“ и „како“ нешто се случува, преку директна комуникација со луѓето чии искуства се истражуваат. Најчесто користени алатки се индивидуални интервјуа, фокус групи и студии на случај. Интервјуата, животните приказни и студиите на случај овозможуваат подлабоко разбирање на предизвиците, искуствата и потребите на целните групи во нивното секојдневие.

Со комбинирано користење на квантитативни и квалитативни методи на собирање на податоци, се очекува да се обезбедат податоци кои ќе дадат јасна слика за состојбата и ќе создаат силна основа за ефективно застапување. Таквиот пристап овозможува да се зборува и со факти и со емпатија што е особено важно при формулирање на препораки, иницирање промени и обезбедување поддршка за оние кои се најпогодени

Во рамки на овој прирачник, фокусот ќе биде ставен на анкетата како квантитативен метод за прибирање податоци. Овој метод е исклучително применлив за граѓанските организации кои сакаат да добијат поширока слика за ставовите, искуствата и потребите на заедницата и да го користат тоа како основа за аргументирано застапување пред институциите, медиумите и донаторите.

Метод:



Анкетирање

- Дефиниција:

Анкетирањето е еден од најпрактичните и најчесто користени квантитативни методи кој им овозможува на граѓанските организации да соберат податоци директно од заедницата. Преку внимателно дизајнирани прашалници, се добиваат информации за ставовите, однесувањето, искуствата и потребите на различни целни групи. Овие податоци кои може да се анализираат и користат како доказна основа во процесот на застапување.

Анкетите се применуваат кога е потребна статистички заснована анализа и кога резултатите треба да се претстават на јасен, убедлив и споредлив начин пред институции, пред општата јавност или пред донатори. Тие се особено корисни кога се бараат одговори на прашања како: Колку жени имаат пристап до одредена услуга? Колкав процент од младите сметаат дека постојат бариери за нивно вработување? Дали постои разлика по региони, етничка припадност или возраст?

Анкетите може да се спроведуваат на различни начини: лице в лице, телефонски, по електронска пошта, или онлајн. Секој од овие начини има свои предности и ограничувања. Изборот на метод зависи од ресурсите на организацијата, природата на темата, но и од тоа како најлесно ќе се стигне до испитаниците. Вообичаено, се користат различни типови примероци – случаен, целен (таргетиран) или репрезентативен.

- Предности:

Анкетите овозможуваат прибирање на податоци од голем број луѓе за кратко време, што ги прави ефикасни и економични, особено кога се спроведуваат онлајн. Тие овозможуваат споредба по различни категории (пол, возраст, локација, статус) и се многу корисни при визуелизација на податоци (графици, табели, инфографици), што ги прави особено употребливи за јавна комуникација и застапување.

Како да се спроведе анкета?

Кога една организација се подготвува да спроведе анкета, особено ако целта е прибирање на податоци за застапување, од суштинска важност е да се внимава на начинот на комуникација со испитаниците/чките. Првиот чекор е тие да бидат добро информирани. Луѓето имаат поголема подготвеност да учествуваат во истражување доколку им е јасно која е неговата цел, кој го спроведува и како податоците ќе бидат искористени. Транспарентноста е клучна, затоа што така се гради доверба и се олеснува целиот процес.

Анкетарите/ките не мора да бидат експерти/ки, но нивната подготовка е важна, особено кога истражувањето се однесува на чувствителни прашања. Добро обучен анкетар/ка ќе знае како да поставува прашања со почит, да одржи неутрален тон и да создаде простор за искрен одговор. Во одредени случаи, демографските карактеристики на анкетарот, како што се полот, возраста или етничката припадност, можат да влијаат врз подготвеноста на испитаниците/чките да учествуваат во анкетата.

Во случаи кога анкетата се спроведува телефонски или „од врата до врата“, анкетарот/ката треба учтиво да се претстави, да објасни дека истражувањето е анонимно и доверливо и да го информира испитаникот/чката колку време ќе трае анкетата. Ако, пак, прашалникот се испраќа по е-пошта, добро е да се приложи кратко пропратно писмо со истите информации.

Изборот на начинот на кој ќе се спроведе анкетата, односно дали ќе биде онлајн, телефонска или теренска, во најголем дел треба да зависи од темата на истражувањето, профилот на целната група и ресурсите со кои располага организацијата. Секоја од овие форми има свои предности и предизвици, но најважно е да се избере оној пристап кој ќе обезбеди најголема достапност, релевантност и доверливост на податоците.



Клучни насоки за креирање квалитетен прашалник

Квалитетно дизајнираниот прашалник е основа за добивање корисни и доверливи податоци. Без оглед на тоа дали анкетата се спроведува онлајн, телефонски или „лице в лице“, нејзиниот успех зависи од внимателното формулирање на прашањата, нивната логична структура и адаптирање на целната група.

- Информирајте го испитаникот/чката - На почетокот јасно наведете ја целта на истражувањето, кој го спроведува и како ќе се користат податоците. Нагласете дека анкетата е анонимна и доброволна.
- Почнете со општи прашања -Отворете го прашалникот со полесни и неутрални прашања за да го воведете испитаникот/чката и да создадете чувство на удобност.
- Преминете кон поспецифични теми -Потоа постепено воведувајте прашања што се поврзани со конкретната тема на истражувањето.
- Користете јасен и едноставен јазик - Избегнувајте технички или сложени термини. Прашањата треба да бидат разбирливи за сите, без разлика на нивото на образование.

- Формулирајте неутрални прашања - Избегнувајте формулации кои навестуваат одговор (на пр. „Дали се согласувате дека програмата е одлична?“). Целта е да се добијат искрени, а не посакувани одговори.
- Групирајте ги прашањата по тематски целини - Организирајте го прашалникот по логичен редослед и групирајте ги прашањата според теми. Пред секој нов тематски блок додадете краток вовед или ставете поднаслов кој ќе покажува за која тема ќе бидат прашањата.
- Чувствителни прашања - За чувствителни теми, поставете ги прашањата подоцна во прашалникот за да се зголеми довербата и удобноста на испитаникот/чката.
- Комбинирајте типови на прашања - Користете и затворени (со понудени одговори) и отворени прашања. Затворените се полесни за анализа, но отворените овозможуваат подлабок увид.
- Додадете флексибилни одговори - Вклучете опции како „Друго“, „Не знам“, „Не сакам да одговорам“ со цел да овозможите испитаникот/чката да не се чувствува принуден/а да избере еден од веќе дефинираните одговори.
- Пилот тестирање - Пред спроведување на финалната анкета, тестирајте го прашалникот на мала група испитаници/чки за да се осигурите дека е разбирлив, логичен и функционален. Спроведувањето на овие чекори ќе обезбеди дека прашалникот е со висок квалитет, што ќе резултира со поквалитетни и порелевантни податоци.

КВАЛИТАТИВНИ МЕТОДИ ЗА СОБИРАЊЕ ПОДАТОЦИ

Квалитативните методи се значајна алатка за граѓанските организации кои сакаат да добијат информации не само што се случува во заедницата, туку и зошто. Овие методи овозможуваат истражување на искуствата, перцепциите и значењата што луѓето им ги даваат на одредени појави. Со квалитативните методи фокусот се става на личните приказни, контексти и ставови.

За разлика од квантитативниот пристап, каде примерокот се избира по случаен принцип заради претставителност, во квалитативното истражување изборот на учесници е свесен и стратешки. Се користи таканаречен намерен примерок односно се избираат луѓе кои имаат директно искуство со темата што се истражува.

Колку е поширок и посложен контекстот на темата, толку повеќе податоци се потребни што во пракса значи спроведување на поголем број интервјуа, за да се овозможи споредба меѓу различни искуства и групи.

Во зависност од целта на истражувањето и темата што ја обработувате, изборот на испитаници може да се води според различни пристапи:



- Екстремни или невообичаени случаи - На пример, интервјуирање жени кои преживеале исклучително сериозни форми на родово базирано насилство и семејно насилство за да се идентификуваат критичните точки каде системот потфрла, но и каде итно треба да се интервенира.
- Типични случаи - На пример, разговор со жени кои живеат во „просечни“ услови за да се добие увид во секојдневните, вообичаени родови нерамноправности кои често остануваат невидливи.
- Примери со голема разновидност - Вклучување на жени од различни етнички групи, возрасти, професии или региони, со цел да се разбере како родовите нерамноправности се манифестираат во различни социјални и културни контексти.
- Примери според интензитет на искуства - Интервјуа со жени кои работат во машки-доминантни сектори (како градежништво, ИТ, или транспорт), каде предизвиците се поизразени, но и каде промените може да се мапираат појасно.
- Критични случаи - Истражување на успешни примери, на пример, жена која станала лидерка во приватниот сектор со цел да се анализираат факторите кои допринеле за нејзиниот успех и да се формулираат препораки за поддршка на други жени со лидерски потенцијал.
- Фокусирани (специфични) случаи: Разговор со млади девојки кои избрале кариера во технички и научни области (STEM)¹², за да се разберат мотивациите, поддршката што ја добиле, но и бариерите со кои се соочиле.

Квалитативните методи се особено вредни кога граѓанските организации сакаат да ги прикажат „гласовите што не се слушаат“, искуства кои не можат да се „преведат“ во бројки, но се клучни за разбирање на потребите на заедницата. Тие овозможуваат застапување засновано не само на статистички показатели, туку и на автентични сведоштва и животни приказни.

Во продолжение се накратко претставени неколку квалитативни методи на собирање податоци со кратко објаснување за каков вид на метод станува збор, кои се предностите и кои се ограничувањата на истите.



¹² STEM е акроним за наука, технологија, инжењерство и математика (Science, Technology, Engineering and Mathematics)

Метод:



Фокус-групи

- Дефиниција:

Фокус групата е дискусија во мала група (обично 6 до 10 лица), водена од модератор/ка, каде учесниците/ките ги споделуваат своите мислења и искуства за одредена тема. Овој метод е идеален кога сакаме да добиеме поширока слика за тоа како одредена појава се доживува од различни луѓе, и како тие размислуваат, реагираат и се надоврзуваат едни на други.

Организирањето на фокус група бара внимателно планирање и пристап. Најпрвин, важно е да се избере група од учесници/чки кои имаат нешто заедничко поврзано со темата што се истражува, но сепак, нивните поединечни искуства треба да се разликуваат доволно за да се поттикне продуктивна и разновидна дискусија.

Потоа, се подготвува водич или протокол според кој ќе се води фокус групата. Прашањата треба да бидат структурирани по теми, почнувајќи со полесни и општи прашања за вовед, па сè до покомплексни и потенцијално чувствителни теми. Дobar протокол вклучува и преодни прашања кои ги поврзуваат различните делови на разговорот, како и јасен заклучок што ќе ја заокружи сесијата.

При спроведувањето на фокус групата, важно е и да се создаде безбедна и доверлива атмосфера во која секој учесник/чка ќе се чувствува прифатено и охрабрено да зборува. Модераторот/ката треба уште на почетокот да ја објасни целта на разговорот, да нагласи дека сè што ќе се сподели ќе остане доверливо, и да побара согласност за учество, особено ако се снима самата фокус група.

Во текот на самата дискусија, улогата на модераторот/ката е клучна и треба да ја следи динамиката, да охрабрува рамноправно учество од сите присутни, да внимава да не дојде до доминација од страна на некои учесници, да поставува дополнителни прашања за појаснување кога е потребно и сл. Најуспешните фокус групи се оние каде сите гласови се слушнати, а дискусијата се одвива со почит и отвореност.



- Предности:

- Се откриваат различни гледишта и општествени динамики.
- Учесниците често се поттикнуваат едни со други на размислување и искреност.
- Се добива поширок увид во контекстот и во заедничките (или различни) искуства.

- Ограничувања и предизвици:

Иако фокус групите овозможуваат длабок увид во различни искуства, тие имаат одредени ограничувања што треба да се имаат предвид. Организирањето на фокус групите може да биде скапо и да одземе доста време, особено ако се вклучуваат повеќе учесници/ки и потребна е логистика (простор, надомест, снимање). Резултатите не можат да се генерализираат за целата популација затоа што тие претставуваат квалитативен увид, а не статистички доказ.

Кога во групата се присутни учесници со различен општествен или хиерархиски статус, може да дојде до воздржаност во изразувањето. Понекогаш, поактивен учесник/чка може да ја преземе дискусијата, што го ограничува учеството на другите. Дискусијата за чувствителни теми во групен контекст може да биде непријатна за дел од учесниците/ките, што влијае врз искреноста.

Успехот на сесијата зависи од способноста на модераторот/ката и тој/таа треба да води сметка за балансот, атмосферата и динамиката во групата. Без внимателна подготовка и водство, фокус групата може да не ги даде очекуваните резултати.



Метод:



Интервју

- Дефиниција:

Индивидуалното интервју е разговор помеѓу истражувачот/ката и испитаникот/чката, кој овозможува детално истражување на одредени искуства, ставови и емоции. Овој метод е особено корисен кога се истражуваат чувствителни или лични теми, каде е потребно да се создаде безбедна и доверлива средина. Лицето кое го прави интервјуту поставува прашања на едно или повеќе лица и ги снима/забележува нивните одговори. Интервјуата може да бидат формални или неформални, „лице в лице“ или по телефон, и затворени или отворени .

За интервјуту да даде корисни и значајни информации, потребна е добра подготовка. Првенствено, важно е да се дефинира што точно сакаме да дознаеме од испитаникот/чката и кои се клучните прашања што стојат зад истражувањето. Врз основа на тоа, треба да се изработи водич за интервју, кој треба да содржи теми и отворени прашања кои го насочуваат разговорот, но оставаат простор за спонтани и искрени одговори.

Изборот на местото каде ќе се спроведе интервјуту е исто така важно. Тоа треба да биде тивка, безбедна и пријатна средина во која испитаникот/ата ќе се чувствува слободно да зборува. Пред почетокот на разговорот, испитаникот/чката треба да биде информиран/на за целта на интервјуту, како и за тоа дека учеството е доброволно, а сите споделени информации ќе се третираат доверливо. Ако се планира снимање на интервјуту, потребно е претходно да се побара негова/нејзина согласност.

Во текот на интервјуту, доста е важно, истражувачот/ката да слуша активно, со внимание и разбирање. Не треба да го прекинува соговорникот, а тишината понекогаш е покана за подлабоко споделување. Доколку испитаникот/ата спомне нешто значајно претходно во разговорот, корисно е да се вратите на таа точка со потпрашања, за да се добие појаснување или дополнителна перспектива. Исто така, треба да се внимава на невербалната комуникација, и на лицето што интервјуира и на интервјуираната особа, бидејќи често оваа комуникација по/кажува повеќе од зборовите.

- Предности:

Интервјуту овозможува испитаниците/чките да ги споделат своите искуства и ставови со сопствени зборови, во атмосфера што поттикнува доверба и отвореност. Особено е корисно кога се работи на чувствителни теми или со ранливи групи, бидејќи овозможува прилагодување на прашањата и темпото на разговорот.

Методот е флексибилен и истражувачот може да ги прилагоди прашањата според одговорите и да поставува дополнителни потпрашања каде што е потребно. Ова овозможува длабинско разбирање на темата, што е тешко да се постигне со стандарден прашалник.

Интервјуата се корисни и кога постојат јазични или комуникациски бариери, бидејќи личниот контакт овозможува појаснување и подобро разбирање. Благодарение на ваквата адаптивност и длабочина, интервјуто е еден од највредните методи во квалитативното истражување.



- Ограничувања и предизвици:

Одземаат многу време и нивното спроведување може да биде скапо. Доколку не се изведуваат правилно лицето кое го изведува интервјуто може да има големо влијание на одговорите на лицето кое е интервјуирано

Метод:



Студија на случај

- Дефиниција:

Студијата на случај е квалитативен истражувачки метод кој вклучува детално проучување на еден конкретен случај. Тоа може да биде поединец, група, институција, настан или процес. Овој метод одговара на прашањата „што се случува“ и „како се случува“, овозможувајќи подлабинско разбирање на сложени ситуации во нивниот реален контекст. Најчесто се користи кога постои потреба да се анализираат специфични искуства, резултати од интервенции или општествени процеси со фокус на причинско-последичните врски.

- Предности:

Студијата на случај овозможува користење на различни извори на податоци, како интервјуа, документи, набљудувања и административни извештаи, со што се добива богата и комплексна слика за одредена ситуација. Овој пристап е особено корисен кога организациите сакаат да прикажат конкретен пример на позитивна или негативна практика, да ги документираат ефектите од некоја интервенција или да го илустрираат влијанието на одредена политика или одлука. Дополнително, студијата на случај може да послужи и како силна алатка за застапување, бидејќи носи човечка димензија во аргументацијата и често остава силен емоционален и интелектуален впечаток.

- Ограничувања и предизвици:

Иако се моќен инструмент, добрата студија на случај бара време, посветеност и вештини. Потребно е внимателно собирање и анализа на податоците, како и способност за јасно пишување. Поради нејзината специфичност, резултатите од студијата не можат да се генерализираат на пошироката популација, иако можат да дадат насоки или предупредувања за слични контексти. Дополнително, повторување на студијата е тешко, бидејќи секој случај е уникатен и контекстуално различен.



Метод:



Набљудување

- Дефиниција:

Набљудувањето е квалитативна истражувачка техника која подразбира систематско следење и евидентирање на однесувања, настани и интеракции во нивниот природен контекст. Истражувачот/ката е присутен/на во средината што се проучува, во определен временски период, и ги забележува случувањата како што се одвиваат. Овие информации може да бидат директни (визуелно или аудитивно забележани и запишани), или индиректни (преку впечатокот и толкувањето на набљудувачот/ката).

Набљудувањето може да се користи за документирање на секојдневни практики, учество на лица во одредени активности, динамика на групи или промената на однесувањето во тек на спроведување на некоја програма или интервенција. Записите се често во форма на дневници, регистри или белешки, и претставуваат вреден извор на информации, особено кога другите методи не се применливи или достапни.

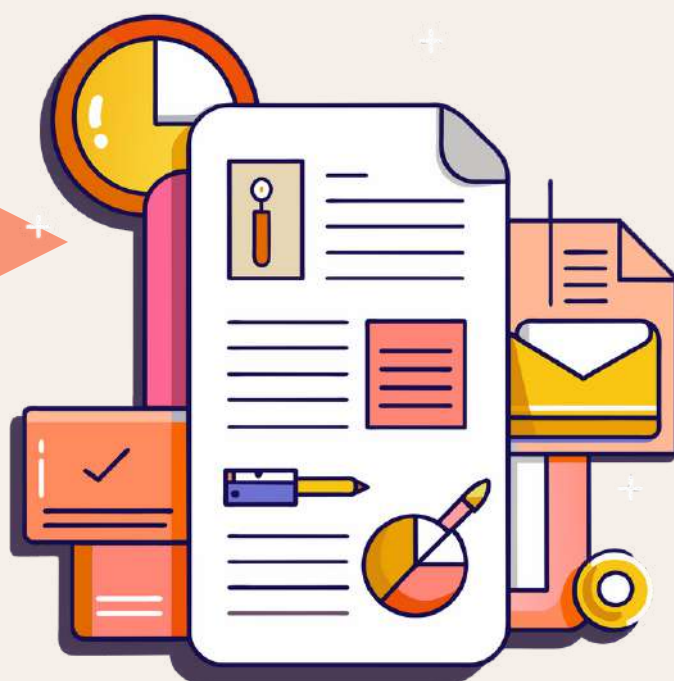
- Предности

Овој метод овозможува собирање конкретни, дескриптивни податоци за тоа што навистина се случува на терен, во реални услови. Може да открие аспекти на однесувањето или околината кои испитаниците не би ги спомнале во интервју или анкета. Набљудувањето е особено корисно кога е важно да се разбере контекстот, за тоа како функционираат нештата во пракса, какви се реакциите на луѓето, како се спроведуваат процедури и дали постојат неформални правила на однесување. Тоа овозможува доловување на нијанси, релации и промени кои понекогаш се невидливи преку други методи.

- Ограничувања и предизвици:

Ефикасноста на набљудувањето во голема мера зависи од способноста на истражувачот/ката да забележи, но и точно и непристрасно да ја евидентира ситуацијата. Потребни се вештини за внимателно следење, критичко мислење и добро изразување во пишан збор. Дополнително, толкувањето на податоците може да биде субјективно, што бара особена претпазливост при правењето на анализата. Овој метод, исто така, бара време. Потребна е доволно долга изложеност за да се согледаат одредени обрасци и промени. Поради тоа, не е секогаш применлив кога се работи со ограничен временски период или кога треба да се мери непосреден ефект.

Метод:



Анализа на пишани документи

- Дефиниција:

Анализата на документи е квалитативен метод што вклучува систематско проучување на постоечки текстуални материјали, како што се извештаи, службена кореспонденција, политики, обуки или административни податоци, со цел да се добијат информации за процеси, одлуки или влијанија.

- Предности

Овој метод овозможува увид во контекстот на одредени појави и може да поддржи или надополни информации добиени од други извори. Корисен е за следење на промени, оценка на институционални практики и документирање на влијание во застапувачки процеси.

- Ограничувања и предизвици

Анализата на документи може да биде временски интензивна и бара критички пристап. Не сите документи се лесно достапни или доверливи, а резултатите честопати не нудат целосна слика, па затоа се препорачува да се комбинира со други методи како интервјуа или набљудување

СОБИРАЊЕ НА ПОДАТОЦИ СО CROWDSOURCING

Crowdsourcing се користи за собирање на податоци преку online платформи, вклучувајќи голема група луѓе кои придонесуваат со идеи, информации или услуги.

Примери за Crowdsourcing поврзани со родови прашања:

- Податоци за родова нееднаквост во платите - Online платформи каде што вработени жени можат анонимно да споделат информации за своите плати. Овие податоци се користат за истражувања и кампањи за еднакви плати меѓу половите.
- Мапирање на безбедни места за жени - Платформи каде што кориснички можат да означат безбедни и небезбедни локации за жени во градовите. Овие податоци се користат за застапување за подобра безбедност во јавниот простор.
- Истражување за родови стереотипи - Платформи каде што може да се споделат примери од секојдневниот живот поврзани со родови стереотипи. Собраните податоци можат да помогнат во создавање програми за едукација и подигање на свеста.

АНАЛИЗИРАЊЕ И ИНТЕРПРЕТИРАЊЕ НА ПОДАТОЦИТЕ

Откако ќе ги соберете податоците, треба да ги анализирате и интерпретирате на начин што ќе го поддржи вашето застапничко прашање. Треба да користите соодветни методи, алатки и техники за организирање, сумирање и визуелизирање на податоците, во зависност од видот и количината на податоци кои ги имате. Ова може да вклучува табели, графикони, кодирање, категоризација, тематска анализа итн. Исто така, треба да барате обрасци, трендови, недостатоци и исклучоци кои можат да помогнат да ја потврдите вашата кауза. Потребно е да се примени критичко размислување за да се избегнат пристрасност и грешки. Треба да избегнувате селективно бирање, погрешно претставување или манипулирање со податоците за да одговараат на вашата агенда.

Исто така, треба да бидете подготвени да ја објасните и оправдате вашата анализа и интерпретација пред вашата публика.

Анализа на податоци

Подлабокото разбирање на податоците бара анализи за да се откријат корисни согледувања. Корисно е да се подготви план за анализа на податоците за да се осигура дека „правилните“ информации се собираат од почеток и дека податоците можат да се соберат и организираат на начин кој има смисла и сè уште ги зема во предвид можните ненамерни последици или неочекувани наоди што се појавуваат за време на собирањето.

Квантитативна анализа на податоци

Откако ќе се соберат податоците преку анкети, прашалници или други квантитативни техники, следниот важен чекор е нивната анализа. Квантитативната анализа овозможува обработка на нумеролошки информации за да се идентификуваат обрасци, разлики или поврзаности кои може да послужат како силна основа за аргументирано застапување. Овие сознанија се особено вредни за граѓанските организации кои се занимаваат со застапување, бидејќи помагаат да се изнесат аргументи врз основа на конкретни податоци, а не само на перцепции или искуства.



Токму затоа во продолжение кратко се наведени најчесто користените методи за квантитативна анализа на податоци.

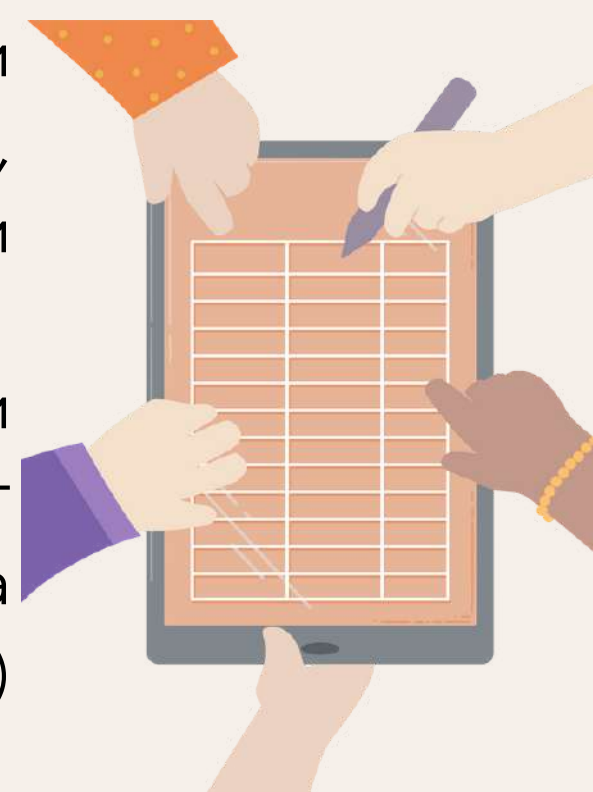
- **Дескриптивна статистика** - Ова е основен тип на анализа кој служи за опишување и сумирање на податоците. Таа помага да се добие јасна слика за структурата на податоците и главните карактеристики на примерокот.



На пример: Пресметување на средна вредност (просек) на возраст на испитаниците; Процентуална застапеност (на пр. „60% од испитаниците се жени“); Фреквенции: Колку испитаници одговориле „да“ на одредено прашање; Медијана: Средна точка во распределбата на приходи или години на образование.

- **Крстосување на податоци (кростабулации)** - Овој метод се користи за споредба меѓу различни категории, на пример, пол, возраст, етничка припадност или регион, со цел да се видат разлики или сличности во ставовите или искуствата.

На пример: Споредување на одговорите за задоволство од јавни услуги според пол: „Дали жените и мажите различно го перципираат квалитетот на здравствената заштита?“; Споредба на нивото на доверба во институции меѓу млади (18-30) и повозрасни (60+) испитаници/чки.



- **Анализа на корелација** - Корелацијата се користи за да се испита дали постои врска меѓу две променливи, и ако постои, дали се зголемуваат заедно, дали едната расте, а другата опаѓа или нема врска/корелација меѓу двете променливи. На пример: „Дали со порастот на образованието расте и свеста за родова рамноправност?“. Важно е да се напомене дека корелацијата не значи и причинско-последична поврзаност.



Освен формалните статистички методи, постојат и аналитички пристапи кои им помагаат на истражувачите/ките и граѓанските организации да ги протолкуваат и контекстуализираат податоците. Овие пристапи не се технички методи сами по себе, туку стратегии за читање на резултатите низ различни перспективи како споредување со стандарди, споредба меѓу групи или комбинирање извори. Тие овозможуваат подлабоко разбирање за тоа што навистина значат бројките и како можат да се користат во застапувачки цели.

Неколку од овие пристапи се кратко наведени во продолжение:

- **Анализа на трендови** - Се однесува на споредба на податоци низ временски период за да се разберат промените или обрасците во текот на времето. На пример, ова може да вклучуваат трендови низ времето во: учество на жените во работната сила, времето на чекање за здравствени услуги за жените во однос на мажите, достапност на специјализирани услуги за поддршка на жените во кризни центри, и искуствата со родова дискриминација на работното место.
- **Бенчмаркинг (споредбена анализа)**- Се однесува на споредба на податоци во однос на утврдени стандарди за да се согледа како резултатите се споредуваат со оние од друг споредлив контекст. На пример, анализа на податоци за родовиот јаз во платите во една компанија и споредување со националниот просек за да се процени дали компанијата е над или под националниот стандард и да се истражат основните причини за разликата. Исто така, може да се спореди процентот на жени на лидерски позиции со националниот просек за застапеност на жени во високи менаџерски позиции.
- **Десегрегација** - Се однесува на анализа на податоци по категории на под-популации, како што се возраст, пол, род, географска локација, или други демографски и идентитетски фактори за да се идентификуваат разликите во достапноста, пристапноста и квалитетот на услугите. На пример, анализа на процентот на девојки кои се запишани на технички науки во споредба со момчињата, или анализа на бариерите за пристап до здравствени услуги за млади жени во рурални области наспроти урбани.
- **Споредба со други извори на податоци и триангулација** - Се однесува на споредба на податоците со други извори за дополнителни согледувања и потврдување на наодите. На пример, споредба на податоците за бројот на жени кои пријавиле родово базирано насилство и семејно насилство со достапноста на услуги за поддршка во истата област и временски период. На овој начин може да се идентификува дали постои соодветна поддршка за жените кои се соочуваат со насилство.

Квалитативна анализа на податоци

Квалитативната анализа се фокусира на разбирање на значењата, искуствата и перспективите на луѓето, наместо на бројки. Наместо мерење, таа се стреми да открие зошто и како се случуваат одредени појави. Анализата се врши врз основа на податоци добиени преку интервјуа, фокус групи, студии на случај, набљудувања, анализи на текстуални документи.

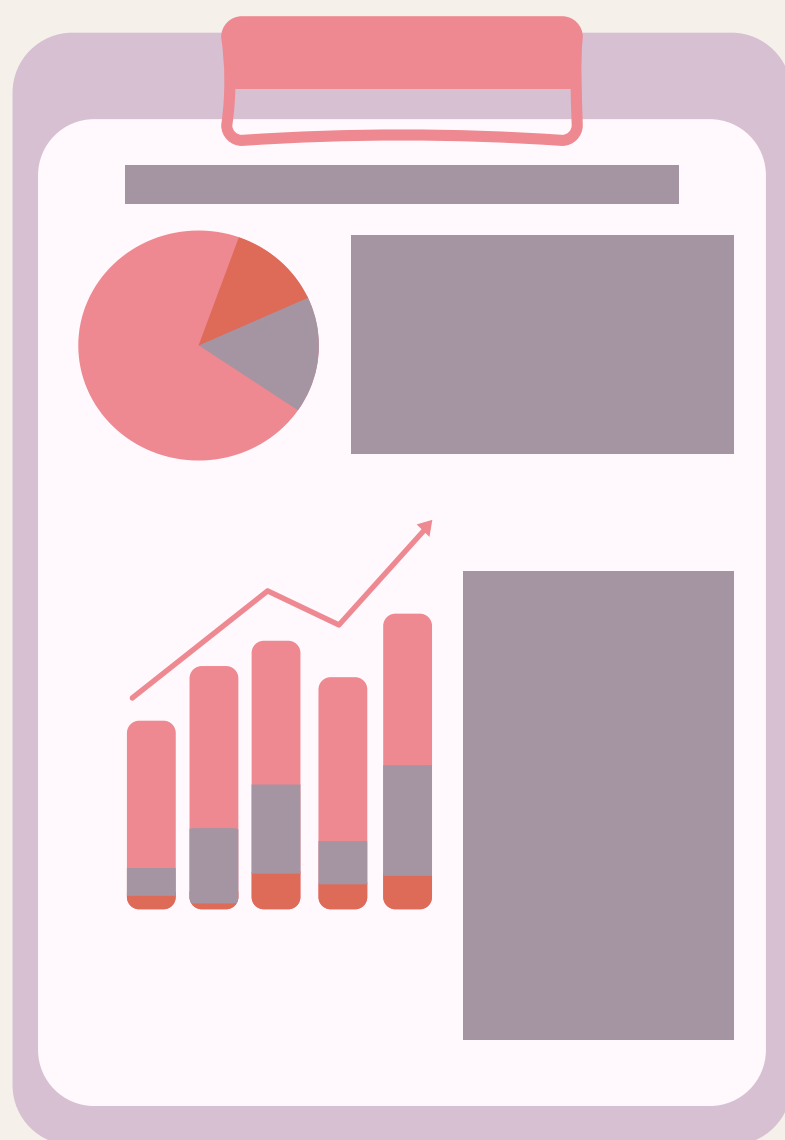
Овој тип анализа вклучува препознавање на теми, обрасци и повторувачки идеи во изјавите на испитаниците или содржината на документите. Се бараат значајни изјави, контрасти меѓу групи, емоционални нијанси и контексти кои ги обликуваат ставовите.

Квалитативната анализа е особено вредна во застапувањето, бидејќи овозможува граѓанските организации да ги истакнат гласовите и искуствата на заедниците кои ретко се слушаат. Таа додава човечка димензија во аргументите и помага да се разберат бариерите, потребите и решенијата од перспектива на оние кои се најзасегнати.

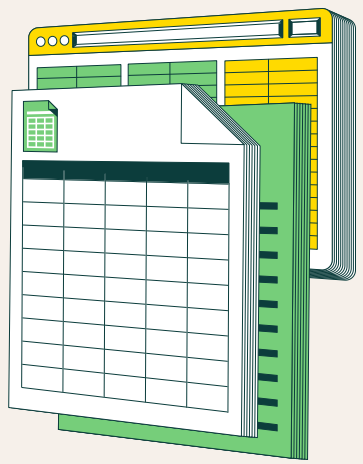
Како да направите квалитативна анализа на податоци?

- Добро запознајте се со податоците - Прочитајте ги внимателно интервјуата, записите од фокус групи или белешките од набљудувања. Потрудете се да го разберете контекстот, тонот и начинот на изразување на испитаниците.
- Означете клучни делови - Истакнете изјави, зборови или фрази што се повторуваат, се емоционално силни или се од значење со темата што е предмет на истражување.
- Групирајте слични содржини во теми - Сортирајте ги забележаните клучни делови во пошироки теми. На пример, „страв“, „несигурност“ и „недостаток на доверба“ можат да се групираат под темата „бариера за пријавување насилство“.
- Барајте обрасци и разлики - Идентификувајте што е заедничко меѓу различни испитаници, но и кои се клучните разлики – според возраст, пол, географска локација или друга карактеристика.
- Поврзете со контекстот - Размислете како културни, институционални или социјални фактори влијаат врз кажаното. Анализата треба да ја земе предвид целата слика, не само поединечни одговори.
- Извлечете заклучоци и пораки за застапување – Преточете ги темите и обрасците во јасни пораки. Што ни кажуваат испитаниците? Кои се нивните потреби? Кои се бариерите со кои се соочуваат? Што би требало да се промени?
- Поддржете го текстот со директни цитати кога е тоа соодветно и можно. Користете автентични изјави од испитаници/чки (анонимни) за да ги засилите аргументите и да ја прикажете човечката и емотивната страна на податоците.

Квалитативните податоци овозможуваат подлабоко разбирање на основните причини за прашања кои произлегуваат од квантитативните наоди, како што е зошто жените избегнуваат да пријават случаи на насилство или како жени припаднички на различни демографски групи го перцепираат квалитетот на грижата што ја добиваат. Квалитативната анализа на податоци, затоа, може да се комбинира со квантитативна анализа за да се добие целосна слика за прашањето што е предмет на истражување.



Неколку алатки за анализа и визуелизација на податоци, кои се достапни, практични и често бесплатни



Google Sheets - нуди основни, но моќни алатки за анализа на податоци со вградени функции за сортирање, филтрирање, пивот табели и условно форматирање. Оваа алатка нуди можности и за визуелизација на податоци и вклучува едноставни алатки за графици како столбести, линиски, кружни графици и комбинирани графици.



Microsoft Excel - нуди основни алатки за анализа, вклучувајќи пивот табели, основни статистички функции и пресметки со формули. Исто така нуди и можности за визуелизација на податоци и вклучува линиски графици, столбести графици, кружни графици и др. Desktop верзијата има дополнителни алатки како Power Query и Power Pivot.

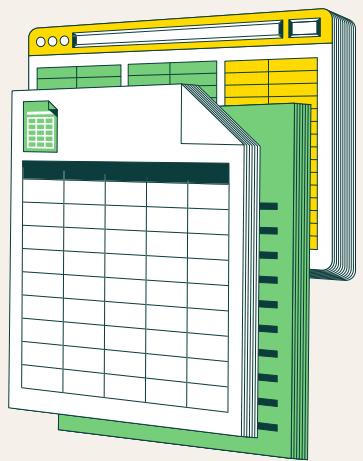


Tableau Public – може да се користи за анализа на податоци и визуелизација на податоци. Овозможува основна манипулација, филтрирање и поврзување на податоци за анализа во рамките на платформата. Нуди широк спектар на визуелизации, вклучувајќи столбести, линиски, мапи, како и интерактивни панели. Нуди моќни визуелни можности што се особено корисни за создавање извештаи што ги истакнуваат резултатите.

ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА ПОДАТОЦИТЕ

Начинот на кој ќе ги претставите податоците може да биде речиси исто толку важен како и нивното разбирање, толкување и користење. Вашата публика треба да може да го разбере она што го кажувате, односно тоа што сакате да го пренесете како порака. Користењето на визуелни алатки, како графикони и дијаграми, се едни од најшироко користените и најефективни начини за претставување на информациите на публиката.

Начинот на презентација на податоците зависи од публиката како и целта која што се очекува да се постигне со нивната употреба. Постојат бројни начини на претставување на резултатите од истражувањата, а меѓу најзастапените се:

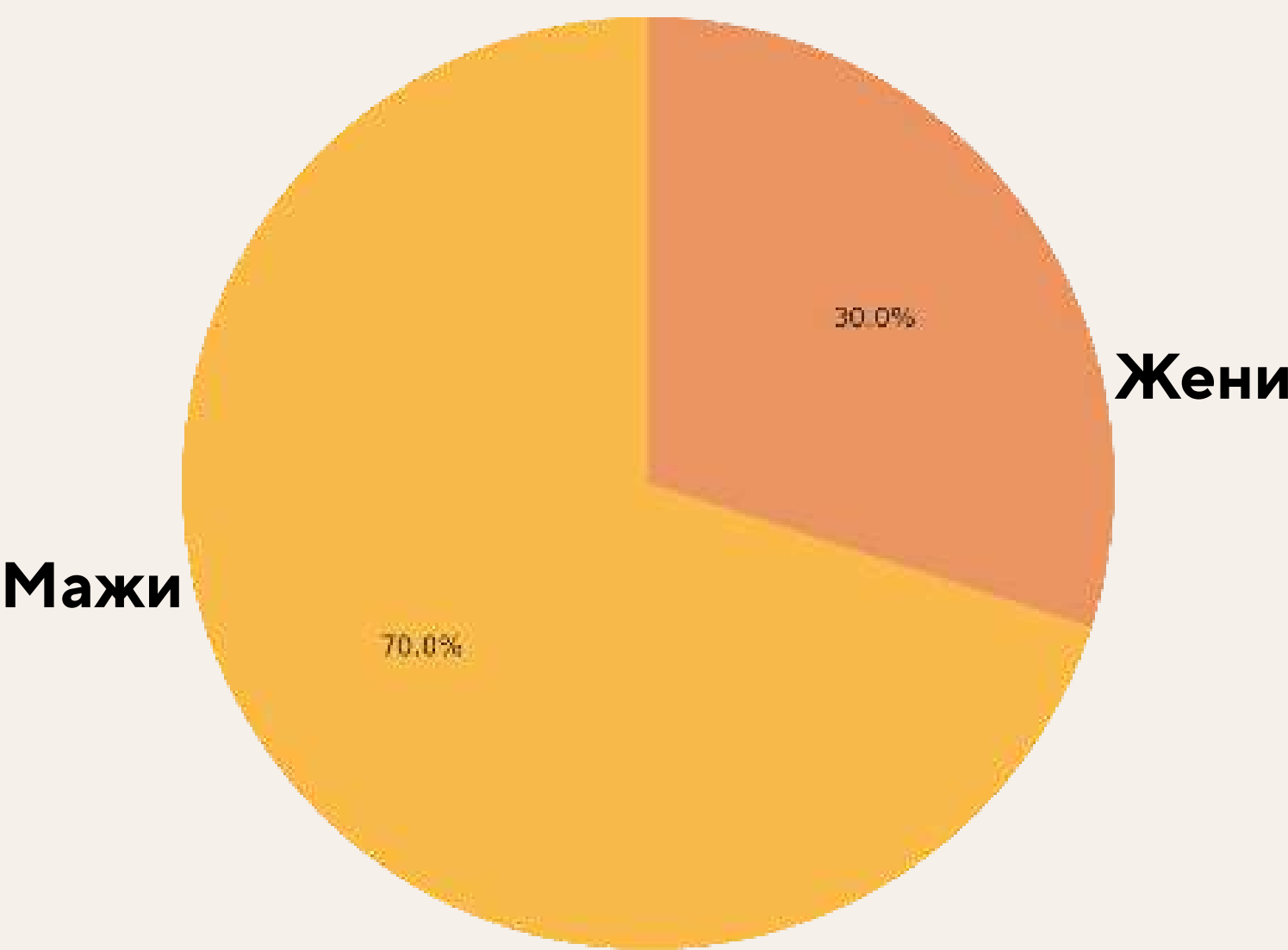
- Нумерички (табели со податоци)
- Текст или наратив
- Графички

Во продолжение се претставени неколку видови на графичко презентирање на податоците:

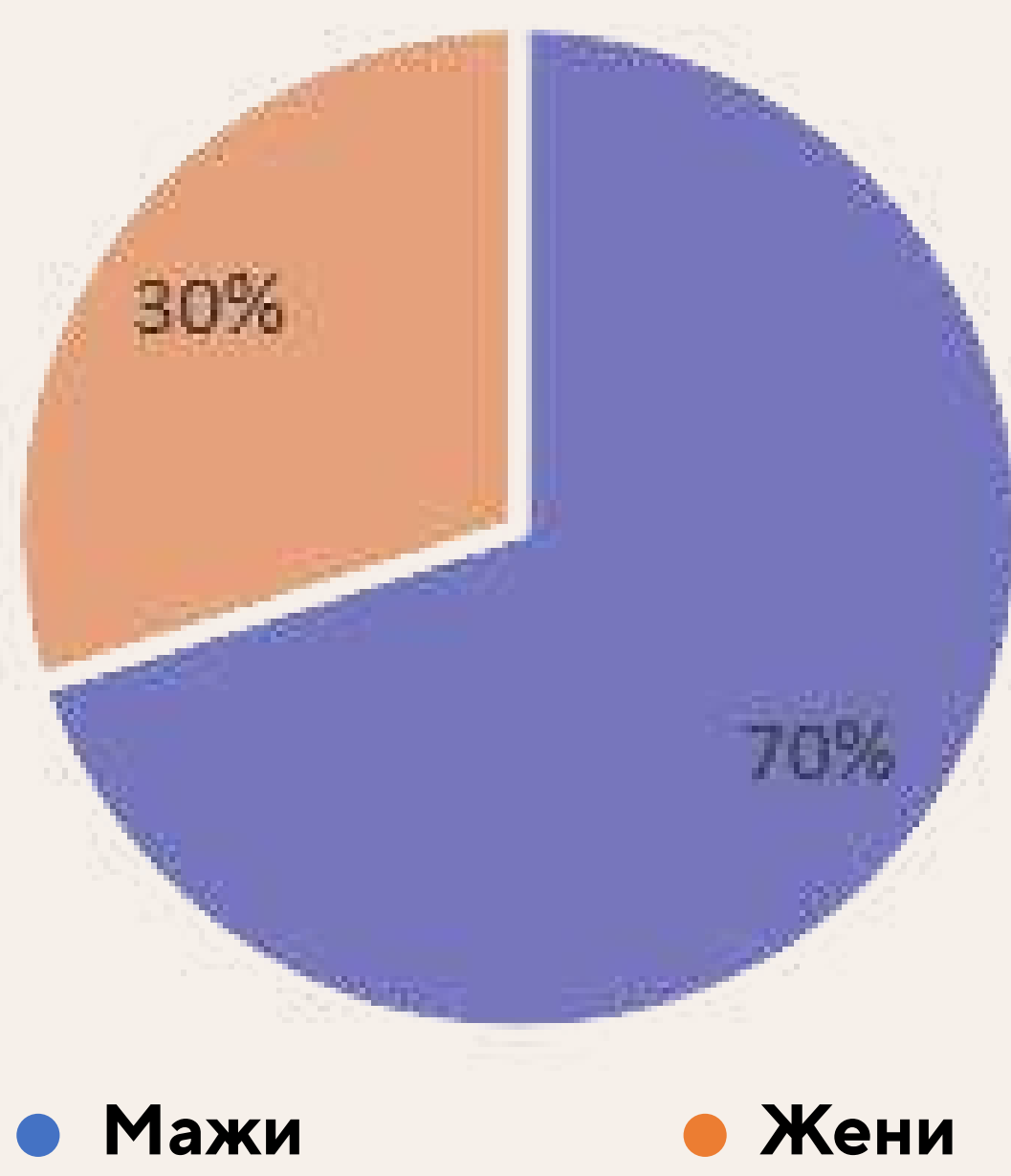
Пример 1: Кружен графикон

Кружниот графикон е вид на графикон во кој кругот е поделен на сегменти кои претставуваат одреден процент од целината. Овој графикон најчесто се користи кога имате едноставни проценти и „парчињата“ од кругот не се премногу. Овој графикон е идеален за прикажување на големината на секој дел како процент од целината. Поделбата на кружниот графикон на премногу „парчиња“ може да создаде забуна. Најдобро е ако го користите во боја. Избегнувајте да користите сиви нијанси затоа што е потешко да се разликуваат „парчињата“ за различни групи.

Родовата застапеност на лидерски позиции



Родова застапеност на лидерски позиции



Овој кружен графикон го покажува процентот на жени и мажи на лидерски позиции во одредена индустрија. Големината на секој сегмент го претставува процентуалниот удел на секој пол во лидерските улоги, нудејќи јасна визуелна споредба на родовата застапеност на високи позиции во одредена индустрија.

Пример 2: Линиски графикон - Тренд на пријавени случаи

Линиски графикон се користи кога се има за цел да се покажат трендови или промени со текот на времето. Еве еден претпоставен пример за податоци на пријавени случаи на родово базирано насилство и семејно насилство во текот на една година:

Месец	Број на случаи
Јануари	50
Февруари	45
Март	55
Април	60
Мај	70
Јуни	65
Јули	75
Август	80
Септември	70
Октомври	85
Ноември	90
Декември	95

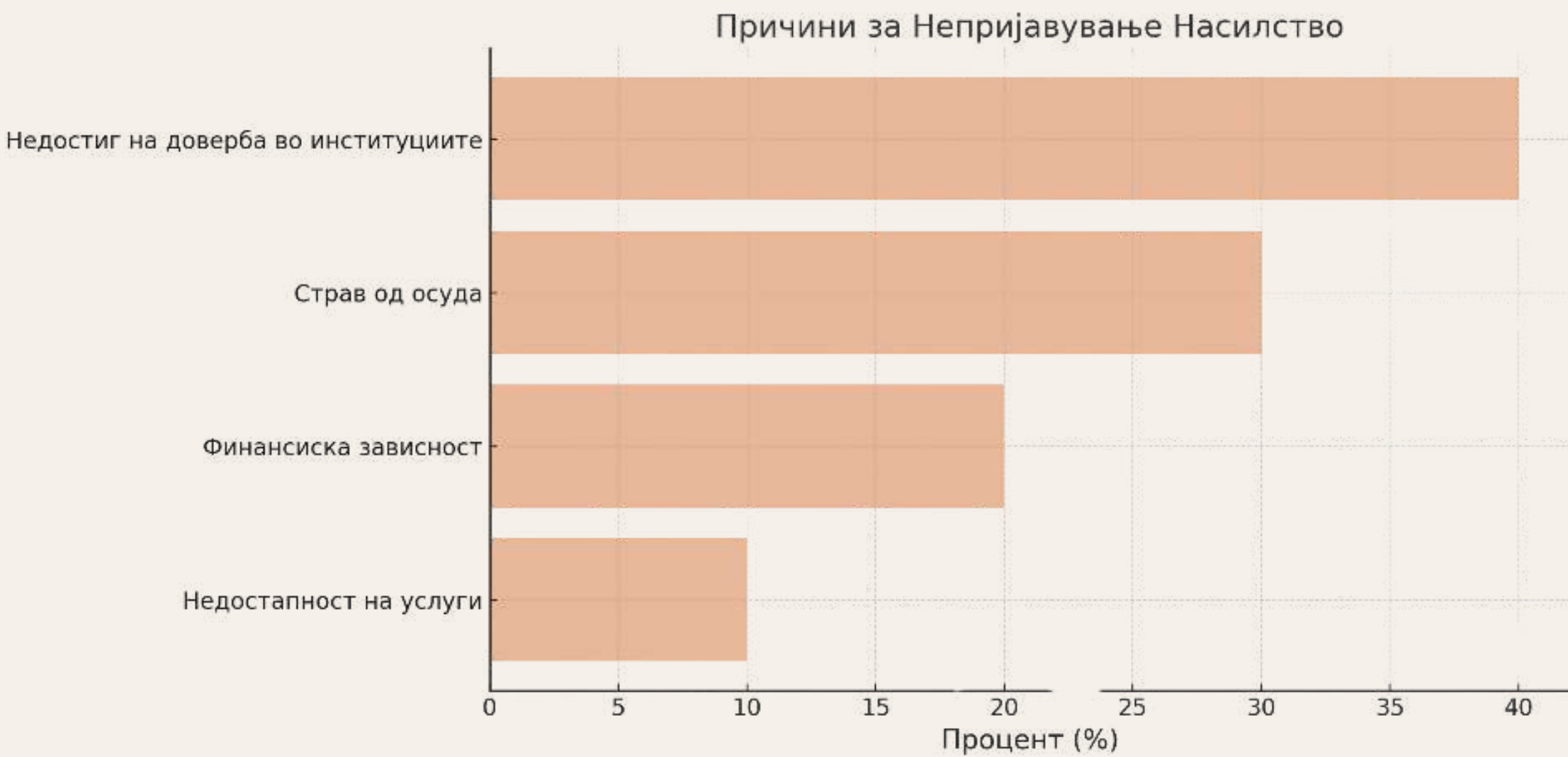


Овој график покажува пораст на случаите во летните и зимските месеци, што може да биде корисно за планирање на кампањи за подигање на свеста во овие периоди

Пример 3: Хоризонтален (лентест) графикон

Подолу дадениот графикон е еден претпоставен пример кој ги прикажува резултатите од истражување на пречките за пријавување на родово базирано насилство и семејно насилство, па така графиконот покажува дека најголем дел од жртвите не пријавуваат поради недостиг на доверба во институциите, што би можело да укаже на потребата за програми што ќе ги подобрат условите за пријавување.

Причини за непријавување	Процент (%)
Недостиг на доверба во институциите	40%
Страв од осуда	30%
Финансиска зависност	20%
Недостапност на услуги	10%



Пример 4: Клучни метрики

Еве еден претпоставен пример за прикажување на клучните метрики, форматирани како табела. Овој приказ им овозможува на гледачите брзо да разберат важни информации, како просечната возраст на жртвите, полот на жртвите, и достапните центри за поддршка. Ваквото резиме може да биде моќен додаток, обезбедувајќи јасен преглед за донесување одлуки и подигнување на свеста.

Просечна возраст на жртвите	32 години
Процент на жени жртви	75%
Процент на мажи жртви	25%
Достапни центри за поддршка	15

Овие метрики ќе дадат краток преглед на состојбата и ќе помогнат за побрзо разбирање на ситуацијата од страна на гледачите. Со овие елементи, табелата може да биде моќна алатка за подигнување на свеста, мобилизирање на ресурси и донесување на одлуки во процесот на застапување.

Комуницирајте ги податоците ефективно

Конечно, треба ефективно да ги комуницирате податоците до вашата публика. Користете јасен и едноставен јазик, избегнувајте жаргон и технички термини, и приспособете ја пораката на нивото на знаење и интерес на вашата публика. Користете привлечни и релевантни формати, како што се графикони, табели, инфографици или приказни, за да ги претставите податоците. Истакнете ги клучните наоди, импликации и препораки што се однесуваат на вашето прашање што го застапувате. Исто така, повикајте на повратни информации и прашања од вашата публика.

ИНФОГРАФИЦИ И ВИЗУЕЛНИ СОДРЖИНИ

Визуелите како инфографици, дијаграми или презентации ефективно ги сумираат клучните податоци и факти, правејќи ги комплексните прашања подостапни. Инфографиците се особено моќни за пренесување на статистики, временски рамки или водичи „чекор по чекор“. Создавањето визуели и нивното објавување на социјалните медиуми, на веб-страници или испраќање преку е-маилови, помага да се одржи пораката конзистентна. Платформите како Canva или Piktochart нудат шаблони за креирање атрактивни визуели без потреба од дизајнерски вештини.

Во продолжение се дадени неколку алатки за визуелизација на податоци за корисници со основни вештини:



- **Canva** - Canva нуди широк спектар на шаблони за графикони, инфографици и други алатки кои се лесни за прилагодување. Може да креирате бар графикони, пити, линии и многу повеќе со функција „влечи и пушти“. Идеална е за креирање визуелно привлечни графики без технички вештини. Нејзиното користење е бесплатно, а граѓанските организации може да побараат од нив и да се регистрираат за бесплатно користење и на понапредните верзии кои ги нуди оваа платформа <https://www.canva.com/>



- **Microsoft Excel** - Excel е одличен за креирање основни визуелизации како бар графикони, линии, пити и сл. Широко е достапен и добро се интегрира со други Microsoft производи.



- **Google Sheets** - Google Sheets има вградени опции за графикони (бар графикони, пити, линии и др.) кои се лесни за користење. Можете да креирате графикони директно од податоците во табелата и да ги прилагодите боите, ознаките и стилот на графиконите. Бесплатна е и достапна онлајн.

- **Piktochart** - Piktochart овозможува корисниците да креираат инфографици, презентации и графикони. Лесен е за користење, со прилагодливи шаблони и има бесплатна верзија. Идеален е за почетници кои сакаат да креираат визуелни содржини. <https://piktochart.com/>
- **Visme - Visme** обезбедува шаблони за графикони, инфографици и презентации. Едноставен е за употреба со функција „влечи и пушти“ и нуди многу опции за прилагодување, што го прави погоден за почетници кои сакаат атрактивни графики. <https://www.visme.co/>
- **Datawrapper** - е едноставна алатка базирана на пребарување, која помага во креирање графикони, мапи и табели. Има различни шаблони и е лесена за користење дури и за почетници. <https://www.datawrapper.de/>

Неколку кратки совети за правење занимливи инфографици

Овие алатки се дизајнирани за лесно користење, со шаблони и функции за „влечење и пуштање“ кои прават визуелизацијата на податоци достапна за почетниците.

Изработката на ефективни инфографици бара добар дизајн, јасна презентација на податоци и интересна приказна. Во продолжение се неколку кратки совети што ќе ви помогнат како да направите занимливи инфографици:

1. Дефинирајте ја целта и публиката

- Идентификувајте ја вашата главна порака што сакате да ја пренесете.
- Одредете која е вашата публика и прилагодете ја содржината според нивните интереси и ниво на знаење.

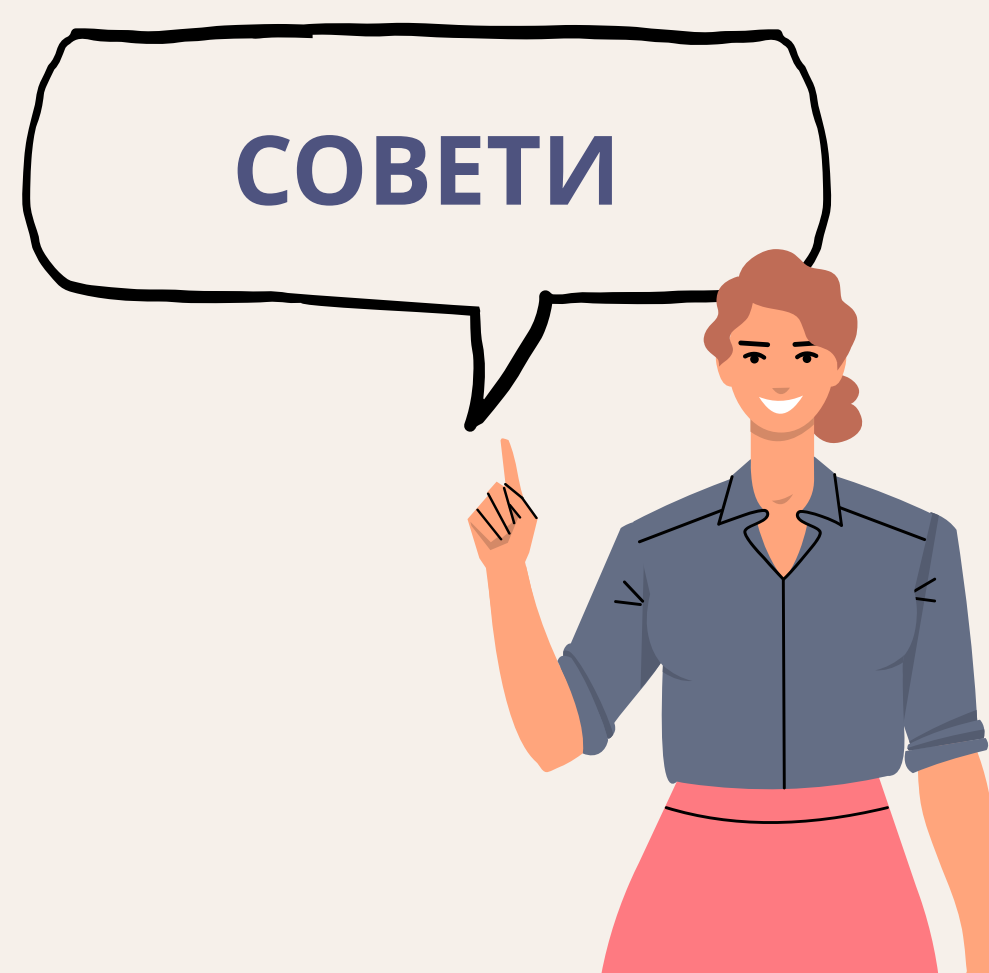
2. Соберете и анализирајте ги вашите податоци

- Соберете релевантни, точни и ажурирани податоци. Осигурете се дека се од доверливи извори, особено ако станува збор за чувствителни теми.
- Анализирајте ги податоците и фокусирајте се на клучните точки што ја поддржуваат вашата приказна. Истакнете ги обрасците, трендовите или значајните бројки.

3. Изберете тип на инфографик

Различни видови инфографици се користат за прикажување на различни податоци и пораки. Постојат повеќе видови на инфографици, а неколку од најкористените се:

- Статистички - Одличен за прикажување на многу податоци, како резултати од анкети или демографски податоци.
- Информативен - Добар за објаснување на процес или концепт.
- Временска линија - Идеален за прикажување на историски податоци или настани со текот на времето.
- Споредба - Корисен за споредување на опции или категории.
- Географски/карта - Добар за прикажување на податоци според региони или локации.



4. Планирајте го распоредот и структурата

- Започнете со основен нацрт или рамка на инфографикот. Одлучете каде ќе оди секој дел и како ќе го водите гледачот низ информациите.
- Структурирајте го логично за да помогнете публиката лесно да ја следи приказната од почеток до крај.

5. Изберете бои и фонтови



- Користете палета на бои која одговара на вашата тема и изгледа визуелно привлечна. Ограничете ја палетата на 3-5 бои за да го одржите изгледот кохерентен.
- За фонтовите, изберете еден или два читливи фонта; користете подебел или поголем фонт за насловите, а помал за детали.

6. Користете визуелни елементи за претставување на податоците

- Графикони и дијаграми - Изберете ги оние што најдобро ги претставуваат вашите податоци и осигурајте се дека се едноставни и јасни.
- Икони и симболи - Користете икони за брзо објаснување на точки и користете ист стил на икони низ целиот инфографик. На пример, користете икони за полови за демографски податоци или знамиња за податоци поврзани со локација.
- Илустрации и слики - Визуелни елементи како слики или илустрации можат да додадат контекст и да го направат инфографикот поинтересен. Користете ги умерено за да избегнете пренатрупаност.

7. Одржувајте го едноставно и фокусирано

- Не ги оптеретувајте инфографиците со премногу податоци, фотографии, информации. Фокусирајте се на суштинските точки и отстранете го сето она што не придонесува за соодветно пренесување на главната порака.
- Користете ги податоците мудро и вклучете ги само највлијателните податоци за да го задржите инфографикот интересен.
- Потрудете се да има баланс помеѓу текстот и визуелни елементи. Премногу текст го намалува ефектот, затоа дозволете визуелните елементи да ја раскажуваат приказната.
- Користете бел простор за да им дадете простор на елементите како и за полесно читање.

8. Преглед и тестирање

- Осигурете се дека сè е точно и јасно. Проверете правопис, граматика и точност на броевите.
- Тестирајте го инфографикот на различни уреди (десктоп, таблет, мобилен) за да се осигурате дека е читлив.
- Прашајте некој од вашето опкружување дали го разбрал инфографикот и пораката што сакате да ја пратите.

9. Споделете и промовирајте



- Споделете го на социјалните мрежи, вградете го во презентации или извештаи, или објавете го на вашата веб-страница. Додадете соодветни тагови или хаштагови за поголем дострел ако го споделувате онлајн.

Со овие чекори, можете да создадете инфографици кои не само што изгледаат добро, туку и ја пренесуваат вашата порака ефективно.

**ПРИМЕР ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ И ЛОБИРАЊЕ
ВО РС МАКЕДОНИЈА ОД СТРАНА НА
НЕФОРМАЛНАТА МРЕЖАТА НА
ГРАЃАНСКИ ОРГАНИЗАЦИИ КОИ
РАБОТАТ ВО ПОЛЕТО НА ЖЕНСКИ ПРАВА**





Краток преглед - Организација на жените на општина Свети Николе, заедно со 6 други локални граѓански организации со кои работи на јакнење на нивните капацитети за застапување и поголема видливост на нивната работа кон јавноста и релевантните чинители спроведе процес на застапување и лобирање за измени и дополнувања на Законот за локална самоуправа. Со цел изворно да покажеме како организациите, за кого и првенствено е наменет овој прирачник, во пракса се вклучени во процес на застапување и лобирање, во продолжение следува краток приказ, практичен пример на застапување. Во продолжение е опишан процесот низ сите фази на застапување, кој што до сега е завршен, кои се планираните идни чекори и што дополнително треба да се направи. Се надеваме дека за успехите и резултатите од застапувањето ќе може да се говори во некоја следна прилика.

Процес на застапување за дополнување на Законот за локална самоуправа во делот на надлежностите на општините за поддршка на родово одговорното буџетирање и поддршка на жртвите на родово базирано и семејно насилство.

Оваа иницијатива произлезе од потребата за јасно дефинирање на улогата и обврските на општините во превенцијата и заштитата од родово базирано насилство и семејно насилство. Преку овој процес на застапување, граѓанските организации и партнерски институции се обидуваат да обезбедат стабилно финансирање и континуирана поддршка за услугите за жртви на родово базирано и семејно насилство, преку буџетите на локалните самоуправи.

Во продолжение е опишано како се одвива процесот на застапување во периодот од јануари до март 2025 година.

Фаза 1: Идентификување на проблемот и дефинирање на целите



Иницијативата произлезе од заедничкиот проблем на локалните женски организации за оддржливост на сервисите и услугите кои ги пружат за жртвите на родово базирано и семејно насилство. Процесот започна со анализа на постоечката национална правна рамка и практиките на финансирање на сервисите за жртви на родово базирано насилство. Беше направена кратка канцелариска анализа на Законот за локална самоуправа од 2002 година, Законот за спречување и заштита од насилство врз жените и семејното насилство, Законот за социјална заштита, Акцискиот план за спроведување на Програмата за одржлив локален развој и децентрализација 2021 - 2026, за периодот 2024 - 2026. Исто така беше направен преглед и на меѓународните инструменти кои РС Македонија ги има потпишано и ратификувано и истите има обврска да ги почитува и применува. Па така, беше разгледана и Конвенцијата на Советот на Европа (СоЕ) за спречување и борба против насилството врз жените и домашното насилство (попозната како Истанбулска конвенција). Беше направена и кратка анализа за тоа како други држави ги регулираат овие прашања, беа разгледани извештаи, анализи и сл.

Беше направено и кратко онлајн истражување со прашалник кој беше испратен до неколку локални граѓански организации кои работат на оваа проблематика да одговорат како се финансираат, дали добиваат средства од локалните самоуправи, доколку добиваат од кои програми и буџетски линии се истите, колкава е висината на тие средства, дали е редовно финансирањето, дали е доволно и сл.

Дополнително, беше направен краток преглед на финансиските практики во различни општини, за да се покаже дека моменталниот систем на финансирање е нестабилен и зависи од политичката волја на локалните власти.

Главните заклучоци беа следните:

- Во актуелниот Законот за локална самоуправа од 2002 година, (чл. 21 и 22) не постои конкретна надлежност на општините за поддршка на сервисите за жртви на родово-базирано насилство или воопшто препознавање на родово базираното насилство под ингеренции на локалните самоуправи.
- Согласно Законот за социјална заштита од 2019 година, член 144, Министерството обезбедува средства за развивање и давање социјални услуги од општините, под услови и во постапка утврдени со законот.
- Согласно Законот за спречување и заштита од насилство врз жените и семејното насилство, општините покрај креирањето на локални политики и програми за заштита на жените жртви на родово-базирано насилство и жртвите на семејното насилство, можат да воспоставуваат центри за згрижување на жртви, советувашишта за жртви, советувашишта за сторители и други услуги за превенција од родово-базирано насилство и заштита на жените жртви на родово-базирано насилство и жртвите на семејното насилство согласно со Законот за социјалната заштита
- Во извештајот на ГРЕВИО од 2023 година се нотира проблемот со финансирањето и следењето на финансиските алокации поврзани со имплементацијата на Конвенцијата.
- Практиката покажува дека општините, кога и ако финансираат вакви сервиси, тоа го прават преку различни програми без стабилна буџетска поддршка (најчесто преку програми за локален економски развој, родова еднаквост или иницијативи на градоначалникот). Општините согласно своите финансиски можности и покрај тоа што немаат посебна буџетска линија согласно Законот за локална самоуправа и буџетскиот циркулар, за да одговорат на потребите на локалното население согласно законските обврски од Законот за спречување и заштита од насилство врз жените и семејното насилство, во текот на изминатите години одвојуваат средства од различни буџетски ставки за поддршка на сервиси за жртви на родово-базирано насилство. Најчесто средствата се одвојуваат или од програмата А – совет; програма Д – градоначалник; програма Г – локален економски развој или програма Џ – родова еднаквост.
- Ваквиот начин на поддршка не одговара на потребите на жртвите бидејќи не се обезбедува стабилност и одржливост на сервисите обезбедени од страна на општината (најчесто во соработка со невладините организации) бидејќи различни општини, од различни програми ги поддржуваат активностите како на пример од програмите на градоначалникот, од програмата за локален економски развој, од програмата за еднакви можности и сл.

Главната цел на иницијативата беше да се даде предлог до надлежните институции при подготовката на измените и дополнувањата на Законот за локална самоуправа, со кој ќе се побара да се дополнат надлежностите на локалните самоуправи со што ќе се допрецизираат обврските на општините согласно Законот за спречување и заштита од насилство врз жените и семејното насилство и Законот за социјална заштита.



Фаза 2:

Мобилизација и градење коалиција



За да се зајакне оваа иницијатива, беа вклучени повеќе локални женски организации и граѓански здруженија од различни општини, меѓу кои: Организација на жените на Свети Николе (како носител на иницијативата), Организација Жена Делчево, Здружение за еднакви можности ЛИЛЛА СИЛА Битола, Здружение за родова еднаквост Визија Кавадарци, Организација на жените на Пехчево, Организација на жените на Општина Велес, Здружение за социјални иновации и одржлив развој РАДАР.

Беа спроведени неколку активности за мобилизација и тоа:

- Консултации со невладини организации – Организирани се кратки истражувања, состаноци за да се соберат податоци за моменталната состојба со финансирањето на засолништата и советувањата.
- Мапирање на клучни актери – Анализа на општините кои веќе поддржуваат сервиси за жртви и кои институции имаат моќ да влијаат на законските измени.
- Подготовка на заедничко писмо за поддршка – Собирање потписи од различни организации за да се покаже поширока поддршка за измените.

Фаза 3: Подготовка на иницијатива



Беше подготвен конкретен предлог за измена на член 22 од Законот за локална самоуправа, кој вклучуваше два можни модели:

да се додаде во делот на надлежности, односно да се специфицира надлежност поврзана со родово базирано насилство која може да се изведе на два начина:

воведување на посебна надлежност на општините за превенција на родово базирано насилство и обезбедување на сервиси за жртви на родово базирано насилство и семејно насилство која би гласела: **Спречување и заштита од насилство врз жените и семејното насилство: мерки за превенција од родово-базирано насилство врз жените и семејното насилство, заштита на жените од родово-базирано насилство и семејното насилство, меѓусебната координација на институциите и организациите, услугите за заштита на жртвите и собирањето на податоци за родово-базирано насилство врз жените и семејното насилство.**

- Или

Дополнување на описите на надлежностите од чл.22. став 7 кој се однесува на Социјалната заштита да се дополни и да гласи: „Социјалната заштита и заштита на децата - детски градинки и домови за стари (сопственост, финансирање, инвестиции и одржување) и превенција на родово базирано насилство и обезбедување на сервиси за жртви на родово базирано насилство и семејно насилство; остварување на социјална грижа за инвалидните лица; децата без родители и родителска грижа; деца со воспитно-социјални проблеми; деца со посебни потреби; децата од еднородителски семејства; децата на улица; лицата изложени на социјален ризик; лицата засегнати со злоупотреба на дрога и алкохол; жените жртви на родово-базирано насилство и жртвите на семејното насилство; подигање на свеста на населението; домување на лица со социјален ризик; остварување на право и воспитување на децата од предучилишна возраст. Вршењето на овие надлежности се во согласност со Националната програма за развој на социјалната заштита;

Во делот на финансирање да се додаде дека од буџетите на општините, општините во градот Скопје и градот Скопје за активности поврзани со превенција на родово базирано насилство и обезбедување на сервиси за жртви на родово базирано насилство, се издвојуваат средства во висина од најмалку 0,05-0,09% од планираниот општински буџет на годишно ниво.

Фаза 4: Лобирање и застапување



- Средби со носители на одлуки: Министерство за локална самоуправа, Градоначалници и општински совети, Клуб на пратенички во Собранието на РС Македонија
- Средба/комуникација со академска средина и со експерти за оваа проблематика
- Испраќање на официјално писмо со барање за вклучување на посебна линија во надлежностите на општините поврзана со обврските од Законот за спречување и заштита од насилство врз жените и семејното насилство
- Јавно претставување на иницијативата на јавна средба/консултациски процес организиран од страна на Министерството за локална самоуправа
- Јавна кампања – Преку инфографици, медиумски објави и јавни дебати, се подига свеста за значењето на овие законски измени.

Фаза 5: Следење на напредокот и наредни чекори



- Мониторинг на институционалната реакција – Ќе се следи дали иницијативата ќе влезе во предлог-законските измени на Законот за локална самоуправа
- Продолжување на лобирањето – Планирани се дополнителни средби со министерствата и локалните власти за да се осигура поддршка за измените

Доколку предлогот не биде прифатен во целост, следни можни чекори се:

- Поднесување на иницијатива преку парламентарна процедура.
- Кампања за зголемување на јавниот притисок и медиумска промоција.
- Алтернативни предлози за финансирање (преку фондови, грантови).

Клучни пораки и успеси

- Иницијативата успеа да привлече широка поддршка од граѓанските организации и локалните заедници.
- Воспоставена е соработка со институции кои можат да ја поддржат законската измена.
- Процесот на застапување покажа дека општините веќе издвојуваат средства, но без јасен правен основ, што ја зајакнува аргументацијата за измена на Законот.

Следни чекори

Следните чекори вклучуваат континуирано следење на процесот, дополнителни средби со носителите на одлуки и зголемување на јавната поддршка преку медиумски и граѓански акции.

ПРИЛОГ 1 ПОИМНИК - ДЕФИНИЦИИ НА ТЕРМИНИ И ПОИМИ КОИ СЕ КОРИСТАТ ВО ПРИРАЧНИКОТ



Политика или политиканство (на англиски politics), доаѓа од грчкиот збор πολιτικός, “од, за, или поврзано со граѓаните”), е процес со кој различни групи на засегнати страни се обидуваат да носат колективни одлуки. Политиката се однесува на начинот на кој се води државата или одредено подрачје, особено како луѓето или партиите се борат за власт и влијание. Фокус: Политиката е за тоа како се стекнува и користи моќта и влијанието. Пример: Избори, политички кампањи, и преговори меѓу партиите.

Политиките (од англискиот policy) најчесто се опишуваат како принцип или сет на правила кои насочуваат одлуки и постигнуваат рационални и предвидливи резултати. Други дефиниции за политиките се:

–“..... процес низ кои владите и/или локалните власти ги преточуваат своите политички визији во програми и активности за да испорачаат резултати – посакувани промени во општеството...”

–“.....насоки и резултати кон кои сакаме да се придвижуваме и да ги избегнеме оние кои не ги сакаме...”

–“.....одлука на властите дали и како одредено прашање ќе се решава...”

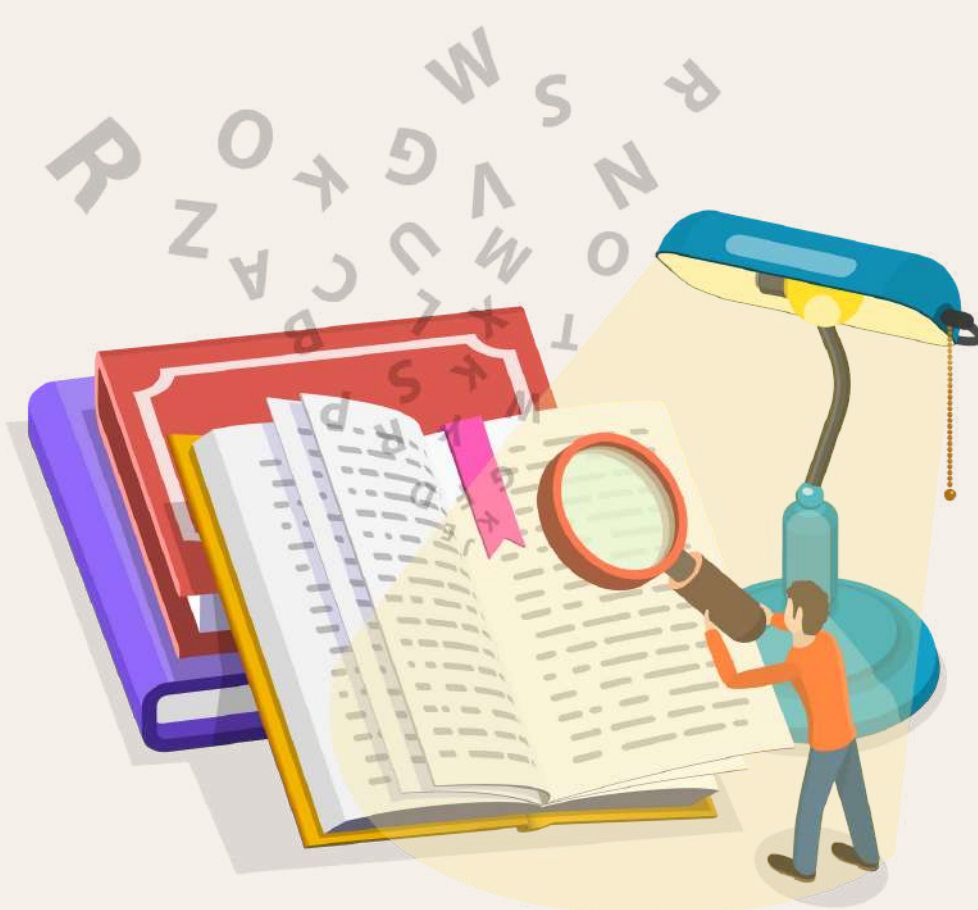
Политиките се планови или правила што владата или организациите ги донесуваат за да решат одредени проблеми или да постигнат одредени цели.

Фокус: Политиките се однесуваат на конкретни решенија или насоки за акција.

Пример: Закони за заштита на животната средина, здравствени правила, или образовни програми.

Родова интеграција подразбира (ре)организација, унапредување, развој и евалуација на политичките процеси, со цел перспективата за родова рамноправност да се вклучи во сите политики, на сите нивоа и во сите фази (**градење, донесување, спроведување, следење и евалуација на политики**), од страна на чинителите кои вообичаено се вклучени во креирањето на политиките.

Родовата интеграција вклучува **идентификување на потребата од промена** во агендата на сите политики, програми, активности, а **целта е идентификување, препознавање и решавање на недостатоците во родовата рамноправност со соодветни мерки: родово сензитивни активности и афирмативни акции во корист на обесправената страна.**



Во продолжение се дадени извадоци од дел од националната и дел од меѓународната легислатива каде се дефинирани најголем број од термините и поимите кои се релевантни за оваа област.

ДЕФИНИЦИИ НА ПОИМИ СОГЛАСНО ЗАКОНОТ ЗА РАБОТНИТЕ ОДНОСИ¹³

- Под „**вознемирување**“, ЗРО го определува секое несакано однесување предизвикано од некој од случаите од членот 6 на овој закон (според дискриминаторските основи) кое има за цел или претставува повреда на достоинството на кандидатот за вработување или на работникот, а кое предизвикува страв или создава непријателско, понижувачко или навредливо однесување.



- Под „**полово вознемирување**“, ЗРО го подразбира секое вербално, невербално или физичко однесување од полов карактер кое има за цел или претставува повреда на достоинството на кандидатот за вработување или на работникот, а кое предизвикува страв или создава непријателско, понижувачко или навредливо однесување.



- Под „**мобинг**“ ЗРО го определува „секое негативно однесување од поединец или група кое често се повторува (најмалку во период од шест месеца), а претставува повреда на достоинството, интегритетот, угледот и честа на вработените лица и предизвикува страв или создава непријателско, понижувачко или навредливо однесување, чија крајна цел може да биде престанок на работниот однос или напуштање на работното место“.



¹³[https://mtsp.gov.mk/content/pdf/trud_2017/pravilnici/16,11-](https://mtsp.gov.mk/content/pdf/trud_2017/pravilnici/16,11-%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%9E%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B8.pdf)

[-%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%9E%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B8.pdf](https://mtsp.gov.mk/content/pdf/trud_2017/pravilnici/16,11-%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%9E%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%B8.pdf)

ДЕФИНИЦИИ НА ПОИМИ СОГЛАСНО ЗАКОНОТ ЗА ЗАШТИТА ОД ВОЗНЕМИРУВАЊЕ НА РАБОТНОТО МЕСТО¹⁴

- Согласно ЗЗВРМ, под психичко вознемирување на работно место, се подразбира секое негативно однесување од поединец или група кое се повторува, континуирано и систематски, претставува повреда на достоинството, интегритетот, угледот и честа на вработениот и предизвикува чувство на страв или создава непријатност, пониженост, чија крајна цел може да биде повреда на физичкото и менталното здравје, компромитирање на професионалната иднина на вработениот, престанок на работниот однос или напуштање на работното место.



- ЗВРМ, чл.5, став 1.

ДЕФИНИЦИИ НА ПОИМИ СОГЛАСНО ЗАКОНОТ ЗА СПРЕЧУВАЊЕ И ЗАШТИТА ОД НАСИЛСТВО ВРЗ ЖЕНИТЕ И СЕМЕЈНОТО НАСИЛСТВО¹⁵

Поимник- член 3

- „Насилство врз жените“ е кршење на човековите права, дискриминација врз жените и ги означува сите дејствија на родово-базирано насилство што доведуваат или веројатно ќе доведат до физичка, сексуална, психичка или економска повреда или страдање на жените, вклучувајќи и директни и индиректни закани и заплашување за такви дејствија, изнуда, произволно ограничување и/или лишување од слобода, без оглед дали се случуваат во јавниот или приватниот живот;
- „Родово-базирано насилство врз жените“ е насилство насочено против жената затоа што е жена или коешто несразмерно ја погодува. Родово-базираното насилство врз жените ги опфаќа причините и резултатот од нееднаквиот однос на моќта помеѓу жените и мажите како резултат на општествен, а не индивидуален проблем. Родово-базираното насилство врз жените се однесува и на насилството врз жените дефинирано во точките 1) и 3) на овој член;
- „Сексуално вознемирување“ е секое вербално, невербално или физичко однесување од сексуална природа што има за цел или последица повреда на достоинството на лицето, особено кога се создава заканувачка, непријателска, деградирачка, понижувачка или навредлива средина;

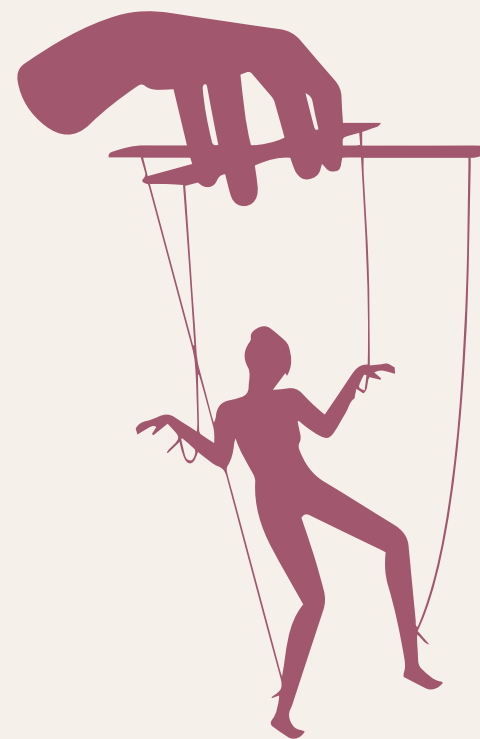


¹⁴[https://www.mtsp.gov.mk/content/pdf/trud_2017/pravilnici/16,,11-](https://www.mtsp.gov.mk/content/pdf/trud_2017/pravilnici/16,,11-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%97%D0%B0%D1%88%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%92%D0%BE%D0%B7%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%9C%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE.pdf)

https://www.mtsp.gov.mk/content/pdf/trud_2017/pravilnici/16,,11-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%97%D0%B0%D1%88%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%92%D0%BE%D0%B7%D0%A0%D0%B0%D0%B1%D0%9C%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE.pdf

¹⁵<https://www.mtsp.gov.mk/content/pdf/2021/1a28a922f364401e94935d4d694b9d75.pdf>

- „Сексуално вознемирување преку интернет“ е секое вербално, невербално или друго постапување од сексуална природа, што има за цел или последица, повреда на достоинството или создавање на заканувачка, непријателска, понижувачка или застрашувачка средина, пристап или практика, преку електронските средства за комуникација;
- „Присилна контрола врз жените“ е злоупотреба на моќ, употреба на закани, сила или други форми на присила, измама или погрешно прикажување со цел да се контролира однесувањето и животот на жените.



ДЕФИНИЦИИ НА ПОИМИ СОГЛАСНО ЗАКОН ЗА СПРЕЧУВАЊЕ И ЗАШТИТА ОД ДИСКРИМИНАЦИЈА¹⁶

Член 10 Вознемирување



- (1) Вознемирувањето претставува несакано постапување кон лице или група лица врз дискриминаторски основи што има за цел или последица, повреда на достоинството или создавање на заканувачка, непријателска, понижувачка или застрашувачка средина, пристап или практика
- (2) Сексуално вознемирување е каков било облик на несакано вербално, невербално или физичко постапување од сексуална природа, што има цел или последица, повреда на достоинството или создавање на заканувачка, непријателска, понижувачка или застрашувачка средина, пристап или практика.

Член 11 Виктимизација



Виктимизација претставува трпење на штетни последици од страна на лице поради преземање дејства за заштита од дискриминација, односно пријавило дискриминација, почнало постапка за заштита од дискриминација, сведочело во текот на постапката или на друг начин учествувало во постапка за заштита од дискриминација

Член 13 Потешки облици на дискриминација



Како потешок облик на дискриминација, во смисла на овој закон, се смета повеќекратна дискриминација, интерсекциска дискриминација, повторена дискриминација и продолжена дискриминација.

¹⁶<https://www.mtsp.gov.mk/content/%D0%97%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%20%D0%B7%D0%B0%20%D1%81%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%87%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%9A%D0%B5%20%D0%B8%20%D0%B7%D0%B0%D1%88%D1%82%D0%B8%D1%82%D0%B0%20%D0%BE%D0%B4%20%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%98%D0%B0.pdf>

ДЕФИНИЦИИ НА ПОИМИ СОГЛАСНО КРИВИЧЕН ЗАКОНИК¹⁷

ДЕМНЕЊЕ

ЧЛЕН 144-А

Тој што повторено неовластено друг следи, прогонува или со него воспоставува или настојува да воспостави од него несакан контакт со движење во просторот каде се наоѓа тоа лице, со злоупотреба на користење на личните податоци, со користење на средства за јавно информирање или други средства за комуникација, или на друг начин психички го злоставува, вознемирува или застрашува и со тоа ќе предизвика чувство на несигурност, вознемиреност или страв за неговата сигурност или сигурноста на нему блиско лице, ќе се казни со парична казна или со затвор до три години.

(1) Ако делото од ставот (1) на овој член е сторено спрема лице со кое сторителот е или бил во интимна врска или спрема дете, ќе се казни со затвор од шест месеци до пет години.

Гонењето за делото од ставот (1) на овој член се презема по предлог.



ДЕФИНИЦИИ НА ПОИМИ СОГЛАСНО КОНВЕНЦИЈА ЗА НАСИЛСТВО И ВОЗНЕМИРУВАЊЕ БР.190 -МЕЃУНАРОДНА ОРГАНИЗАЦИЈА НА ТРУДОТ (ILO)¹⁸

- а) поимот „насилство и вознемирување“ во светот на работата се однесува на низа неприфатливи однесувања и практики, или закани за нив, без оглед на тоа дали се еднократни или повторени, што имаат за цел или резултираат со, или веројатно би резултирале со, физички, психолошки, сексуални или економски повреди и штети, и вклучува родово базирано насилство и вознемирување.
- (б) поимот „родово базирано насилство и вознемирување“ значи насилство и вознемирување што се насочени кон лицата поради нивниот пол или род, или несразмерно погаѓаат лица од определен пол или род и вклучува полово вознемирување.

Опсег на МОТ конвенцијата (чл.2).

- Оваа конвенција ги заштитува работниците и другите лица во светот на работата, вклучувајќи ги вработените како што се дефинирани со националното право и практика, како и лицата што работат независно од својот договорен статус, лицата на обука, вклучувајќи ги стажантите и практикантите, работниците чишто работни односи престанале, волонтери, баратели на работа и кандидати за вработување, и лицата што вршат овластувања, должности или одговорности на работодавач.
- Оваа конвенција се применува за сите сектори, без оглед на тоа дали се приватни или јавни, како во формалната, така и во неформалната економија, и независно од тоа дали се во урбани или рурални подрачја.

¹⁷ЕНЕР | Кривичен законик (ener.gov.mk)

¹⁸https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_836134.pdf

САЈБЕР-БУЛИНГ -МОТ

- Сајбер-булинг може да се дефинира како агресивно однесување што е насочено кон поединечна или група жртви преку користење на информатичко-комуникациските технологии во контекст на работата (СМС пораки, слики/видео клипови, телефонски повици, електронска пошта, електронски платформи, вебсајт/онлајн форуми, социјални мрежи и др.



КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. „A business guide to development actors”, WBCSD’s Sustainable Livelihoods Project, 2004
2. Alan Andersen, Marketing Social Change: Changing Behavior to promote Health, Social Development and the Environment (San Francisco: Jossey – Bass), 1995
3. Costanza de Toma , Advocacy Toolkit: Guidance on how to advocate for a more enabling environment for civil society in your context, Open forum for CSO Development Effectiveness, 2012
4. Felner Eitan, A new frontier in economic and social rights advocacy? Turning quantitative data into a tool for human rights accountability, Sur- journal on human rights vol. 5, no. 9, 2008
5. “Guide to Engaging with Non-Governmental Organizations”, Business for Social Responsibility (2001)
6. Human rights for human dignity : A primer on economic, social and cultural rights, Amnesty International, 2005
7. Investing for sustainable development: Getting the conditions right, Sustainable Livelihoods publication, July 2002
8. Isabelle Dorenkamp & Renate Buber, Marketing Awareness in NGOs: Necessary Evil or Basic Principle to Meet the Stakeholders’ Needs?, Vienna University of Economics and Business Administration, 2009
9. Jouwert van Geene, Participatory Capacity Building, A Facilitator’s Toolbox for Assessment and Strategic Planning of NGO Capacity, for The Institute of Cultural Affairs – Zimbabwe, 2003
10. Marketing Strategies used by NGOs, SIES College of Management Studies Idea Research Paper Series , 2006
11. National Guidebook for Macedonian NGOs on Advocacy and Lobbying, Business and Strategies in Europe with COWI A/S and MCMS, 2005
12. Putting Partnerships to Work: Strategic Alliances for Development between Government, the Private Sector and Civil Society. Edited by Michael Warner, Overseas Development Institute (ODI) and Rory Sullivan, Insight Investment. (2004)
13. Social Marketing: A Resource Guide, NY Turning Point Initiative, January 2002.
14. Tennyson Ros, Managing Partnerships: Tools for Mobilizing the Public Sector, Business and Civil Society as Partners in Development. IBLF ,1998
15. The 21st Century NGO: In the Market for Change. Sustainability, UNEP and the Global Compact (2003)
16. “To have and have not- Resource Governance in the 21st Century”, Memorandum by Heinrich Boll Stiftung, February 2008
17. Wyatt Marilyn, A handbook of NGO Governance , European Center for Not-for-Profit Law, 2004
18. Управување со граѓански организации Практични алатки за анализа на организациски развој, Проект ТАКСО, спроведен од конзорциум предводен од СИПУ интернационал, 2011
19. Практичен водич за организациски развој на граѓанските организации, Проф. Д-р. Лазар Јовевски, М-р Милан Петковски, дипл. инж по ЗПР Весна Ристовска, Македонско здружение за заштита при работа, Скопје, 2018
20. Прирачник за спроведување истражување за застапување, Трпевска Снежана, Институт ПЕСИС, 2017.
21. „Javno zastupanje u lokalnoj zajednici za poboljšanje položaja nevladinih organizacija” Radić Dudić, Radmila; Velat, Dubravka; Dereta, Miljenko; Britanska ambasada Beograd & Freedom House, Beograd (2006)

- 22.N/A (2014). An Advocacy Toolkit: Part 3. (Publisher details not provided).
- 23.N/A (2014). An Advocacy Toolkit: Part 3. (Publisher details not provided). (Duplicate document)
- 24.Sharma, Ritu R. (N/A). An Introduction to Advocacy - Training Guide. Support for Analysis and Research in Africa (SARA), Health and Human Resources Analysis for Africa (HHRAA), USAID, Africa Bureau, Office of Sustainable Development.
- 25.„Прирачник за спроведување истражување за застапување“, Снежана Трпевска, Институт ПЕСИС, 2017
- 26.“Javno zastupanje u lokalnoj zajednici za poboljšanje položaja nevladinih organizacija”, Radmila Radić Dudić, Dubravka Velat, Miljenko DeretaBritanska ambasada Beograd & Freedom House, 2006
- 27.“An Introduction to Advocacy - Training Guide”; Ritu R. Sharma; Support for Analysis and Research in Africa (SARA), Health and Human Resources Analysis for Africa (HHRAA), USAID, Africa Bureau, Office of Sustainable Development
- 28.“Priručnik - Zagovaranje i medijsko djelovanje iz ugla novinarke”; Tina Popović; Medijska asocijacija Jugoistočne Evrope (MAJE), Media Association of South-East Europe (MASE), 2023
- 29.“Priručnik za zagovaračke kampanje prema kompanijama”; Prof. Dr. Samir Lemeš, Dajana Cvjetković; Centar za promociju civilnog društva; 2020
- 30.“An Introduction to Advocacy - Training Guide”; Ritu R. Sharma; Support for Analysis and Research in Africa (SARA), Health and Human Resources Analysis in Africa (HHRAA), USAID
- 31.“Strategija javnog zagovaranja”; Jelena Vujović, Tomo Zorić; Udruženje tužilaca i zamenika javnih tužilaca Republike Srbije; 2011
- 32.“Priručnik za zagovaranje za udruženja i građane u BiH”; Transparency International BiH; 2022
33. “An Advocacy Toolkit - The Education We Want”; James Edleston, Dan Smith, Sumaya Saluja, David Crone, Chernor Bah, Emily Laurie; Plan International, A World at School, Youth Advocacy Group
34. “Zagovaranje i lobiranje”; Perpetuum Mobile – Institut za razvoj mladih i zajednice
35. “Zagovaranje i uticanje na politike za ostvarivanje društvenih promjena”; Ger Roebeling, Jan de Vries; TACSO (Technical Assistance for Civil Society Organizations); 2011
36. „Прирачник за застапување и лобирање“; Зоран Илиески, Маја Иваноска Крстевска, Томислав Гајтаноски; Асоцијација за едукација Младиинфо Интернационал, Скопје; 2014
37. „Прирачник за застапување засновано на податоци“; Д-р Ана Блажева, Д-р Јордан Шишовски, Д-р Бранимир Јовановиќ, Д-р Калина Лечевска, Д-р Викторија Боровска, Д-р Артан Садику; Институт за општествени и хуманистички науки – Скопје; 2016
38. „Застапување и влијание врз политиката за општествена промена“; Thomas Lewinsky, Amna Muharemović; Техничка поддршка за граѓанските организации – регионална канцеларија на ТАКСО; 2011
39. „Како да планирате и водите кампања за застапување и лобирање“; Центар за неформално образование – ТРИАГОЛНИК, ПРОНИ Брчко, Форум МНЕ, ЕРИКА; 2012
40. „Прирачник за застапување за локални организации и новинари“; Димитар Спасеноски; Граѓанската асоцијација МОСТ; 2018

41. „Прирачник за анализа на јавни политики, подготовка на документи за јавни политики и застапување и комуницирање на препораки за јавни политики во Поглавје 20“; м-р Златко Симоновски, д-р Марија Ристеска; Фондација за менаџмент и индустриско истражување; 2018
42. „Родовата еднаквост во пристапувањето кон ЕУ: Прирачник за застапување“; Боби Бадаревски; Здружение за унапредување на родовата еднаквост Акција Здруженска – Скопје; 2016
43. “Advocating for Children’s Rights and Well-Being: An Interfaith Approach”; Arigatou International; Prayer and Action for Children & Global Network of Religions for Children
44. “Arigatou International Advocacy Guide”; Arigatou International; Prayer and Action for Children & Global Network of Religions for Children; 2020
45. “An Advocacy Toolkit: The Education We Want”; James Edleston, Dan Smith, Sumaya Saluja, David Crone, Chernor Bah, Emily Laurie; Plan International, A World at School, Youth Advocacy Group
46. “Toolkit 2 - Education Advocacy Resources”; Plan International & Youth Advocacy Group
47. “Toolkit 3 - Advocacy Planning and Implementation”; Plan International & Youth Advocacy Group;

ИЗДАВАЧ:

**ОРГАНИЗАЦИЈА НА ЖЕНИТЕ НА
ОПШТИНА СВЕТИ НИКОЛЕ**

АВТОРКИ:

**ГОРДАНА НЕСТОРОВСКА
КАТЕРИНА КОНЕСКА ТАНКОСИЌ**

КО-АВТОРКА И УРЕДНИЧКА:

ЈАСМИНА ТРАЈЧЕВА

ДИЗАЈН И КОРИЦА:

СТЕФАНИЈА АРСОВА

СВЕТИ НИКОЛЕ, 2025

**„ОВОЈ МАТЕРИЈАЛ Е ЦЕЛОСНО ИЛИ ДЕЛУМНО ФИНАНСИРАН ОД UK
INTERNATIONAL DEVELOPMENT НА ОБЕДИНЕТОТО КРАЛСТВО И THE KVINNA
TILL KVINNA FOUNDATION ОД ШВЕДСКА, КОИ НЕ МОРА ДА СЕ СОГЛАСУВААТ СО
МИСЛЕЊАТА ИЗРАЗЕНИ ВО НЕГО. САМО АВТОРКИТЕ СЕ ОДГОВОРНИ ЗА
СОДРЖИНАТА“.**

