

Василюк О.В.

## **МЕТОДИКИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПІКЕТУВАНЬ, ЗБОРІВ ПІДПИСІВ Й ІНШИХ ЛОКАЛЬНИХ АКЦІЙ ПРОТЕСТУ**

(Текст подається у авторській редакції)

Думки, ідеї й оцінки, які висловлені в цих матеріалах належать їх автору і не обов'язково відображають точку зору **Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Філософського факультету, Наукового товариства студентів та аспірантів Філософського факультету.**

© Ідея, обкладинка, верстка, графіка, корекція - Якубін О.Л., 2006

© Автор матеріалу, 2006

© НТСА ФФ, 2006

---

**Всі права застережені. Тільки для освітніх й наукових цілей. Використання цих матеріалів з метою отримання комерційного зиску заборонено. Посилання на них є обов'язковим.**

---

**Ніхто не каже, що виконання поданих у цьому розділі рекомендацій є обов'язковим, проте усі вони взяті із власного досвіду автора і людей із якими йому доводилось спілкуватися.**

**...як треба ходити у гості і повертаючись додому не з порожніми руками....**

### **(ПОРАДИ ПО ПІДГОТОВЦІ (І МОРАЛЬНІЙ У ТОМУ ЧИСЛІ) ДО ПІКЕТУВАННЯ)**

Перше, про що треба пам'ятати на пікетуванні, це те, для чого ви на нього прийшли. Не можна ні у якому разі показувати, що вам тут не цікаво, набридло; не можна показувати несерйозність, біситися і сперечатися між собою. БО: На 50% пікетування робиться для журналістів. Якщо ви виглядатимете нецікаво, про вас нічого не напишуть, а якщо виглядатимете несерйозно – напишуть тільки про це. Крім того, не обов'язково кривити пику і посміхатись перехожим – є нагода цілком заслуговано отримати по зубах. Учасників попереджають завчасно. Їм призначають місце збору, як правило, за кілька кварталів від місця проведення. До місця пікетування краще підходити організованою групою, аби дорогою уникнути провокацій і “втрат”. Одягатися слід у непримітний одяг. Добре, коли відповідальний із копією повідомлення на руках знаходиться серед демонстрантів. Насправді, він ні за що не відповідає і, у випадку якихось ексцесів, завжди може сказати, що учасники бійки - сторонні люди і до акції жодного відношення не мають. Під час самої акції вести себе потрібно дуже організовано: розтягнутися в одну лаву, людей з плакатами виставити наперед. Пам'ятайте, що будь-яка акція - це, передусім, подія. Намагайтеся не стояти мовчки, - скандуйте гасла, кричіть, вступайте у гостру полеміку, - більше шансів, що присутні оператори зафіксують все це на камеру, а редактори видань поставлять у номер чи пустять в ефір. Протяжність у часі пікетування чи будь-якої іншої акції протесту, куди запрошені журналісти, не має бути великою, оскільки, як правило, представники преси не затримуються довше 15-20 хвилин. Фактично, як тільки ви передали звернення і інтерес кореспондентів спав, акцію можна завершувати. З цього моменту вона вже не має сенсу. Є сенс оригінально вдягнутись. Всі толкієністи, реконструктори і інші, в кого є вдома (або вдома у друзів) кольчуга, інші лати, шоломи, щити і інше таке – обов'язково мають приходити „при параді”! Для тих, в кого вдома немає приватного історичного музею, можна вдягнути протигази, та будь що, через що вас захочуть сфотографувати. Але оригінальність теж має певні межі, тобто масок мера міста, прем'єра і президента вдягати не треба і спалювати опудало того, до кого ви прийшли теж. Стриптиз із

демонстрацією гасел, написаних фарбою на чарівному гнучкому тілі також буде зайвим (особливо... при -10oC).

Проте якусь театралізовану частину все ж зробити варто. Наприклад красиво звісити транспаранти із стін. Можна використати театральний грим або косметичні олівці, гуашеву фарбу і зобразити на собі те, що ви хочете. Це додатково приверне увагу журналістів і приховає ваші обличчя від працівників „ненависної, вічно жадаючої бунтарського тіла, установи”. Це стане вам у пригоді, якщо вам треба бувати біля установи часто. Вручіть вашому опонентові „зелену мітку”, збудуйте барикади із парасольок, зробіть щось, чого ще ніхто не бачив.

Не погано використати музичні інструменти (ті, звичайно, які не потребують транспортування до місця пікетування купи апаратури і акумуляторної станції), поспівати щось (наприклад ваш гімн). Та і взагалі гупання піде на користь вам (заважаючи роботі установи ви досягнете того, що вас вислухають або навіть послухаються, а якщо холодно – то і розігрієтесь „за компанію”).

Театралізована частина має бути такою, щоб її можна було сфотографувати у будь-який момент і зрозуміти потім, що відбувається на фотографіях. Дійство має відбуватись або у всіх частинах вашого натовпу, або всі мають стояти так, щоб „акторів” було видно із усіх боків. Інакше навіщо все це робити, якщо ви не потрапите до об’єктивів. Саме так, дивлячись крізь фотооб’єктив незнайомого журналіста і треба планувати „інтерфейс” акції.

Розбийтесь по ролях. На пікетування мають бути такі ролі: перше і головне – масовка. Майже все, що написано у цьому розділі, присвячено саме їй (див. вище і нижче).

По-друге – головний персонаж, який передає звернення тому, кого ви пікетуєте і балакає з ним. У нього має бути диктофон і запасна касета (можна передбачити і окрему людину із диктофоном, проте на зустріч із бідолахою, до якого ви прийшли, вас двох, швидше за все, не пустять).

По-третє – персонажі, детально обізнані у проблемі і оснащені добре підвішеним і розпрацьованим язиком (Потренуйтеся напередодні. Не соромтесь пограти у пікетування вдома чи в офісі). На них лежить найбільша відповідальність – вони спілкуються із журналістами, заспокоюють міліцію і відгавкуються від необґрунтованих наїздів недоброчливих людей і працівників установи. Саме у них мають бути у достатній кількості листівки, прес-релізи і додаткові матеріали. Вмійте затикати роти рядових опонентів і придуркуватих перехожих листівками. Попікетувавши кого-небудь пару разів, ви швидко зрозумієте, що завжди

з'являються перехожі, які просто стоять і „парять вам мозги”... З наявністю такого негативного прояву менталітету треба змиритись. Пам'ятайте, до кого ви прийшли. Решта не має значення.

Потім – люди, що роздають листівки перехожим навколо. Такі мають бути обов'язково. Треба потренуватись швидко брати із загальної стопки листівки. Мало кого можна вразити сценою, коли учасник акції біжить за перехожим і, намагаючись витягти із стосу саме одну листівку кілька хвилин, матюкається про себе і повторює „Заждіть, зараз я дістану для Вас листівку, потім прочитаєте, не будьте байдужими!”

Потім – фотографи і, по можливості, оператори, які фіксуватимуть усі події, що відбуваються, навіть процес „пов'язання” міліцією (якщо вас сприймуть настільки серйозно – вітаю). От тільки вони мають розуміти, яка ціна їх кадрів і мають вміти бігати „як слід” !

І, нарешті – люди, які заводять галасування гасел. Це мають бути веселі персонажі із гучним голосом, за якими всі будуть повторювати гасла. Якщо є музичне оздоблення галасування – чудово!!! Народіть гімн вашого руху! Це можна навіть записати на аудіо чи відео!!!

Може бути і ще одна роль – депутати (реальні), які своєю недоторканістю охороняють учасників несанкціонованої акції.

Розбитися по ролях і проінструктувати усіх треба завчасно і, бажано – у друкованому вигляді. Якщо вам і усім вашим колегам здається, що у цьому немає потреби – не думайте про це. Ніхто і ніколи не знає, коли у ньому прокинеться відморозок. Так само завчасно треба продумати тексти тих гасел, які ви будете кричати. Якщо це супроводжуватиметься музичними інструментами – прорепетируйте, не полінуйтесь.

Слідкуйте і морально готуйте себе і ваших колег до того, щоб не було вигуків і жартів, які можуть стати заголовками газет, що не підуть вам на користь.

Кожному з рядових учасників акції слід пам'ятати, що масовка покликана виглядати злагоджено (помітьте – я не сказав „однаково” чи „як стадо”), так, щоб у перехожих і журналістів не виникало запитань типу „А що це за випаденіє?”. Бурхливі активісти на фоні в'ялого натовпу повинні вміти вести себе самостійно – або піднімати загальний тонус юрби, або ж, коли ясно, що цього не буде – зливатись з усіма. Інакше ви ризикуєте отримати в пресі відгуки щодо одного чи кількох учасників акції на кшталт „Гормональний всплеск на общем тле авитаминоза”.

Продумайте все 100 разів!!! Не сплануйте акцію на день якихось масових заходів, на свята, на політично-важливі дні, оскільки ваша акція ризикує лишитися непоміченою. Усі газети намагатимуться одне краще одного висвітити найяскравішу подію. Краще приурочити акцію до якоїсь дати, яка офіційно не відмічається у місті, або, принаймні, не має форми масових народних гулянь. Окрім того, треба подумати, чи буде зручним для журналістів і для вас самих обраний вами час був зручним. Не зробіть, наприклад таку помилку, яку зробили „Захисники Лисої Гори” на своєму презентаційному пікетуванні – розіслали усім запрошення... не на той день... І не забудьте розіслати журналістам анонс, що треба зробити хоча б за добу до акції.

Можемо похвалитись унікальним фактом, що ми маємо два прецеденти, коли газети „По-Киевски” і „Сегодня” публікували на своїх сторінках анонси наших пікетувань і запрошення громадянам приєднуватись до пікетувальників. Якщо маєте можливість опублікувати такий анонс – не полінуйтеся зробити це.

## ПЛАКАТИ

Бажано, щоб кожен зробив плакат для себе. Це добре тим, що тоді всі плакати будуть різні і буде цікаво їх роздивлятись. Буде видно, що це не одна людина робила. Якщо не вийшло – не біда. Головне – кількість людей а не плакатів. Але все одно, старайтесь робити плакати всі. І краще – більше одного!

Плакати мають бути написані яскравим кольором (маркер, олівці, фарба/може навіть балон), можливо із якимось малюнком. Можна напис на плакаті робити аплікацією – із вирізаних із кольорового паперу літер. Є і екзотичні варіанти: плакати із підсвіткою, люмінесцентною фарбою, об’ємні плакати. Деяким митцям вдавалося зробити величезний механічний біжучий рядок із гаслами!!! Можна використати шпалери для того щоб зробити транспарант завдовжки у кілька метрів, або тканину, яка має переваги у питаннях упаковки, транспортування і безпеки – плакат із цупкої тканини практично неможливо знищити без підручних засобів, чого не скажеш про, скажімо, розгорнутий рулон шпалер із гаслами.

Спробуйте дістати мегафон і дублювати гасла під час акції через “озвучку”.

Кольори мають бути контрастними, і головне - таким, щоб вони лишались контрастними на чорно-білих фотографіях у газетах. Хоча, з іншого боку, є сенс прийти з кількома плакатами зовсім без написів. Справа в тому, що у охоронців державних установ є один невеличкий обов’язок: записувати у маленькі блокнотики тексти з усіх плакатів учасників акцій під стінами

їх установи. Якщо ж плакати будуть без написів чи зовсім чисті (А що?), цікаво, як вони прореагують на неможливість записати гасла? Пофантазуємо: „Плакат №1. Зображена єхидна білочка, що показує нецензурний жест... Плакат „ 2”. В крайньому разі, малюнки можна коментувати лише гаслом „НІ!”.

Для полегшення роботи над великим написом, простіше купити кольоровий скотч, яким виконати власне напис. Цей метод вигідніший за інші з кількох причин: скотч не розмокає, не тече, не злипається, однотонний і контрастний. Єдине що - ним не можна досягти широкої гамми кольорів, що, втім не позбавляє автора плакатів шансу творити шедеври.

Приклеюючи до плаката свою фотографію – обов’язково підпишіть дрібними літерами хто автор фото і що на ньому зображено. Це додасть авторитету і довіри вашій організації, оскільки буде видно, що ви цим займаєтесь принаймні якийсь час, а не просто з вечора скачали фотографії з інтернета, а зранку – „Гай-да на пікет!”.

Гасло на плакатах має бути читабельне і зрозуміле. Гасла пишуться великими літерами, аби читалися з відстані двадцяти кроків. Не вздумайте писати, скажімо, ельфійською чи китайськими ієрогліфами! Ні у якому разі не треба в плакатах гнати на владу і взагалі, не чіпайте тему політики, бо відразу скажуть, що це політична акція і що вам заплатили.

Повинно бути видно, що ви знаєте чого прийшли і що відстоюєте, видно, що вас хвилює те, про що йдеться у ваших власних гаслах. Бо, самі розумієте, як виглядають школярі на акціях проти корупції, акціях, що стосуються економічних та суто політичних питань.

Вимагайте від влади змін. Саме вимагайте. І нехай це буде зрозуміло із ваших гасел, так як кожного окремо слухати ніхто не буде. Не можна припускати такого, щоб ваші гасла виглядали благанням про допомогу. Ось наприклад весело було бачити 15 червня 2004 року плакат «Караул! Грабують! Пане Президент, Рятуйте!» над столичним підприємством, звідки виходять на світ трактори і комбайни... проте це - жебрацтво. Хід радикальний, проте це надто низько, щоб хтось захотів допомогти.

Коли сил і рук, щоб тримати плакати значно менше, ніж нахабства і кмітливості, частину своїх художніх витворів можна повісити на стінах установи, що вас „приймає у гості”. Є один легкий і ефективний спосіб розвішування транспарантів. До чотирьох кінців полотнища із написом (нехай воно буде розміром хоча б 3Х6 метрів!!!) прив’язують мотузки. До мотузок двох нижніх кінців прив’язують вантаж. Верхні мотузки лишають вільними. Транспарант змотують у трубочку по горизонтальній осі, так, щоб нижній край із грузиками опинився всередині

трубочки. Назовні буде верхній край із вільними мотузками. Ними при транспортуванні, можна зв'язати все у компактний брикет. На місці активісти мають залізити на верх споруди, з якої транспарант треба звісити, прив'язати вільні мотузки до якого-небудь кріплення і скинути згорток униз. Під вагою грузиків, що знаходяться всередині, згорток мимоволі сам розгорнеться за час близько 2-3 секунд. Якщо вас не „візьмуть” під час прив'язування мотузок – справа зроблена. Неподалік має бути хтось, хто сфотографує ваш витвір і мовчки піде геть.

Використовуючи новітні технології можна робити плакати на листках формату А4 і вставляти їх у файліки. Файліки мають отвори для підшивання їх у папки. За ці отвори легко повісити файл на шию. Під нього можна скетчем підклеїти ще один, нижче – ще. Таким чином кожен учасник може тримати на собі одночасно 3 плакати на грудях і 3 – на спині. Коли така конструкція (з файліком чи ні) розміщена і на грудях учасника акції і на спині, жаргон громадського руху називає її „бутербродом” (це так, на замітку). Та й справді, пікетувальник з однаковими табличками на грудях і спині де-в-чому нагадує бутерброд.

Нерідко на „бутербродах” пишуть „Збір підписів” і носять їх учасники акції, що, власне збирають підписи. Так само можна писати „Я готовий дати інтерв'ю!” і таке інше.

За компанію, для відома відвідувачів об'єкту і інших перехожих, на який направлений ваш протест, на його стінах і навколо варто час від часу вішати листівки із роз'яснювальним текстом з приводу проблеми, яку ви висвітлюєте.

### **НІЧОГО НЕ ЗАБУЛИ?**

Перед тим, як іти на акцію – перевірте 100 разів, чи нічого ви не забули.

Перше, що має бути – копія заявки на проведення акції із вхідним номером, далі все інше: копії документів, дотичних до теми пікетування, плакати, роздаточний матеріал, гучномовець, реквізити, фотоапарат, і, звісно, заява, яку ви маєте вручати.

### **ПОВЕДІНКА І БЕЗПЕКА**

Ясно, що бухати перед акцією не можна. По-перше, якщо буде хоч один нетверезий учасник, про це напишуть усі газети. І по-друге, навколо, як правило, буде купа працівників правоохоронних органів, і якщо будуть п'яні... Краще просто усім разом відсвяткувати успішну акцію потім.

Ну і зрозуміло, що по тій же причині – ніяких провокацій, тобто ніяких тухлих яєць, пляшок із сечею, обмальованих стін, битих вікон і заручників!!! „Володарі чарівних паличок” мають право загребти вас і відвести до відділку. Тому зовсім незнайомих людей, яким довіряти

в плані провокацій не можна, брати на акцію „не обов’язково”. Але, якщо вже таке сталося, треба поводитись спокійно (якщо ви не в стані розбігтись в межах 2-3 секунд), не стрибати в руках міліціонерів вигукуючи пісні „Громадянської Оборони” типу „Ментовка – это праздник: всё летит в...”

Нехай усі учасники мають при собі роздруковані витяги із Конституції і Закону України „Про інформацію”. В принципі, згідно цих законів, якщо кожен із учасників говорить, що організаторів у акції немає і що він прийшов сюди самостійно і ніякого відношення до решти не має, байдуже, чи санкціоноване пікетування взагалі.

Завжди непогано мати своїх фотографів і операторів. Це для того, щоб міліція не „хвилювалась” а також для того, щоб натякати журналістам, що знімати.

### **СТОСОВНО ЖУРНАЛІСТІВ**

Пресу слід повідомити про акцію завчасно, щонайменше за три дні (редакції і телекомпанії готують план роботи на кілька днів вперед), але не більше, як за тиждень. Краще зробити двічі - перший раз за тиждень, вдруге - за два-три дні. Це повідомлення бажано розіслати електронною поштою (попередньо склавши для себе таку базу даних), а також продублювати найголовніші видання особисто по телефону чи факсом

Для журналісті в треба обов’язково роздрукувати прес-релізи акції і додаткові матеріали, які треба розіслати електронкою і факсом завчасно (за 5-6 діб) і продублювати напередодні. Найкращі контакти із журналістами – особисті. Їх треба підтримувати.

Прес-реліз починається із заголовку і першого абзацу, який вміщує в себе відповіді на усі основні питання Що? Де? Коли? Хто? Як? Чому? Для чого? Гарно написаний прес-реліз повинен скандально-сенсаційний заголовок. Перший абзац має починатися із дати і часук проведення акції. Від заголовку і першого абзацу залежить те, чи журналіст викине його до того, як дочитає до кінця, чи не викине. Решта тексту прес-релізу має містити:

- абзац із детальним описом акції (буквально по пунктах);
- абзац-заявка, що пояснює значимість проблеми;
- абзац із детальним описом фактів проблеми;
- абзац із викладом вашої позиції стосовно проблеми а також із викладом позиції експертів і поважних персон (у вигляді цитат);
- абзац із додатковою, наприклад довідковою інформацією;
- ваш погляд на імовірні перспективи розвитку подій;



- чітке формулювання ваших вимог;
- контактна інформація.

В кінці прес-релізу обов'язково треба залишити ваші контактні дані – усі, які тільки можна. Можна навіть написати „додаткову інформацію ви можете отримати за телефонами...” або на сайті. Взагалі добре буде, якщо написати „Телефон гарячої лінії” (по даній проблемі: „...”). Не забудьте спитати у журналістів, які видання і передачі вони представляють і коли ви зможете побачити газети або почути репортаж про акцію. Візьміть у всіх журналістів їх координати – їх можна буде запросити на наступну акцію. З часом у вас з'явиться база даних журналістів, яку можна буде використовувати ще дуже довго.

### **ПОВІДОМЛЕННЯ ПРО ПРОВЕДЕННЯ АКЦІЇ**

Перед початком акції за кілька днів до місцевого виконкому подається письмове повідомлення про акцію, що планується. Чиновники вимагають здійснювати подачу повідомлення щонайменше за 10 діб, але ця вимога юридично не вмотивована, адже у всіх документах, які регламентують порядок проведення масових заходів вказано, що “повідомлення має подаватися завчасно” без указання, за скільки конкретно днів. Отже, ви можете подати повідомлення сьогодні, а акцію проводити вже завтра. Врешті. Можна віднести у міліцію повідомлення за годину до початку пікетування...

Повідомлення може бути написане і від руки. Воно має містити таку інформацію: кому адресоване, від кого (прізвище, ім'я, по-батькові, адреса, телефон), число, місяць, рік, час і місце проведення акції, орієнтовна кількість учасників (пишіть віразу більше, щоб не вийшло менше), приблизний сценарій акції, відповідальний за проведення (прізвище, ім'я, по-батькові, адреса, телефон), дату і підпис. Подавати його слід до канцелярії місцевого виконкому у двох примірниках: перший залишається у канцелярії, другий, разом із відміткою і реєстраційним номером, має залишитись у вас на руках і є документом, що дозволяє проведення акції (пред'являється при потребі правоохоронцям). До повідомлення добре додати ще й копію своєї заяви (скарги), де окремим пунктом будуть вписані ваші вимоги.

В кінці заявки, перед підписом, я особисто вважаю за необхідно додати абзац наступного змісту:

„Усі активні і агресивні дії громадян, що не відповідають передбаченому у заявці сценарію, просимо вважати провокаціями, що не мають ні якого відношення до акції. Для підтримання громадського порядку під час акції просимо Вас направити наряд міліції.”

## **ФІНАЛ АКЦІЇ**

Головне, що необхідно зробити на пікетуванні це передати вашому опоненту офіційне звернення у присутності журналістів, домогтися обіцянки офіційно відповісти на нього і попередньої відповіді для преси. Якщо це буде зроблено (не залежно від успіху кампанії в цілому), акцію можна вважати вдалою.

Разом із текстом звернення (який має бути оформлений правильно /див додаток/), можна додатково передати постатейне аналітичне обґрунтування неприпустимості того, проти чого ви протестуєте, зібрані підписи, результати соціологічного опитування і таке інше.

Якщо той, до кого ви завітали, вийде таки до вас (не викликавши собі групи підтримки, а-ля „анти пікет” у обличчі наряду все тих же „володарів чарівних паличок”), оточіть його з усіх боків, продовжуйте галасувати аж поки він сам не попросить вислухати його. До речі, всі його слова записуйте на диктофон, перепитуйте, особливо у присутності журналістів. Питайте, чи може він підтвердити свої слова на папері, вимагайте, нехай передасть вам відповіді у друкованому вигляді із підписом і печаткою, і за умовою обов’язкової присутності преси. Така постановка питання відразу нагадує людині, що „за базар треба відповідати”.

Якщо вас запросять на бесіду у приміщення установи, обов’язково візьміть із собою журналіста і свій власний диктофон. Те, чи ви відразу нахабно поставите увімкнений диктофон на стіл чи сховаєте його у кишені так щоб ніхто не бачив і не чув – ваші проблеми, вирішуйте самі залежно від ситуації. Врешті, у потрібний момент зможете його дістати, показавши, що він був увімкнений і перепитати про щось ще раз...

## **ПО ЗАКІНЧЕННЮ АКЦІЇ.**

Коли акція протесту скінчена, відходити з акції слід також тільки групою (можливі перехоплення ментами по дорозі для складання протоколу). На відстані кількох кварталів, уважно огледівшись, можна розсіюватись. Діставшись додому - віддзвонитись старшому.

Потім треба зробити аналіз телепередач і публікацій у пресі, врахувати помилки.

Відразу після акції необхідно розіслати прес-реліз по її результатам, який, втім, можна підготувати завчасно. Повідомте журналістів, що у вас є фото-матеріали, які ви можете при потребі надати їм для висвітлення у пресі.

Якщо учасники пікетування затримані органами міліції, треба мати на увазі, що ваш фотограф має будь-якою ціною лишитися на свободі. Про цей факт також треба повідомити

пресі (вказавши при цьому, скільки чоловік затримано. При яких обставинах, що їх чекає, скільки їх протримають, можливо їх цитати з-за ґрат тощо).

Та і взагалі, перед акцією мовчіть максимально довго про те, що вона буде, бо... „швидкість стуку значно перевищує швидкість звуку”... якщо це буде комусь потрібно, будь-яке пікетування вам легко зірвуть. Наприклад влаштують ремонт тротуару там, де ви збирались розкрити плакати.

Перші два-три дні і особливо у перші години після акції, на контактному телефоні, написаному у прес-релізі, має сидіти компетентна людина. Журналісти, які пішли до кінця акції, або не прийшли на неї зовсім можуть телефонувати і задавати питання.

Оголошення про акцію можна розвішувати на вулицях, в тенетах Інтернету (на тематичних сайтах), вкидати у поштові скриньки зацікавленого місцевого населення і просто роздавати людям. Якщо є можливість – зробіть оголошення по радіо і по телебаченню. Нехай кожен із знайомих розішле оголошення через свою базу електронних адрес.

Протягом усієї акції, спілкування з опонентом або прес-конференції не вимикайте свій диктофон.

Неординарні рішення щодо форми проведення та реквізитів пікетувань.

1. 17 червня 2004 року на форумі [Velokiev.com.ua](http://Velokiev.com.ua) Я прочитав чудову репліку невідомого мені персонажа під ніком VIK:

„Я колись пропонував (в знищеній цензурою темі) провести акцію на вихідний, в якомусь людному місці (на Хресті, наприклад), яка полягатиме в наступному: збираються байкери методом флеш-мобу (або іншими, більш традиційними методами

та роблять впродовж півгодини nfrs (до прикладу) активності:

- роздають громадянам ульотки з інфою;

- роблять "пікнік" на сходах Київради, поруч кладеться транспарант "якщо заберете у нас

Труханів - ми відпочиватимемо тут"

- катаються "паровозиком", привертаючи увагу населення

- роздають інтерв'ю журналістам (яких завчасно буде запрошено)

- веселяться і тішаться, спілкуються, п'ють пиво, обговорюють плани куди поїхати покатати після цього карнавалу...”

А й справді, пікнік під стінами Київради, це більше, ніж неординарна акція! На момент написання цих рядків мої думки звучать як «Над цим треба подумати!».

2. Природоохоронні флеш-моби. Для тих, хто не в курсі справ, флеш-моб, це коли ні з того ні з сього у абсолютно несподіваному місці з'являється так 100-200 чоловік і роблять абсолютно незрозумілу неочікувану дурницю з абсолютно серйозними обличчями, а через 2 хвилини розбігаються хто куди з місця подій. Прикладів може бути безліч – люди можуть лягати на асфальт стогнучи „Купіть мені нову батарейку”, роздивляться у бінокль асфальт, фотографувати калюжу, їсти поп-корн з пакунку від прального порошку, шукати на вокзалі Митродору Пилипівну... Це завжди дурниця... проте коли це одночасно роблять 200 чоловік... все змінюється. Ідея природоохоронних флеш-мобів, або Грін-мобів давно виношується багатьма природоохоронцями. Проте її реально втілювати у життя лише силами природоохоронців, оскільки одними з правил, якими керуються практично усі мобери є те, що моби мають бути 100% конфіденційними, тобто ні про які запрошення журналістів, і вже тим паче – спілкування з ними мови бути не може і те, що вони не повинні робитись для чогось окрім приколу.

Але все ж таки, чому б скажімо, не прийти до міськкадміністрації з пеньками, питаючи на прохідній, чи не тут забули пеньок. Вас пошлють, а ви перепитаєте, аргументуючи це тим, що тут підписували розпорядження про рубку, дерева вирубали, а чий же тоді пеньок?

3. 21 червня 2004 року поспішаючи бозна куди по вулиці я побачив на асфальті намальоване крейдою зображення обрисів людини. Таке малюють працівники міліції навколо трупів... проте це було намальоване дітьми. Стоп! А чому б не намалювати, скажімо, перед конторою „Київзеленбуду” обриси дерев? Або, залежно від ситуації – обриси птахів, риб? Дітей з іграшками? Цю ідею можна вдало використати, як реквізит для пікетування.

4. Однією із поки що не реалізованих ідей художнього оздоблення акцій є зображення на асфальті крейдою обрисів дерев і тварин на кшталт того, як міліціонери обводять обриси трупів, розкиданих на тротуарах.

5. 8 листопада 2004 року Партія Зелених України пікетувала Київраду з приводу того, що вона віддала у приватне володіння політичним і бізнесовим діячам 220 гектарів лісу курорту „Пуща-Водиця”. На акції були розіграні торги заповідних земель. Для цього у мішках привезли землю, начебто безпосередньо з конкретних об'єктів. Окрім того, одну сотку розмітили і продали прямо перед Міськрадою.

6. Найбільше враження з усіх масових заходів, бачених мною на власні очі, була демонстрація під Верховною Радою в грудні 2004, в день, коли у відставку було відправлено Кабінет Міністрів. На демонстрації були присутні 300-400 тисяч людей. Засідання Верховної Ради трансливали на вулицю і всі чули що відбувається всередині. Коли ВР голосувала на користь народу, депутатів вітав потужний схвальний вигук. А от коли рішення прямо суперечили одностайній думці людей... народ починав відчайдушно тупати ногами... 80 000 тупаків одночасно. В ногу. Центр Києва, насичений підземними комунікаціями і спорудами не був готовий до такої вібрації. Земля починала вмить тремтіти з такою силою, що у самій ВР коливалась вода у склянках і пляшках. Споруда ВР ризикувала провалитися під впливом вібрації, або, принаймні, пустити тріщини. На превеликий жаль, такого я, мабуть, вже не побачу ніколи. Та, втім, мабуть це і найкраще.

Радикальні форми вираження протесту.

В разі необхідності застосування радикальних заходів протесту проти чогось, відразу слід згадати, що межа порушень і злочинів проведена по лінії „Адмінкодекс-Кримінальний кодекс”. Тобто биття вікон, обмальовування стін і лягання під трактори – це порушення. А от погрози, підривні роботи, бійки – злочини. Від того, на якому боці цієї межі опинитесь ви під час акції, може серйозно залежати принаймні те, чи залишитесь ви на свободі.

Популярним є саботування проїзду будівельної техніки шляхом сидання чи лягання під неї. Гарно коли це роблять дівчата чи люди похилого віку, до яких не може бути примінена груба фізична сила. Бабусі можуть посідати на стільці. Так само учасники акції можуть приковуватись наручниками до дерев, які збираються пиляти.

Чим корисною є категорія населення пенсійного віку. Ці люди, як правило, мало зайняті, мають вільний час і пригнічені життям, яке однозначно радикально відрізняється від їхніх ідеалів. Такі люди мало чого бояться, знаючи, що їм втрачати нічого. Багато з них наділені відсутнім у молоді життєвим досвідом. Навіть якщо це і не так, вони однозначно в цьому впевнені. Колись і ми такими станемо.

Якщо порушення законодавства виконується біля стін будинків, особливо, коли на місці майбутнього порушення встановлено будівельний паркан – весело буде закидати робітників пляшками і сміттям з вікон. Взимку можна використовувати воду. Кидатись краще вночі, а поливати робітників вдень.

Паралельно надішліть поштою до винного у провадженні порушень атрибутику його порушень. Якщо мова іде про дерева – чурбачки, про сміття – сміття, про історико-культурну цінність – цеглу, пісок...