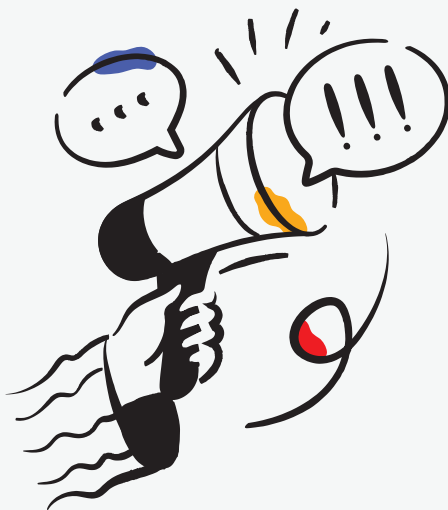


Застапување и масовно лобирање во динамично и технолошко опкружување

Водич за застапување и масовно лобирање за заштита
на децата од сексуална злоупотреба преку интернет



Застапување и масовно лобирање
во динамично и технолошко опкружување
*Водич за застапување и масовно лобирање за заштита
на децата од сексуална злоупотреба преку интернет*

Прва детска амбасада во светот Меѓаши

„Застапување и масовно лобирање во динамично и технолошко опкружување: Водич за застапување и масовно лобирање за заштита на децата од сексуална злоупотреба преку интернет“ е изработен со поддршка на регионалниот проект “SMART Balkans – Civil Society for Shared Society in the Western Balkans”, кој го спроведуваат Centar za promociju civilnog društva (CPCD), Center for Research and Policy Making (CRPM) и Institute for Democracy and Mediation (IDM), а финансиски е поддржан од Министерството за надворешни работи на Кралството Норвешка (NMFA).

Содржината на „Застапување и масовно лобирање во динамично и технолошко опкружување: Водич за застапување и масовно лобирање за заштита на децата од сексуална злоупотреба преку интернет“ е единствена одговорност на спроведувачите на проектот и не секогаш ги одразува ставовите на Министерството за надворешни работи на Кралството Норвешка (NMFA) ниту на конзорциумот на SMART Balkans.

Автор

Јорданка Ч. Трајкоска

Издавач

**Прва Детска Амбасада во Светот Меѓаши -
Република Македонија**

Графичка подготовка

**Стојан Стојчевски
Југен Капитал ДООЕЛ, Скопје**

Печатење:

**ВИНСЕНТ ГРАФИКА
Жељко и други ДОО, Скопје**

Година и место на издавање

Скопје, 2025

© Сите права задржани.

Ниту еден дел од ова издание не смее да се репродуцира, складира или пренесува во било каква форма без писмена согласност од издавачот.



Застапување и масовно лобирање
во динамично и технолошко опкружување
*Водич за застапување и масовно лобирање за заштита
на децата од сексуална злоупотреба преку интернет*

Прва детска амбасада во светот Меѓаши



Содржина

Вовед	7
Застапување наспроти лобирање: дефинирање на термините	8
Поместување и подем кон дигиталното лобирање и застапување	12
За водичот	17
Предмет, цел и целна група на лобирањето за заштита на децата од сексуална злоупотреба на интернет	18
Алатки за лобирање со примери.....	25

Вовед

Застапување наспроти лобирање: дефинирање на термините

Овие два термини честопати се употребуваат заедно. Иако се блиски, меѓу овие два термина постојат и значајни разлики. Да почнеме со нивно дефинирање.

Застапувањето (во англискиот јазик *advocacy*) општо дефинирано значи ангажирање на знаењето и вештините во насока на предизвикување определени општествени промени. Со други зборови, застапувањето значи бранење на определена кауза или идеја, без разлика дали станува збор за заштита на животната средина, или на правата на децата или на изобилство други прашања кои го засегаат животот на луѓето. Не постои ограничување на опсегот на активностите на застапување кое едно лице или организација може да ги прави. Застапувањето значи давање поддршка за некое прашање и вршење влијание за решавање на тоа прашање, но значи и мобилизација на заедницата.

Лобирањето пак општо може да се дефинира како секој обид на вршење влијание врз политичар или јавен службеник за определено прашање. Лобирањето е термин кој потекнува од англосаксонската традиција (од англискиот збор *lobby*, што значи ходник или претсобје) и буквално значи дејствување во предворјето на Долниот дом на парламентот, каде граѓаните, земјопоседниците или бизнисмените кои сакале да решат определено прашање ги чекале пратениците да излезат во предворјето од парламентарната сала и да извршат влијание врз нив за решавање на ова прашање (WFD, 2017).

Лобирањето се дели на две поголеми групи според техниките што се користат и начинот на кој се врши влијание. Па така, се разликува:

- **Директно лобирање**, што подразбира обид за остварување влијание врз подготовка на нов или измена на постоен закон или јавна политика / програма, преку **комуникација со член**

на законодавно тело (парламентот) или друг претставник на властите кој има влијание и моќ во носењето закони и / или јавни политики и програми (пратеници во Републичкото собрание, во општинските совети или во Советот на Град Скопје).

- **Масовно лобирање** (на англиски *grassroots lobbying*), што подразбира барање или влијаење врз општата јавност да го контактира законодавецот и / или мобилизирање на јавноста околу определено законско прашање. На пример, невладините организации може да ги повикаат своите конституенти да се обратат до законодавецот или владините институции, иако ова може да се смета и за директно лобирање. Пример на масовно лобирање се петиции – писмени или електронски – за поттикнување на јавната поддршка за некоја кауза или прашање, потоа, организирање јавни демонстрации или протести, или пак ширење брошури и друг материјал во јавноста за подигнување на свеста.

Како што може да се забележи, застапувањето има многу сличности со тн. масовно лобирање.

За појасно разликување меѓу застапувањето и лобирањето, во продолжение се дадени неколку примери за двете дејствувања.

Примери за застапување се:

- *Информирање* на член на парламентот или општинскиот совет како определена одлука или политика влијае врз граѓаните или врз конституентите на невладината организација која го врши застапувањето – на пример, како немањето локална стратегија за унапредување на правата на децата влијае врз зголемувањето на врничкото насилство во општината
- Користење на *социјалните медиуми за промовирање на определено прашање*, проблем или кауза и подигнување на свеста
- Состанок со владин службеник за да му се предочи како определен проблем влијае врз некоја специфична група граѓани или организации, или пак врз животната средина и сл.

Примери пак за лобирање може да се следните:

- *Отворено барање* на пратеник во парламентот да *гласа против или за*, или пак да *предложи измени на закон* или да *поднесе предлог нов закон*
- Пишување е-маил (електронски пораки) до членовите на организацијата со кој се повикуваат да ги контактираат пратениците за да дадат поддршка или да се спротивстават на определен закон
- Подготовка и ширење на *електронска петиција (или писмена)* и барање од членовите на определена група или организација (директно лобирање) или од јавноста (масовно лобирање) да ги контактираат своите законодавци за поддршка или спротивставување на определен закон/политика.

Кој може да застапува? Секој може да се ангажира во процесот на застапување. Едукацијата на креаторите на политиките за потребите на определена организација или на заедницата е нешто што може секој да го прави. Може да се застапува преку организирање на своите поддржувачи и / или конституенти околу важни прашања и нивно поттикнување и охрабрување да се обратат до избраните службеници во парламентот или општинскиот совет (преку електронска пошта, преку барање директна средба, писмен допис или телефонски повик). Може да се застапува и преку користење на социјалните медиуми за едукација на луѓето за определени прашања и проблеми. Може исто така, да се застапува преку средби во различни прилики со пратениците во парламентот или општинскиот совет за да им се објасни како определено прашање се одразува во заедницата. Секој има моќ да се вклучи во процесот на застапување.

Кога од пратеник или општински советник се бара поддршка на определено законско решение или политика/програма тогаш веќе станува збор за лобирање. За определени прашања, понекогаш само застапувањето не е доволно и можеби е неопходно законско решение за да се реши определен проблем и тогаш е моментот за вклучување искусен и професионален лобист.

Законот за лобирање¹ го дефинира лобирањето како „активност со цел остварување влијание врз процесите на подготвување, донесување и изменување на закони, подзаконски акти или други општи акти и јавни политики, односно програми што ги донесуваат органите кај кои се лобира (член 3²). Според членот 4 од овој закон, „лобирањето може да го вршат само лобисти регистрирани согласно одредбите од овој закон³“. *За потребите на овој водич, оваа дефиниција нема да биде земена предвид, бидејќи ниту ПДАС Меѓаши е лоби организација, ниту е регистрирана како таква, а алатките кои ги предлага Водичот се поблиску до застапувањето и масовното лобирање.*

(1) Закон за лобирање, 2021.

<https://dksk.mk/wp-content/uploads/2021/06/Zakon-za-lobiranje.pdf>

(2) ibid

(3) ibid

Поместување и подем кон дигиталното лобирање и застапување

Лобирањето и застапувањето поминуваат низ голема трансформација, а оваа трансформација е водена во голема мера од подемот на дигиталните платформи и социјалните медиуми.

Пред подемот на дигиталните алатки лобирањето било главно врзано за телефонски повици и средби лице-в-лице, а сега сè е поврзано со моќта на технологијата. Дигиталната ера нè воведе во нова ера на лобирањето и застапувањето во која тие се случуваат во најголема мера во интернет просторот, со поефективни резултати од оние кои би се постигнале со традиционалните методи.

Платформите на социјалните медиуми, кои на почетокот не се сметаа за сериозни, се развија во моќни алатки за застапување и лобирање кои може да поттикнат широка поддршка на локално ниво. Во меѓувреме, старомодните алатки како праќање е-пораки (е-маил) станаа речиси застарени – сега постојат многу посигурни методи на праќање пораки.

Дигиталните платформи како Фејсбук и Х (поранешен Твитер) нудат лесен пристап до милиони луѓе, што им овозможува на лобистите да ги зајакнат нивните пораки и да „ги придвижат масите“ на ниво кое претходно било недостижно. Состаноците преку интернет (преку платформата Зум) им овозможуваат на креаторите на политиките да ги одржат истите без да ја напуштат удобноста на своите канцеларии.

Овие трендови покажуваат поместување кон посилни облици на застапување, поткрепени од дигиталните технологии. Оттаму, дигиталното застапување веќе стана важна карактеристика на ефективните стратегии на лобирање. Имајќи го на ум ова, не би требало да има сомневање дека растот на јавното застапување преку интернет позитивно го рedefинира односот меѓу креаторите на политиките и јавноста.

Сè повеќе, разбирањето на деталите и недостатоците на

дигиталното лобирање и максималното искористување на неговиот потенцијал ќе биде од клучно значење за лобистите, како и за креаторите на политиките.

Дигиталната ера го издигна лобирањето / застапувањето во нови висини, благодарение на сè пософистицираните дигитални алатки кои им се достапни на застапниците за социјална промена. Големiot број аналитички алатки што ги нудат самите платформи дозволува целни, насочени, информирани (засновани на податоци) кампањи кои го обликуваат јавното мислење и го привлекуваат вниманието на носителите на одлуки. Клучните фактори што придонесуваат за порастот на дигиталното лобирање / застапување вклучуваат:

- **Пристапност и инклузивност** – Дигиталните платформи овозможуваат да се стигне до секој кој има пристап на интернет (а тоа значи до голем број луѓе). Оваа инклузивност придонесе да се слушнат различни гласови во арената на носење одлуки, што е особено корисно за маргинализираните заедници.
- **Исплатливост** – Дигиталните платформи овозможуваат размена на пораките преку социјалните медиуми, е-маил и интернет страниците за само мал дел од износот (цената) на традиционалните методи, како што се рекламите на телевизија или средбите лице-в-лице. Во многу случаи, знаењето и искуството се поважни од буџетот, оттаму во современото лобирање мора да се разбере како во целост да се искористат алатките кои се бесплатни или многу евтини за користење.
- **Мобилизација во реално време** – дигиталните кампањи можат брзо да започнат, и исто така оние што ја водат кампањата за лобирање / застапување можат веднаш да реагираат на моменталните настани. Возможно е да се допре до милиони луѓе, практично, во многу кусо време, само со „притискање на копчето“.
- **Подобрено раскажување** – Дигиталните медиуми нудат иновативни начини за раскажување уверливи приказни кои може да окупираат широка публика од една, или, од друга страна,

да целат на релативно мала група влијателни лица. На пример, триминутно видео на Јутјуб може некоја сложена тема да ја направи разбирлива и привлечна, при што од целната публика се бара само минимално вложување време (за да ја гледаат).

- **Релевантен фидбек** – Алатките за аналитика даваат моментална повратна информација како се одвива кампањата, така што е возможно да се приспособи тактиката на лобирање / застапување без одложување. На пример, може да се види кое видео или оглас на интернет има најмногу прегледи во определена кампања или кои платформи даваат оптимални резултати и врз основа на тоа да се менува тактиката. На тој начин, праќањето пораки во дигиталниот простор ќе остане ефективно за целната публика.
- **Глобален дофат** – интернетот е светски феномен. Како резултат на тоа, локалните прашања може да добијат национална (па дури и меѓународна) поддршка, и обратно. Тоа може значително да ги засили напорите или ефектите од застапувањето.

Технолошките иновации во дигиталната средина значајно го зголемуваат опсегот и прецизноста на јавните кампањи, да бидат подобро насочени и да имаат поголемо влијание. Благодарение на **напредната аналитика на податоците**, преку употребата на софистицирани алгоритми за добивање релевантни информации од големите количини информации (на пример, демографски податоци, метрика на ангажманот), полесно може да се идентификуваат јавните трендови за да се овозможат попрецизни стратегии како да се испраќаат пораки. Таканареченото **предиктивно (предвидливо) моделирање** – кое врз основа на анализа на претходните активности од кампањата на интернет, може да ги предвиди исходите на различните стратегии на застапување, како што се рекламни кампањи на социјалните медиуми. Тоа им овозможува на организациите да ги распределат своите ресурси за максимално влијание. **Вештачката интелигенција** овозможува автоматизирање на задачите што се повторуваат, на пример сортирање на податоците или менаџирање на електронската пошта. Дополнително, со помош на вештачката

интелигенција следењето и **анализата на социјалните медиуми и разговорите остварени преку интернет во реално време**, се овозможува кампањите за застапување да се приспособат на моменталните трендови, со брзо и навремено приспособување на стратегијата. Четботовите пак овозможуваат **персонализирана комуникација** со поддржувачите, приспособена на индивидуалните потреби или преференции.

Дигиталната ера и покрај тоа што има големи предности во поттикнувањето општествени промени, носи и предизвици со кои при лобирањето / застапувањето преку дигиталните алатки мора да се справиме. Тоа вклучува **преоптовареност со информации**, односно во огромната дигитална „бучава“ од информации треба да биде осмислена добра стратегија за пораката да биде слушната. Исто така, предизвик претставуваат и политиките **или правилата на содржина на поединечните платформи** што поставува определени ограничувања на содржината, но и на досегот на содржината. Следен предизвик претставува и **брзиот технолошки развој, што наметнува држење чекор со брзо растечкиот дигитален пејзаж**, а тоа значи постојано учење. Ова од една страна може да значи поттик за плодотворни иновации, но исто така и притисок на ресурсите, од друга страна. Конечно, меѓу предизвиците во застапувањето преку дигиталните алатки е и **безбедноста на податоците**. Колку што е важно прибирањето податоци за лобирањето, сè поважна станува и заштитата на сензитивните информации што може да ја загрозат приватноста на застапникот и на поддржувачите.

И покрај овие препреки, дигитализацијата на социјалното застапување би требало да остане позитивна сила која создава добри можности за испраќање пораки.

Улогата на ефективното лобирање / застапување

Лобирањето / застапувањето може да биде моќна алатка во формирањето на јавните политики и обезбедувањето средства и

за владиниот и за невладиниот сектор. Секој од нив се соочува со оперативни предизвици коишто бараат посветено застапување и лобирање за да се успее во бараните законски или други регулативни измени. Важноста на лобирањето за овие сектори е огромна.

Владиното лобирање може да се дефинира како застапување во име на јавните институции, вклучително локалните и централните власти, за да се влијае врз носењето политики, да се обезбедат финансии или да се влијае врз некој закон. Главната цел на владиното лобирање е да се обезбеди дека *потребите и приоритетите на владините ентитети се земени предвид во законските процеси, дека се обезбедени финансиски средства и други ресурси и за да се влијае врз регулаторните политики* кои се од значење за нивната работа. Од друга страна, лобирањето на невладините организации се фокусира на унапредување на нивните мисии преку застапување за измени во политиките, финансиските можности за нивните програми и поголема јавна свест за каузата за која се застапуваат. *Лобирањето за невладините организации* честопати вклучува локална мобилизација како и директен контакт и ангажман со креаторите на политиките за да влијаат врз нив во согласност со овие цели.

Едно од погрешните толкувања на лобирањето е дека тоа мора да вклучува директна интеракција со законодавците. Секако дека, директното лобирање е значајна компонента, но не и единствена. Лобирањето вклучува голем број други активности како што се јавни едукативни кампањи и застапување за менување политики и регулаторна рамка.

За водичот

Овој водич е подготвен во рамки на проектот „TOMAS - Кон усогласено законодавство против сексуална злоупотреба на деца преку интернет“, а се базира на заклучоците и препораките од Анализата на постојните стратегии, политики и практики за заштита на децата од сексуалната злоупотреба преку интернет во Македонија, направена за потребите на проектот. Водичот дава алатки за дигитално лобирање / застапување, преточувајќи ги препораките во изводливи активности преку кои треба да се подобри оваа состојба на неколку нивоа. Имено, препораките од анализата вклучуваат измени на повеќе нивоа: од измени во законската рамка и во јавните политики сè до препораки за јакнење на самите млади со знаење и вештини за побезбедно снаоѓање во дигиталниот простор.

Наменет е пред сè за организациите кои се залагаат за заштита на правата на децата, но и на сите други групи граѓани и јавни институции кои работат со и за децата.

Предмет, цел и целна група
на лобирањето за заштита
на децата од сексуална
злоупотреба на интернет

Како што кажува и самиот поднаслов, **предмет** на предложените алатки за лобирање е *подобра и поефикасна заштита на децата од сексуална експлоатација и злоупотреба преку интернет*, додека целта може да се расчлени на неколку потцели:

1. Застапување за зајакнување на законската рамка поврзана со сексуалната злоупотреба на децата преку интернет, во смисла на обезбедување посебни одредби во сите релевантни закони, изедначување на терминологијата и исфрлање на „детска порнографија“ како термин од сите релевантни закони.
2. Застапување за обезбедување детско учество во подготовката на новата стратегија за безбедност на интернет најавена од Министерството за дигитална трансформација, преку внимателен процес на консултации со нив за стекнување увиди во нивните искуства и мислење.
3. Застапување за сеопфатна стратегија за безбедност на интернет, во смисла на претходна детална и сеопфатна анализа на сите аспекти на безбедноста на интернет, вклучително и безбедноста од сексуална злоупотреба на деца преку интернет, потоа соработка и вклученост на информатичко-технолошкиот приватен сектор, правосудниот и образовниот сектор, како и испитување на јавната свеста за проблемот на безбедноста на интернет и посебно на сексуалната злоупотреба на деца на интернет.
4. Застапување за зајакнување на позицијата и улогата на Националното координативно тело за заштита и превенција на деца од злоупотреба и занемарување, во смисла на поголема видливост во јавноста на активностите на ова тело, особено во делот на заштита од сексуална злоупотреба на децата преку интернет, потоа во обезбедување една од клучните консултативни улоги во процесот на креирање на интегриран систем на евиденција на случаите на злоупотреба на интернет, во дело со злоупотреба на деца, како и активно вклучување на членовите на ова тело во подготовката на новата стратегија за безбедност на интернет.
5. Застапување за подготовка на едукативни содржини и материјали

за заштита од сексуална злоупотреба на деца преку интернет, за различни возрасти и нивно интегрирање во редовните наставни планови и програми, со цел јакнење на самите деца со знаење и вештини во борбата против овој проблем.

6. Застапување за подигнување на јавната свест за сериозноста на овој проблем и улогата на сите чинители во справувањето со него.

Од предметот и поставените цели на застапување произлегуваат и **целните групи** кон кои е насочено лобирањето и застапувањето. Тоа се пред се:

- Од владините тела: Министерството за социјална политика, демографија и млади, Министерството за дигитална трансформација, Министерството за внатрешни работи, Министерството за правда, Министерството за образование и наука и Министерството за здравство
- Правосудните органи, особено основниот кривичен суд
- Националното координативно тело за заштита и превенција на деца од злоупотреба и занемарување
- Центрите за социјална работа
- Бирото за развој на образованието и училиштата (основни и средни)
- Општата јавност

Вака поставените предмет, цели и целни групи упатуваат на долгорочно и повеќестрано лобирање. Како организација која го промовира детското учество, препорачливо е ПДАС Меџаши во процесот на лобирање / застапување активно да ги вклучи децата и во консултирањето и во подготовката на пораките на застапување и во самите кампањи за застапување и лобирање.

Предлог пораките околу кои треба да се организира застапувањето и лобирањето, а кои произлегоа од анализата на законската, стратешката и институционалната рамка, како и истражувања на темата безбедност на децата на интернет и сексуална злоупотреба на децата преку интернет се дадени во продолжение.

Клучни пораки

За поефикасна и појасна законска и стратешка рамка

- **Да ги именуваме нештата со нивното вистинско име за подобро да се справиме со нив!** Тоа подразбира измена на терминот „детска порнографија“ во „материјал за сексуална злоупотреба на децата преку интернет“ во сите релевантни закони, програми, стратешки документи. Од клучно значење е законодавството да прави јасна разлика помеѓу луѓето што прават или гледаат порнографија и сторителите кои сексуално злоупотребуваат деца, дистрибуираат и консумираат нелегален материјал што доведува до повторна виктимизација. Разбирањето на материјалот што прикажува деца во сексуално експлицитно однесување како под-категија на порнографијата, го зголемува ризикот од нормализирање, банализирање, па дури и легитимирање на сексуалната злоупотреба и експлоатација на децата.
- **Да направиме информирана, инклузивна и ефикасна стратегија за безбедност на интернет по мерка на децата!** При креирањето на новата стратегија за безбедност на интернет (сајбер безбедност) да се направат дополнителни истражувања следејќи ја методологијата на ИТУ. Истражувањата треба да се насочени кон анализа на национални стратегии и активности за заштита на децата на интернет; дали се вклучени сите важни чинители и особено децата во консултативниот процес; анализа на правните аспекти на заштитата на децата на интернет и материјалот за сексуална експлоатација на деца; дали е вклучен ИТ секторот и каква е поддршката од овој сектор; каква е јавната свест и колку е направено за подигнување на свеста и дали има едукативни кампањи и колку се ефикасни.
- **Да ги следиме показателите за сексуална злоупотреба на децата преку интернет за да можеме да бидеме поуспешни во борбата против неа!** Во рамки на стратешкиот приоритет „Воспоставен ефикасен систем за прибирање и анализа на податоци, следење

на состојбата со насилството“ од Националната стратегија и Акциски план за превенција и заштита на децата од насилство, НКТ треба да дефинира и индикатори за следење и прибирање податоци поврзани со сексуалната злоупотреба на деца преку интернет.

За подобра и повидлива институционална соработка

- **Со засилена соработка на НКТ со училиштата и ИТ секторот за поефикасни активности за борба против сексуалната злоупотреба на децата преку интернет!** Националното координативно тело (НКТ) за заштита и превенција на деца од злоупотреба и занемарување во рамки на своите активности може да предвиди и фокусирани активности со кои ќе се предвидат мерки насочени кон борба против сексуалната злоупотреба на деца преку интернет преку засилена соработка со училиштата и со приватните ентитети од секторот на информациската и комуникациската технологија, со граѓанскиот сектор и со академската заедница.
- **Повидливо НКТ – посигурни млади на интернет: преку јасна комуникациска стратегија НКТ ќе пренесе важни пораки против насилството и сексуалната злоупотреба на децата!** НКТ е многу малку видливо во јавноста, надвор од стручната. За подигнување на јавната свеста за сите прашања поврзани со заштитата на децата од секаков вид злоупотреба, вклучително и од сексуална злоупотреба во дигиталниот простор, од големо значење е излегувањето на членовите од НКТ во јавноста со свои сознанија, истражувања, препораки, резултати од работата на меѓу секторскиот тим формиран во согласност со Протоколот за постапување на меѓу секторски тим за заштита на деца жртви на злоупотреба, занемарување и насилство. Пожелно би било НКТ да подготви своја комуникациска стратегија за да може да пренесе важни пораки во борбата против насилство и злоупотреба на децата.

- **Да го направиме НКТ важен чинител во националниот центар за безбедност на интернет!** Проектот MKSafeNet предвидува сеопфатен, интегриран систем на евиденција на случаите, па оттаму повеќе од препорачливо е да се вклучат активно и членовите на НКТ за да биде базата соодветна за потребите на сите чинители.

За посилни и посвесни млади во борбата против сексуалната злоупотреба на децата

- **Кои се моите права во дигиталната средина!** Осмислување на долгорочни едукативни кампањи за запознавање со правата на децата во дигиталната средина со посебен фокус за правата за заштита од сексуална злоупотреба на децата преку интернет, потоа за запознавање со корективните и вонсудски механизми за кршење на детските права во дигиталната средина, како и со механизмите за пријавување и поднесување тужби за прекршување и повреда на детските права во дигиталната средина, особено сексуално искористување и злоупотреба преку интернет.
- **Знам, умеам и можам да се справам со сексуалната злоупотреба преку интернет зашто имам каде и како да ги развијам потребните вештини!** Образованието е најсеопфатниот процес кој може да има големо влијание врз јакнење на знаењето, свеста и вештините и на младите, но и на родителите. На тој начин, се надополнува ефектот кој може да го обезбеди законската рамки и мерки и институционалните капацитети во борбата против сексуалната злоупотреба на децата, во и вон дигиталниот простор. Оттаму е многу важно во наставните содржини да се најде простор за теми кои вклучуваат што е приватност, што значи правото на приватност и како да го заштитиме и своето и на другите, што значат интимни односи, како се градат и каква улога игра приватноста во тие односи, кои се заканите во дигиталната средина итн.

- **Со отворени разговори за сексуалноста и ризиците можам полесно да се справам со непријатните искуства на интернет!** Разговорите не треба да се фокусираат само на „само не го прави тоа“. Мора да се појават рано, мора јасно да им се предочат ризиците и како да ги избегнат или надминат и мора вклучуваат отворена врата, без осудување и со покажување поддршка во случај на опасност.
- **Кога ја имам поддршката од моите врсници полесно се справувам со непријатните искуства и потенцијална злоупотреба на интернет!** Информираната врсничка поддршка како заштитен фактор за младите е огромна. И националните и локалните активациски стратегии за вклучување на младите на начини кои ја градат не само нивната индивидуална отпорност на заканите на интернетот, туку и нивната отпорност како составен дел на пошироката врсничка поддршка претставуваат подрачје од витална потреба. Овие интервентни стратегии насочени на врсниците би требало да им помогнат на младите да изградат и да ги зајакнат здравите ставови за споделувањето и ширењето што ги поставуваат согласноста, емпатијата и почитта како средишен дел.

Алатки за лобирање со примери

Како што е наведено во воведот на овој водич, предложените алатки за застапување и лобирање се засноваат на дигиталните технологии и можности. Секако дека директни, лице в лице контакти со креаторите на политиките не се исклучуваат. ПДАС Меѓаши е членка на Националното координативно тело за заштита на децата од злоупотреба и занемарување, членка на ЕСПАТ, учесник во проектот МкСафеНет и може во секое од овие тела и проекти да ги искористи сите прилики за вршење влијание врз министрите, координаторите од владините тела и институциите. Исто така, директна соработка со училиштата и поттикнување активности на темата заштита од сексуална злоупотреба преку интернет, и со наставниот кадар, но и со децата и родителите е дел од пошироката стратегија за застапување и лобирање за овој проблем.

Кампањи на социјалните медиуми за подигнување на јавната свест за:

- » материјалите за сексуална злоупотреба на деца преку интернет;
- » за неопходноста за внесување на сексуалната злоупотреба на деца преку интернет во сите релевантни законски и стратешки документи;
- » за наодите од истражувања поврзани со овој проблем кај нас и во светот;
- » размислувањата на децата и младите за распространетоста на овој проблем кај нас и што предлагаат тие;
- » за правата на децата во дигиталниот простор – промоција на Генералниот коментар бр. 25 од 2021 г., на Комитетот за правата на детето во кој се зборува за ревидирање на правата на детето во однос на дигиталната средина;
- » за работата на НКТ и досега постигнатите резултати.

Кампањите може да содржат различен материјал – инфо-графикони, стрипови, видеа, извадоци од релевантни истражувања. Кампањите треба да се добро осмислени и да се

дел од подолга комуникациска стратегија зашто градењето и подигнувањето на јавната свест е долготраен процес. Треба да се извлечат клучни пораки кои ќе се повторуваат во текот на кампањата. Секогаш кога е тоа е релевантно, во дигиталните содржини да се повикуваат надлежните, преку алатката за означување или „тагнување“ на лицето или институцијата кое/која се повикува на одговорност.

Дебати и/или форуми пренесувани во живо на социјалните медиуми за теми поврзани со предметот на лобирањето а кои имаат за цел да ги информираат граѓаните, да разјаснат недоумици и предрасуди. Така меѓу дебатите и/или форумите во живо може да се опфатат теми:

- » Како новинарите да известуваат за случаи на сексуална злоупотреба на деца преку интернет или во живо (случајот „Јавна соба“ на Телеграм е пример за кој повеќе медиуми потфрлија во известувањето и следењето – сензационалистички);
- » Што значи повторна виктимизација – разговори со стручни лица за тоа какви се последиците;
- » Какви се искуствата на нашата земја во судските предмети на сексуална злоупотреба на дете кога е повикано да сведочи;
- » На што треба да се обрне внимание при подготовката на стратегијата за безбедност на интернет;
- » Која е улогата на училиштата, наставниците, родителите и другите лица кои работат со деца во градењето вештини за заштита на интернет и посебно од сексуална злоупотреба на интернет;
- » Што значи правото на приватност, кои се границите на приватноста и правото да се каже „не“ во кој било однос или врска;
- » Итн.

Целта на оваа алатка е да се отворат јавни дебати на кои јавноста ќе има можност да се вклучи и да ги следи. Важно е говорниците на дебатите на бидат релевантни, соодветни и стручни лица кои ќе ја едуцираат пред се јавноста но и кои ќе потегнуваат прашања поврзани со законската, регулаторната и институционалната рамка.

Едукативни видеа промовирани преку социјалните медиуми, на теми поврзани со сите наведени клучни пораки.

Примери:

1. Едукативно кусо видео за разликата во термините „педофилија“ и „материјал за сексуална злоупотреба на деца преку интернет“ во кој може да има куси разговори со различни профили – судии, правници, психијатри-вештаци кои работеле со деца жртви, психолози, социолози, социјални работници и педагози, за да се разгледаат термините од повеќе аспекти. Видеото може да биде поставено на Јутјуб каналот и да се промовира преку негово објавување на разните социјални медиуми, во соработка со други организации што работат со медиуми објавување и на нивните социјални медиуми.
2. Videа подготвени од децата за активности поврзани со темата за кои самите одлучиле да ги направат за подобра заштита, или пак, пораки до разни институции што очекуваат од секоја институција да направи за поголема безбедност на интернет, или која било друга идеја до која децата сами би дошле. Во соработка со училиштата, ПДАС Меѓаши може да обезбеди поддршка во осмислувањето и реализацијата на видеата.

Користени извори

1. Lobbyit, 2024. Digital Advocacy in 2024 in Washington DC, посетено на 1.12.2024: <https://lobbyit.com/digital-advocacy-in-2024-how-online-platforms-are-reshaping-lobbying/>
2. UNICEF, 2022. Legislating for the digital age: Global guide on improving legislative frameworks to protect children from online sexual exploitation and abuse
3. ITU. Child online protection. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Cybersecurity/Pages/COP/COP.aspx>
4. ITU, 2020. Guidelines for policy-makers on Child Online Protection
5. ITU, 2020. Guidelines for industry on Child Online Protection
6. ITU, 2020. Guidelines for parents and educators on Child Online Protection
7. ITU, 2020. Teachers' Guide: Online safety activity book
8. Westminster Foundation for Democracy, 2017. Прирачник за застапување и лобирање во Собранието на Република Македонија

Застапување и масовно лобирање
во динамично и технолошко опкружување
*Водич за застапување и масовно лобирање за заштита
на децата од сексуална злоупотреба преку интернет*

Прва детска амбасада во светот Меѓаши



Застапување и масовно лобирање во динамично и технолошко опкружување

Водич за застапување и масовно лобирање за заштита на
децата од сексуална злоупотреба преку интернет

Скопје, 2025